
ALFABETIZAÇÃO ECONÔMICA E ENDIVIDAMENTO: QUANDO HÁBITOS SUPERAM O CONHECIMENTO

Economic literacy and indebtedness: when habits exceed knowledge

Matheus Dantas Madeira Pontes

Economista. Doutorando em Gestão na Universidade da Beira Interior. Economista na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB). Avenida da Abolição, 3. Centro. 62.790-000. Redenção-CE. matheus.pontes@unilab.edu.br

Verónica Peñaloza

Economista. Pós-Doutora em Economia. Professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual do Ceará (PPGA/UECE). Avenida Silas Munguba, 1700. Campus do Itaperi. 60.714-903. Fortaleza-CE. veronica.penalaza@uece.br

Resumo: O processo de democratização financeira ocorrido no Brasil ao longo das últimas décadas aumentou o acesso ao crédito pelas famílias brasileiras. Embora alavancadora do dinamismo econômico, a facilidade na obtenção de crédito, ao proporcionar a antecipação do consumo futuro para o presente, pode ter estimulado o crescimento do endividamento pessoal nesse início de século. Identificado como fonte de problemas emocionais e de saúde, o endividamento é um fenômeno que acomete mais de 60% da população cearense. O objetivo principal do trabalho foi identificar o impacto da Alfabetização Econômica, Atitudes em Relação ao Endividamento, Atitudes em Relação ao Consumo e características sociodemográficas sobre o endividamento individual a partir de uma amostra com 924 adultos no estado do Ceará. Foram realizadas Análises Fatoriais Exploratórias e, após, uma regressão logística que determinou o impacto dos conhecimentos, comportamentos econômicos e traços sociodemográficos no endividamento pessoal. Os resultados mostraram que a alfabetização econômica não exerce influência no endividamento pessoal, assim como o comportamento racional de consumo, as atitudes austeras em relação ao endividamento, o gênero e o nível socioeconômico. Já as atitudes impulsivas e compulsivas de compra e o hedonismo em relação ao endividamento impactam positivamente nas dívidas dos indivíduos. Entre as características sociodemográficas, verificou-se que indivíduos mais velhos e aqueles que residem com o cônjuge estão mais propensos ao endividamento. Políticas públicas de enfrentamento ao endividamento devem buscar mudanças nas atitudes dos indivíduos mais do que apenas o repasse de informações sobre economia e finanças pessoais.

Palavras-chave: endividamento; alfabetização econômica; atitudes; consumo.

Abstract: The process of financial democratization that occurred in Brazil over the past few decades has increased Brazilian families' access to credit. Although leveraging economic dynamism, the ease in obtaining credit, by providing anticipation of future consumption to the present, may have stimulated the growth of personal indebtedness at the beginning of this century. Identified as a source of emotional and health problems, indebtedness is a phenomenon that affects more than 60% Ceará's population. The main objective of the work was to identify the impact of Economic Literacy, Attitudes towards Debt, Attitudes towards Consumption and sociodemographic characteristics on individual indebtedness from a sample of 924 adults in the state of Ceará. Exploratory Factor Analyzes were carried out and, afterwards, a logistic regression, which determined the impact of knowledge, economic behavior and sociodemographic traits on personal indebtedness. The results showed that economic literacy does not influence personal indebtedness, as well as rational consumption behavior, austere attitudes towards indebtedness, gender and socioeconomic level. Impulsive and compulsive buying attitudes and hedonism in relation to indebtedness have a positive impact on individuals' debts. Among the sociodemographic characteristics, it was found that older individuals and those who live with their spouse are more prone to indebtedness. Public policies to cope with indebtedness should seek changes in the attitudes of individuals more than just passing on information about economics and personal finances.

Keywords: indebtedness; economic literacy; attitudes; consumption.

Classificação JEL: D14; D60; D91.

1 INTRODUÇÃO

Avanços tecnológicos e o desenvolvimento de novos canais de atendimento ao longo da primeira década dos anos 2000 ampliaram o acesso financeiro a uma fatia considerável da população, antes excluída de qualquer relacionamento com o mercado financeiro (BADER; SAVOIA, 2013). Se, por um lado, o surgimento de ferramentas inovadoras voltadas para um novo público-alvo contribuiu com o movimento de inclusão financeira (COETZEE, 2009), por outro, a falta de conhecimentos e comportamentos inadequados em questões relacionadas às finanças pessoais podem transformar os produtos financeiros em armadilhas, principalmente para as populações mais vulneráveis.

Com a estabilização macroeconômica no Brasil, o volume de crédito disponível às famílias cresceu consideravelmente. Influenciada pelo bom momento da economia nacional, a concessão de crédito pelo Sistema Financeiro Nacional (SFN) observou um aumento expressivo a partir de 2003. Ivo, Cruz, Chinelato e Ziviani (2016) ilustram que o crédito destinado às pessoas físicas cresceu 372,72% de 2003 a 2008, alcançando a marca de R\$ 389,5 bilhões no último ano.

O acesso ao crédito e demais serviços financeiros é entendido como uma estratégia primordial no combate à pobreza devido ao seu papel de incentivador das atividades econômicas (FREITAS, 2013). Ciente dessa necessidade, o Banco Central do Brasil (BCB) criou o Projeto Inclusão Financeira, almejando a expansão do acesso a serviços financeiros aos diferentes segmentos da população brasileira (FELTRIM; VENTURA; DODL, 2009). Essa política apresentou bons resultados, ampliando de 65% para 86% o percentual de adultos com relacionamento ativo com uma instituição financeira formal entre os anos de 2005 e 2012 (DELOITTE, 2013). Aliados a isso, a criação do crédito consignado em folha de pagamento, a redução da taxa básica de juros Selic, que levou os bancos privados a redirecionar suas operações, e um ambiente macroeconômico favorável tiveram papel preponderante no ciclo expansivo, permitindo que a relação crédito/Produto Interno Bruto (PIB) saltasse de um patamar de 25% em 2003 para 47% em 2011 (ARAÚJO, 2013).

Esse movimento de democratização financeira, entretanto, também apresenta consequências negativas. Pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) aponta que o endividamento das famílias brasileiras atingiu 58,2% em setembro de 2016 (OLIVEIRA, 2016). A democratização financeira e o acesso ao crédito podem ter contribuído com o aumento do endividamento pessoal. O baixo nível de conhecimento dos produtos ofertados pelas instituições financeiras e comportamentos econômicos inadequados podem ser responsáveis pelo fenômeno do endividamento no Brasil. Indivíduos com poucos conhecimentos financeiros têm uma maior propensão a apresentar comportamentos financeiros ineficazes, acarretando maiores dívidas no cartão de crédito (KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015). Características sociais e demográficas também parecem influenciar o nível de endividamento das pessoas (FECOMÉRCIO, 2017).

Sob essa perspectiva, o estudo e a investigação das causas do endividamento pessoal podem colaborar na adoção de práticas e políticas públicas que visam a mitigar os aspectos negativos do crédito e contribuir com a minimização das consequências danosas do endividamento, como o aumento da pobreza na sociedade e o declínio no bem-estar dos tomadores de crédito (GUTIÉRREZ-NIETO; SERRANO-CINCA; CUESTA-GONZÁLEZ, 2017). Admitindo que o endividamento evoca sentimentos negativos como angústia, ansiedade, desespero, medo e estresse (CARVALHO; SOUSA; PEÑALOZA, 2017), neutralizar suas origens pode contribuir com o aumento da qualidade de vida de famílias em situação de fragilidade econômica.

Uma das maneiras mais disseminadas para o enfrentamento do endividamento é através da educação financeira, que, como lembram Savoia, Saito e Santana (2007), estimularia o desenvolvimento de indivíduos críticos, através da aquisição de conhecimentos, aptidões e habilidades específicas, tornando-os preparados para administrar suas finanças de maneira eficaz. O Ministério da Educação, com a introdução da educação financeira na Base Nacional Curricular Comum

da Educação Básica, deu o primeiro passo ao reconhecer a importância dessa matéria, propondo uma abordagem transversal centrada na realidade dos alunos, que trate dos problemas sociais e estimule o desenvolvimento do pensamento crítico (GIORDANO; ASSIS; COUTINHO, 2019).

Percebe-se, assim, uma lacuna na literatura: a investigação das relações entre conhecimentos, comportamentos econômicos e o nível de endividamento pessoal, este último sob a ótica dos indivíduos. A análise simultânea dos construtos Alfabetização Econômica, Atitudes em Relação ao Endividamento e Atitudes em Relação ao Consumo, assim como a consideração dos traços sociodemográficos da amostra, tem o potencial de explicar de forma mais robusta as causas do endividamento pessoal, objetivo central deste trabalho, e guiar a formulação de políticas públicas mais modernas, eficazes e eficientes.

2 ENDIVIDAMENTO

Diferentes definições e métodos de mensuração do endividamento têm dificultado o consenso entre os estudiosos que se dedicam ao assunto. Carvalho, Sousa e Peñaloza (2017) já advertem que grande parte da literatura busca compreender as causas do fenômeno, mas não aborda diretamente a construção desse construto.

Livingstone e Lunt (1992) optaram por uma aproximação mais financeira, ao identificar o endividamento como o montante que um indivíduo tem de compromissos monetários em aberto junto a uma série de fontes de financiamento, como cartões de crédito, dívidas com amigos/conhecidos, hipotecas, seguros, empréstimos bancários ou créditos em estabelecimentos comerciais. Outros pesquisadores seguiram essa abordagem de endividamento via acumulação de saldos devedores no Brasil (MOURA, 2005), na Islândia (GARDARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012) e no Reino Unido (DISNEY; GATHERGOOD, 2011).

