

IMPLICAÇÃO DO COMPORTAMENTO FINANCEIRO DOS EMPREENDEDORES DO BRASIL

IMPLICATION OF FINANCIAL BEHAVIOR OF ENTREPRENEURS IN BRAZIL

JOBSON CABRAL¹

Universidade Regional de Blumenau,

Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração, Blumenau, SC, Brasil

• <https://orcid.org/0000-0002-5311-0962>

jcabral@furb.br

NELSON HEIN

Universidade Regional de Blumenau,

Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração,

Departamento de Matemática, Blumenau, SC, Brasil

• <https://orcid.org/0000-0002-8350-9480>

hein@furb.br

RESUMO

Este estudo analisou o efeito do comportamento financeiro na compra compulsiva, endividamento e materialismo entre empreendedores no Brasil. A pesquisa, de caráter descritivo, utilizou um levantamento de dados com 149 empreendedores brasileiros, aplicando técnicas de análise fatorial confirmatória, correlação e regressão linear por meio do software SPSS. A nomenclatura "empreendedor" foi utilizada de forma ampla, sem distinguir entre tipos específicos, como MEI, startups ou executivos, para abranger uma gama maior de empreendedores que se identificam como tais, principalmente nas redes sociais como o LinkedIn. Os resultados indicaram que o comportamento financeiro dos empreendedores não impacta significativamente o endividamento ou materialismo, mas há uma relação entre comportamento financeiro e compra compulsiva. Empreendedores com maior alfabetização financeira tendem a ser menos propensos a esse comportamento. A compra compulsiva, por sua vez, mostrou estar relacionada ao endividamento e materialismo. O estudo sugere que programas de alfabetização financeira para empreendedores devem adotar uma abordagem holística, que integre aspectos técnicos, comportamentais e psicológicos, com foco na redução da compra compulsiva. Isso poderia diminuir o endividamento e materialismo, promovendo uma gestão financeira mais equilibrada e sustentável. Os achados também oferecem base para elaboração de políticas públicas que visem o bem-estar financeiro dos empreendedores no Brasil. A contribuição deste estudo foi integrar diferentes fatores que afetam o comportamento financeiro dos empreendedores, fornecendo uma visão mais ampla e contextualizada desse grupo.

Palavras-chaves: Comportamento financeiro. Materialismos. Endividamento. Compra compulsiva.

Editado em português e inglês. Versão original em português.

¹ Endereço para correspondência: Rua Antônio da Veiga, 140 | Itoupava Seca | 89030-903 | Blumenau/SC | Brasil.

Recebido em 21/11/2024. Revisado em 06/03/2025. Aceito em 15/07/2025 pelo Prof. Dr. Rogério João Lunkes (Editor-Chefe). Publicado em 29/08/2025.

Copyright © 2025 RCCC. Todos os direitos reservados. É permitida a citação de parte de artigos sem autorização prévia, desde que identificada a fonte.

ABSTRACT

This study analyzed the effect of financial behavior on compulsive buying, indebtedness, and materialism among entrepreneurs in Brazil. The research, of a descriptive nature, employed a data survey with 149 Brazilian entrepreneurs, applying confirmatory factor analysis, correlation, and linear regression techniques using SPSS software. The term "entrepreneur" was used broadly, without distinguishing between specific types such as individual microentrepreneurs (MEI), startups, or executives, in order to encompass a wider range of entrepreneurs who identify as such, particularly on social networks like LinkedIn. The results indicated that entrepreneurs' financial behavior does not significantly impact indebtedness or materialism, but there is a relationship between financial behavior and compulsive buying. Entrepreneurs with higher financial literacy tend to be less prone to this behavior. Compulsive buying, in turn, was found to be related to both indebtedness and materialism. The study suggests that financial literacy programs for entrepreneurs should adopt a holistic approach, integrating technical, behavioral, and psychological aspects, with a focus on reducing compulsive buying. This could help decrease indebtedness and materialism, promoting more balanced and sustainable financial management. The findings also provide a foundation for the development of public policies aimed at the financial well-being of entrepreneurs in Brazil. The contribution of this study lies in integrating different factors that affect entrepreneurs' financial behavior, offering a broader and more contextualized understanding of this group.

