



**UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DE VALORES PESSOAIS NO
PERFIL FINANCEIRO INDIVIDUAL**

**AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PERSONAL VALUES ON
INDIVIDUAL FINANCIAL PROFILE**

**UN ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS VALORES PERSONALES
EN EL PERFIL FINANCIERO INDIVIDUAL**

ANDRÉ LUIZ MENDES ATHAYDE

Doutor em Administração pela Universidade de Brasília (UnB). Professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

HANDERSON LEONIDAS SALES

Doutor em Desenvolvimento Social pela UNIMONTES. Professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

LUCINEIA LOPES BAHIA RIBEIRO

Mestre em Administração pela Faculdade Pedro Leopoldo (FPL). Professora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

ANDRESSA MIRIAN MIRANDA SERAFIM

Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

RESUMO

Este estudo objetivou analisar a influência de valores pessoais em atitudes e comportamentos financeiros. O entrecruzamento da Teoria de Valores Pessoais de Schwartz e a temática de finanças pessoais permitiu o levantamento de hipóteses, as quais foram testadas empiricamente. Dados de 153 indivíduos foram obtidos por meio de um questionário já validado e aplicado em estudos prévios nacional e internacionalmente. Realizaram-se testes estatísticos a fim de explorar correlações



entre o perfil financeiro dos participantes e suas características sociodemográficas, bem como explorar quanto da variabilidade do perfil financeiro poderia ser explicado por seus valores pessoais. Os resultados estatisticamente significantes mostraram que alguns valores pessoais foram capazes de predizer parte da variabilidade de atitudes e comportamentos financeiros, achados salutares que contribuem para o avanço desta área do conhecimento, em especial diante do cenário nacional de alto índice de famílias endividadas.

Palavras-chave: Perfil psicológico; Atitude financeira; Comportamento financeiro; Estudo de correlação; Estudo de predição.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of personal values on financial attitudes and behavior. The intersection of Schwartz's Theory of Personal Values and personal finance allowed us to raise hypotheses, which were empirically tested. Data from 153 individuals were obtained through a questionnaire already validated and applied in previous national and international studies. Statistical tests were performed in order to explore correlations between the participants' financial profile and their sociodemographic characteristics, as well as to explore how much of the variability of the financial profile could be explained by personal values. Statistically significant results showed that some personal values were able to predict part of the variability of financial attitudes and behavior, salutary findings that contribute to the advancement of this knowledge field, especially considering the national scenario of high rates of indebted families.

Keywords: Psychological profile; Financial attitude; Financial behavior; Correlation study; Prediction study.

RESUMÉN

Este estudio tuvo como objetivo analizar la influencia de los valores personales en las actitudes y el comportamiento financiero. La intersección de la Teoría de los Valores Personales de Schwartz y el tema de las finanzas personales permitió el levantamiento de hipótesis, que fueron probadas empíricamente. Los datos de 153 individuos se obtuvieron a través de un cuestionario ya validado y aplicado en estudios previos nacionales e internacionales. Se realizaron pruebas estadísticas para explorar correlaciones entre el perfil financiero de los participantes y sus características sociodemográficas, así como para explorar cuánto de la variabilidad del perfil financiero podría explicarse por sus valores personales. Resultados estadísticamente significativos mostraron que algunos valores personales fueron capaces de predecir parte de la variabilidad de las actitudes y comportamientos financieros, hallazgos saludables que contribuyen al avance de esta área del





conocimiento, especialmente ante el escenario nacional de altas tasas de familias endeudadas.

Palabras clave: *Perfil psicológico; Actitud financiera; Comportamiento financiero; Estudio de correlación; Estudio de predicción.*

1 INTRODUÇÃO

O endividamento é um dos principais problemas que minam a qualidade de vida dos brasileiros e que reduzem as suas possibilidades de escolha. O grupo familiar, em virtude das dívidas, é privado de gozar dos prazeres da vida que podem ser proporcionados pelo lazer, além de questões elementares que também são afetadas, tais como uma boa alimentação, acesso à educação, segurança e saúde (SILVA *et al.*, 2020).

Segundo a Fundação Serasa (2022), a inadimplência no Brasil é crescente. O mais recente levantamento revelou que o número de endividados teve um aumento de mais 410 mil pessoas em setembro, comparado aos dois meses anteriores e tal situação alarmante vem crescendo pelo nono mês consecutivo, chegando a atingir quase 80% das famílias brasileiras (AGÊNCIA BRASIL, 2022).

Nesse cenário, é válido refletir sobre possíveis motivos pelos quais milhões de brasileiros se encontram em situação de inadimplência. O presente estudo reconhece que questões estruturais de âmbito político e econômico exercem influência direta e indireta sobre essa conjuntura financeira individual. Contudo, também reconhece que é imprescindível falar sobre o indivíduo e investigar suas características internas capazes de influenciar a sua própria vida e o seu futuro, as suas atitudes e comportamentos no âmbito financeiro.

Grande parte da situação de endividamento é ocasionada pela falta de responsabilidade financeira por parte do indivíduo e do reconhecimento adequado de seu real patamar financeiro. É comum enxergar, na prática, o descumprimento de princípios básicos no tocante ao gerenciamento das finanças pessoais. Gasta-se mais do que se ganha e o padrão de vida sustentado é superior ao que deveria ser





(TAIAR, 2021). Embora o tema da educação financeira venha sendo cada vez mais discutido no Brasil e tenha ganhado maior popularidade por nomes como Gustavo Cerbasi, Nathalia Arcuri e Thiago Nigro, tal esforço ainda não é suficiente, visto que, cada vez mais, é necessário ensinar o óbvio em termos de finanças às pessoas, como, por exemplo, a necessidade de gastar um valor menor e não maior do que a renda mensal obtida.

Portanto, pode-se inferir que não se trata apenas de números, valores, capacidade matemática e nível de instrução educacional, sendo também necessário investigar o perfil financeiro individual para além da educação financeira. Nesse sentido, é salutar aprofundar o entendimento sobre questões subjetivas, psicológicas e comportamentais que também podem influenciar o endividamento pessoal.

Assim, o presente estudo se propõe a explorar o papel de uma característica interna ao indivíduo que pode se correlacionar com o seu perfil financeiro: os valores pessoais. Schwartz *et al.* (2012) conceituam os valores pessoais como convicções e julgamentos sobre o que é importante para o indivíduo. A escolha de tal variável se deu em virtude de a mesma ser amplamente aceita na literatura nacional e internacional como capaz de influenciar atitudes e comportamentos individuais (e.g., MAIA; OLIVEIRA, 2006; BARROSO; FONSECA; PORTO, 2012; HENRIQUE; MONTEIRO; MATOS, 2013; TORRES; SCHWARTZ; NASCIMENTO, 2016; ATHAYDE; TORRES; THOMASON, 2023). Portanto, uma vez que os valores pessoais atuam como justificativas para comportamentos, revelando em que as pessoas acreditam (LEISEROWITZ; KATES; PARRIS, 2006; POHLING *et al.*, 2016; LONNQVIST *et al.*, 2013), hipotetiza-se que os valores pessoais também possam exercer influência nas atitudes e comportamentos financeiros dos indivíduos.

Portanto, o presente estudo norteou-se pela seguinte pergunta: qual a influência de valores pessoais no perfil financeiro individual? Para tal, estabeleceu-se como objetivo geral analisar a influência de valores pessoais no perfil financeiro individual. Subsidiando o alcance desse objetivo, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: realizar revisão de literatura acerca dos temas valores pessoais e finanças pessoais a fim de respaldar o levantamento de hipóteses a





serem testadas empiricamente; explorar correlações estatisticamente significantes entre o perfil financeiro dos participantes da pesquisa e suas características sociodemográficas; explorar correlações estatisticamente significantes entre valores pessoais e o perfil financeiro individual; explorar quais valores pessoais são capazes de predizer, em parte, características do perfil financeiro individual; e discutir os resultados à luz da teoria e à luz de estudos prévios relativos à temática.

Este estudo é composto por cinco seções. Além desta seção introdutória, será apresentada, a seguir, a fundamentação teórica da pesquisa, aprofundando-se acerca da conceituação de valores básicos humanos, a Teoria dos Valores Pessoais de Schwartz, finanças pessoais e comportamento financeiro. Posteriormente, apresentar-se-ão os procedimentos metodológicos adotados no estudo, tais como a caracterização da pesquisa, população e amostragem, instrumento de coleta de dados e técnicas de análise de dados. Por fim, os resultados empíricos serão apresentados e discutidos à luz da teoria e considerações finais serão tecidas, com a apresentação de sugestões de estudos ulteriores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 VALORES BÁSICOS HUMANOS

É improvável que um sujeito viva em sociedade e faça escolhas inteligentes e até mesmo éticas sem ter uma escala de priorização de valores. Os valores acusam o bem e o mal, o certo e o errado, o adequado e o inoportuno para cada indivíduo (ZANELLI; SILVA, 2008). Os valores humanos atuam como elementos de motivação, constituindo-se uma espécie de ponto de referência que guia as decisões tomadas. Resgatando o sentido etimológico, a palavra valor advém do latim *valore* que significa “força”. Nessa concepção, os valores do indivíduo sustentam ou fortificam suas respectivas tomadas de decisão. Para Elizur (1991), os valores se alinham em padrões que norteiam o comportamento do indivíduo por meio do processo decisório.





Schwartz *et al.* (2012) caracterizam os valores pessoais como convicções ou doutrinas que regem os comportamentos intrínsecos do ser humano. Segundo os referidos autores, os valores são transcendentais, isto é, ultrapassam as fronteiras de momentos, situações e ações específicas, haja vista que atuam como juízo de seleção ou análise de comportamentos e são classificados pela sua importância. Em suma, os valores conduzem as práticas, a conduta e os julgamentos dos indivíduos.

A influência de valores pessoais no comportamento é tão emblemática que diversos estudos já inclinaram seus esforços para mensurar e testificar o impacto que tais apetrechos humanos exercem sobre os caminhos escolhidos. À vista disso, é factível propor que as ações pessoais sejam decorrentes, dentre outros fatores, dos valores pessoais. Vislumbrar por essa perspectiva é explorar as causas além dos resultados visíveis. Considerar a construção e o posicionamento dos valores na predição do comportamento do sujeito permite que o indivíduo seja entendido de maneira mais completa e acentuada, uma vez que os valores são como os princípios norteadores da vida humana (PORTO; TAMAYO, 2007).

Aplicando a temática supracitada à presente pesquisa, o objeto de interesse é analisar a possível influência de tais valores sobre as atitudes e comportamentos humanos em relação ao dinheiro e à manifestação do perfil financeiro individual do mesmo modo que desempenham um papel decisivo no comportamento organizacional, como já demonstrado, por exemplo, por Kamia e Porto (2011).

Lauer-Leite *et al.* (2014) investigaram a correlação entre os valores pessoais e o significado do dinheiro no que tange ao entendimento infantil, levando-se em consideração o gênero e outras questões demográficas, como variáveis adicionais aos valores. Os autores constataram que as crianças que valorizam valores vinculados ao êxito, poder e prestígio entendem que o dinheiro pode ser um causador de exclusão. Já as crianças que priorizam os relacionamentos interpessoais, por outro lado, acreditam que o dinheiro pode significar altruísmo e que boas coisas podem ser realizadas por meio dele.





Portanto, até o vislumbre infantil sobre o significado do dinheiro pode ser influenciado por valores humanos. Sendo assim, é plausível levantar o questionamento sobre o possível impacto dos valores pessoais no perfil financeiro individual de um adulto que tenha renda ativa e que administre seus recursos. Para alcançar tal entendimento, é imperioso que se faça o resgate dos valores pessoais por meio de suas referências científicas mais conhecidas. Nesta pesquisa, a principal referência concernente à variável valores pessoais é a Teoria de Valores Pessoais de Schwartz, por ser aquela mais amplamente adotada e discutida na literatura nacional e internacional.