Betti *et al.* (2007), entretanto, alertam para o fato de que essa aproximação ignora a capacidade de pagamento da dívida. Nesse contexto, outras abordagens procuraram trabalhar com uma interpretação diferente do endividamento, levando em consideração aspectos mais ligados ao comportamento dos indivíduos e com menos ênfase em saldos devedores. Lea, Webley e Walker (1995) buscaram definir o endividamento como uma incapacidade involuntária dos indivíduos de fazer os pagamentos nos prazos previamente acertados com seus credores. O endividamento, assim, parece ser resultado de uma escolha conflituosa em que os indivíduos precisam avaliar questões não somente monetárias como a taxa de juros, mas também demonstrar suas preferências e julgamentos a respeito do valor do tempo (OKADA; HOCH, 2004; MOGILNER; AAKER, 2009; OLIVEIRA; JESUS, 2013).

Portanto, parece mais adequado utilizar uma abordagem mais cognitivo-afetiva do endividamento, aproximando-se do caminho escolhido por Carvalho, Sousa e Peñaloza (2017), ao optar por analisar o significado de endividamento a partir da visão dos próprios indivíduos. Keese (2010) identificou diferenças significativas na percepção de endividamento individual e no montante de gastos com serviços de dívida, ao constatar que até fatores não financeiros influem na autoavaliação de endividamento por parte das pessoas entrevistadas. O desemprego, por exemplo, faz com que os sujeitos se sintam muito mais endividados, mesmo que apenas parte de sua renda seja efetivamente gasta com o pagamento de dívidas. Assim, a mensuração do endividamento a partir de fatores unicamente financeiros pode levar a conclusões enviesadas.

Pesquisa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Ceará (FECOMÉRCIO-CE) constatou que, entre maio de 2016 e maio de 2017, 66,41% dos consumidores adultos de Fortaleza (CE) afirmaram estar endividados. A mesma pesquisa fez um recorte da amostra, distinguindo-os de acordo com as características sociodemográficas. No acumulado até maio de 2017, as mulheres (66,2%) estão mais endividadas do que os homens (62,7%), e a faixa etária com maior número de endividados vai dos 25 a 34 anos, com pouco mais de 70% dos entrevistados

possuindo dívidas. Constatou-se também que entre os mais endividados encontram-se os indivíduos com renda familiar mensal de mais de 10 salários-mínimos (69,4%) e com o nível superior de escolaridade (65,7%), sugerindo que baixa renda e pouca escolaridade não são suficientes para explicar o endividamento pessoal (FECOMÉRCIO, 2017).

Nesse contexto, foi possível o desenvolvimento da primeira hipótese do trabalho:

H1: as características sociodemográficas impactam significativamente o nível de endividamento pessoal.

Adicionalmente, pesquisas prévias identificaram outras causas do endividamento. Os conhecimentos e habilidades (FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2013), as atitudes dos indivíduos em relação ao consumo (HAYHOE *et al.*, 2000; KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015; GARDARS-DÓTTIR; DITTMAR, 2012) e as atitudes em relação ao endividamento (FRAGA; VIEIRA, 2016) surgem como possíveis explicações do endividamento pessoal.

Interessa, então, o desenvolvimento de um cenário capaz de identificar os antecedentes do endividamento a partir da observação dos atributos sociodemográficos da amostra, além da análise de três construtos: Alfabetização Econômica, Atitudes em Relação ao Endividamento e Atitudes em Relação ao Consumo. O estudo simultâneo desses fatores traz um leque de novos entendimentos, sendo permitido identificar quais dos atributos têm maior potencial para explicar o endividamento pessoal.

3 ALFABETIZAÇÃO ECONÔMICA

Avaliar a competência das pessoas em utilizar conceitos econômicos para a tomada de decisões que afetam seu cotidiano, assim como a capacidade de interpretar eventos e políticas econômicas é o objetivo dos pesquisadores que se dedicam ao estudo da Alfabetização Econômica (DENEGRÍ *et al.*, 2016).

Um indivíduo economicamente alfabetizado deve ser capaz de: analisar o consumo de bens e serviços comparando seus custos e benefícios; identificar os incentivos econômicos que afetam a sua conduta e de seus pares; compreender a lei da oferta e da demanda, assim como a interação entre compradores e vendedores na determinação dos diferentes preços na economia; descrever o papel das instituições econômicas públicas e privadas; distinguir conceitos básicos como inflação, taxa de juros, impostos, câmbio; e identificar e avaliar os benefícios econômicos de diferentes políticas públicas (GEMPP, *et al.*, 2007).

Nesse cenário, pesquisadores buscaram construir índices confiáveis para identificar o nível de Alfabetização Econômica de diferentes setores populacionais. Gempp *et al.* (2007) desenvolveram o Teste de Alfabetização Econômica para Adultos (TAE-A), aplicando-o em uma amostra que contou com 840 adultos chilenos. O objetivo dos pesquisadores era apresentar uma versão do TAE-A que fosse capaz de apresentar requisitos aceitáveis de confiabilidade, validade, consistência interna e externa e capacidade discriminativa dos itens (GEMPP *et al.*, 2007).

Pesquisas subsequentes avaliaram a Alfabetização Econômica de diferentes segmentos populacionais. A faixa etária parece impactar diretamente no nível de educação econômica e financeira das pessoas, já que os mais jovens (KOSHAL *et al.*, 2008) e os mais velhos (LUSARDI, 2012) estão inseridos nos grupos com maior predisposição a responder erroneamente questões básicas sobre economia e finanças. Pesquisa de Grimes, Millea e Thomas (2010) constatou que a quantidade de acertos em testes de Alfabetização Econômica é influenciada pelo gênero e renda: para indivíduos do sexo masculino e com maior renda, há uma maior probabilidade de conseguir responder às questões corretamente.

Aprofundando-se no tema, pesquisadores buscaram ligações entre Alfabetização Econômica e atitudes em relação ao endividamento e ao consumo. Herrera, Estrada e Denegri (2011), por

exemplo, observaram uma correlação negativa entre Alfabetização Econômica e endividamento hedonista. Outros estudos constataram uma menor incidência de consumo impulsivo nos indivíduos com um maior nível de Alfabetização Econômica (DENEGRÍ *et al.*, 2016; DENEGRÍ; GÓMEZ; ARAVENA, 2010).

Tendo em vista que a economia preconiza a análise racional dos custos e benefícios de qualquer atividade que envolva a alocação de recursos (PINDYCK; RUBINFELD, 2006), é razoável imaginar que indivíduos com altos índices de Alfabetização Econômica tomem atitudes coerentes e reflexivas no que tange às decisões sobre consumo e crédito, estando menos sujeitos ao fenômeno do endividamento. Com isso, presume-se que:

H2: a Alfabetização Econômica impacta negativamente o nível de endividamento pessoal.

4 ATITUDES EM RELAÇÃO AO ENDIVIDAMENTO

As expectativas dos consumidores parecem exercer uma forte influência na propensão ao endividamento. Katona (1960) averiguou que o otimismo do consumidor leva ao desejo de comprar mais bens e serviços, mesmo que essa aquisição seja realizada através de financiamentos onerosos. O autor identificou ainda que as famílias planejam a contratação de dívidas com base na expectativa de suas rendas futuras, e não em função de suas rendas atuais (KATONA, 1960). Dessa forma, parece que existem comportamentos e atitudes favoráveis ao endividamento que afetam de maneira concreta a tomada de decisão das famílias em relação à contratação de financiamentos.

Livingstone e Lunt (1992) encontraram evidências de que fatores atitudinais são preditores importantes da quantidade de débito ou da probabilidade que os sujeitos têm de quitar suas dívidas. Diante desse contexto, Lea *et al.* (1993) definiram atitudes em relação ao endividamento como as condutas de aprovação ou reprovação frente à obtenção de dívidas. Com isso, um indivíduo pode ser pró ou contra o crédito de acordo com o seu modo de agir.

Em oposição a essa visão unidimensional de que cada indivíduo deve ser unicamente contra ou a favor das dívidas, Denegri *et al.* (2012) desenvolveram, validaram e atualizaram uma escala de Atitudes em Relação ao Endividamento. Compreendendo que as atitudes em relação ao endividamento significam práticas de aceitação ou o grau de aprovação frente ao endividamento, o instrumento criado permitiu a identificação de dois perfis diferentes: austero e hedonista (DENEGRÍ *et al.*, 2012).

Indivíduos austeros, dessa forma, seriam aqueles que enfrentam com cautela o endividamento e orientam-se para um manejo mais tradicional de seus recursos financeiros, baseado na poupança e em evitar o uso do crédito. Já os hedonistas seriam os indivíduos em que predominam as atitudes positivas em relação ao uso do crédito e endividamento (DENEGRÍ *et al.*, 2012).

Assim, diversos estudos foram realizados para identificar as causas, consequências e diferenças sociodemográficas na atitude em relação ao endividamento (CHIGUAY; DENEGRÍ; ESCOBAR, 2016; HERRERA; ESTRADA; DENEGRÍ, 2011; ORTEGA *et al.*, 2005; NICACIO, 2008; CARVALHO *et al.*, 2015). Observou-se que uma atitude favorável em relação ao endividamento era percebida mais fortemente nas famílias com menores níveis de renda (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016). Os homens parecem apresentar atitudes mais hedonistas em relação ao endividamento, enquanto as mulheres demonstram comportamentos mais austeros no contato com as dívidas (CHIGUAY; DENEGRÍ; ESCOBAR, 2016).

Admite-se, então, que a atitude em relação ao endividamento é um fator determinante para o nível de endividamento dos indivíduos, concordando com outros autores que seguiram interpretação semelhante (GERHARD *et al.*, 2015; CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016; KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015; MOURA *et al.*, 2016; FRAGA; VIEIRA, 2016). Numa sociedade que privilegia o agora, muitas vezes o endividamento é fruto de uma escolha, em que o consumo hoje é preferível ao consumo amanhã. Essa preferência intertemporal reflete-se em atitudes mais positi-

vas frente ao endividamento, compreendido como mecanismo facilitador da satisfação dos desejos e necessidades de consumo imediatos.