Keywords: *Financial behavior. Materialism. Indebtedness. Compulsive buying.*

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país em desenvolvimento e, cada vez mais, pessoas têm buscado instituições financeiras para a realização de transações financeiras, para captação de recursos, através de empréstimos, como para investimento em aplicações (Potrich & Vieira, 2018). Para Kühn et al. (2016), a falta de informações adequadas sobre questões financeiras pode favorecer o surgimento de cenários indesejados, como o endividamento acima da capacidade de comprometimento da renda. Neste contexto, o conhecimento financeiro apresenta-se como vital para o sucesso de gestão de recursos. De acordo com Potrich et al. (2016), a sociedade contemporânea enfatiza cada vez mais a necessidade de autossuficiência e responsabilidade, sendo o comportamento financeiro um elemento essencial para alcançar o êxito na vida adulta. Potrich et al. (2016), destacam ainda que o contexto cultural em que estamos inseridos demanda essas habilidades de forma intensa.

Para Kadoya e Khan (2020), a alfabetização financeira permite que as pessoas compreendam a natureza e o comportamento das questões econômicas. Conforme Anderloni e Vandone (2011), a educação financeira é uma estratégia que proporciona aos indivíduos a capacidade de compreender e administrar suas finanças de maneira eficaz, prevenindo o acúmulo de dívidas indesejadas. Nesse sentido, Potrich et al. (2016), destacam como importante a ampliação do conhecimento sobre as práticas financeiras, para que as decisões proporcionem os resultados almejados, não frustrando os usuários com perdas ou alto endividamento. De acordo com Kühn et al. (2016), conforme os produtos financeiros passam a ser mais acessíveis, há um aumento significativo nos níveis de endividamento das pessoas. Essa situação acarreta problemas tanto de forma pessoal quanto para as instituições financeiras, visto que a inadimplência também aumenta (Potrich et al., 2016). Neste contexto, a educação financeira traria maiores habilidades aos indivíduos para tomadas de decisões assertivas, com uso de recursos de maneira mais eficiente (Burchi et al., 2021).

No ambiente das empresas, não é diferente. Para os empreendedores, os desafios são diários, o que justifica a importância de conhecimento financeiro para a gestão dos recursos das entidades (Burchi et al., 2021). Para Raupp e Beuren (2009), nem todos possuem habilidades que

permitem a criação de uma empresa a partir do nada. Os Raupp e Beuren (2009) ainda afirmam que são necessárias algumas características inerentes ao indivíduo e outras que possam ser aprendidas ao longo dos anos.

Além dos desafios de empreender no Brasil, a falta de preparo dos recém-empresários pode ser um fator determinante no destino das novas empresas (Burchi et al., 2021). Raupp e Beuren (2009) argumentam que as micro e pequenas empresas nem sempre estão preparadas para os efeitos do aumento da competitividade, uma vez que possuem uma estrutura empresarial menos sofisticada, se comparadas às médias e grandes empresas. Raupp e Beuren (2009) ainda afirmam que as organizações nem sempre são gerenciadas por pessoas com experiência e/ou formação para exercer essa função, mas que ao mesmo tempo, representam um importante segmento dentro do mercado.

O estudo objetiva analisar o efeito do comportamento financeiro na compra compulsiva, endividamento e materialismo dos empreendedores do Brasil. O presente estudo analisa o constructo de comportamento financeiro extraído do trabalho de Potrich et al. (2016) e Potrich e Vieira (2018) para mensurar do nível de alfabetização financeira.

A pesquisa se justifica, pois, é necessário observar se os empresários possuem um baixo ou um alto nível de alfabetização financeira, para verificar o quanto estes administradores estão preparados para tomar decisões conscientes e administrarem seus recursos financeiros de forma a não incorrer em prejuízos, gerindo seus recursos para maximização dos resultados. Essas organizações são responsáveis por abrir muitas vagas ao mercado de trabalho, e por consequência auxiliam a impulsionar a economia e o desenvolvimento do ambiente em que estão inseridas.