2.2 TEORIA DOS VALORES BÁSICOS HUMANOS DE SCHWARTZ

A partir de Rokeach (1973), os estudos investigativos sobre os valores pessoais se intensificaram. Na ânsia de obter respostas às indagações e suposições feitas a respeito do tema, criou-se um método de mensuração de valores, conhecido como *Rokeach Values Survey* (RVS). É possível reconhecer a importância que esse primeiro trabalho teve para esse campo de pesquisa. Contudo, à época, o trabalho foi descredibilizado por não apresentar uma estrutura de hierarquia entre valores. Com o passar dos anos, autores deram continuidade às suas pesquisas, tendo ganhado destaque nas últimas décadas a Teoria de Valores Básicos de Schwartz (SCHWARTZ, 1992; SCHWARTZ *et al.*, 2012) com uma base mais estruturada.

À medida que o amadurecimento humano ocorre, os valores pessoais criam raízes internas no indivíduo, ao ponto que se torna impossível desvinculá-los dos princípios do homem, posto que, se os princípios são tirados, a identidade de quem se é também será. Schwartz (2006) assevera que os valores são como alvos desejáveis que atuam como pontos norteadores da vida, mas que seguem um grau de relevância individual estabelecida pelo apreço que cada ser humano tem vivido dentro de si. Em outras palavras, cada pessoa pode fazer uma lista composta por valores que evidenciará uma hierarquia de princípios que são mais reverberantes do que outros.



A Teoria de Valores Pessoais de Schwartz (SCHWARTZ *et al.*, 2012) propõe quatro tipos motivacionais (grandes categorias de valores), os quais se desmembram em 19 valores. O conceito de cada um deles está discriminado no Quadro 1.

Quadro 1 - Definições conceituais dos valores humanos

| Tipos Motivacionais | Valores | Definição |
|----------------------------|---|---|
| Abertura à mudança | Autodireção de pensamento | Liberdade para cultivar as próprias ideias e habilidades |
| | Autodireção de ação | Liberdade para determinar suas próprias ações |
| | Estimulação | Excitação, novidade e mudança |
| Autotranscedência | Humildade | Reconhecer sua insignificância no esquema maior das coisas |
| | Benevolência de dependência | Ser um membro de confiança do grupo |
| | Benevolência de cuidado | A devoção ao bem-estar dos membros do grupo |
| | Universalismo (Compromisso com a sociedade) | Compromisso com a igualdade, justiça e proteção de todas as pessoas |
| | Universalismo (Preocupação com a natureza) | Preservação do ambiente natural |
| Autopromoção | Universalismo (Tolerância) | Aceitação e compreensão daqueles que são diferentes de si mesmo |
| | Hedonismo | Prazer e senso pessoal de gratificação |
| | Realização | Sucesso de acordo com as normas sociais |
| | Poder de domínio | Poder por meio de exercer controle sobre as pessoas |
| Conservação | Poder de recursos | Poder por meio do controle de recursos materiais e sociais |
| | Face | Segurança e poder de manter a sua |



| Tipos Motivacionais | Valores | Definição |
|---------------------|---------------------------|--|
| | | imagem pública e evitar humilhação |
| | Segurança pessoal | Segurança no seu ambiente |
| | Segurança social | Segurança e estabilidade na sociedade em geral |
| | Tradição | Manter e preservar tradições familiares, religiosas ou culturais |
| | Conformidade para regras | Conformidade com as regras, leis e obrigações formais |
| | Conformidade interpessoal | Evitar perturbar ou prejudicar outras pessoas |

Fonte: Adaptado de Schwartz *et al.* (2012).

Os valores pessoais têm se mostrado relevante constructo em investigações da área de Estudos Organizacionais. Tais estudos têm demonstrado a relevância dos valores pessoais em vários aspectos da vida humana, como variáveis atitudinais e comportamentais (e.g., BARDI; SCHWARTZ, 2003; SAGIV, 2002; BARDI; CALOGERO; MULLEN, 2008; HITLIN; PILIAVIN, 2004; SCHWARTZ; BARDI, 2001; ATHAYDE; TORRES, 2020; ATHAYDE; TORRES; THOMASON, 2022a; ATHAYDE; TORRES; THOMASON, 2022b).

Discutidos os conceitos de valores pessoais, será abordada, a seguir, a segunda variável desta pesquisa, a saber finanças pessoais.

2.3 FINANÇAS PESSOAIS

O termo finança advém do francês *finance* e diz respeito ao empenho e responsabilidade que um indivíduo emprega para honrar sua obrigação monetária com outra pessoa ou organização (INFOPÉDIA, 2022). Nos tempos hodiernos, o estudo das finanças é visto como um mecanismo ou um cômputo de ferramentas que auxiliam empresas, profissionais e autônomos a gerenciar seus recursos.





Gitman (2010, p. 3) conceitua as finanças como sendo “a arte e a ciência de administrar o dinheiro”. À vista disso, as finanças pessoais são aplicadas de maneira estratégica, tendo a finalidade de beneficiar as famílias e o próprio corpo social. Sem a aplicabilidade das finanças pessoais, é pouco provável que o enriquecimento individual aconteça, haja vista que as finanças pessoais abordam assuntos basais, como gastar menos do que se ganha, acumular recursos para momentos emergenciais, pensar a longo prazo, adiar prazeres no tempo presente para desfrutar de algo melhor no futuro e desprender-se de tempo para gerir os recursos disponíveis.

No que tange ao endividamento familiar do Brasil, de acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC (AGÊNCIA BRASIL, 2022), o percentual de famílias endividadas no país atingiu o recorde de 78%. No Brasil, o ensino das finanças pessoais se faz necessário, em especial, devido a esse cenário. Em 2022, o Brasil voltou a bater recordes de inadimplência com 66,6 milhões de pessoas endividadas (CORSINI; ARAÚJO, 2022). Tal dado evidencia a carência de entendimento sobre a temática e as consequências do que a negligência financeira pode causar.

Arcuri (2018) ressalta que as pessoas têm receio de falar sobre dinheiro. A chamada “dinheirofobia” seria o comportamento de se esconder de qualquer conversa que envolva questões financeiras, sobretudo quando se trata de impasses próprios. Outra consequência da “dinheirofobia” é a “demonização” criada ao redor da temática. Muitas pessoas, por acreditarem que o dinheiro promove, necessariamente, a arrogância e a soberba, orgulham-se de ter baixas condições financeiras e, mais do que isso, afastam possibilidades de ascensão social, ao passo que tomam atitudes inconsequentes em relação ao dinheiro e criticam quem o possui em grande quantidade.

O fenômeno descrito pode ser explicado por diversas razões, sendo a questão cultural uma delas. A mídia, em especial a televisão, pode exercer influência no comportamento dos indivíduos (BID, 2009). Estudos anteriores já demonstraram,





por exemplo, a correlação positiva entre o nível de audiência de telenovelas e o índice de divórcio em algumas regiões brasileiras (BBC BRASIL, 2014).

A partir disso, pode-se conjecturar a possível influência de telenovelas na concepção do que é considerado simples e humilde e os valores associados a essas ideias. A emissora de rede aberta TV Globo se tornou referência em criar novelas com dramas que exploram a questão social e amores impossíveis. Nota-se um padrão de comportamento em que o pobre é o “mocinho” e o rico é sempre o “vilão” que mata, aniquila, inveja e faz tudo que for necessário para ter mais poder. O pobre, por outro lado, é o sonhador e sofredor de bom coração. Tais histórias podem criar ideias e visões arquetípicas que corroboram a construção de estereótipos elitistas que se perpetuam ao longo do tempo. Por exemplo, é muito comum as pessoas confundirem, do ponto de vista conceitual, o que é ser humilde com o que é ser simples. Tal confusão sustenta a ideia de que os pobres são sempre humildes, pois são simples em posses de bens. No entanto, humildade e simplicidade não são sinônimas.

Ademais, pode-se conjecturar que ideias religiosas, que também fazem parte da cultura, podem criar estereótipos de que a riqueza está associada ao mal e a pobreza ao bem. Conforme Lima (2018), na Idade Média, a Igreja, ao longo de sua trajetória, pregava uma vida humilde, sem luxos, associando a simplicidade ao bem e a riqueza ao mal. Dessa forma, as classes menos abastadas contentavam-se com sua posição social, sacrificando suas vidas longe da riqueza e do poder, a fim de se aproximarem mais de Deus. Todavia, sabe-se que as ideias apregoadas na Bíblia (2004) advertem os leitores não quanto à riqueza em si, mas à usura, à ganância e ao sentimento de superioridade que os recursos financeiros podem despertar. Cria-se, assim, um axioma negativo que envolve o tema riqueza e prosperidade.

Para Fernandes, Monteiro e Santos (2012), o entendimento sobre finanças pessoais vai além da compreensão sobre taxas de juros, índices de indexação e modalidades de investimentos. Trata-se, na verdade, de questões de decisão, bom senso, sabedoria, analisar o custo de oportunidade e mensurar não somente o impacto financeiro que uma escolha terá. Nesse caso, há pouca efetividade do





conhecimento caso não haja aplicabilidade. O cérebro humano divide-se em dois sistemas: o “sistema 1” é o rápido, intuitivo e não reflete muito sobre as consequências, enquanto o “sistema 2” é minucioso e analítico (KAHNEMAN, 2011). A temática de finanças pessoais precisa ser pensada sob o espectro do “sistema 2”, visto que uma das maiores causas dos problemas financeiros segundo o SPC Brasil (2016) é a impulsividade, posto que um terço dos inadimplentes relataram a falta de autocontrole com as finanças.

Lima *et al.* (2019) explanam que todo conhecimento e acúmulo de patrimônio de um indivíduo ou de uma família surge a partir da organização das finanças pessoais. Carvalho (2022) debruçou-se sobre a incógnita de como os brasileiros gerenciaram seus recursos durante a pandemia de Covid-19 e como o conhecimento sobre as finanças, ou a falta dele, afetou a qualidade de vida tanto de forma positiva, quanto negativa. O autor salientou que um dos maiores problemas que a situação pandêmica evidenciou foi o quanto o consumismo e o sentimento de urgência podem contribuir para um cenário de inadimplência, haja vista que as pessoas entram em um estado de endividamento crônico que se origina no imediatismo de compra. Ele também constatou que algumas crenças em relação ao uso do cartão de crédito causavam o endividamento, como acreditar que o limite do cartão de crédito configura-se em uma permissão para gastar.

Posto isso, finanças pessoais é um campo que reflete sobre os conceitos financeiros de um indivíduo e que, além disso, fomenta a aplicabilidade de tais conhecimentos na prática por meio das tomadas de decisões. Para Cerbasi (2015), o autoconhecimento, no que tange às finanças pessoais, é o ponto de partida para aqueles que anseiam obter o controle de suas próprias finanças. Em suma, o estudo das finanças pessoais está associado aos resultados positivos ou negativos percebidos na vida individual, ou seja, ao sucesso ou insucesso financeiro que um indivíduo angaria por meio do seu trabalho e esforço (CONTO *et al.*, 2015).





2.4 COMPORTAMENTO FINANCEIRO PESSOAL

Enquanto a educação financeira é compreendida como um processo de aprendizagem sobre a gerência de fatores financeiros (OLIVIERI, 2013), o comportamento financeiro pode ser interpretado como a forma prática pela qual o cidadão usa o seu conhecimento financeiro ou a falta dele. Pode-se inferir que há falta da educação financeira no Brasil, visto que o país ocupa a 74ª posição no ranking global de educação financeira (YAZBEK, 2015), o que resulta em consequências perceptíveis, como altos níveis de endividamento que, no Brasil, atinge 78% das famílias (AGÊNCIA BRASIL, 2022).