Pressupõe-se, assim, que os sujeitos com atitudes hedônicas ou favoráveis em relação ao endividamento serão mais propensos a apresentar um maior nível de dívidas pessoais. De maneira inversa, indivíduos com atitudes austeras e cautelosas em relação ao endividamento devem demonstrar um menor índice de endividamento. Dessa forma, propõem-se que:

H3: atitudes hedônicas em relação ao endividamento impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.

H4: atitudes austeras em relação ao endividamento impactam negativamente o nível de endividamento pessoal.

5 ATITUDES EM RELAÇÃO AO CONSUMO

O debate acadêmico, tendo em vista o desenvolvimento de teorias para explicar o consumo dos indivíduos, é robusto e envolveu autores proeminentes como Keynes, Duesenberry e Friedman (PALLEY, 2010). No início do século passado, Keynes (1936) propôs que o consumo das famílias é função da sua renda permanente. Já Duesenberry (1949) alertava para o fato de que, uma vez alcançado um certo nível de consumo, era difícil para as famílias aceitar reduzir esse padrão, mesmo em tempos de restrições econômicas. O crédito, nesse sentido, pode atuar como instrumento de antecipação do consumo ao comprometer parcela da renda permanente futura para fazer frente a necessidades presentes, aumentando a participação do consumo sobre a renda (ARON *et al.*, 2012).

Consumir é uma ação que envolve atividades físicas, mentais e emocionais que os indivíduos praticam com a finalidade de satisfazer suas necessidades e desejos (HERRERA; ESTRADA; DENEGRI, 2011). É coerente, dessa forma, falar de atitudes em relação ao consumo, definido por Denegri, Aravena e Bello (2011) como juízos de valor emitidos pelo sujeito a respeito do consumo e da realização dos desejos de compra, que podem ser positivos, negativos ou neutros. As atitudes em relação ao consumo são as práticas que incidem no comportamento dos indivíduos e influenciam sua postura durante a tomada de decisões de consumo (DENEGRI *et al.*, 2014).

Na tentativa de compreender com maior profundidade os hábitos e as atitudes em relação ao consumo, estudos foram realizados para elaborar instrumentos capazes de quantificar esse comportamento (DENEGRI *et al.*, 1999; ORTEGA; RODRÍGUEZ-VARGAS, 2004). Luna e Fierres (1998), diante desse desafio, desenvolveram escala para avaliar as práticas dos indivíduos no ato da compra, que se mostrou robusta com o surgimento de três fatores: racionalidade, impulsividade e compulsividade.

A compra racional (ou reflexiva) é aquela em que o indivíduo é capaz de utilizar critérios objetivos de avaliação na hora de escolher um bem ou serviço. Por impulsividade entende-se o ato de adquirir produtos de forma irreflexiva. A compra impulsiva refere-se a um comportamento do indivíduo orientado à sua satisfação material ou psicológica, de forma mais emocional do que racional. Ademais, é um fenômeno social que se liga a uma concepção materialista e pouco cognitiva do consumidor, incapaz de resistir às estratégias comerciais. A compulsividade, destarte, seria um caso excepcional de comportamento impulsivo extremo, chegando a assumir, em diversas situações, um caráter patológico (QUINTANILLA; LUNA; BERENGUER, 1998; LUNA-AROCAS; ARRIETA; BOTERO, 2004).

O aperfeiçoamento da instrumentalização das atitudes em relação ao consumo motivou estudos que buscaram compreender suas causas e consequências, além de identificar possíveis diferenças sociodemográficas existentes entre os diversos segmentos populacionais. Jurado, Sejnau e Uríbe-Rodríguez (2011) identificaram tendências de compras impulsivas em jovens que, em várias situações, tomam decisões impulsivas, não conseguem evitar de comprar certos produtos, não fazem compras planejadas, gastam mais do que deveriam e levam em consideração o prazer que a

compra lhes proporciona. Em relação a diferenças de gênero, estudo de Garza *et al.* (2016) encontrou evidências de que as mulheres apresentam uma maior tendência às compras desnecessárias, gastam mais do que têm e estão mais propensas a se sentirem felizes após o ato da compra do que os homens. Apesar disso, algumas pesquisas notaram um padrão ambivalente nas mulheres, coexistindo nelas atitudes racionais, impulsivas e compulsivas (DENEGRÍ *et al.*, 2014; DENEGRÍ; ARAVENA; BELLO, 2011). Por sua vez, funcionários públicos homens do município de Punta Arenas, no Chile, apresentaram uma pontuação alta nos comportamentos de consumo reflexivo e intermediária no comportamento impulsivo (HERRERA; ESTRADA; DENEGRÍ, 2011).

Com relação aos aspectos comportamentais, Denegri *et al.* (2014) encontraram evidências de uma forte correlação entre materialismo e impulsividade e compulsividade, sugerindo que indivíduos materialistas estariam mais propensos a atitudes irreflexivas de compra.

Algumas pesquisas procuram demonstrações de uma possível correlação entre atitudes em relação ao consumo e endividamento. Estudo do Serviço de Proteção ao Crédito no Brasil (SPC BRASIL, 2014) indica que os atos de compra têm interferência direta no nível de endividamento dos consumidores. De forma semelhante, as compras compulsivas são influenciadoras do endividamento (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016).

Assumindo os pressupostos de que atitudes impulsivas e compulsivas de consumo estão ligados ao materialismo (DENEGRÍ *et al.*, 2014) e de que o materialismo é um preditor confiável do endividamento (GARDARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012), é razoável supor que a impulsividade e a compulsividade dos indivíduos estariam diretamente relacionadas com o nível de endividamento pessoal – atitudes irreflexivas acarretariam contração de dívidas para o financiamento do consumo. De forma inversa, acredita-se que as atitudes racionais de consumo seriam determinadas por pesquisas prévias de preços, planejamento de gastos e resistência às estratégias de marketing, reduzindo as possibilidades dos indivíduos em incidir em despesas maiores do que suas condições orçamentárias. Nesse cenário, investigam-se as hipóteses de que:

H5: atitudes racionais em relação ao consumo impactam negativamente o nível de endividamento pessoal.

H6: atitudes impulsivas em relação ao consumo impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.

H7: atitudes compulsivas em relação ao consumo impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.

6 METODOLOGIA

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, utilizando um levantamento do tipo *survey* para coleta de dados. A fim de sumarizar e facilitar a compreensão do modelo teórico proposto, desenvolveu-se equação para auxiliar na identificação dos instrumentos mais adequados para a coleta de dados e posterior realização de análises estatísticas. Na regressão logística, a probabilidade de ocorrência de um evento pode ser estimada através de uma equação, como a demonstrada em (1.1):

$$P(END = 1) = \frac{1}{1 + e^{-g(x)}} \quad (1.1)$$

Onde:

$$g(x) = B_0 + B_1AE + B_2AUS + B_3HED + B_4RAC + B_5IMP + B_6COM + B_7IDA + B_8GEN + B_9NSE + B_{10}PRE$$

Pela própria natureza dos dados a que o estudo teve acesso, optou-se por uma estratégia de seleção de variáveis observáveis, quando se espera que um conjunto de dados selecionados pelo pesquisador tenham capacidade de influenciar no fenômeno de interesse da pesquisa (BARROS; REIS; RODRIGUEZ, 1990; RIBAS; SOARES, 2010). Assim, como variáveis explicativas do Endividamento (END), foram utilizadas Alfabetização Econômica (AE), Austeridade (AUS), Hedonismo (HED), Racionalidade (RAC), Impulsividade (IMP), Compulsividade (COM), Idade (IDA), Gênero (GEN), Nível Socioeconômico (NSE) e a Presença de um Cônjuge no ambiente familiar (PRE).

As variáveis AUS, HED, RAC, IMP e COM são latentes, formadas a partir da manifestação de cada indivíduo aos itens que compõem as escalas utilizadas para mensurá-las. AUS e HED referem-se à forma como as pessoas percebem o endividamento. Quanto maior a manifestação de AUS, mais o indivíduo entende o endividamento sob a ótica da austeridade, ou seja, acredita que o crédito deve ser utilizado com cautela, moderação e sobriedade. Já para HED o efeito é oposto. Quanto maior o índice, mais as pessoas enxergam o crédito como algo prazeroso, que traz satisfação, entusiasmo e poder. As variáveis RAC, IMP e COM são relacionadas aos hábitos de consumo dos indivíduos. Quanto maior o valor manifestado, mais os sujeitos consomem de forma racional, impulsiva ou compulsiva respectivamente.

Para quantificar os construtos utilizados na pesquisa, foram selecionadas três escalas distintas, exibidas no Anexo A: (1) Teste de Alfabetização Econômica para adultos (TAE-A), adaptada de Gempp *et al.* (2007), para medir o nível de Alfabetização Econômica dos indivíduos; (2) Escala de Atitudes em Relação ao Endividamento, de Denegri *et al.* (2012), utilizada para identificar Austeridade ou Hedonismo em relação ao endividamento; e (3) Escala de Atitudes em Relação ao Consumo, de Luna e Fierres (1998), desenvolvida para diferenciar os hábitos Racionais, Impulsivos e Compulsivos de consumo.

O questionário ainda incorporou mais dois blocos de perguntas que possibilitaram determinar a situação de endividamento de cada indivíduo, assim como delinear o perfil sociodemográfico da amostra, através de questionamentos que levantaram informações sobre a idade, o gênero, o estado civil e o nível socioeconômico de cada participante.