Além disto, a pesquisa se justifica pela sua abordagem integradora, ao analisar a interação entre comportamento financeiro, compra compulsiva, endividamento e materialismo especificamente no contexto dos empreendedores brasileiros. Muitos estudos existentes abordam esses aspectos de forma isolada ou em contextos distintos, como consumidores gerais ou diferentes grupos demográficos, mas não exploram amplamente como esses fatores se entrelaçam para formar um perfil comportamental financeiro dos empreendedores. Além disso, a utilização de uma amostra de 149 empreendedores brasileiros, com base na autoidentificação como "empreendedores" no LinkedIn, proporciona uma visão mais holística e abrangente sobre este público. A pesquisa se concentra em identificar padrões de comportamento e não apenas nos efeitos isolados dos fatores analisados, o que a torna mais abrangente e contextualizada.

A nomenclatura "empreendedor" foi adotada de forma ampla, sem a distinção específica entre tipos de empreendedores, como MEI, startups ou executivos, devido à natureza do levantamento realizado. A amostra foi composta por indivíduos que se autodenominam empreendedores, independentemente da formalização de seus negócios ou da escala das operações. Essa escolha de nomenclatura foi tomada com base em como esses indivíduos se apresentam em suas redes profissionais, como o LinkedIn, onde a classificação de "empreendedor" é uma forma de se identificar, abrangendo desde pequenos empresários até executivos de startups. Assim, o foco do estudo foi compreender o comportamento financeiro desses indivíduos enquanto empreendedores, sem uma segmentação específica, buscando um retrato mais amplo dessa população.

Como contribuição este estudo pode fornecer insights para a elaboração de políticas públicas e programas de educação financeira que visem melhorar o bem-estar financeiro e a tomada de decisão dos empreendedores no Brasil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E HIPÓTESES

2.1 Alfabetização Financeira (Comportamento Financeiro)

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2013) define a alfabetização financeira como uma combinação de consciência, conhecimento, habilidades,

atitudes e comportamentos motivados que capacitam os indivíduos a tomarem decisões financeiras e alcançar o bem-estar financeiro. Potrich et al. (2016) enfatizam que a aprendizagem efetiva das finanças pessoais funciona como um papel central na formação de atitudes e comportamentos relacionados à gestão das finanças pessoais.

De Marco Canton e Barichello (2019) afirmam que é comum encontrar na literatura o uso do termo “educação financeira” para designar conceito semelhante ao aqui adotado “alfabetização financeira”. De acordo com Huston (2010), 47% dos estudos examinados empregam os termos alfabetização financeira e educação financeira de forma intercambiável. De acordo com Atkinson e Messy (2012), indivíduos com baixa alfabetização financeira enfrentam maiores desafios na administração de suas finanças pessoais e na tomada de decisões financeiras de forma lógica e informada. Em contrapartida, Lusardi e Mitchell (2011) afirmam que consumidores com elevado grau de conhecimento financeiro demonstram maior habilidade para elaborar orçamento pessoal, economizar e planejar o futuro, reforçando a relevância da educação financeira.

Campbell (2006) afirma que os indivíduos com educação financeira cometem menos erros e estão expostos a investimentos dinâmicos, flexíveis e lucrativos. De acordo com Atkinson e Messy (2012), a alfabetização financeira proporciona resultados positivos impulsionados pelo comportamento, como o planejamento de gastos e a construção de segurança financeira. No entanto, determinados comportamentos, como o abuso do crédito, têm o potencial de reduzir o nível de bem-estar financeiro. As atitudes financeiras, por sua vez, são moldadas por crenças e influenciam as decisões tomadas em relação a determinados comportamentos, consequentemente, influenciam significativamente o processo de decisão pessoal (Potrich & Vieira, 2018).

Potrich e Vieira (2018) abordam três fatores comportamentais sobre a alfabetização financeira: materialismo, compra compulsiva e propensão ao endividamento. O materialismo tem sido amplamente estudado a partir de diferentes perspectivas, como marketing, psicologia, educação e antropologia social. No contexto das finanças comportamentais, verificou-se que pessoas com valores materialistas mais elevados possuem maiores preocupações financeiras e maior quantidade de dívidas (Gardarsdottir & Dittmar, 2012). Pradhan et al. (2018) explicaram, ainda, que o materialismo influencia o uso do cartão de crédito, aumentando assim a propensão à compra impulsiva.