Também se faz necessário distinguir atitude financeira de comportamento financeiro, os quais, juntamente com o conhecimento financeiro, compõem a conhecida alfabetização financeira. O comportamento financeiro apresenta ligação com os comportamentos pessoais que os indivíduos assumem. Mundy (2011) propõe uma classificação de cinco princípios que embasam o comportamento financeiro, sendo eles: honrar com as despesas, controlar finanças, planejar questões futuras, escolher produtos financeiros apropriadamente e atualizar as questões financeiras. Ou seja, mediante os princípios apresentados, é possível inferir que o comportamento financeiro corresponde aos atos resultantes da relação entre homem e dinheiro. Já as atitudes financeiras são embasadas em valores e princípios que são construídos ao longo da vida.

Ademais, a alfabetização não pode ser confundida com a educação financeira. De acordo com Anderloni e Vandone (2010 *apud* KIRCH; POTRICH; VIEIRA, 2016), a educação financeira pode ser compreendida como um instrumento preventivo, que auxilia os indivíduos a entender e discernir problemas financeiros e administrar suas finanças. Segundo Huston (2010 *apud* KIRCH; POTRICH; VIEIRA, 2016), a alfabetização financeira, por sua vez, apresenta duas divisões: o entendimento, que atua por meio do conhecimento financeiro, e a utilização, isto é, o grau de aplicabilidade que tal conhecimento terá na gestão e tomada de decisão das questões financeiras.





Dessa forma, a alfabetização financeira é um conceito mais amplo que inclui o conhecimento financeiro, as atitudes financeiras e os comportamentos. Lopes e Andrade (2020) buscaram mapear os antecedentes da tomada de decisão nas finanças pessoais que estão vinculados ao conceito de alfabetização financeira. Segundo eles, a alfabetização financeira apresenta associações significativas com a renda familiar e o estado civil.

Para os referidos autores, a renda familiar se associa à alfabetização financeira, pois, quanto mais recursos uma família tem, mais oportunidades e instrução financeira ela terá. Já o estado civil se mostrou inconclusivo, pois os resultados contrariaram estudos prévios, apontando que os casados apresentam um nível de alfabetização financeira relativamente menor em relação aos solteiros.

Outra condição que influencia a consolidação da alfabetização financeira são os fatores demográficos e os valores cultivados em relação à segurança. A provável explicação para tal relação é que as pessoas que enxergam a segurança como primazia são mais cautelosas e isso afasta comportamentos inerentes à má gestão (LOPES; ANDRADE, 2020).

Segundo levantamento feito pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) em parceria com a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) (SPC, 2016), três pessoas a cada dez são inadimplentes. Os resultados da pesquisa apontaram que os comportamentos atrelados à impulsividade e ao descontrole financeiro são a principal causa de tal situação. Outro dado divulgado por esse mesmo estudo evidenciou que cerca de 34% dos respondentes vivem fora do seu padrão de vida e 23% admitem que fazem compras sem o devido planejamento.

De acordo com o que foi divulgado pela CNN (RESENDE, 2022), 78% dos consumidores estão endividados e 29% deles têm contas atrasadas. O endividamento, além de gerar problemas financeiros, impacta também a saúde do indivíduo ao passo que causa problemas como depressão, ansiedade e uma piora considerável no que tange à qualidade de vida (SOUZA, 2019).

Comportamento financeiro pessoal não diz respeito somente ao dinheiro, mas sim ao papel que o dinheiro ocupa na vida do indivíduo e como ele é utilizado.





É necessário refletir sobre como os recursos financeiros estão sendo empregados e qual é a qualidade desses investimentos. Esse momento de introspecção é defendido por Domingos (2013, p. 10): “uma das primeiras orientações que dou para quem quer cuidar melhor do dinheiro é promover uma análise de consciência sobre o uso que vem sendo feito dele até o momento”. Dessa forma, o comportamento financeiro perpassa a reflexão, ponderando de forma crítica o que tem sido realizado com o dinheiro.

Ademais, características internas dos indivíduos como traços de personalidade podem impactar o seu comportamento financeiro, exercendo influência nas ações de compras tomadas. Pode-se hipotetizar, por exemplo, que pessoas instáveis nas questões amplas da vida reproduzam esse comportamento oscilante quando o assunto for uma decisão financeira. Portanto, discutir sobre o perfil financeiro individual e suas interconexões com as características internas dos indivíduos é um ponto basilar do comportamento financeiro pessoal. Na visão de Domingos (2013, p. 15), “o importante é que o seu perfil seja identificado, pois, a partir de então, você poderá iniciar o processo de conhecimento do seu ‘eu’ financeiro, para entender, afinal de contas, por onde anda o seu dinheiro”.

Haws, Bearden e Nenkov (2012) e Dholakia *et al.* (2016) explicam que o indivíduo que tem uma crença em um determinado comportamento e característica e, acima de tudo, se enxerga como portador de tal atributo, tende a internalizar cada vez mais o padrão de comportamento que é norteado por esse traço psicográfico. Sendo assim, quem se reconhece e adota a identidade de “poupador” como um valor pessoal, inclina-se a criar uma série de condutas que tipificam a figura de um poupador. O contrário também é verdadeiro: quem se enxerga como um “gastador” e usa expressões como “devendo e luxando” invoca para si tais padrões de comportamento, ainda que seja de forma inconsciente. Dessa forma, aquilo que se acredita a respeito de si mesmo afeta o que de fato se é.

A Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA, 2017) divulgou um relatório que reconhece a existência de perfis financeiros individuais, dividindo-os em cinco categorias: o construtor, o camaleão, o



planejador, o despreocupado e o sonhador. Tal relatório confirma que variações de personalidades exercem influência nas atitudes e ações financeiras dos indivíduos.

Outro fator que pode impactar o comportamento financeiro é a estrutura familiar. A sociologia explica que o homem é fruto do meio em que vive. Dessa forma, comportamentos observados serão aprendidos e, por sua vez, podem ser reproduzidos pelas gerações futuras. Segundo Pereira (2020, n. p.), “os comportamentos dos pais afetam os filhos, mesmo se eles evitam falar sobre dinheiro. Dessa forma, os filhos podem reproduzir comportamentos de endividamento ou de poupança e investimento de seus pais na vida adulta”.

É imperioso ressaltar que, em termos de comportamento financeiro, existem particularidades atitudinais e comportamentais de mulheres e homens no que tange às questões financeiras. Pesquisas evidenciam que, de modo geral, os homens são mais confiantes e autocentrados, ao passo que as mulheres são mais avessas a riscos. Pereira (2022) explica que essas divergências comportamentais se dão por uma distinção intrinsecamente biológica, posto que as mulheres, em sua composição hormonal, têm mais estrogênio e ocitocina, enquanto os homens têm mais testosterona e tal arranjo bioquímico pode justificar a assimetria na esfera financeira entre o par feminino e masculino.

Não obstante, não são apenas questões biológicas e familiares que exercem influência no comportamento financeiro pessoal, visto que também é possível dissertar sobre a questão cultural e histórica. Shoham e Malul (2012) discorreram a respeito de três comportamentos culturais que podem ser utilizados como instrumento de análise e compreensão para explicar a variação que existe entre taxas de acúmulo de poupança em mais de 50 nações diferentes. Eles listaram: a orientação de longo prazo, que consiste em se preocupar com o porvir; o coletivismo, pensamento direcionado ao próximo; e a aversão à incerteza que representa o medo em enfrentar problemas inesperados. Os estudiosos concluíram que povos mais coletivistas e com maior manifestação de medo em relação às incógnitas do futuro se apresentam com um nível superior em acúmulo de poupança.



Ao longo dos anos, alguns acontecimentos no que tange ao sistema financeiro nacional fragilizaram a confiança do indivíduo na economia nacional. Em consequência, criou-se um espírito que invoca o imediatismo no trato com o dinheiro. Períodos de hiperinflação, variabilidade do valor da moeda e o confisco da caderneta de poupança durante o governo Collor em 1990 são exemplos de algumas das flutuações que já ocorreram no país. Todos esses cenários de instabilidade governamental e financeira instauraram no âmago brasileiro traços de comportamento que os inclinam a decisões imediatistas, a menores perspectivas de planejamento e à busca por produtos de altíssima liquidez. Portanto, após décadas, é possível notar que questões do passado ainda reverberam na conduta de uma nação (GONÇALVES, 2017).

Aprofundadas as duas principais temáticas deste estudo (valores pessoais e finanças pessoais), criou-se respaldo teórico-empírico robusto para levantar quatro hipóteses, as quais são descritas a seguir.

2.5 HIPÓTESES DO ESTUDO

Respaldando-se na revisão de literatura acerca de valores pessoais e de finanças pessoais, levantaram-se quatro hipóteses a serem testadas empiricamente, descritas no Quadro 2. Para tal, foram consideradas as quatro grandes categorias de valores pessoais (tipos motivacionais).

Quadro 2 – Hipóteses do estudo

| Hipótese | Descrição |
|----------|--|
| H1 | Espera-se que o valor pessoal da Conservação influencie positivamente atitudes e/ou comportamentos financeiros dos indivíduos. |
| H2 | Espera-se que o valor pessoal da Abertura à mudança influencie negativamente atitudes e/ou comportamentos financeiros dos indivíduos. |
| H3 | Espera-se que o valor pessoal da Autotranscendência influencie positivamente a atitude e/ou comportamentos financeiros dos indivíduos. |
| H4 | Espera-se que o valor pessoal da Autopromoção influencie |





| | |
|--|--|
| | negativamente a atitude e/ou comportamentos financeiros dos indivíduos. |
|--|--|

Fonte: Autores

De acordo com a hipótese 1 (H1), uma vez que o valor pessoal da Conservação está relacionado à segurança, estabilidade e conformidade (SCHWARTZ *et al.*, 2012), faz sentido teórico esperar que indivíduos marcados por esse valor pessoal tendam a apresentar uma boa atitude financeira, caracterizada pela propensão em poupar sua renda e encarar seriamente suas restrições orçamentárias (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016) e um bom comportamento financeiro, manifestado pelo planejamento de suas receitas e gastos (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016). Por outro lado, de acordo com a hipótese 2 (H2), uma vez que o valor pessoal da Abertura à mudança é caracterizado pela independência de pensamento, de sentimento e de ação e trata da receptividade à mudança (SCHWARTZ *et al.*, 2012), espera-se que a experimentação de novidades típica de indivíduos marcados por esse valor pessoal impacte negativamente suas atitudes e/ou seus comportamentos financeiros. O raciocínio é que a liberdade para determinar suas próprias ações, característica desses indivíduos, pode levá-los a uma maior quantidade de gastos, alguns deles possivelmente desnecessários.

De acordo com a hipótese 3 (H3), tendo em vista que o valor pessoal da Autotranscendência é caracterizado pela aceitação dos outros como iguais e pela preocupação com o bem-estar das pessoas e do ambiente (SCHWARTZ *et al.*, 2012), espera-se que essas características impactem positivamente as atitudes e comportamentos financeiros dos indivíduos. A ideia é que indivíduos mais estáveis financeiramente estejam mais bem preparados para ajudar outras pessoas de seu círculo familiar ou para além dele. Por outro lado, de acordo com a hipótese 4 (H4), uma vez que o valor pessoal da Autopromoção está relacionado ao senso de prazer e gratificação (hedonismo) e ao sucesso e poder em termos de recursos materiais (SCHWARTZ *et al.*, 2012), faz sentido teórico esperar que indivíduos marcados por esse valor pessoal se mostrem mais propensos a apresentar uma má atitude financeira, caracterizada pela propensão em consumir sua renda e a não encarar





seriamente suas restrições orçamentárias (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016) e um mau comportamento financeiro, manifestado pela ausência ou deficiência em planejar suas receitas e gastos (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016). O raciocínio é que o senso de autogratificação hedonista possivelmente os leve a gastos desnecessários, visando ao prazer e/ou lazer.