Cada escala permitia uma variação de respostas de acordo com o modelo *Likert*, sendo opções de marcação o intervalo de 01 a 05. Em relação ao TAE-A, esse instrumento consiste em 25 perguntas, em que cada questão contém quatro alternativas de respostas disponíveis, sendo apenas uma delas correta.

No intuito de identificar o nível de endividamento da amostra, optou-se por indagar diretamente aos respondentes se eles possuíam alguma dívida no dia da aplicação do questionário, utilizando uma abordagem em que o endividamento pessoal seria mensurado segundo os critérios de avaliação de cada entrevistado. Dessa forma, eram opções de resposta: ‘0 – Não possuo dívidas’ e ‘1 – Posso alguma(s) dívida(s)’.

Foram distribuídos 1.100 questionários a indivíduos maiores de 18 anos, residentes nas cidades de Fortaleza, Redenção, Acarape e Iguatu, em uma amostragem por conveniência. Apesar de desvantagens em relação a amostragens probabilísticas quanto à generalização dos resultados, a amostragem não probabilística é menos dispendiosa e bastante adequada para examinar questões e tendências comportamentais (JAGER; PUTNICK; BORNSTEIN, 2017). Devido a falhas no preenchimento das informações, 176 inquéritos foram descartados, fazendo com que a amostra acumulasse um total de 924 questionários válidos. Participaram da pesquisa estudantes universitários e profissionais com formação acadêmica de nível médio ou superior, optando-se por não incluir na amostra produtores rurais ou indivíduos analfabetos. O desconhecimento de vocábulos que fazem parte dos instrumentos utilizados assim como a forma de comunicação específica da região em que os participantes residem poderiam comprometer os resultados da análise, gerando respostas desconectadas da realidade ou escolhidas ao acaso (ALBUQUERQUE; SOUSA; MARTINS, 2010).

Como procedimentos de análise multivariada dos dados, foram utilizadas duas técnicas específicas. De início, realizou-se uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) das duas escalas para redução empírica do número de dados, deixando a análise mais parcimoniosa através da identificação de variáveis latentes que podem explicar a natureza e o movimento das variáveis observadas (HAYTON; ALLEN; SCARPELLO, 2004).

Após, empregou-se a Regressão Logística, técnica que permite investigar a relação entre variáveis explicativas e uma variável dependente binária. Esse método tem como proposta estimar a ocorrência de determinado evento, tomando como base uma série de elementos que seriam capazes de prever o movimento da variável dependente (FÁVERO *et al.*, 2009).

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os sujeitos inquiridos na pesquisa foram agrupados de acordo com suas características socio-demográficas. Com relação ao gênero, 48,53% dos respondentes são do sexo masculino, enquanto 51,47% são do sexo feminino. A idade média da amostra foi de 26,46 anos. Gênero e idade média da amostra parecem refletir o perfil da população cearense (IPECE, 2017).

Entre os respondentes, 23,77% afirmaram viver com um cônjuge, enquanto 76,23% não tinham um companheiro na época da pesquisa (solteiros, separados ou viúvos). Tratando-se dos níveis socioeconômicos (NSE), percebeu-se uma concentração dos indivíduos nos estratos CB (médio) e CA (médio-alto), conforme classificação da escala ESOMAR, em que esses dois segmentos acumularam 45,10% do total de participantes da pesquisa (ADIMARK, 2000).

Referente ao nível de endividamento pessoal, os resultados encontrados aproximam a amostra do cenário identificado pela FECOMÉRCIO-CE, que apontou um nível de endividamento na casa dos 65,1% em dezembro de 2017 (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017), enquanto 61,15% dos indivíduos da pesquisa afirmaram estar endividados, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Classificação da amostra por nível de endividamento

Você Está Endividado(a)?	Frequência	Percentual	Cum.
Nada	359	38,85	38,85
Possuo Alguma(s) Dívida(s)	565	61,15	100,00
Total	924	100,00	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Já em relação à quantidade de acertos no TAE-A, verificou-se que os resultados da amostra divergiram daqueles encontrados por Japelli (2010) para o nível de Alfabetização Econômica no Brasil. Para o autor, o percentual de acerto dos brasileiros no teste ficou um pouco abaixo dos 50%, enquanto, na amostra levantada, a média de acertos ficou em torno dos 63,15% (15 questões respondidas corretamente dentre um máximo de 25). Convém lembrar que o teste utilizado por Japelli (2010) difere do instrumento que foi aplicado no presente trabalho, o que pode ter contribuído com a variedade dos resultados. A Tabela 2 traz um panorama do índice de Alfabetização Econômica da amostra.

Tabela 2 – Nível de alfabetização econômica da amostra

Variável	N	Média	Desvio Padrão	Min	Máx
TAE-A Acertos	924	15,78896	3,785965	4	24

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os demais construtos puderam ser observados após a realização das AFEs em cada escala. As análises foram realizadas de acordo com os procedimentos comumente recomendados – a extração dos fatores seguiu o método da análise de componentes principais e a rotação utilizada foi a Varimax (HAIR *et al.*, 2009).

A escala de atitudes em relação ao consumo apresentou boa consistência interna (KMO = 0,837 e 64,369% da variância total explicada) e, assim como na pesquisa de Luna e Fierres (1998), resultou em três fatores: Compulsividade ($\alpha = 0,864$), Impulsividade ($\alpha = 0,740$) e Racionalidade ($\alpha = 0,748$). Foram retirados os itens 01, 08, 09, 10, 11 e 15, por apresentarem padrões abaixo do recomendado em comunalidades e, dessa forma, garantir uma maior robustez estatística aos construtos.

A escala de atitudes em relação ao endividamento apresentou resultados mais modestos (KMO = 0,615 e 56,391% da variância total explicada), dentro dos padrões mínimos aceitáveis (HAIR *et al.*, 2009). Conforme previsto na literatura, a escala mostrou-se bidimensional, coincidindo com os achados de Denegri *et al.* (2012). Foram retirados os itens 03, 04, 07, 10 e 11, por exibirem valores baixos de comunalidades, sendo identificados dois fatores: Austeridade ($\alpha = 0,657$) e Hedonismo ($\alpha = 0,591$).

Estabelecidos os comportamentos econômicos latentes através da AFE, a pesquisa acrescentou a esses os dados sociodemográficos e os níveis de alfabetização econômica da amostra como variáveis independentes que teriam, de acordo com a literatura investigada, impactos no endividamento pessoal. Para avaliar o impacto de cada variável preditora na variável dependente, bem como um ajuste global do modelo proposto, optou-se pela aplicação da Regressão Logística.

A estimação da regressão usou como procedimento a máxima verossimilhança, maximizando a probabilidade de que um evento ocorra. Esse processo é utilizado em regressão logística por conta da natureza não linear entre as variáveis. O ajuste do modelo foi realizado a partir da análise do valor de verossimilhança, utilizando o valor do seu logaritmo como padrão de avaliação do procedimento de estimação da máxima verossimilhança (HAIR *et al.*, 2009).

Antes da estimação da regressão, é necessário conferir se as variáveis atendem aos pressupostos de multicolinearidade. Fávero *et al.* (2009) recomendam que o valor máximo para o VIF seja igual a 5, e que valores de Tolerância abaixo de 0,2 deveriam ser rejeitados. Nesse contexto, todas as variáveis apresentaram padrões adequados de multicolinearidade.

A probabilidade de se encontrar, ao acaso, um indivíduo com dívidas na amostra é de 61,1%. Dessa forma, a regressão busca melhorar esse índice de classificação, verificando se as variáveis tidas como predictoras são estatisticamente adequadas para desvincular os endividados dos seus pares não endividados.

Aplicou-se, inicialmente, uma regressão logística simultânea, com a inclusão de todas as variáveis no modelo. Esse método é recomendado quando o objetivo do estudo é explorar possíveis interações referenciadas pela teoria (CANELA, 2007). Antes da estimação dos coeficientes, o modelo informa o *Step 0*, que funciona como uma comparação, em que se contrapõem a capacidade preditiva da variável dependente ao acaso com aquela derivada da fórmula matemática proposta (*Step 1*). Esse *Step* também serve como um indicativo de quais variáveis possuem um coeficiente significativamente diferente de zero, a partir da realização do teste de Wald. A Tabela 3 apresenta o resultado dos testes para cada variável independente.

Tabela 3 – Teste Wald Variáveis Independentes

	Variáveis	Score	df	Sig.
Step 0	Gênero	0,034	1	0,855
	Idade	23,987	1	0,000
	N. Socioeconômico	0,033	1	0,855
	Alf. Econômica	0,004	1	0,952
	Compulsividade	9,860	1	0,002
	Impulsividade	3,709	1	0,054
	Racionalidade	0,783	1	0,376
	Austeridade	4,707	1	0,030
	Hedonismo	20,307	1	0,000
	Presença Cônjuge	19,070	1	0,000
Estatísticas Gerais		77,031	10	0,000

Fonte: Elaborado pelos autores.

Percebe-se que as variáveis Gênero (GEN), Nível Socioeconômico (NSE), Alfabetização Econômica (AE) e Racionalidade (RAC) não apresentaram critérios mínimos de significância estatística para inclusão no modelo. Esse resultado confirma alguns estudos prévios, na medida em que homens e mulheres parecem atuar de forma semelhante na contração de dívidas (FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2013). Além disso, o endividamento é um fenômeno que atinge os diferentes estratos da população, independentemente do nível socioeconômico do indivíduo (FECOMÉRCIO, 2017).

A ausência de impacto da Alfabetização Econômica sobre o endividamento pode ser uma demonstração do que Thaler (2015) denomina de viés do otimismo, no qual as pessoas teriam uma propensão exagerada de confiar em suas próprias habilidades. Pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC BRASIL, 2018) confirma esse cenário, ao apontar que 51% dos brasileiros avaliam ter um grau ótimo ou bom para gerenciar seu dinheiro e que 21% confiam na própria memória para gerir seus recursos financeiros. O otimismo excessivo parece contagiar até profissionais experientes, afetando o desempenho de fundos de ações no mercado brasileiro (CARNEIRO; LEAL, 2017). A Tabela 4 mostra, nesse contexto, que os indivíduos com as maiores notas no TAE-A foram justamente aqueles que informaram possuir dívidas, embora a diferença não seja estatisticamente significativa.