Pesquisa realizada por Richins (2011) identificou que o materialismo, por meio de atitudes relacionadas ao empréstimo de dinheiro, pode influenciar no uso excessivo do crédito e, consequentemente, levar ao endividamento. Isso acontece porque os indivíduos materialistas são mais propensos do que outros a acreditar que tomar dinheiro emprestado para alguns tipos de compra é apropriado e aceitável. Isso fez com que o autor concluísse que outro caminho para reduzir a propensão ao endividamento seria uma mudança de atitude em relação às finanças, e esse seria um dos elementos vinculados à alfabetização financeira.

Pham et al. (2012) também descobriram que as práticas de gestão financeira previram significativamente o comportamento de compra compulsivo após o controle do materialismo, e essas práticas também reduziram a influência dos valores materialistas no comportamento de compra compulsivo. Esses resultados apoiam a inclusão de componentes de gerenciamento de dinheiro, alcançáveis por meio da alfabetização financeira, nas intervenções psicossociais atuais e indicam que indivíduos altamente materialistas com práticas inadequadas de gerenciamento financeiro terão mais probabilidade de ter problemas de compra compulsiva.

Confirmando essas evidências, Donnelly et al. (2012) descobriram que a gestão do dinheiro está significativamente relacionada positivamente com o aumento da poupança e negativamente com a compra compulsiva, mesmo após controlar inúmeras variáveis sociodemográficas. Alemis e Yap (2013) também constataram que a compra compulsiva está negativamente correlacionada com a gestão do dinheiro praticada por indivíduos alfabetizados financeiramente, em que o papel da literacia financeira, ao mediar as práticas de gestão do dinheiro com a compra compulsiva, dá suporte à formação de competências de gestão do dinheiro para

prevenir e tratar a compra compulsiva. Além disso, estudos anteriores demonstraram com sucesso a eficácia de intervenções cognitivo-comportamentais em grupos, que incluem instruções sobre gestão de caixa para reduzir o comportamento de compra compulsiva (Mitchell et al., 2006).

O estudo de Potrich e Vieira (2018) apontou que alfabetização financeira teve impacto inverso na propensão ao endividamento, especificamente, em relação à alfabetização financeira. Além disso, Gardarsdottir e Dittmar (2012) apontam que o materialismo é um forte preditor de habilidades de gestão de dinheiro, sendo necessária uma compreensão completa da alfabetização financeira. Nesse sentido, a alfabetização financeira é muito mais abrangente do que apenas construir habilidades de gestão de dinheiro e certamente para que um indivíduo seja considerado alfabetizado financeiramente. Especificamente, Gardarsdottir e Dittmar (2012) apontam a importância dos cursos de alfabetização financeira, principalmente para os jovens que são frequentemente bombardeados com mensagens materialistas da mídia comercial, que transmitem a ideia de que felicidade, beleza e popularidade podem ser compradas. Além disso, indivíduos materialistas podem experimentar a “dor de saber” sobre sua situação financeira, pois a gestão do dinheiro pode destacar as implicações desanimadoras de seus comportamentos de compra (Donnelly et al., 2012). Com base nesses aspectos, temos esta relação: quanto maior o nível de conhecimento financeiro, menor a propensão ao endividamento. O que se segue é a primeira hipótese deste estudo: **H1: O comportamento financeiro impacta negativamente na propensão ao endividamento dos empreendedores.**

A expansão do dinheiro e dos serviços financeiros resultou em um acesso mais fácil ao dinheiro, o que, por sua vez, aumentou a propensão das pessoas ao endividamento (Falahati & Sabri, 2015). Ligado a isso, a devoção do indivíduo aos desejos materiais, a ânsia de possuir mais coisas materiais e o apego aos bens materiais para alcançar as condições desejadas acabam por determinar e fomentar o materialismo nos indivíduos (Omar et al., 2014). Diante do exposto, constrói-se a segunda hipótese, que trata do conceito de que indivíduos mais materialistas são mais propensos a contrair crédito ao consumo, com atitudes positivas muito mais fortes em relação ao endividamento, ou seja, quanto maior o nível de materialismo, maior a propensão ao endividamento (Ponchio, 2006).