Apresentadas e explicadas as hipóteses do estudo, apresentar-se-ão, a seguir, os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

No que se refere à natureza, a presente pesquisa é tipificada como aplicada, aquela cujo objetivo é gerar conhecimento prático, vislumbrando solucionar problemas (BARROS; LEHFELD, 2014). De acordo com Gil (2019), a pesquisa aplicada envolve estudos realizados por pesquisadores com o objetivo de elucidar alguma questão problemática dentro do domínio social. Neste estudo, a natureza aplicada da pesquisa manifestou-se pelo interesse em mesurar o quanto a variável estudada, perfil financeiro dos indivíduos, é influenciada pelos seus valores pessoais. No tocante à abordagem do problema, esta pesquisa classifica-se como quantitativa, caracterizada por variáveis numéricas. Tais dados são confrontados de modo estatístico para testar hipóteses e especificar a relação entre variáveis (KNECHTEL, 2014) que, no presente estudo, deu-se pela aplicação de técnicas de análise de dados tipicamente quantitativas.

Quanto aos procedimentos técnicos, a presente pesquisa se caracteriza como bibliográfica e estudo de caso. Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é concebida a partir de trabalhos científicos já existentes, sobretudo por meio de livros e artigos científicos. Na presente pesquisa, a revisão bibliográfica possibilitou o entendimento profundo sobre os assuntos concernentes ao tema e respaldo teórico para levantamento de hipóteses, as quais foram averiguadas empiricamente.



Ademais, esta pesquisa é classificada como estudo de caso, haja vista que compreende o profundo estudo de um ou poucos objetos, possibilitando minucioso conhecimento (GIL, 2019). O estudo de caso é uma classe de pesquisa que consiste em estudar e coletar informações sobre determinado indivíduo, grupo, família ou comunidade, visando analisar as particularidades de cada corpo social (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Por fim, em relação aos objetivos, a presente pesquisa classifica-se como descritiva, exploratória e explicativa. As pesquisas descritivas destacam-se pelo objetivo de descrever determinada amostra, ao passo que tenta estabelecer relações entre variáveis que se relacionam com o fenômeno de interesse (PEROVANO, 2014). Segundo Andrade (2017), a pesquisa descritiva é caracterizada pela coleta de dados de forma padronizada, executada, por exemplo, por meio de questionários. A pesquisa também é exploratória, o que significa que ela buscou explorar conceitos e ideias e, por fim, deslindar as relações existentes entre os conceitos (GIL, 2008). Já a pesquisa explicativa é responsável pela identificação dos fatores que determinam ou que cooperam para a ocorrência de determinado fenômeno que, neste caso, é o perfil financeiro individual (atitudes e comportamentos financeiros). Ou seja, é o tipo que mais aprofunda e investiga o que de fato acontece na realidade, visto que informa a razão pela qual as coisas acontecem (GIL, 2008).

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM

A população de interesse desta pesquisa foram indivíduos acima de 18 anos de idade, os quais apresentam maior probabilidade de possuírem renda própria e que, portanto, conseguem descrever, por meio do preenchimento de um questionário, as suas atitudes e comportamentos financeiros. Aplicaram-se 153 questionários, sendo convidados aqueles indivíduos mais acessíveis. A amostragem, portanto, foi não-probabilística por acessibilidade, técnica adotada a partir do critério de maior disponibilidade (HAIR *et al.*, 2009).



3.3 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário *online* (*Google Forms*) com perguntas divididas em três partes: (1) valores pessoais, (2) perfil financeiro individual (atitudes e comportamentos financeiros) e (3) dados sociodemográficos, tais como sexo, idade, nível de escolaridade e nível de renda. O questionário foi composto por duas escalas adotadas amplamente na literatura nacional e internacional, as quais serão detalhadas a seguir.

Para a mensuração de valores pessoais, adotou-se o *Portrait Values Questionnaire – Refined* [PVQ-RR] (SCHWARTZ *et al.*, 2012), já aplicado e validado em pesquisas prévias, inclusive no Brasil (*e.g.*, TORRES; SCHWARTZ; NASCIMENTO, 2016; ATHAYDE; TORRES; THOMASON, 2022b). O referido questionário apresenta 57 breves descrições de diferentes pessoas, cada uma com objetivos, aspirações ou desejos implicitamente relacionados ao valor em questão. Os respondentes indicam sua semelhança com a pessoa descrita em uma escala de seis pontos, variando de 1 = não se parece em nada comigo a 6 = se parece muito comigo. Com isso, sugere-se que os valores implicitamente apresentados nas descrições dos itens permitem a inferência dos valores pessoais dos respondentes.

Já para a aferição das atitudes e comportamentos financeiros, foi utilizado o Termômetro de Alfabetização Financeira, adaptado de Potrich, Vieira e Kirch (2016). O referido questionário foi composto de oito afirmações (três relativas a atitudes financeiras e cinco relativas a comportamentos financeiros) com as quais os respondentes foram solicitados a indicarem a sua concordância por meio de uma escala do tipo Likert de cinco pontos.

As três atitudes financeiras foram representadas pelas seguintes afirmações: “Não me preocupo com o futuro, vivo apenas o presente” (AF1); “Considero mais satisfatório gastar dinheiro do que poupar para o futuro” (AF2); e “O dinheiro é feito para gastar” (AF3). Já os cinco comportamentos financeiros foram representados por: “Faço uma reserva do dinheiro que recebo mensalmente para uma necessidade futura” (CF1); “Eu guardo parte da minha renda todo mês” (CF2); “Eu guardo dinheiro regularmente para atingir objetivos financeiros de longo prazo como, por



exemplo, educação dos meus filhos, aquisição de uma casa e aposentadoria” (CF3); “Eu passo a poupar mais quando recebo um aumento salarial” (CF4); e “Nos últimos 12 meses tenho conseguido poupar dinheiro” (CF5).

3.4 ANÁLISE DE DADOS

Para a consecução das análises estatísticas, utilizou-se o software IBM® SPSS® 20.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Primeiramente, os dados foram examinados quanto à sua distribuição normal, de acordo com as orientações de Tabachnick e Fidell (2001) e Miles e Shevlin (2001). A seguir, realizaram-se testes de correlação de Pearson de acordo com as orientações de Hair *et al.* (2009) e de Field (2013), visando verificar as possíveis correlações existentes entre o perfil financeiro individual e variáveis sociodemográficas, bem como entre valores pessoais e o perfil financeiro individual. Por fim, realizaram-se testes de regressão linear múltipla (stepwise) com o objetivo de verificar qual a fração de variabilidade do perfil financeiro individual poderia ser explicada estatisticamente pelos valores pessoais dos respondentes. Os resultados foram, então, discutidos, à luz da teoria e à luz de estudos prévios relativos à temática.

Abordados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, apresentar-se-ão, a seguir, os resultados do estudo, iniciando com a descrição da amostra, seguida dos resultados de correlação e predição.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Primeiramente, as características sociodemográficas dos respondentes relativas ao sexo, idade, número de filhos e níveis de escolaridade e renda encontram-se sumarizadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Características sociodemográficas da amostra



Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 2, por sua vez, sumariza as características dos respondentes no tocante aos valores pessoais. Apesar de as médias dos valores pessoais terem se mostrado semelhantes, a Autotranscendência foi o valor pessoal que mais se destacou. Sendo assim, pode-se inferir que a amostra deste estudo valoriza o cuidado com o meio ambiente, ser humilde e participar de maneira devota de um grupo, segundo Schwartz (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Tabela 2 – Características das amostras relativas aos valores pessoais

| Valores pessoais | Resultados obtidos | |
|--------------------|--------------------|---------------|
| | Média | Desvio-padrão |
| Autotranscendência | 4,9745 | 0,58444 |
| Autopromoção | 4,0354 | 0,83397 |

| Característica sociodemográfica | Resultados obtidos |
|---------------------------------|---|
| Sexo | 32,5% Masculino 67,5% Feminino |
| Idade | Média: 26,31 anos Desvio padrão: 8,07 |
| Estado civil | 69,5% Solteiro 19,5% Casado 8,4% União estável 2,6% Divorciado |
| Escolaridade | 0% Ensino médio incompleto 11,7% Ensino médio completo 60,4% Graduação incompleta 16,2% Graduação completa 1,3% Pós-graduação incompleta 1,3% Pós-graduação completa 3,2% Mestrado incompleto 3,9% Mestrado completo 0,6% Doutorado incompleto 1,3% Doutorado completo |
| Nº de filhos | 0: 83,8% 1: 7,8% 2: 7,8% 3: 0,6% |
| Faixa Salarial | 1: 22,1% 2: 34,4% 3: 26,0% 4: 7,1% 5: 2,6% 6: 7,8% |

| Valores pessoais | Média | Desvio-padrão |
|--------------------|--------|---------------|
| Abertura à Mudança | 4,6851 | 0,68176 |
| Conservação | 4,6477 | 0,61824 |

Fonte: Dados da pesquisa.



A Tabela 3, por sua vez, apresenta a média para as três atitudes financeiras e para os cinco comportamentos financeiros mensurados neste estudo. Analisando todas as três atitudes financeiras conjuntamente, a média foi de, aproximadamente de 2,24 em uma escala de 1 a 5, em que os menores valores se relacionam a boas atitudes financeiras, uma vez que o questionário aplicado apresentava escala invertida. Isso denota que, em média, os participantes da pesquisa apresentam uma leve inclinação para boas atitudes financeiras, caracterizadas pela propensão em poupar sua renda e encarar seriamente suas restrições orçamentárias (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016).

Analisando todos os cinco comportamentos financeiros conjuntamente, a média foi de, aproximadamente, 3,27 em uma escala de 1 a 5, em que os maiores valores se relacionam a bons comportamentos financeiros. Isso denota que, em média, os participantes da pesquisa apresentam maior inclinação para bons comportamentos financeiros, manifestados pelo planejamento de suas receitas e gastos (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016).

Tabela 3 – Atitudes e comportamentos financeiros

| Variáveis | Resultados obtidos | |
|--------------------------|--------------------|---------------|
| | Média | Desvio-padrão |
| Atitude financeira | 2,2359 | 0,64217 |
| Comportamento financeiro | 3,2727 | 1,08750 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Caracterizada a amostra sociodemograficamente e em termos de valores pessoais e atitudes e comportamentos financeiros, apresentar-se-ão, a seguir, os resultados relativos aos testes de correlação, os quais serão discutidos à luz de estudos prévios relativos à temática.

4.2.1 Correlações entre valores pessoais e dados sociodemográficos

As correlações entre os valores pessoais e as características sociodemográficas da amostra estão apresentadas na Tabela 4.



Tabela 4 – Correlações entre valores pessoais e características sociodemográficas.

| Valores pessoais | | Sexo | Idade | Estado civil | Escolaridade | Filhos | Renda |
|---------------------------|-------------|-------|---------|--------------|--------------|---------|--------|
| Autotranscendência | Coeficiente | ,093 | -,149 | -,098 | -,084 | -,157 | -,165* |
| | Sig. (p) | ,249 | ,065 | ,225 | ,300 | ,052 | ,041 |
| Autopromoção | Coeficiente | -,004 | -,434** | -,087 | -,144 | -,166* | -,067 |
| | Sig. (p) | ,962 | ,000 | ,284 | ,075 | ,040 | ,409 |
| Abertura à mudança | Coeficiente | ,104 | -,362** | -,158 | -,176* | -,318** | -,197* |
| | Sig. (p) | ,200 | ,000 | ,050 | ,029 | ,000 | ,014 |
| Conservação | Coeficiente | -,064 | -,069 | -,018 | ,055 | -,074 | -,113 |
| | Sig. (p) | ,427 | ,395 | ,824 | ,494 | ,362 | ,164 |

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: * = correlação significativa ao nível de 95% de confiança ($p < 0,05$); ** = correlação significativa ao nível de 99% de confiança ($p < 0,01$).

Conforme Tabela 4, identificou-se correlação negativa estatisticamente significativa ($p < 0,05$) entre o valor pessoal da “Autotranscendência” e a variável “Renda”, o que indica que, na amostra analisada, os indivíduos com maior renda são aqueles com menor autotranscendência. Esse achado está em consonância com estudo realizado na Universidade da Califórnia em Berkeley. O referido estudo evidencia uma maior inclinação, por parte dos menos afortunados, a realizar doações e praticar comportamentos mais altruístas (PIFF *et al.*, 2010). Além disso, o referido estudo demonstrou que, à medida que as pessoas saem da linha da pobreza, a capacidade de sentir compaixão e disposição de se colocar no lugar do outro diminuem. Dessa forma, tal pesquisa confirmou que indivíduos com maior poder aquisitivo apresentam menores valores de autotranscendência.