Tabela 4 – Alfabetização econômica por grupo de endividados ou não

Grupo	Média	Desvio Padrão	(95% Interv. Confiança)	
Sem Dívidas	15,76045	3,707684	15,37561	16,14528
Possuo Alguma Dívida	15,80708	3,838026	15,48993	16,12423
Comb.	15,78896	3,785965	15,54453	16,03339
Diff	-0,46634		-0,5446487	0,4513808

Fonte: Elaborado pelos autores.

Notas: t = -0,1838; p-valor = 0,4271; graus de liberdade = 781,496.

A racionalidade em relação ao consumo também não apresenta indícios de que seja capaz de impactar a contração de dívidas. O processo decisório que maximizaria a tomada de decisões de consumo pode estar sendo afetado por diversos fatores internos e externos, limitando a capacidade cognitiva dos indivíduos (KAHNEMAN, 2012) e levando-os, conseqüentemente, a uma situação de endividamento.

Para aumentar a força e a robustez da equação, essas variáveis foram excluídas da análise, já que se espera que a entrada de variáveis no modelo siga critérios de ajuste empíricos (CANELA, 2007). Verificou-se uma melhora no ajuste global do modelo, no qual o valor de -2LL foi reduzido de 1169,00 para 1128,32.

As Tabelas 5 e 6 apresentam os parâmetros da regressão logística ajustada. O teste de Omnibus (sig. < 0,05) é o primeiro exame da validação estatística do modelo. Ele funciona a partir de uma lógica semelhante ao teste de Wald. Diferencia-se por testar a hipótese de que todas as variáveis possuem o coeficiente igual a zero. Assim, é considerado uma prova do modelo global, por avaliar todas as variáveis em conjunto (GOEMAN; CESSIE, 2006). Nessa regressão, constata-se que o ajuste geral do modelo seria adequado para mensurar o nível de endividamento dos indivíduos. Já o teste de Hosmer e Lemeshow (sig. > 0,05) verifica se existem diferenças significativas entre as classificações realizadas pelo modelo proposto e a realidade observada (ARCHER; LEMESHOW, 2006). Quando da construção de um sistema, espera-se rejeitar a hipótese nula de que não haja distinções entre os resultados previstos pela equação e os resultados observados a partir dos dados amostrais, o que ocorreu com o modelo proposto.

Tabela 5 – Teste Omnibus dos Coeficientes do Modelo

		Chi-Square	Df	Sig.
Step 1	Step	78,060	6	0,000
	Block	78,060	6	0,000
	Model	78,060	6	0,000

Fonte: Elaborado pelos autores.

Tabela 6 – Teste de Hosmer e Lemeshow

Step	Chi-Square	Df	Sig.
1	9,537	8	0,299

Fonte: Elaborado pelos autores.

Outros indicativos da qualidade do modelo podem ser constatados a partir do resultado do teste Nagelkerke R^2 (0,113) e do fato de que a equação identificou corretamente 83,5% dos indivíduos em situação de endividamento.

Os coeficientes da regressão são apresentados na Tabela 7. Compulsividade (COM), Impulsividade (IMP), Hedonismo (HED) e a Presença de um Cônjuge no ambiente familiar (PRE) obtiveram padrões aceitáveis de significância estatística no teste Wald, ao passo que o impacto da Austeridade (AUS) no endividamento pessoal deve ser visto com cautela em decorrência dos resultados alcançados (sig. > 0,05).

Tabela 7 – Variáveis na Regressão Logística

	Variáveis	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Idade	0,036	0,010	11,94	1	0,001	1,036
	Compulsividade	0,243	0,077	10,04	1	0,002	1,275
	Impulsividade	0,199	0,074	7,221	1	0,007	1,22
	Austeridade	-0,114	0,076	2,217	1	0,136	0,893
	Hedonismo	0,335	0,074	20,72	1	0,000	1,397
	Presença Cônjuge	0,523	0,202	6,686	1	0,010	1,687
	Constant.	-0,590	0,259	5,201	1	0,029	0,555

Fonte: Elaborado pelos autores.

Identificou-se que a idade impacta de forma marginal, porém significativa, o endividamento. Os indivíduos mais velhos estariam mais propensos à contração de dívidas. A influência da idade sobre o endividamento ainda não está bem esclarecida, tendo em vista a existência de resultados diferentes na literatura sobre a direção dessa correlação (HAYHOE *et al.*, 2000; LIVINGSTONE; LUNT, 1992; LEA; WEBLEY; WALKER, 1995; FRAGA; VIEIRA, 2016).

A compulsividade no consumo parece exercer influência no endividamento pessoal. Campara, Vieira e Ceretta (2016) chegaram a conclusões semelhantes ao observar um maior endividamento nas pessoas que apresentaram uma tendência ao consumo compulsivo. Como a compulsividade está ligada a um comportamento patológico de enxergar as compras como algo imprescindível na vida das pessoas, é razoável supor que aqueles indivíduos que apresentam traços desse comportamento estariam mais propensos ao endividamento.

A literatura levantou a hipótese de que os indivíduos com atitudes impulsivas de consumo estariam mais sujeitos ao endividamento – circunstância que foi observada nos dados amostrais, em que se constatou que a impulsividade influencia positivamente o endividamento pessoal. O SPC Brasil (2014) identificou o mesmo fenômeno quando verificou que as pessoas que têm como hábito fazer compras por impulso apresentam maiores dívidas.

Partindo para as atitudes em relação ao endividamento, as pessoas que enxergam o crédito levando em consideração seus princípios objetivos, racionais e práticos apresentam uma menor propensão ao endividamento. Em suma, comportamentos austeros tem um impacto negativo na contração de dívida por parte dos respondentes. A relação inversa entre austeridade e endividamento também foi percebida em pesquisas prévias (CHIGUAY; CORIA; ESCOBAR, 2016).

Já o hedonismo atua de forma inversa, tendo um impacto positivo no endividamento. Esse resultado é semelhante ao de diversos estudos que sublinharam o caráter comportamental do endividamento, enfatizando que uma renda insuficiente não seria o único preditor confiável do endividamento pessoal (GERHARD *et al.*, 2015; CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016; KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015; MOURA *et al.*, 2016; FRAGA; VIEIRA, 2016). Assim, aquelas pessoas que percebem o endividamento sob uma ótica mais emocional e o julgam a partir de critérios subjetivos estariam mais propensas a estarem endividadas.

O ambiente familiar também parece ser uma fonte motivadora do endividamento. O modelo constatou que a companhia do cônjuge no lar influencia positivamente o endividamento. Esse é um fato que merece uma análise mais detalhada, já que, em tese, indivíduos casados teriam a renda do companheiro como forma de auxiliar nas despesas de casa, ao contrário dos sujeitos solteiros, separados ou viúvos. Trabalho de Livingstone e Lunt (1992) percebeu que os indivíduos em classes sociais mais baixas estariam mais propensos a ter dívidas, mas esse resultado só foi consistente naquelas residências em que o cônjuge do respondente pertencia a uma classe social mais elevada. A influência do casamento no endividamento merece uma atenção especial em estudos futuros.

A Tabela 8 traz um resumo das hipóteses desenvolvidas e os resultados encontrados no trabalho.

Tabela 8 – Resumo das hipóteses da pesquisa

Hipóteses	Situação Verificada	Hipóteses
H1	Características sociodemográficas impactam significativamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese aceita parcialmente
H2	Alfabetização Econômica impacta negativamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese rejeitada
H3	Atitudes hedônicas em relação ao endividamento impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese aceita
H4	Atitudes austeras em relação ao endividamento impactam negativamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese aceita com ressalvas
H5	Atitudes racionais em relação ao consumo impactam negativamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese rejeitada
H6	Atitudes impulsivas em relação ao consumo impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese aceita
H7	Atitudes compulsivas em relação ao consumo impactam positivamente o nível de endividamento pessoal.	Hipótese aceita

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os comportamentos, mais do que os conhecimentos, parecem interferir nas decisões de endividamento dos indivíduos. Atitudes, hábitos e sentimentos podem ter efeito marcante nas tomadas de decisão, impactando significativamente tanto as escolhas de investimento (VIEIRA, 2016) como até a própria sobrevivência das empresas (PRIEGO; LIZANO; MADRID, 2014), devendo ser alvo de políticas públicas que busquem melhorar o bem-estar socioeconômico dos indivíduos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa se propôs a investigar o impacto da Alfabetização Econômica, Atitudes em Relação ao Endividamento, Atitudes em Relação ao Consumo e traços sociodemográficos sobre o endividamento pessoal. A ampliação e democratização do crédito, bem como a adoção de políticas de inclusão financeira vistos nos últimos anos no Brasil podem ter potencializado o nível de endividamento. Diante desse cenário, buscou-se analisar se a contração de dívidas por parte dos indivíduos estaria ligada a uma carência de conhecimentos econômicos, a comportamentos em relação ao consumo e ao endividamento que impulsionariam atitudes pró-dívida ou a características pessoais.

Observou-se que a alfabetização econômica não seria um indicador confiável do endividamento pessoal. A ocorrência desse cenário pode estar ligada a um otimismo excessivo por parte dos respondentes na sua capacidade de controlar suas finanças. Indivíduos com maiores pontuações no TAE-A parecem confiar demasiadamente nos seus conhecimentos econômicos, deixando de perceber que alguns hábitos podem estar levando-os a uma situação de endividamento.