Nesse sentido, Gardarsdottir e Dittmar (2012) constataram que o materialismo é um fator determinante para a propensão de um indivíduo ao endividamento, e que indivíduos mais materialistas tendem a ter uma atitude mais positiva em relação à aquisição de dívidas do que indivíduos não materialistas. No contexto brasileiro, Ponchio (2006) concluiu que as pessoas materialistas têm uma atitude mais favorável ao uso do crédito e são mais propensas ao acúmulo de dívidas. Cakarnis e D'Alessandro (2015) confirmam isso ao afirmar que indivíduos com níveis mais altos de materialismo provavelmente alocarão mal seus recursos; assim, eles têm mais propensão ao endividamento.

Indivíduos altamente materialistas, segundo Richins (2011), têm como referência os indivíduos de níveis socioeconômicos mais elevados, o que indica que, para atender às demandas de consumo, tornam-se mais propensos a apresentar comportamentos favoráveis ao endividamento. Com base nisso, espera-se que este estudo suporte essa relação, em que o materialismo impacta na propensão ao endividamento por meio de uma relação positiva, ou seja, quanto maior o nível de materialismo, maior a propensão ao endividamento. Assim, temos: **H2: O materialismo impacta positivamente na propensão ao endividamento dos empreendedores.**

A principal consequência de um comportamento de compra compulsivo é uma maior propensão a acumular dívidas (Achtziger et al., 2015). A compra de bens materiais é um processo normal e rotineiro (O'Guinn & Faber, 1989); no entanto, em situações específicas, a compra pode ser repentina, não planejada e associada a uma vontade descontrolada de comprar e a uma sensação de prazer e excitação. Nesses casos, há um tipo especial de comportamento de compra, chamado de compra compulsiva (Lejoyeux & Weinstein, 2010).

O estudo de Potrich e Vieira (2018) concluíram que a compra compulsiva impacta positivamente na propensão ao endividamento. Achtziger et al. (2015) argumentam que a principal consequência do comportamento de compra compulsivo é uma maior propensão ao endividamento. A aquisição compulsiva de produtos, muitas vezes desnecessária, provoca constrangimentos orçamentais; assim, no futuro, as obrigações financeiras assumidas não serão quitadas, o que maximiza o problema da dívida, pois possivelmente o indivíduo continuará consumindo compulsivamente sem ter condições financeiras para tanto (Carvalho & Alves, 2010). Kunkel et al. (2015) confirmaram que o comportamento de compra compulsivo leva o indivíduo a incorrer em grande número de dívidas. Assim, temos a seguinte hipótese: **H3: A compra compulsiva impacta positivamente na propensão ao endividamento dos empreendedores.**

O materialismo também tem sido associado à compra compulsiva, que é considerada um transtorno psiquiátrico, pelo qual os indivíduos perdem o controle sobre seus impulsos de compra e continuam a comprar em excesso apesar das consequências adversas (Dittmar, 2004). Compradores compulsivos, considerados mais emocionais e, principalmente, mais propensos a vivenciar emoções negativas, tendem a subscrever valores materialistas de tal forma que sua identidade e autoestima passam a depender da quantidade e do tipo de bens materiais que possuem. Sob essa perspectiva, indivíduos materialistas que acreditam ter baixa autoestima e não encontraram sua identidade pessoal ideal estariam mais propensos a apresentar comportamentos de compra compulsiva como forma de minimizar sentimentos negativos e alcançar maior bem-estar pessoal (Dittmar, 2004).