Outra pesquisa realizada em 2020 durante a pandemia de Covid-19 pela Central Única das Favelas (CUFA) e pelo Instituto Locomotiva, corrobora essa relação entre o valor da autotranscendência e o nível de renda. Os resultados apontaram que os indivíduos de baixa renda efetuaram mais doações aos necessitados no período da pandemia em comparação com a população de maior poder econômico. Além disso, para mensurar o nível de desprendimento dos menos afortunados, a pesquisa mobilizou mais de 3300 moradores que residem em regiões carentes por todo o território brasileiro e constatou que 80% das famílias estavam





vivendo com menos renda e que, apesar disso, continuavam praticando comportamentos voltados à autotranscendência. Ademais, o estudo mostrou que seis a cada 10 brasileiros desse perfil econômico já haviam feito algum tipo de doação durante o período (G1, 2020).

Correlação estatisticamente significativa também foi identificada entre o valor pessoal da “Autopromoção” e as variáveis “Idade” ($p < 0,01$) e “Filhos” ($p < 0,05$). Os resultados indicam que os indivíduos mais jovens da amostra e com menor número de filhos são aqueles que mais se preocupam com a autopromoção. Conforme descrito por Schwartz *et al.* (2012), a autopromoção é caracterizada por comportamentos hedonistas que visam à satisfação pessoal e ao sucesso social. As características desse valor pessoal proposto por Schwartz muito se assemelham à Teoria da Modernidade Líquida proposta por Bauman (2001), segundo a qual os indivíduos moldam a sociedade de acordo com seus desejos e personalidade, resultando em uma busca incessante pelo prazer imediato e pela definição do indivíduo por meio de seu estilo de vida e do que pode consumir.

De acordo com o Jornal da USP (LOURENÇO, 2021), nos últimos 10 anos, ocorreu um aumento significativo de 141% nos procedimentos estéticos realizados por jovens, impulsionados em grande parte pelo desejo de se enquadrarem nos padrões sociais. Por outro lado, essa tendência de comportamento e o apego à autopromoção não é tão evidente em pessoas com mais filhos. Isso pode estar relacionado ao fato de que pessoas com filhos possuem mais responsabilidades financeiras (mais dependentes), o que pode resultar em menos recursos disponíveis para comportamentos hedonistas que visam à satisfação pessoal.

Contudo, é válido ressaltar que a autopromoção não pode ser encarada apenas negativamente. Tal valor pessoal pode ter aspectos positivos ou negativos. Os aspectos negativos podem se manifestar na forma de comportamentos imediatistas, manipuladores e gananciosos. Já os aspectos positivos podem se manifestar por meio de foco e garra no cumprimento de objetivos traçados ou, até mesmo, em maior desenvoltura interpessoal (LOURENÇO, 2021).





Por fim, identificou-se correlação estatisticamente significativa entre o valor pessoal da “Abertura à mudança” e as variáveis “Idade” ($p < 0,01$), “Escolaridade” ($p < 0,05$), “Filhos” ($p < 0,01$) e “Renda” ($p < 0,05$). Os resultados apontaram que indivíduos de menor idade, menor número de filhos e menores graus de escolaridade e de renda são aqueles com maior abertura à mudança.

A mudança pressupõe a aceitação de riscos e o risco é a linha tênue entre o dano e a recompensa (FARIAS; SALIM; SANTOS, 2020). Para ser aberto à mudança, é necessário saber lidar com um novo cenário enquanto enfrenta adaptações (ANDRADE; FELIX, 2020). Portanto, é de se esperar que seja mais provável arriscar quando se tem menos responsabilidades. Por essa razão, faz sentido que pessoas com mais filhos pensem mais antes de tomar uma decisão, pois sabem que uma escolha errada ou precipitada pode reverberar na vida de seus dependentes. O mesmo pensamento se aplica a pessoas mais jovens, que, naturalmente, têm menos a perder, uma vez que ainda não tiveram tempo hábil para construir algo de alto valor e se encontram em um momento de tomada de decisões na vida profissional, por exemplo. Em relação à escolaridade e renda, é esperado que pessoas com pouca instrução e recursos limitados aceitem e considerem mais facilmente mudanças de cenário, por terem menos amparo socioeducacional e, por consequência, menor número de opções disponíveis.

De acordo com a CNN (SALEME; BARROS, 2022), um estudo com mais de três mil profissionais apontou que, aproximadamente, um terço desse número está insatisfeito com o trabalho que exerce e considera trocar de emprego nos próximos seis meses. Esse número é ainda mais acentuado entre pessoas mais novas (40% maior). Desse público juvenil entre 18 e 32 anos, 32% pretendem mudar de carreira. Esses dados corroboram os resultados obtidos nesta pesquisa, indicando que os jovens são mais tolerantes a mudanças. Tal inclinação pode ser identificada na facilidade em sair de um emprego para iniciar outro.

4.2.2 Correlações entre atitudes/comportamentos financeiros e dados sociodemográficos



As correlações entre as atitudes/comportamentos financeiros e as características sociodemográficas da amostra estão apresentadas na Tabela 5. Os códigos de “AF1” a “AF3” e de “CF1” a “CF3” correspondem, respectivamente, às três atitudes financeiras e aos cinco comportamentos financeiros avaliados nesta pesquisa. Vale lembrar que as atitudes financeiras se tratam de valores e princípios construídos ao longo da vida do indivíduo e que representa sua propensão a determinadas ações. Já o comportamento financeiro apresenta ligação com os comportamentos pessoais que os indivíduos assumem, isto é, às suas próprias ações.

Tabela 5 – Atitudes/Comportamentos financeiros e dados demográficos (Continua)

| | | Sexo | Idade | Estado civil | Escolaridade | Filhos | Renda |
|-----|----------|--------|--------|--------------|--------------|--------|--------|
| AF1 | Coef. | ,050 | ,017 | -,006 | -,001 | ,093 | -,092 |
| | Sig. (p) | ,536 | ,834 | ,939 | ,994 | ,250 | ,255 |
| AF2 | Coef. | ,078 | -,115 | -,069 | -,027 | -,004 | -,105 |
| | Sig. (p) | ,338 | ,157 | ,392 | ,738 | ,963 | ,196 |
| AF3 | Coef. | ,101 | -,193* | -,115 | -,028 | -,005 | -,091 |
| | Sig. (p) | ,215 | ,017 | ,154 | ,727 | ,955 | ,261 |
| CF1 | Coef. | -,112 | -,014 | -,077 | ,021 | -,092 | ,189* |
| | Sig. (p) | ,167 | ,867 | ,345 | ,798 | ,258 | ,019 |
| CF2 | Coef. | -,168* | -,072 | -,024 | ,007 | -,063 | ,207* |
| | Sig. (p) | ,038 | ,372 | ,768 | ,928 | ,438 | ,010 |
| CF3 | Coef. | -,119 | ,032 | ,014 | ,014 | ,034 | ,290** |
| | Sig. (p) | ,140 | ,696 | ,859 | ,868 | ,680 | ,000 |
| CF4 | Coef. | -,026 | -,059 | -,109 | ,008 | -,034 | ,056 |
| | Sig. (p) | ,748 | ,468 | ,178 | ,922 | ,679 | ,487 |
| CF5 | Coef. | -,132 | -,018 | -,033 | -,012 | -,125 | ,218** |
| | Sig. (p) | ,104 | ,828 | ,681 | ,886 | ,123 | ,007 |

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: * = correlação significativa ao nível de 95% de confiança ($p < 0,05$); ** = correlação significativa ao nível de 99% de confiança ($p < 0,01$).

A partir da Tabela 5, pode-se inferir que os indivíduos mais jovens demonstram concordância significativamente maior ($p < 0,05$) com a ideia de que o dinheiro é feito para ser gasto (AF3). Esse resultado sugere que a relação das pessoas mais novas com o dinheiro é caracterizada por uma ótica voltada ao





consumo, com o dinheiro sendo desejado em demasia para atingir objetivos de curto prazo, visando à gratificação imediata (HENNIGEN; PAIM; WALTER, 2017). Infelizmente, a inclinação para o consumo, somada a quaisquer peripécias que possam acontecer na vida desses indivíduos, pode acarretar endividamento. De acordo com o SPC Brasil (2018), o número de inadimplentes entre 18 e 24 anos de idade é de 4,81 milhões, representando uma parcela significativa dos negativados no Brasil.

Identificou-se correlação estatisticamente significativa ($p < 0,05$) entre a variável “CF1” e “Renda”, sugerindo que os indivíduos da amostra com maior renda são aqueles que mais frequentemente fazem uma reserva mensal para tempos futuros. O referido resultado é condizente com pesquisas amplamente divulgadas. Segundo a matéria vinculada no portal de notícias G1 (2019), 67% dos brasileiros não conseguem fazer reservas, sendo que, nas classes C, D e E, esse percentual sobe para 71%.

Ademais, identificou-se correlação estatisticamente significativa ($p < 0,01$) entre a variável “CF3” e a variável sociodemográfica “Renda”, o que revela que indivíduos com renda mais elevada são aqueles que fazem, com maior frequência, reservas mensais para atingir objetivos de longo prazo. Esse resultado também faz muito sentido, pois espera-se que aqueles que ganham mais tenham mais recursos extras para reservas a fim de atingirem objetivos futuros.

Identificou-se correlação estatisticamente significativa ($p < 0,01$) entre as variáveis “CF5” e “Renda”, o que aponta que indivíduos com maior nível de renda são aqueles que, nos últimos 12 meses, foram mais bem-sucedidos em economizar dinheiro. Os resultados também indicaram correlação estatisticamente significativa ($p < 0,05$) entre as variáveis “CF2” e “Sexo”, sugerindo que os homens da amostra são aqueles que mais frequentemente guardam dinheiro, o que pode estar relacionado aos níveis mais altos de renda destes em comparação às mulheres.

Buscando respaldo para tal correlação na prática trabalhista, notícia publicada pelo G1 (ALVARENGA, 2022) divulgou que mulheres, em média, são remuneradas 20,05% a menos que os homens. A diferença salarial, segundo o



portal, continua expressiva mesmo em um cenário em que os gêneros ocupam o mesmo cargo, com a mesma escolaridade e idade. No entanto, alguns pontos subjetivos e intangíveis podem explicar tal discrepância, como, por exemplo, o tempo de serviço, a experiência e o próprio processo de negociação e a disposição que o indivíduo, seja do sexo masculino ou feminino, tem em assumir maiores responsabilidades dentro da empresa.

Consonantemente, a Justiça do Trabalho-TST (PIANEGONDA, 2023) divulgou que o salário das mulheres representa, em média, 77,7% dos rendimentos auferidos pelos homens. Com base em tais dados, pode-se afirmar que a correlação identificada nesta pesquisa retrata a realidade já percebida pelos órgãos de poder e comunicação. Swell (2017) ressalta que essa diferença pode ser um resultado do histórico de construção e orientação do trabalho por parte das mulheres e homens. Segundo ele, no passado, a grande parte do trabalho era dividida em áreas como mineração, navegação, metalurgia e agricultura. Mesmo com o passar dos anos, essas carreiras continuam sendo, predominantemente, escolhidas por pessoas do gênero masculino. Segundo Hirata e Kergoat (2020), a divisão sexual do trabalho é oriunda da repartição social proposta pelas relações sociais entre o sexo feminino e masculino, repartição essa articulada histórica e socialmente como modo operante de sobrevivência entre os sexos.