Em relação aos hábitos de compra, o consumo compulsivo, na medida em que representa uma necessidade quase patológica de o indivíduo sair às compras em determinadas ocasiões, afeta positivamente o endividamento. Pessoas com altos níveis de consumo compulsivo estão mais propensas a apresentarem dívidas.

Da mesma forma, o consumo impulsivo também exerce uma influência direta no endividamento pessoal. Por se tratar de um comportamento de compras que busca atender desejos imediatos e suprir anseios emocionais, os indivíduos com maiores índices de consumo impulsivo estão mais propensos a contrair dívidas.

Também foram avaliadas as atitudes em relação ao endividamento dos entrevistados. Algumas pessoas percebem o endividamento sob uma ótica mais cautelosa, observando seus aspectos práticos, objetivos e utilitários. Os comportamentos de austeridade frente às dívidas têm impacto negativo no endividamento pessoal.

Contrariamente, o hedonismo em relação ao endividamento é fator propulsor do próprio endividamento. Os indivíduos que apresentaram indícios de comportamento hedonista estão mais propensos a ter dívidas. É razoável imaginar que as pessoas que enxergam algumas características do crédito mais ligadas ao desejo, aspiração e emoção, estariam mais propensas a contrair dívidas com o intuito de satisfazer suas necessidades mais prementes, sendo pouco dispostas a adiar o consumo e observar os critérios mais objetivos de um empréstimo.

Já em relação aos aspectos socioeconômicos da amostra, essa característica se mostrou incapaz de indicar com eficiência estatística se determinado sujeito estaria ou não endividado. Esse resultado agrega evidências a uma crescente vertente teórica que procura demonstrar que a renda, por si só, não é causa do endividamento pessoal, tendo em vista as demonstrações de que esse fenômeno acomete as diferentes classes sociais. O endividamento não se combate apenas com aumento de renda das pessoas, mas principalmente com a mudança de hábitos e atitudes em relação ao crédito e ao consumo.

A idade aparece como importante atributo capaz de influenciar positivamente o endividamento. Essa observação é importantíssima para o desenho de políticas públicas, tendo em vista que no estado do Ceará há muitos domicílios chefiados por idosos, tornando a aposentadoria a principal

fonte de renda familiar. O endividamento dos idosos pode impactar diretamente no bem-estar financeiro dos lares cearenses.

Algumas evidências mostram uma maior propensão ao endividamento nas pessoas que residem com o cônjuge (casados) do que entre aquelas que não têm companheiro (solteiros, separados e viúvos). Em tese, seria coerente esperar que o fato de uma pessoa viver com o cônjuge traria um alívio na situação financeira, já que existe a eventualidade de uma fonte de renda adicional colaborando com as despesas mensais. Essa situação, entretanto, não se verificou, talvez por falhas de comunicação entre os cônjuges, ou cada pessoa credite ao companheiro a responsabilidade de um comportamento mais austero em relação ao consumo e ao endividamento.

Apreende-se, nesse contexto, que os conhecimentos econômicos e o nível socioeconômico não impactam de forma significativa o endividamento pessoal. Em contrapartida, as atitudes econômicas dos sujeitos, principalmente compulsividade, impulsividade e hedonismo mostraram indícios de que afetam positivamente o endividamento pessoal, assim como as características demográficas idade e estado civil. Políticas públicas que busquem reduzir o endividamento pessoal devem levar em conta os aspectos comportamentais dos indivíduos. Ações que simplesmente transmitam informações sobre finanças aos cidadãos correm o risco de ser ineficazes, caso desconsiderem os impactos das atitudes em relação ao consumo e ao endividamento das pessoas.

Os efeitos identificados na pesquisa, entretanto, não devem ser vistos sem considerar suas limitações. Algumas das relações investigadas não alcançaram critérios mínimos de admissibilidade, seguindo regras estatísticas convencionais. Importante salientar, porém, que a impossibilidade de trabalhar com o método de amostragem probabilística pode ter reduzido alguns impactos das variáveis preditoras sobre o endividamento pessoal.

Como sugestões para futuras pesquisas, recomenda-se a utilização de técnicas probabilísticas de seleção de amostras, como forma de aumentar a representatividade da pesquisa. Sugere-se, também, uma investigação mais profunda das finanças familiares, de forma a compreender melhor quais os motivos que levaram a presença de um cônjuge a impactar positivamente o endividamento.

REFERÊNCIAS

- ADIMARK. El Niveo Socio Económico Esomar. **Manual de Aplicación**. Disponível em: <http://www.microweb.cl/idm/documentos/ESOMAR.pdf>. Acesso em: 09 set. 2018.
- ALBUQUERQUE, F. J. B.; SOUSA, F. M.; MARTINS, C. R. Validação das escalas de satisfação com a vida e afetos para idosos rurais. **Psicologia**, v. 41, n. 1, p. 85-92, 2010.
- ARAÚJO, V. L. Preferência pela Liquidez do Setor Bancário no Ciclo de Expansão do Crédito no Brasil: 2003-2010. **Análise Econômica**, v. 31, n. 59, p. 47-75, 2013.
- ARCHER, K. J.; LEMESHOW, S. Goodness-of-fit test for a logistic regression model fitted using survey sample data. **The Stata Journal**, v. 6, n. 1, p. 97-105, 2006.
- ARON, J.; DUCA, J. V.; MUELLBAUER, J.; MURATA, K.; MURPHY, A. Credit, housing collateral, and consumption: Evidence from Japan, the UK, and the US. **Review of Income and Wealth**, v. 58, n. 3, p. 397-423, 2012.
- BADER, M.; SAVOIA, J. R. F. Logística da Distribuição Bancária: Tendências, Oportunidades e Fatores para Inclusão Financeira. **Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 2, p. 208-215, 2013.

- BARROS, R. P.; REIS, J. G. A.; RODRIGUEZ, J. S. Segmentação no Mercado de Trabalho: a carteira de trabalho na construção civil. **R. de Econometria**, v. 10, n. 2, p. 313-335, 1990.
- BETTI, G.; DOURMASHKIN, N.; ROSSI, M. C.; YIN, Y. P. Consumer over-indebtedness in the EU: measurement and characteristics. **Journal of Economic Studies**, v. 34, n. 2, p. 136-156, 2007.
- CAMPARA, J. P.; VIEIRA, K. M.; CERETTA, P. S. Entendendo a atitude ao endividamento: Fatores comportamentais e variáveis socioeconômicas o determinam? **RECADM**, v. 15, n. 1, p. 5-24, 2016.
- CARNEIRO, A.; LEAL, R. Naive portfolios, Brazilian stock funds, and individual investors. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 3, p. 383-401, 2017.
- CARVALHO *et al.* Educação financeira e propensão ao endividamento entre jovens detentores do cartão de crédito universitário. **FFBusiness**, v.13, n. 15, p. 1-18, 2015.
- CARVALHO, H. A.; SOUSA, F. G.; PEÑALOZA, V. Representação Social do Endividamento Individual. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (UFF)**, v. 11, p. 1, 2017.
- CHIGUAY, L. M.; DENEGRI, M. C.; ESCOBAR, B. A. Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios. **Suma Psicológica**, v. 23, p. 1-9, 2016.
- COETZEE, J. Personal or Remote Interaction? Banking the Unbanked in South Africa. **South African Journal of Economic and Management Sciences**, v. 12, n. 4, p. 448-461, 2009.
- DELOITTE. **Observatório da Inclusão Financeira: Angola**. Deloitte, 2013.
- DENEGRI *et al.* Alfabetización económica y actitudes hacia la compra en universitarios posterior a un programa de educación económica. **Revista de Estudios y Experiencias en Educación**, v. 15, n. 29, p. 65-81, 2016.
- DENEGRI, M. C. *et al.* Actitudes hacia el consumo, compra y materialismo en estudiantes universitarios de pedagogía en Chile. **Fronteras**, v. 1, n. 2, p. 45-62, 2014.
- DENEGRI, M. C. *et al.* Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. **Univ. Psychol.**, v. 11, n. 2, p. 497-509, 2012.
- DENEGRI, M. C.; ARAVENA, J. S.; BELLO, M. P. G. Actitudes hacia la compra y el consumo de estudiantes de pedagogía y profesores em ejercicio en Chile. **Psicología desde el Caribe**, v. 28, p. 1-23, 2011.
- DENEGRI, M. C.; GÓMEZ, J. G.; ARAVENA, J. S. Consumo y construcción de identidad en profesores de educación primaria en Chile. **EDUCERE Investigación arbitrada**, v. 14, p. 345-359, 2010.
- DENEGRI, M. *et al.* Caracterización Psicológica del Consumidor de la IX Región. **Consumir para Vivir y no Vivir para Consumir** (pp. 7-31). Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera, 1999.
- DIÁRIO DO NORDESTE. 2017. **Número de consumidores endividados de Fortaleza cai em dezembro**. Caderno Negócios. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/online/numero-de-consumidores-endividados-de-fortaleza-cai-em-dezembro-1.1867293>. Acesso em: 05 jan. 2018.

DISNEY, R.; GATHERGOOD, J. Financial Literacy and Indebtedness: New Evidence for UK Consumers. *In: ECONPAPERS*, 2011.

DUESENBERY, J. S. **Income, Saving and the Theory of Consumption Behavior**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1949.

FÁVERO, L. P. *et al.* **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO CEARÁ. 2017. **Fecomércio-CE**. Fortaleza. Disponível em: <http://www.fecomercio-ce.org.br/site/pesquisas/perfil-do-endividamento-do-consumidor>. Acesso em: 29 mai. 2018.

FELTRIM, L. E.; VENTURA, E. C. F.; DODL, A. B. **Perspectivas e Desafios para Inclusão Financeira no Brasil: visão de diferentes atores**. Brasília: Banco Central do Brasil, 254 p., 2009.