O estudo de Potrich e Vieira (2018) concluiu que o materialismo tem um impacto positivo na compra compulsiva. Assim, muitos estudos encontraram uma correlação entre materialismo e compra compulsiva (Dittmar, 2004; Gardarsdottir & Dittmar, 2012; Omar et al., 2014). Por exemplo, Kunkel et al. (2015) encontraram uma relação positiva entre compra compulsiva e materialismo, sendo que este último explica 51% da variância do primeiro fator. Da mesma forma, Dittmar (2004), Gardarsdottir e Dittmar (2012) e Omar et al. (2014) descobriram que o materialismo está positivamente correlacionado com a compra compulsiva, sugerindo que quanto maior o nível de materialismo, maior a probabilidade de um indivíduo ser um comprador compulsivo. A associação entre materialismo e compra compulsiva também tem sido apoiada por estudos que mostram que uma maior frequência de atitudes favoráveis ao gasto e ao consumismo é encontrada em indivíduos com fortes valores materialistas (Richins, 2004). Nesse sentido, espera-se uma relação positiva entre materialismo e compra compulsiva. **H4: O materialismo impacta positivamente no comportamento de compra compulsiva.**

A alfabetização financeira tem sido reconhecida como vital para que os indivíduos desenvolvam práticas financeiras adequadas, que podem ser afetadas por outros comportamentos, como compra compulsiva e materialismo. Nesse sentido, especialistas recomendam a adoção de práticas de gestão financeira como forma de precaução para evitar gastos excessivos (Potrich & Vieira, 2018), de modo que indivíduos com atitudes e comportamentos financeiros adequados dificilmente desenvolverão um comportamento materialista. Pham et al. (2012) sugerem que, além de reduzir os valores materialistas, a alfabetização financeira também pode ter um impacto considerável na prevenção do comportamento de compra compulsiva.

O estudo de Potrich e Vieira (2018) concluiu que a alfabetização financeira impacta negativamente no materialismo e no comportamento de compra compulsiva, especificamente, alfabetização financeira e treinamento em práticas financeiras básicas, como gestão de dinheiro, orçamento e poupança, poderiam fazer parte de unidades de ensino prático na escola secundária para ajudar a prevenir comportamentos de compra compulsivos (Pham et al., 2012). Estudos têm apoiado a inclusão da educação financeira nos programas escolares, e espera-se também que esses programas possam ter impacto na compra compulsiva (Russell et al., 2006):

H5: O comportamento financeiro impacta negativamente no materialismo dos empreendedores.

H6: O comportamento financeiro impacta negativamente na compra compulsiva dos empreendedores.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 População e Amostra

O contexto da pesquisa envolve os empreendedores do Brasil. Especificamente a população compreende 935 empreendedores, os quais estavam com conta ativa no *LinkedIn*. Para cada um fez-se o envio de um convite, e aos que aceitaram (230), o envio de uma carta de apresentação e o *link* para acesso ao questionário digital, resultando em uma amostra de 149 respondentes. O termo "empreendedor" foi utilizado de forma ampla, englobando indivíduos que se identificam como tais, independentemente de sua formalização jurídica, tipo de empresa ou atividade específica. A amostra não se limitou a MEIs, CNPJs ou sócios de startups, mas incluiu qualquer indivíduo que se considerasse empreendedor, conforme indicado em suas redes sociais profissionais, como o *LinkedIn*. Portanto, a definição de empreendedor foi baseada na identificação subjetiva dos participantes, que se autodenominaram como tal em suas descrições profissionais.

A amostra foi por conveniência, com os participantes recrutados principalmente por meio de conexões no *LinkedIn*. Para o recrutamento, utilizamos uma abordagem de convite direto através de mensagens privadas para empreendedores que se identificaram como tal em suas páginas profissionais. Além disso, a pesquisa foi divulgada em grupos e fóruns relacionados a empreendedorismo, o que ampliou o alcance da amostra. Destaca-se que todos os participantes estavam cientes da natureza da pesquisa e concordaram voluntariamente em participar, mediante consentimento informado.