A Associação das Empresas do Complexo Industrial e Portuário do Pecém (AECIPP) divulgou em seu portal que, da composição do quadro de empregados da Companhia Siderúrgica do Pecém (CSP), somente 12,9% dos seus empregados diretos são do sexo feminino (AECIPP, 2020). Tendo em vista que os homens são mais inclinados a aceitar trabalhos com alto nível de periculosidade e que tais trabalhos pagam mais do que trabalhos seguros e confortáveis geralmente escolhidos pelo sexo feminino (BENNETT, 2007), é possível inferir que essa preferência e escolha exercida por esses pares pode influenciar o nível de renda obtido.

Outro fator que poderia explicar a diferença de obtenção de renda além da liberdade de escolha e inclinações naturais é o fator hormonal, já citado na presente



pesquisa. As mulheres possuem em sua composição hormonal, em predominância, o estrogênio e a ocitocina que é o hormônio vulgarmente conhecido como o “hormônio do amor”. Enquanto os homens têm mais testosterona e tal arranjo bioquímico pode justificar as diferenças percebidas nos comportamentos e a intensidade com a qual tais comportamentos são praticados (PEREIRA, 2022).

No que se refere ao hábito de poupança ser mais frequente na conduta masculina, conforme indicado pela correlação entre as variáveis “CF2” e “Renda”, muitas reflexões podem ser levantadas para analisar esse resultado. Uma delas é a pesquisa divulgada pela Agência Brasil que aponta o aumento de mães solo no Brasil. Essas mulheres, que são responsáveis de maneira unilateral pela criação dos filhos, apresentam maiores dificuldades de encontrar um emprego que atenda às necessidades em relação à remuneração, tempo de trabalho e distância da residência (PESSÔA, 2023; MULATINHO, 2023). Consequentemente, por terem maiores responsabilidades e menos oportunidades de trabalho que configuram ganhos monetários, essas mulheres detêm menor quantidade de recurso a ser reservado.

4.2.3 Correlações entre valores pessoais e atitudes/comportamentos financeiros

A Tabela 6 apresenta as correlações entre valores pessoais e atitudes/comportamentos financeiros.

Tabela 6 – Atitudes/Comportamentos financeiros e valores pessoais

| | | AF1 | AF2 | AF3 | CF1 | CF2 | CF3 | CF4 | CF5 |
|---------------------------|----------|-------|------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| Autotranscendência | Coef | - | - | ,026 | -,071 | -,089 | -,159* | ,048 | -,166* |
| | . | ,274* | ,017 | | | | | | |
| Autopromoção | Sig. (p) | ,001 | ,836 | ,751 | ,384 | ,273 | ,050 | ,555 | ,040 |
| | Coef | -,062 | ,030 | ,169* | -,171* | -,092 | -,087 | - | -,081 |
| Abertura à mudança | . | | | | | | | ,163* | |
| | Sig. (p) | ,443 | ,709 | ,036 | ,035 | ,258 | ,281 | ,043 | ,316 |
| Abertura à mudança | Coef | -,118 | ,050 | ,107 | -,142 | -,112 | -,155 | - | -,104 |
| | . | | | | | | | ,054 | |



| | | | | | | | | | |
|--------------------|----------|-------|------|------|-------|-------|-------|------|-------|
| | Sig. (p) | ,147 | ,538 | ,187 | ,080 | ,168 | ,054 | ,507 | ,200 |
| Conservação | Coef | - | - | ,039 | -,028 | -,033 | -,095 | - | -,082 |
| | . | ,306* | ,075 | | | | | ,048 | |
| | Sig. (p) | ,000 | ,356 | ,630 | ,733 | ,680 | ,241 | ,555 | ,310 |

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: * = correlação significativa ao nível de 95% de confiança (p<0,05); ** = correlação significativa ao nível de 99% de confiança (p<0,01).

Pela análise da Tabela 6, infere-se que os indivíduos marcados pelo valor da autotranscendência, caracterizados pela benevolência, preservação do meio ambiente, defesa da igualdade e justiça e baixo interesse em recursos materiais e sociais (SCHWARTZ *et al.*, 2012), demonstram maior preocupação com o futuro, não vivendo apenas o presente (AF1), porém guardam menos dinheiro para objetivos financeiros de longo prazo (CF3) e tiveram dificuldades em poupar dinheiro nos últimos 12 meses (CF5). Percebe-se, portanto, que, embora os indivíduos autotranscendentes tenham uma boa atitude financeira (AF1), acabam não apresentando, na prática, comportamentos financeiros adequados (CF3 e CF5).

Conforme Frankl (2005), o homem atinge a realização ao passo que se esvai de si e dos seus próprios anseios e necessidades, direcionando seus pensamentos e ações para algo ou alguém que transcenda seu próprio ser. Sendo assim, o seu baixo interesse em recursos materiais e sociais (Autotranscendência) podem levá-los a comportamentos relapsos no que tange às questões financeiras.

Segundo Schwartz *et al.* (2012), indivíduos marcados pelo valor da Autopromoção valorizam o prazer e a satisfação pessoal, buscam o sucesso e gostam de obter controle sobre recursos e pessoas. Indivíduos com essas características, diante dos resultados deste estudo, são aqueles que mais concordam com a ideia de que o dinheiro foi feito para gastar (AF3), que menos frequentemente fazem reserva do dinheiro mensal para uma necessidade futura (CF1) e que não passam a poupar mais quando recebem aumento salarial (CF4).

Zamulak (2015) discorreu sobre as tendências narcisistas, pela busca desenfreada pelo prazer pessoal e pela baixa capacidade de se doar em nome do



bem-estar do outro. A autora salienta que tal comportamento, que pode ser caracterizado como hedonista, é marcado pela ênfase excessiva em alcançar sucesso profissional, acumular riqueza e atingir metas pessoais. Essas características são típicas de indivíduos marcados pela autopromoção. Portanto, indivíduos com elevado nível de autopromoção podem gastar dinheiro para autogratificação e satisfação de seus desejos e impulsos hedonistas do presente, negligenciando o futuro (AF1), o que pode dificultar a reserva de dinheiro para necessidades futuras (CF1) e até mesmo levá-las a não poupar mais dinheiro diante de um aumento salarial (CF4).

Ainda de acordo com a Tabela 6, não se identificaram correlações estatisticamente significantes entre o valor pessoal da Abertura à mudança e atitudes/comportamentos financeiros. Por outro lado, verificou-se correlação entre o valor pessoal da Conservação e uma das atitudes financeiras (AF1). Os achados demonstram que indivíduos marcados pelo valor pessoal da Conservação preocupam-se com o futuro, não vivendo apenas o presente. De acordo com Schwartz *et al.* (2012), o valor pessoal da Conservação se manifesta pela busca da segurança, estabilidade e conformidade, portanto, o resultado se mostrou compatível com essas características.

Haja vista que correlações não implicam, necessariamente, causalidade, este estudo buscou explorar se os valores pessoais, de fato, exercem alguma influência nas atitudes e comportamentos financeiros por meio de testes de regressão linear múltipla (stepwise), os quais serão descritos com mais detalhes a seguir.

4.3 ANÁLISE DE PREDIÇÃO

A Tabela 7 apresenta os resultados dos testes de regressão, em que os valores pessoais atuam como variáveis preditoras (exercem influência), e as atitudes/comportamentos financeiros atuam como variáveis dependentes (sofrem influência).



Tabela 7 – Atitudes/Comportamentos financeiros preditos por valores pessoais

| Variável dependente | Variáveis preditoras | Sig (p) | B | R ² |
|---------------------|------------------------------|---------|--------|----------------|
| AF1 | Conservação | **0,000 | -0,346 | 0,088 |
| AF2 | Sem predições significativas | | | |
| AF3 | Autopromoção | *0,036 | 0,169 | 0,022 |
| CF1 | Autopromoção | *0,035 | -0,171 | 0,023 |
| CF2 | Sem predições significativas | | | |
| CF3 | Autotranscendência | *0,050 | -0,159 | 0,019 |
| CF4 | Autopromoção | *0,043 | -0,163 | 0,020 |
| CF5 | Autotranscendência | *0,040 | -0,166 | 0,021 |

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: * = predição significativa ao nível de 95% de confiança ($p < 0,05$); ** = predição significativa ao nível de 99% de confiança ($p < 0,01$).

Primeiramente, pela análise da Tabela 7, infere-se que o valor pessoal da Conservação explica 8,8% ($p < 0,001$) do quanto o indivíduo pensa no futuro (AF1), sugerindo que indivíduos marcados pelo valor pessoal da Conservação tendem a se preocupar mais com o futuro, não vivendo apenas o presente.

No mundo das finanças, sobretudo quando o assunto é investimento, existe uma divisão comportamental que distingue o investidor conservador, do moderado e do agressivo. Restringindo-se ao perfil do investidor conservador, este age com prudência e tende a minimizar riscos, dessa forma, busca investimentos que blindem seu capital. Tais investidores têm a necessidade de se certificar de que estão seguras e de que o seu futuro financeiro será estável para se sentirem bem (FONSECA, 2021), levando-os, portanto, a pensar no futuro, não vivendo apenas o presente.

Segundo, pela análise da Tabela 7, infere-se que o valor pessoal da Autopromoção explica 2,2% ($p < 0,05$) do quanto o indivíduo concorda com a afirmação de que o dinheiro é feito para gastar (AF3), 2,3% ($p < 0,05$) da frequência com que o indivíduo faz reserva de dinheiro mensal para necessidades futuras e 2,0% ($p < 0,05$) do quanto o indivíduo passa a poupar dinheiro diante de um aumento salarial. Esses resultados sugerem que o indivíduo marcado pelo valor pessoal da Autopromoção tende a concordar mais com a ideia de que o dinheiro é feito para





gastar, tende a não fazer reserva de dinheiro mensal para necessidades futuras e tende a não poupar mais diante de um aumento salarial.

Sabe-se que uma particularidade do valor pessoal da Autopromoção é o hedonismo (SCHWARTZ *et al.*, 2012). O ato do consumo está presente de forma acentuada na vida de um hedonista, posto que o consumo é o meio pelo qual este grupo de pessoas usa para saborearem a sensação de satisfação e utilizam o consumo como uma ferramenta para construir uma identidade própria em um cenário social (OLIVEIRA, 2015). Logo, é possível inferir que, se o hedonismo, que faz parte da autopromoção, leva as pessoas a gastarem mais e a terem um comportamento consumista e materialista, é compreensível que pessoas que tenham tal valor pessoal concordem mais intensamente com a ideia de que o dinheiro foi feito para gastar e que tenham maiores dificuldades em fazer maiores reservas financeiras quando recebem um aumento salarial.

Por fim, pela análise da Tabela 7, infere-se que o valor pessoal da Autotranscendência explica 1,9% ($p < 0,05$) do quanto o indivíduo guarda dinheiro regularmente para alcançar objetivos financeiros de longo prazo (CF3) e 2,1% do quanto o indivíduo tem conseguido poupar dinheiro nos últimos 12 meses (CF5). Esses resultados sugerem que o indivíduo marcado pelo valor pessoal da Autotranscendência tende a não guardar dinheiro regularmente e a não conseguir poupá-lo.

De acordo com Schwartz *et al.* (2012), os indivíduos marcados pelo valor da autotranscendência são caracterizados pela humildade, benevolência, preservação do meio ambiente e por se comprometerem com a igualdade e justiça. Portanto, o seu baixo interesse em recursos materiais pode levá-los a comportamentos relapsos no que tange às questões financeiras.

De acordo com a hipótese 1 (H1) deste estudo, uma vez que o valor pessoal da Conservação está relacionado à segurança, estabilidade e conformidade (SCHWARTZ *et al.*, 2012), esperava-se que indivíduos marcados por esse valor pessoal tendessem a apresentar boas atitudes e/ou comportamentos financeiros. Como visto, o valor pessoal da Conservação influenciou positivamente uma das



atitudes financeiras mensuradas (AF1). Portanto, pode-se considerar que a referida hipótese foi parcialmente aceita por ter sido identificada influência positiva da conservação apenas em uma atitude financeira.