FLORES, S. A. M.; VIEIRA, K. M.; CORONEL, D. A. Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. **R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte**, v. 12, n. 2, p. 13-35, 2013.

FRAGA; VIEIRA. Quem são os inadimplentes do Programa Minha Casa Minha Vida? Analisando a associação da inadimplência com variáveis socioeconômicas e de gerenciamento financeiro. *In: ENCONTRO BRASILEIRO DE ECONOMIA E FINANÇAS COMPORTAMENTAIS*, 3, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV-EAESP, 2016.

FREITAS, A. F. Organizações de Microfinanças: inovações e desafios para a inclusão financeira. **Revista de Administração da UFSM**, v. 6, n. 1, p. 39-54, 2013.

GARÐARSDÓTTIR, Ragna B.; DITTMAR, Helga. The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, p. 471-481, 2012.

GARZA, M. L. R. *et al.* Análisis del comportamiento de compra para identificar compradores compulsivos en Saltillo, Coahuila, México. **Revista Internacional Administración e Finanzas**, v. 9, n. 6, p. 27-44, 2016.

GEMPP, R. *et al.* Desarrollo del Test de Alfabetización Económica para Adultos TAE-A-25. **Revista Interamericana de Psicología**, v. 41, n. 3, p. 275-284, 2007.

GERHARD *et al.* Consumo na Baixa Renda: Influência dos Valores de Compra Hedônico e Utilitário no Endividamento. **RACE**, v. 14, n. 2, p. 797-824, 2015.

GIORDANO, C. C.; ASSIS, M. C. S.; COUTINHO, C. Q. S. A Educação Financeira e a Base Nacional Comum Curricular. **Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana**, p. 1-20, 2019.

GOEMAN, J. J.; CESSIE, S. A goodness-of-fit test for multinomial logistic regression. **Biometrics**, v. 62, n. 4, p. 980-985, 2006.

GRIMES, P. W.; MILLEA, M. J.; THOMAS, M. K. Testing the Economic Literacy of k-12 Teachers: A State-Wide Baseline Analysis. **American Secondary Education**, v. 38, n. 3, p. 4-20, 2010.

GUTIÉRREZ-NIETO, B.; SERRANO-CINCA, C.; CUESTA-GONZÁLEZ, M. A multivariate study of over-indebtedness' causes and consequences. **International Journal of Consumer Studies**, v. 41, n. 2, p. 188-198, 2017.

- HAIR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HAYHOE, C. R. *et al.* Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 34, n. 1, p. 113-133, 2000.
- HAYTON, J. C.; ALLEN, D. G.; SCARPELLO, V. Factor Retention Decisions in Exploratory Factor Analysis: A Tutorial on Parallel Analysis. **Organization Research Methods**, v. 7, n. 2, p. 191-205, 2004.
- HERRERA, M. G. A.; ESTRADA, C. A. G.; DENEGRI, M. C. La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el bienestar psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. **Magallania**, v. 39, n. 1, p. 83-92, 2011.
- IPECE - INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. 2017. **Indicadores Sociais do Ceará**. Fortaleza. Disponível em: http://www.ipece.ce.gov.br/estudos_sociais/sintese_indicadores_sociais/Indicadores_sociais_ceara_2015.pdf. Acesso em: 05 jan. 2018.
- IVO, G. A. *et al.* A Expansão do Crédito no Brasil: uma Ferramenta para o Desenvolvimento Socioeconômico. **Gestão e Regionalidade**, v. 32, n. 95, p. 160-174, 2016.
- JAGER, J.; PUTNICK, D. L.; BORNSTEIN, M. H. More than just convenient: The scientific merits of homogeneous convenience samples. **Monographs of the Society for Research in Child Development**, v. 82, n. 2, p. 13-30, 2017.
- JAPPELLI, T. Economic Literacy: an International Comparison. **The Economic Journal**, v. 120, p. 429-451, 2010.
- JURADO, D.; SEJNAUI, P.; URÍBE-RODRÍGUEZ, A. F. Impulsividad en la compra en estudiantes universitarios. **Rev. Psicol. Univ. Antioquia**, v. 3, n. 2, p. 25-38, 2011.
- KAHNEMAN, D. **Rápido e Devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- KATONA, G. **The Quality and Economic Significance of Anticipations Data**. New York: Princeton University Press, 1960.
- KEESE, M. Who Feels Constrained by High Debt Burdens? – Subjective vs. Objective Measures of Household Indebtedness. **Social Science Research Network**, 2010.
- KEYNES, J. M. **The General Theory of Employment, Interest, and Money**. London: Macmillan, 1936.
- KOSHAL, *et al.* Assessing Economic Literacy of Indian MBA Students. **American Journal of Business**, v. 23, n. 2, 2008.
- KUNKEL, F. I. R.; VIEIRA, K. M.; POTRICH, A. C. G. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. **Revista de Administração**, v. 50, n. 2, p. 169-182, 2015.
- LEA, S. E. G. *et al.* The economic psychology of consumer debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 14, p. 85-119, 1993.
- LEA, S. E. G.; WEBLEY, P.; WALKER, C. M. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use. **Journal of Economic Psychology**, v. 16, p. 681-701, 1995.

- LIVINGSTONE, S. M.; LUNT, P. K. Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social and economic determinants. **Journal of Economic Psychology**, v. 13, p. 111-134, 1992.
- LUNA-AROCAS, R.; ARRIETA, S. P.; BOTERO M. M. La compra impulsiva y el materialismo en los jóvenes: estudio exploratorio en estudiantes universitarios de Barranquilla (Colombia). **Psicología desde el Caribe**, v. 14, p. 1-26, 2004.
- LUNA, R.; FIERRES, R. Incidencia en la compra por impulso en la ciudad de Valencia. **Revista investigación y marketing**, v. 60, 1998.
- LUSARDI, A. Financial Literacy and Financial Decision-Making in Older Adults. **Journal of the American Society on Aging**, v. 36, n. 2, p. 25-33, 2012.
- MOGILNER, C.; AAKER, J. “The Time vs. The Money Effect”: Shifting Product Attitudes and Decisions through Personal Connection. **Journal of Consumer Research**, v. 36, p. 277-291, 2009.
- MOURA *et al.* As Relações entre Materialismo, Atitude ao Endividamento, Vulnerabilidade Social e Contratação de Dívida para Consumo: um Estudo Empírico Envolvendo Famílias de Baixa Renda no Município de São Paulo. *In*: ENCONTRO BRASILEIRO DE ECONOMIA E FINANÇAS COMPORTAMENTAIS, 3, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV-EAESP, 2016.
- 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. 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da 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**. 332 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2008.
- OKADA, E. M.; HOCH, S. J. Spending Time versus Spending Money. **Journal of Consumer Research**, v. 31, p. 313-323, 2004.
- OLIVEIRA, M.; JESUS, F. Arquitetura situacional do crédito: tempo, cognição, afeto e decisão. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 101, p. 39-64, 2013.
- OLIVEIRA, N. Endividamento das famílias cresce e atinge 58,2%. **Empresa Brasil de Comunicação S/A - EBC**. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-09/endividamento-das-familias-cresce-e-atinge-582>, 2016.
- ORTEGA, V. *et al.* Segmentación Psicoeconómica: Obtención y Validación de Perfiles para consumidores adultos jóvenes de nivel socioeconómico medio y alto en Colombia. **SOCIOTAM**, v. 15, n. 2, p. 117-135, 2005.
- ORTEGA, V.; RODRÍGUEZ-VARGAS, J. C. Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidências sobre dimensionalidad. **International Journal of Clinical and Health Psychology**, v. 4, n. 1, p. 121-136, 2004.
- PALLEY, T. I. The relative permanent income theory of consumption: a syntethic Keynes-Duesenberry-Friedman model. **Review of Political Economy**, v. 22, n. 1, p. 41-56, 2010.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PRIEGO, A. M.; LIZANO, M. M.; MADRID, E. M. Business failure: incidence of stakeholders' behavior. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 27, n. 1, p. 75-91, 2014.

QUINTANILLA, I.; LUNA, R.; BERENQUER, G. **La compra impulsiva y la compra patológica**: el model CAC. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 1998.

RIBAS, R. P.; SOARES, S. S. D. O atrito nas pesquisas longitudinais: o caso da pesquisa mensal de emprego (PME/IBGE). **Estud. Econ.**, v. 40, n. 1, 213-244, 2010.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da Educação Financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007.

SPC - SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO NO BRASIL. **Consumo e Endividamento**: Estudo do Padrão de Comportamento de Adimplentes e Inadimplentes. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/spc_brasil_analise_perfil_adimplente_inadimplente_corte_21.pdf. Acesso em: 06 jun. 2018._

SPC - SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO NO BRASIL. **Educação Financeira e a Gestão do Orçamento Pessoal**. Disponível em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/4072>. Acesso em: 29 jul. 2018.

THALER, R. H. **Misbehaving**: the making of Behavioral Economics. Nova Iorque: W. W. Norton e Company Inc., 2015.

VIEIRA, E. F. S. Investor sentiment and share returns: evidence on family firms. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 29, n. 1, p. 65-83, 2016.