O instrumento de pesquisa foi segregado em 3 blocos, o primeiro sobre Atitude Financeira (AT) e Comportamento Financeiro e o segundo sobre Conhecimento Financeiro, o qual contava com perguntas sobre: Propensão ao endividamento, Materialismo e Compra compulsiva, ambos em escala do tipo *likert* de sete pontos, com a opção de "1 discordo totalmente" e "7 para concordo totalmente", e o último bloco com questões relativas ao perfil do respondente. No primeiro bloco do questionário, utilizou-se como base o instrumento de pesquisa de Potrich et al., (2016), adaptado de Shockey (2002) e da OECD (2013a). Já no segundo bloco utilizou-se o instrumento de Potrich e Vieira (2018) adaptado dos estudos de Van Rooij et al. (2011), OCDE (2013), Klapper et al. (2013), Estudo Nacional de Capacidade Financeira (NFCS, 2013), de Leite et al. (2011), Richins (2004) e Lea et al. (1995).

3.2 Técnica de Análise dos Dados

Para validar a escala nos dois primeiros blocos, foi aplicada a Análise Fatorial Exploratória (AFE), utilizando os componentes principais como método de extração. Essa abordagem possibilita identificar fatores comuns que representam agrupamentos de indicadores, facilitando a compreensão das suas relações e interconexões (Fávero et al., 2009).

Os pressupostos da AFE foram atendidos conforme o sugerido por Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham (2009). No que tange à variância total explicada para cada fator, aceita-se índices superiores a 60%, que foram atendidos. Para as cargas fatoriais, o valor mínimo sugerido é 0,60, sendo excluídas as questões 1, 3, 4, 5, 7 e 9 dos construtos Comportamento Financeiro (CF). No bloco 2, referente ao Conhecimento Financeiro, excluíram-se as questões 1, 3 e 6 do questionário de Propensão ao Endividamento (PE). Além disso, no questionário de Compra Compulsiva (CC), foram retiradas as questões 1, 5 e 6, cujas cargas fatoriais ficaram abaixo de 0,60. Quanto às comunalidades, observou-se que os valores de relação entre os itens ficaram acima

de 0,50, atendendo ao parâmetro mínimo sugerido. Em relação ao critério de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), os resultados foram: CF = 0,790; PE = 0,545; CC = 0,645; e Materialismo (MT) = 0,845. Esses valores evidenciam a adequação dos dados para a realização da Análise Fatorial Exploratória (AFE), considerando-se que valores aceitáveis se situam entre 0,50 e 1,00, sendo que, quanto mais próximos de 1, melhor a adequação. O teste de esfericidade de Bartlett apresentou nível de significância inferior a 0,05 em todos os cinco construtos, o que indica a inexistência de correlações fortes entre os itens, conforme sugerem Hair et al. (2009). Por fim, avaliou-se a confiabilidade interna por meio do Alfa de Cronbach (α), cujo valor mínimo recomendado é 0,70. Os resultados obtidos foram: CF = 0,876 e MT = 0,891, indicando alta consistência interna; PE = 0,602, revelando consistência moderada; e CC = 0,442, apontando baixa consistência interna.

Desta maneira, realizou-se uma AFE para as questões relativas ao AT, CF, PE, MT e CC. Na Tabela 1, seguem as informações quanto aos construtos, indicadores e cargas fatoriais deles.

Tabela 1
Validação dos Construtos da pesquisa

Construto	N	Indicador	C. F.
Comportamento Financeiro	2	Economizo parte do dinheiro que recebo todos os meses para uma necessidade futura.	0,876
	6	Economizo mensalmente.	0,820
	8	Economizo regularmente para atingir metas financeiras a longo prazo.	0,809
	10	Tenho uma reserva financeira de pelo menos três vezes meus ganhos mensais, que podem ser utilizados em momentos inesperados.	0,686
	11	Nos últimos 12 meses, consegui economizar dinheiro.	0,734
Propensão ao Endividamento	2	É uma boa ideia ter algo agora e pagar depois.	0,750
	4	Pedir dinheiro emprestado às vezes é uma coisa boa.	0,646
	5	Não há problema em pedir dinheiro emprestado para pagar as roupas das crianças.	0,622
Materialismo	1	Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.	0,829
	2	Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.	0,879
	3	Comprar coisas me dá muito prazer.	0,693
	4	Eu gosto de muito luxo na minha vida.	0,683
	5	Minha vida seria melhor se eu possuísse certas coisas que não tenho.	0,750
	6	Eu ficaria mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	0,835
	7	Às vezes me incomoda um pouco não poder comprar todas as coisas que gostaria.	0,766
Compra Compulsiva	2	Eu compro coisas mesmo quando não posso comprá-las.	0,633
	3	Eu assino cheques sabendo que não tenho fundos suficientes em minha conta bancária para honrá-los.	0,651
	4	Sinto-me ansioso ou nervoso quando passo um dia sem comprar algo.	0,828

Nota. Legenda: C.F: Fatorial Confirmatória

Fonte: Dados da pesquisa.