De acordo com a hipótese 2 (H2), uma vez que o valor pessoal da Abertura à mudança é caracterizado pela independência de pensamento, de sentimento e de ação e trata da receptividade à mudança (SCHWARTZ *et al.*, 2012), esperava-se que a experimentação de novidades típica de indivíduos marcados por esse valor pessoal impactasse negativamente suas atitudes e/ou seus comportamentos financeiros. Como visto, não se identificaram predições estatisticamente significantes para esse valor pessoal sobre atitudes e comportamentos financeiros. Portanto, tal hipótese foi rejeitada.

De acordo com a hipótese 3 (H3), tendo em vista que o valor pessoal da Autotranscendência é caracterizado pela aceitação dos outros como iguais e pela preocupação com o bem-estar das pessoas e do ambiente (SCHWARTZ *et al.*, 2012), esperava-se que essas características impactassem positivamente as atitudes e comportamentos financeiros dos indivíduos. A ideia por trás dessa hipótese era que indivíduos mais estáveis financeiramente estariam mais bem preparados para ajudar outras pessoas de seu círculo familiar ou para além dele. Como visto, o valor pessoal da Autotranscendência influenciou negativamente dois comportamentos financeiros (CF3 e CF5). Portanto, tal hipótese foi rejeitada. Embora tenha-se identificado influência estatisticamente significativa desse valor sobre comportamentos financeiros, o sinal da predição foi oposto ao esperado.

Por fim, de acordo com a hipótese 4 (H4), uma vez que o valor pessoal da Autopromoção está relacionado ao senso de prazer e gratificação (hedonismo) e ao sucesso e poder em termos de recursos materiais (SCHWARTZ *et al.*, 2012), esperava-se que indivíduos marcados por esse valor pessoal se mostrassem mais propensos a apresentarem atitudes e comportamentos financeiros ruins. Como visto, o valor pessoal da Autopromoção influenciou negativamente uma atitude financeira (AF3) e dois comportamentos financeiros (CF1 e CF4). Portanto, pode-se considerar





que a referida hipótese foi aceita, embora a influência não tenha sido identificada em todas as atitudes e comportamentos financeiros mensurados nesta investigação.

Concernente às predições estatisticamente significantes identificadas nesta pesquisa, é importante salientar que, embora os percentuais de poder explicativo tenham sido relativamente baixos (8,8%; 2,3%; 2,2%; 2,1%; 2,0%; 1,9%), tais magnitudes podem ser consideradas expressivas no campo das ciências sociais, em especial em estudos que tratam do comportamento humano, dada a complexidade deste (BAKKER *et al.*, 2019). Destarte, os achados deste estudo sugerem que, em investigações futuras que proponham modelos explicativos mais completos do comportamento financeiro, vale a pena a inclusão de valores pessoais como preditores, os quais podem ser associados, por exemplo, a outras variáveis psicológicas (e.g, traços de personalidade) ou contextuais (e.g, estrutura familiar) na tentativa de alcançar um maior poder preditivo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral do presente estudo foi atingido, a saber analisar a influência de valores pessoais no perfil financeiro individual. Ademais, os objetivos específicos foram cumpridos ao se executarem e interpretarem correlações entre valores pessoais, características sociodemográficas e atitudes/comportamentos financeiros, discutindo-se os achados à luz da teoria e à luz de estudos prévios relativos à temática.

Os resultados mostraram correlações estatisticamente significantes entre o perfil financeiro dos respondentes e algumas de suas características sociodemográficas. Adicionalmente, alguns valores pessoais foram capazes de prever parte da variabilidade de atitudes e comportamentos financeiros, confirmando hipóteses previamente levantadas e reforçando apontamentos da literatura de que as características psicológicas dos indivíduos podem exercer influência sobre suas atitudes e comportamentos.



A realização desta pesquisa apresenta benefícios teóricos, ao aprofundar a discussão sobre a temática de finanças pessoais, tratando-a não isoladamente, como já explorado de forma substancial na literatura, mas vislumbrando as suas relações com outra área do conhecimento, a saber a Psicologia Social, o que tornou a investigação mais robusta.

Esta pesquisa apresenta uma limitação metodológica concernente à sua amostra que precisa ser reconhecida e que foge do total controle do pesquisador. Uma vez que o processo de amostragem adotado neste estudo foi não probabilístico por acessibilidade, é natural que o perfil da amostra reflita características daqueles indivíduos de mais fácil acesso ao pesquisador. Assim, acredita-se que as características dos indivíduos que compuseram a amostra desta pesquisa poderiam ser mais bem distribuídas sociodemograficamente caso o processo de amostragem adotado fosse, por exemplo, probabilístico aleatório. Portanto, dada a relevância do tema, espera-se que estudos futuros possam ser derivados da presente exposição, dando continuidade e aprofundando esta linha de pesquisa por meio da adoção de uma amostra ainda mais expressiva.

Para além dos benefícios teóricos, também é possível reconhecer que este estudo apresenta alta interface com a prática dos indivíduos, em especial em meio ao cenário nacional de alto índice de famílias endividadadas. Nesse cenário, é válido refletir sobre possíveis motivos pelos quais milhões de brasileiros se encontram em situação de inadimplência. Este estudo, portanto, estimula o debate acerca da temática de finanças pessoais de forma mais holística, de modo que as características internas dos indivíduos também sejam levadas em consideração nas reflexões sobre finanças, indo além da análise de questões estruturais de âmbito político e econômico.

REFERÊNCIAS

AECIPP. **Mulheres da siderurgia que transformam realidades e inspiram novas gerações**. 2020. Disponível em: <http://www.aecipp.com.br/pt-br/noticias/mulheres->





[da-siderurgia-que-transformam-realidades-e-inspiram-novas-geracoes](#) Acesso em: 18 mai. 2023.

AGÊNCIA BRASIL. **Percentual de famílias com dívidas a vencer atinge recorde de 78%.** 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-08/percentual-de-familias-com-dividas-vencer-atinge-recorde-de-78> Acesso em: 03 out. 2022.

ALVARENGA, D. **Mulheres ganham em 20,5% menos que homens no Brasil.** G1, 08 mar. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/dia-das-mulheres/noticia/2022/03/08/mulheres-ganham-em-media-205percent-menos-que-homens-no-brasil.ghtml> Acesso em: 18 mai. 2023.

ANBIMA. **A trajetória financeira do brasileiro.** 2017. Disponível em: <http://www.anbima.com.br/data/files/76/83/F1/CF/9297F5108901E1F599A80AC2/Relatorio-A-trajetoria-financieira-do-brasileiro.pdf> Acesso em: 10 out. 2022.

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ANDRADE, S. C.; FELIX, B. A abertura à mudança, o engajamento no trabalho e a revelação de ambos com a intenção de expatriar e de sair da empresa. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 14, n. 2, 2020. Disponível em: <https://revistas.ufpel.edu.br/index.php/ReAT/article/view/1441> Acesso em: 06 jun. 2023

ARCURI, N. **Me Poupe:** 10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.

ATHAYDE, A. L. M.; TORRES, C. V. Guidance sources at work: Let's look inside us? **International Journal of Interdisciplinary Social Science Studies**, v. 6, n. 1, p. 14-22, 2020.

ATHAYDE, A. L. M.; TORRES, C. V.; THOMASON, S. J. Personal values and the use of sources of guidance at work: a comparison between the United States and Brazil. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v. 13, n. 2, p. 101-118, 2022a.

ATHAYDE, A. L. M.; TORRES, C. V.; THOMASON, S. J. Psychological profile and sources of guidance at work. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 2, p. 14-28, 2022b.

ATHAYDE, A. L. M.; TORRES, C. V.; THOMASON, S. J. The influence of personal values and dark personality traits on the use of guidance sources at work. **Reuna**, v. 28, p. 79-96, 2023.



BAKKER, A.; CAI, J.; ENGLISH, L.; KAISER, G.; MESA, V.; DOOREN, W. V. Beyond small, medium, or large: points of consideration when interpreting effect sizes. **Educational Studies in Mathematics**, v. 102, p. 1-8, 2019.

BARDI, A., SCHWARTZ, S. H. Values and behavior: strength and structure of relations. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 29, n. 10, p. 1207–1220, 2003.

BARDI, A.; CALOGERO, R. M.; MULLEN, B. A new archival approach to the study of values and value–behavior relations: Validation of the value lexicon. **Journal of Applied Psychology**, v. 93, n. 3, p. 483–497, 2008.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

BARROSO, A. C.; FONSECA, A. M. O; PORTO, J. B. **O efeito dos valores pessoais nas atitudes perante estilos de liderança**. São Paulo-SP: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2012.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BBC BRASIL. **Estudo do BID relaciona novelas a divórcios no Brasil**. 2014. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/lq/noticias/2009/01/090130_noveladivorciobrasil_np_tc2 Acesso em: 15 jun. 2023.

BENNETT, J. T. **The Politics of American Feminism: Gender Conflict in Contemporary Society**. 1.ed. University Press of America, 2007.

BÍBLIA. Português. **Bíblia de Estudo de Genebra**. Tradução de João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2004. Edição Ampliada e Revisada.

BID – BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO. **Novelas brasileiras têm impacto sobre os comportamentos sociais**. 2009. Disponível em: <https://www.iadb.org/pt/noticias/artigos/2009-01-29/novelas-brasileiras-tem-impacto-sobre-os-comportamentos-sociais%2C5104.html> Acesso em: 15 jun. 2023.

CARVALHO, M. Finanças Pessoais: Uma visão de como os brasileiros têm lidado com o dinheiro na pandemia da covid-19. **Revista Científica Eletrônica da Faculdade de Piracanjuba**, v. 2, n. 3, p. 16-36, 2022.

CERBASI, G. **Como organizar sua vida financeira**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.



CONTO, S. M. de; FUHR, I. J.; FALEIRO, S. N.; KRONBAUER, K. A. O comportamento de alunos do ensino médio do vale do Taquari em relação às finanças pessoais. **Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios**, v. 8, n. 2, p. 182-206, 2015.

CORSINI, L.; ARAÚJO, T. **Número de inadimplentes no Brasil atinge recorde da série histórica, aponta Serasa**. CNN, Rio de Janeiro, 10 jul. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/numero-de-inadimplentes-no-brasil-atinge-recorde-da-serie-historica-aponta-serasa/> Acesso em: 28 set. 2022.

DHOLAKIA, U.; TAM, L.; YOON, S.; WONG, N. The ant and the grasshopper: understanding personal saving orientation of consumers. **Journal of Consumer Research**, v. 43, n. 1, p. 134-155, 2016.

Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/24801/1/EndividamentoBuscandoMotivacoes.pdf> Acesso em: 28 set. 2022.

DOMINGOS, R. **Sabedoria financeira: o milagre da multiplicação de seus recursos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2013.

ELIZUR, D. Work and nonwork relations: The conical structure of work and home life relationship. **Journal of Organizational Behavior**, v. 12, p. 21-38, 1991.

FARIAS, T. A.; SALIM, P. H.; RIBEIRO SOUZA SANTOS, R. Aversão ao risco e resposta comportamental: uma exploração histórico-econômica. **Revista de Estudos Sociais**, v. 22, n. 45, p. 5-36, 2021.

FERNANDES, B. V. R.; MONTEIRO, D. L.; SANTOS, W. R. Finanças pessoais: um estudo dos seus princípios básicos com alunos da Universidade de Brasília. **CAP Accounting and Management**, Toledo, n. 6, v. 6, p. 8-28, 2012.

FONSECA, S. B. **Finanças Comportamentais e Perfis de Investimento**. 2021. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização (Gestão Estratégica) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/36650> Acesso em: 11 jun. 2023.

FRANKL, V. **Um sentido para a vida: psicoterapia e humanismo**. 11. ed. Aparecida: Santuário SP, 2005. p.29.

G1. **67% dos brasileiros não conseguem poupar dinheiro, aponta pesquisa**, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/09/26/67percent-dos-brasileiros-nao-conseguem-poupar-dinheiro-aponta-pesquisa.ghtml> Acesso em: 18 mai. 2023.