ANEXO A – INSTRUMENTOS APLICADOS

01 – Escala de Atitudes em Relação ao Endividamento:

1- Discordo Totalmente	2- Discordo	3- Indiferente	4- Concordo	5- Concordo Totalmente		
1	Usar o crédito permite ter uma melhor qualidade de vida.	1	2	3	4	5
2	É uma boa ideia comprar algo agora e pagar depois.	1	2	3	4	5
3	O uso do crédito pode ser muito perigoso.	1	2	3	4	5
4	É preferível tentar pagar sempre à vista.	1	2	3	4	5
5	O uso do crédito é uma parte essencial do estilo de vida atual.	1	2	3	4	5
6	É importante tentar viver de acordo com o dinheiro que se tem.	1	2	3	4	5
7	Se alguém se propõe, sempre pode poupar algum dinheiro.	1	2	3	4	5
8	É importante pagar as dívidas o mais breve possível.	1	2	3	4	5
9	Tem que ser muito cuidadoso com o gasto de dinheiro.	1	2	3	4	5
10	A facilidade de obter cartão de crédito é uma causa de endividamento das pessoas.	1	2	3	4	5
11	Pedir um empréstimo, às vezes, pode ser uma boa ideia.	1	2	3	4	5

02 – Escala de Atitudes em Relação ao Consumo

1- Nunca	2- Quase nunca	3- Às vezes	4- Quase sempre	5- Sempre		
1	Antes das compras, faço uma lista do que preciso.	1	2	3	4	5
2	Mantenho uma prestação de contas das minhas compras.	1	2	3	4	5
3	Analiso as faturas (notas fiscais ou recibos) das minhas compras.	1	2	3	4	5
4	Anoto os meus gastos.	1	2	3	4	5
5	Com alguns produtos, sinto a necessidade imediata de comprá-los.	1	2	3	4	5
6	Às vezes me fascina tanto um produto que não posso deixar de comprá-lo.	1	2	3	4	5
7	Comprar determinados produtos me dá prazer.	1	2	3	4	5
8	Gosto de comprar coisas que não tinha pensado antes.	1	2	3	4	5
9	Eu aproveito a oportunidade para comprar um produto que sabia que perderia se não comprasse na hora.	1	2	3	4	5
10	Eu gosto de comprar produtos novos.	1	2	3	4	5
11	Eu gosto de comprar produtos novos e originais.	1	2	3	4	5
12	Eu não me controlo na hora das compras.	1	2	3	4	5
13	Às vezes eu preciso comprar, apenas pelo fato de comprar algo.	1	2	3	4	5
14	Sei que compro demais, mas não consigo evitar.	1	2	3	4	5
15	Às vezes me sinto culpado por comprar.	1	2	3	4	5
16	Se um dia não compro nada, sinto a necessidade urgente de tentar comprar algo.	1	2	3	4	5
17	Quando me sinto mal, tento ir às compras para me animar.	1	2	3	4	5
18	Quando tenho problemas, vou às compras.	1	2	3	4	5

TESTE DE ALFABETIZAÇÃO ECONÔMICA

1. Quando optamos por comprar um produto e temos várias alternativas, devemos:

- a) Escolher o melhor em relação a preço e qualidade.
- b) Escolher o que tiver mais benefícios.
- c) Escolher depois de comparar custos e benefícios.
- d) Escolher o de maior valor.

2. Qual o momento mais propício para fazer um financiamento imobiliário?

- a) Quando as taxas de juros, taxas bancárias e taxas administrativas estiverem baixas.
- b) Quando existe inflação.
- c) Quando os bancos ampliam os prazos para pagamento.
- d) Quando o Banco Central baixa a taxa de juros do País.

3. O preço de um bem ou serviço é definido:

- a) Pela oferta e a demanda desse bem ou serviço.
- b) Pelo mercado.
- c) Pelo índice de preços ao consumidor.
- d) Pelo governo.

4. Qual a principal diferença entre uma conta poupança e uma conta corrente?

- a) A primeira permite gerar juros sobre o dinheiro e acessar benefícios que o banco oferece.
- b) A primeira gera juros sobre o dinheiro e a segunda permite o pagamento imediato de cheques.
- c) A segunda gera juros sobre o dinheiro e a primeira permite o pagamento por meio de cheques.
- d) A primeira tem como objetivo a realização de transações e a segunda se utiliza como meio de especulação.

5. O que determina a demanda (ou procura) de um bem?

- a) Preço e qualidade.
- b) Concorrência de preços.
- c) Os gostos e preferências dos indivíduos.
- d) Preço, qualidade, concorrência de preços, gostos e preferências dos indivíduos.

6. Se o preço da carne bovina duplica e o preço da carne de frango se mantém, as pessoas provavelmente comprarão:

- a) Mais frango e menos carne bovina.
- b) Mais carne bovina.
- c) Mais frango e a mesma quantidade de carne bovina.
- d) Nem frango nem carne bovina.

7. Uma fábrica de calçados opera dia e noite e, mesmo assim, não consegue produzir sapatos suficientes para atender toda a sua demanda. Se essa fábrica não consegue aumentar a produção e a demanda continua crescendo, o preço dos sapatos provavelmente:

- a) Ficará mais alto.
- b) Ficará mais baixo.
- c) Será constante enquanto existir uma forte concorrência.
- d) Não sei.

8. O que é um crédito?

- a) É uma operação em que se pede empréstimo a uma instituição financeira para pagamento posterior.
- b) É a utilização dos fundos de outra pessoa em troca da promessa de devolvê-los junto com os juros correspondentes.
- c) É a concessão de uma permissão dada por uma pessoa a outra para obter a posse de algo.
- d) É uma troca, na qual uma das partes entrega de imediato um bem ou serviço e recebe, mais tarde, o pagamento correspondente mais os juros acumulados.

9. Um exemplo de mercado é:

- a) A Bolsa de Valores.
- b) O mercado central de frutas e verduras.
- c) O serviço oferecido por funcionários de uma loja.
- d) A bolsa de valores, o mercado central de frutas e verduras e o serviço oferecido em uma loja.

10. Quando as fábricas produzem mais mercadorias do que as pessoas desejam comprar, os preços normalmente:

- a) Diminuem.
- b) Aumentam.
- c) Mantêm-se iguais.
- d) Seguem o índice de inflação.

11. Supondo que fazer tatuagens seja uma nova tendência e esteja na moda, a renda das pessoas que trabalham com esse tipo de negócio provavelmente:

- a) Aumentará.
- b) Diminuirá.
- c) Manter-se-á igual.
- d) Será investigada pelas autoridades competentes.

12. O IPCA é calculado com base:

- a) Na alta dos salários menos a inflação.
- b) Na soma dos gastos públicos e privados.
- c) Em uma cesta de bens e serviços vinculados aos hábitos médios de consumo.
- d) Em uma pesquisa junto aos produtores para medir seus preços.

13. As receitas da Administração Pública são compostas pelos(as):

- a) Impostos, tarifas e lucros das empresas estatais.
- b) Impostos.
- c) Subsídios.
- d) Tarifas dos Correios.

14. O índice de desemprego é:

- a) Um indicador do número de desocupados em um determinado país.
- b) Um indicador da quantidade de pessoas de um país que não podem trabalhar.
- c) Um indicador da quantidade de pessoas adultas de um país que se encontram sem emprego.
- d) Um indicador da quantidade de desempregados e/ou desocupados dentro da população economicamente ativa de um país.

15. Quando sabemos que estamos vivenciando um processo deflacionário?

- a) Quando existe um processo regular e generalizado de diminuição dos preços em um país.
- b) Quando existe um processo de diminuição do Produto Interno Bruto.
- c) Quando existe uma série de fenômenos sociais que acabam aumentando o custo de vida.
- d) Quando o cálculo do IPCA em um determinado ano é negativo.

16. Quem paga o ICMS?

- a) O consumidor final.
- b) O produtor.
- c) O distribuidor.
- d) Os acionistas.

17. Um dos primeiros sinais de que uma economia está se recuperando é:

- a) Diminuição do desemprego.
- b) Aumento dos estoques acumulados nas empresas.
- c) Uma redução no nível de preços.
- d) Um aumento na demanda ou no consumo interno.

18. Qual é o custo econômico do desemprego?

- a) Recursos produtivos ociosos.
- b) Alteração dos preços na economia.
- c) Efeitos na alocação e distribuição de recursos.
- d) Recursos ociosos, alteração de preços e efeitos na alocação e distribuição de recursos.

19. Normalmente concede-se uma isenção alfandegária para quem deseja:

- a) Exportar.
- b) Investir.
- c) Depositar dinheiro no banco.
- d) Importar.

20. Alguns dos principais objetivos econômicos em uma nação são:

- a) Nível alto de produção e estabilidade no índice de emprego.
- b) Diminuição do desemprego e redução de preços.
- c) Estabilidade dos preços e melhoras na saúde e educação da população.
- d) Nível alto de produção, menor desemprego e preços estáveis.

21. Qual das seguintes medidas seria mais eficaz para aumentar a produtividade do país no curto prazo?

- a) Implantar um imposto sobre novas invenções.
- b) Aumentar a regulação e participação do governo na economia.
- c) Investir em melhoramentos da tecnologia.
- d) Aumentar o salário dos trabalhadores.

22. O(s) fator(es) condicionante(s) básico(s) para o crescimento econômico é (são):

- a) A disponibilidade de recursos produtivos.
- b) Avanços na tecnologia e na produtividade.
- c) A atitude da sociedade em relação à poupança.
- d) A disponibilidade de recursos produtivos, a atitude da sociedade em relação à poupança e avanços tecnológicos.

23. Há um déficit fiscal no orçamento público quando:

- a) O governo realiza um gasto que a lei impede o seu financiamento.
- b) Os gastos públicos superam as receitas.
- c) As importações do país são maiores do que as exportações.
- d) Quando o governo emite um título da dívida soberana.

24. Em economia, qual o conceito mais adequado para câmbio?

- a) Preço de intercâmbio de uma moeda de um país com a de outro.
- b) Divisa que serve para realizar transações com o resto do mundo.
- c) Comissões cobradas pelas casas de câmbio.
- d) Preço do intercâmbio da moeda e a divisa que permite realizar transações internacionais.

25. Normalmente, qual o momento mais apropriado para comprar dólares?

- a) Quando a moeda nacional está desvalorizada.
- b) Quando a moeda nacional está valorizada.
- c) Em momentos de incerteza.
- d) A qualquer momento.