G1. **Pesquisa aponta que pessoas mais pobres são as que mais fazem doações em meio à pandemia**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2020/07/17/pesquisa-aponta-que-pessoas->





[mais-pobres-sao-as-que-mais-fazem-doacoes-em-meio-a-pandemia.ghtml](#) Acesso em: 05 de mai. 2023.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, L. J. O papel e o ambiente da administração financeira. In: _____ **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. cap. 1, p. 03.

GONÇALVES, V. N. **Quem pensa no futuro poupa mais?** O papel mediador do conhecimento financeiro na relação entre orientação para o futuro e segurança financeira pessoal. 2017. [66 f.]. Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, [São Paulo]. Disponível em: <https://tede2.espm.br/handle/tede/407> Acesso em: 19 mar. 2023.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HAWS, K. L.; BEARDEN, W. O.; NENKOV, G. Y. Consumer spending self-control effectiveness and outcome elaboration prompts. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 40, n. 5, p. 695-710, 2012.

HENNIGEN, I.; PAIM, G. M.; WALTER, B. E. P. Consumo, Dinheiro e Diferenciações Sociais: Ditos de Jovens em uma Pesquisa- Intervenção. **Revista de Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 37, n. 3, p. 711-724, 2017.

HENRIQUE, J. L.; MATOS, L. A.; MONTEIRO, P. R. R. As Influências dos Valores Pessoais nas Atitudes e nas Fases da Lealdade. **Revista de Ciências da Administração**, p. 101-116, 2013.

HIRATA, H.; KERGOAT D. Atualidade da divisão sexual e centralidade do trabalho das mulheres. **Revista de Ciências Sociais**, n. 53, p. 22-34, 2020.

HITLIN, S.; PILIAVIN, J. A. Values: Reviving a dormant concept. **Annual Review of Sociology**, v. 30, n. 1, p. 359–393, 2004.

INFOPÉDIA – *finança* no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. **Porto: Porto Editora**. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/finanças> Acesso em: 10 out. 2022.

KAHNEMAN, D. **Rápido e Devagar**: Duas formas de pensar. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.





KAMIA, M.; PORTO, J. B. Comportamento Proativo nas Organizações: O Efeito dos Valores Pessoais. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 31, n. 3, p. 456-467, 2011.

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa**: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LAUER-LEITE, I. D.; MAGALHÃES, C. M. C.; GOUVEIA, R. S. V.; FONSECA, P. N. da; SOUSA, D. M. F. de; SILVA SOARES, A. K. Valores Humanos e Significado do Dinheiro: Um Estudo Correlacional. **Psico**, v. 45, n. 1, p. 15–25, 2014.

LEISEROWITZ, A. A.; KATES, R. W.; PARRIS, T. M. Sustainability values, attitudes, and behaviors: A review of multinational and global trends. **Annual Review of Environment and Resources**, v. 31, n. 1, p. 413–444, 2006.

LIMA, F. W. R. Fé, poder e propagação: A Igreja Católica na Idade Média e suas representações no teatro de Gil Vicente. **Veredas da História**, v. 11, n. 1, p. 96-133, 2018.

LIMA, R. S. L. *et al.* O estudo das finanças pessoais no âmbito universitário. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 2, 2019.

LONNQVIST, J.-E.; VERKASALO, M.; WICHARDT, P. C.; WALKOWITZ, G. Personal values and prosocial behaviour in strategic interactions: Distinguishing value-expressive from value-ambivalent behaviours. **European Journal of Social Psychology**, v. 43, n. 6, p. 554–569, 2013.

LOPES, F. N. M.; ANDRADE, M. L. de. **Alfabetização financeira**: mapeamento dos antecedentes da tomada de decisão em relação às finanças pessoais, 2020. Disponível em: <http://hiq.unihorizontes.br/index.php/Hiq/article/viewFile/102/122> Acesso em: 19 mar. 2023.

LOURENÇO, T. Cresceu mais de 140% o número de procedimentos estéticos em jovens nos últimos dez anos. **Jornal da USP**, São Paulo, 01 mar. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos> Acesso em: 11 mai. 2023.

MAIA, L. F. R. B.; OLIVEIRA, J. D. Impacto dos valores pessoais sobre a aprendizagem dos discentes em ciências contábeis da Universidade Federal do Ceará. In: Congresso Internacional em Avaliação Educacional, 3., Fortaleza, 16-18 nov. 2006. **Anais...** Fortaleza: Imprensa Universitária, 2006. p. 138-158. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/37593> Acesso em: 28 set. 2022.



MILES, J.; SHEVLIN, M. Applying regression and correlation. London: Sage Publications, 2001.

MULATINHO, C. P. Mães solas têm mais dificuldade de entrar no mercado de trabalho. **AGÊNCIA BRASIL**, 14 mai. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-05/maes-solo-tem-mais-dificuldade-de-entrar-no-mercado-de-trabalho#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20m%C3%A3es%20solo,mulheres%20no%20mercado%20de%20trabalho> Acesso em: 18 mai. 2023.

MUNDY, S. **Financial Education Programmes in Schools**: Analysis of Selected Current Programmes and Literature – Draft recommendations for best practices. OECD. Mimeo, 2011.

OLIVEIRA, P.S. Consumo Hedonista: impasses e contradições do consumidor pós-moderno para um planeta sustentável. **Revista E.T.C. Educação, Tecnologia e Cultura**, n. 13, 2015. Disponível em: <https://publicacoes.ifba.edu.br/etc/article/view/19> Acesso em: 10 jun. 2023.

OLIVIERI, M. F. A. Educação Financeira. **ENIAC pesquisa**, v. 2, n. 1, p. 43-51, 2013.

PEREIRA, I. **Como o comportamento financeiro dos pais influencia os filhos?** Portal do Investidor, 18 dez. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/penso-logo-invisto/como-o-comportamento-financeiro-dos-pais-influencia-os-filhos> Acesso em: 15 jun. 2023.

PEREIRA, I. **O que determina a diferenças de comportamento financeiro entre homens e mulheres?** Portal do Investidor, 17 mar. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/penso-logo-invisto/o-que-determina-a-diferenca-de-comportamento-financeiro-entre-homens-e-mulheres> Acesso em: 15 jun. 2023.

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia científica para a segurança pública e defesa social**. Curitiba: Juruá, 2014.

PESSÔA, C. Cresce quantidade de mães que criam os filhos totalmente sozinhas. **AGÊNCIA BRASIL**, 14 mai. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2023-05/cresce-quantidade-de-maes-que-criam-os-filhos-totalmente-sozinhas#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20m%C3%A3es%20solo,de%2011%20milh%C3%B5es%20em%202022> Acesso em: 18 mai. 2023.

PIANEGONDA, N. Desigualdade salarial entre homens e mulheres evidencia discriminação de gênero no mercado de trabalho. **TST**, 08 mar. 2023. Disponível





em: <https://www.tst.jus.br/-/desigualdade-salarial-entre-homens-e-mulheres-evidencia-discrimina%C3%A7%C3%A3o-de-g%C3%AAnero-no-mercado-de-trabalho> Acesso em: 18 mai. 2023.

PIFF, P. K; KRAUS, M. W; CHENG, B. H; KELTNER, D. Having Less, Giving More: The Influence of Social Class on Prosocial Behavior. **Journal of Personality and Social Psychology**. 2010.

POHLING, R.; BZDOK, D.; EIGENSTETTER, M.; STUMPF, S.; STROBEL, A. What is ethical competence? The role of empathy, personal values, and the Five-Factor Model of personality in ethical decision-making. **Journal of Business Ethics**, v. 137, n. 3, p. 449-474, 2016.

PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. **Revista Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, n. 1, p. 63-70, 2007.

POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; KIRCH, G. Você é alfabetizado financeiramente? Descubra no termômetro de alfabetização financeira. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos – BASE**, v. 13, n. 2, p. 153-170, 2016.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. F. de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

RESENDE, I. Endividamento e inadimplência das famílias batem recorde em julho, diz CNN. **CNN**, Rio de Janeiro, 08 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/endividamento-e-inadimplencia-das-familias-batem-recorde-em-julho-diz-cnc/> Acesso em: 28 set. 2022.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

SAGIV, L. Vocational interests and basic values. **Journal of Career Assessment**, v. 10, n. 2, p. 233–257, 2002.

SALEME, I.; BARROS, M. Quase um terço dos profissionais brasileiros não está satisfeito no emprego atual. **CNN**, São Paulo, 09 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/quase-um-terco-dos-profissionais-brasileiros-nao-esta-satisfeito-no-atual-emprego/> Acesso em: 12 mai. 2023.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural value orientations: explications and applications. **Comparative Sociology**, v. 5, p. 137-182, 2006.





SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 25, p. 1-65, 1992.

SCHWARTZ, S. H.; CIECIUCH, J.; VECCHIONE, M.; DAVIDOV, E.; FISCHER, R.; BEIERLEIN, C.; RAMOS, A.; VERKASALO, M.; LÖNNQVIST, J. E.; DEMIRUTKU, K.; DIRILEN-GUMUS, O.; KONTY, M. Refining the Theory of Basic Individual Values. **Journal of Personality and Social Psychology**. v. 103, n. 4., p. 663-688, 2012.

SERASA. **Mapa da Inadimplência e Negociação no Brasil**: o levantamento mensal da Serasa sobre a relação dos brasileiros com as dívidas. Serasa, 2022. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil/> Acesso em: 07 nov. 2022.

SHOHAM, A.; MALUL, M. The role of cultural attributes in savings rates. **Cross Cultural Management: An International Journal**, v. 19, n. 3, p. 304-314, 2012.

SILVA, A. C.; SOUZA, I. C.; BUENO, M. P.; ALMEIDA, A. L.; SILVA, R. H. Qualidade de Vida e Endividamento. **Desafio Online**, v. 8, n. 2, p. 353-377, 2020.

SOUZA, G. S. **Endividamento**: buscando as motivações comportamentais e os impactos na saúde. (Mestrado em Administração). Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2019.

SOWELL, T. **Fatos e Falácias da economia**. 1. ed. [S.l.], Record, 2017.

SPC - SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. **Número de jovens inadimplentes atinge 4,81 milhões de negativados entre 18 e 24 anos, mostra SPC Brasil**. SPC, 2018. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2018/02/Release-Inadimpl%C3%Aancia-PF--Jovens.pdf> Acesso em: 15 mai. 2023.

SPC - SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. **Origens comportamentais das dívidas em atraso e impactos nas emoções dos inadimplentes**. SPC, 2016. 3 p. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wpcontent/uploads/2016/10/Analise_inadimplencia_comportamento.pdf. Acesso em: 28 set. 2022.

TABACHNICK, B. G.; FIDELL, L. S. Using multivariate statistics. New York: Harper Collins, 2001.

TAIAR, E. Pesquisas apontam que 70% dos brasileiros gastam mais do que ganham. **Valor Investe**, v. 19 jul. 2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/objetivo/organize-as->



contas/noticia/2021/07/19/pesquisa-aponta-que-70percent-dos-brasileiros-gastam-tudo-ou-mais-do-que-ganham.ghtml Acesso em: 07 nov. 2022.

TORRES, C.V.; SCHWARTZ, S. H.; NASCIMENTO, T. G. Teoria de Valores Refinada: associações com comportamento e evidências de validade discriminante e preditiva. **Psicologia USP**, v. 27, n. 2, p. 341-356, 2016.

YAZBEK, P. **Brasil é o 74° em ranking de global de educação financeira**. Exame, São Paulo, 19 nov. 2015. Disponível em: <https://exame.com/invest/minhas-financas/brasil-e-o-74o-em-ranking-global-de-educacao-financeira/> Acesso em: 10 out. 2022.

ZAMULAK, J. Autotranscendência: Caminho para superação do individualismo. **Revista da Associação Brasileira de Logoterapia e Análise Existencial**, v. 4, n.2, p. 130-142, 2015.

ZANELLI, J.; SILVA, N. **Interação humana e gestão**: a construção psicossocial das organizações de trabalho. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.