Para cada dimensão encontrou-se um único fator, conforme o esperado e os pressupostos indicados por Hair et al. (2009) foram cumpridos. Com a aplicação da AFE, os construtos e indicadores foram validados, e a confiabilidade foi demonstrada, garantindo assim a credibilidade dos dados.

A técnica de análise de dados empregada foi a Correlação de Spearman, adequada para dados não paramétricos. As análises estatísticas foram realizadas por meio do *International Business Machines – Statistical Package for the Social Sciences* (IBM SPSS Statistics), versão 25. Para verificar os pressupostos, aplicou-se o teste de Shapiro-Wilk, a fim de avaliar a normalidade da distribuição dos dados. Os resultados indicaram valores de significância inferiores a 0,05, evidenciando ausência de normalidade, ou seja, nenhum dos indicadores apresentou distribuição

normal. A inferência estatística foi conduzida considerando níveis de significância de 1% e 5%. Na sequência, apresentam-se a análise e a discussão dos resultados obtidos.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Perfil da Amostra

A amostra consiste em 149 respondentes, sendo 58% do sexo masculino e 42% do sexo feminino. Em relação à faixa etária predominante da pesquisa, 70 respondentes (47%) possuem idade entre 31 a 40 anos, seguido de 36 respondentes (24%) entre 21 a 30 anos e 34 respondentes (23%) entre 41 a 50 anos. Sobre a escolaridade dos respondentes: 100% têm nível médio completo, 81% têm nível superior completo, 4% superior incompleto e 15% não têm o ensino superior, resultados estes bastantes expressivos, o que confirma a tendência do mercado de acordo com a revista Sebrae 2021. Além disso, a maioria dos empreendedores brasileiros é do sexo masculino (54,4%) e está na faixa etária de 25 a 44 anos.

Conforme mencionado pelo Sebrae (2021) em seu relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), empreendedores com maior nível de educação tendem a estar mais inclinados a empreender por oportunidade e a realizar um planejamento, resultando em uma taxa de sucesso mais elevada. O avanço na escolaridade desempenha um papel fundamental na melhoria do empreendedorismo no Brasil.

4.2 Discussões dos Resultados

Apresentam-se os resultados da Matriz Correlação de Spearman para Comportamento Financeiro (CF) e Conhecimento financeiro (PE; CC e MT), como evidencia a Tabela 2 da estimação da relação entre CF e Conhecimento Financeiro e variáveis intervenientes (Idade, Escolaridade e sexo).

Tabela 2

Correlação entre Comportamento e Conhecimento Financeiro

Variável	CF	PE	CC	MT	Idade	Escolaridade	Sexo
CF	1						
PE	-,083	1					
CC	-,339**	,318**	1				
MT	-,114	,428**	,521**	1			
Idade	,027	,175*	-,170*	-,113	1		
Escolaridade	,003	,056	,184*	,257**	-,097	1	
Sexo	,006	,332**	,029	,277**	,265**	,040	1

Nota. Legenda: CF: Comportamento Financeiro; PE: Propensão ao Endividamento; MT: Materialismo; CC: Compra Compulsiva.

Legenda: * Sig < 0.01; ** Sig < 0.05.

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisar a Tabela 2 verifica-se uma correlação negativa significativa (-0,339**) encontrada entre Comportamento Financeiro (CF) e Compra Compulsiva (CC), o que sugere que à medida que o comportamento financeiro melhora, a tendência à compra compulsiva diminui. Além disto, uma correlação positiva significativa (0,318**) foi observada entre Compra Compulsiva (CC) e Propensão ao Endividamento (PE), indicando que quanto mais consumista o empreendedor é, maior será a propensão ao endividamento. Não houve uma correlação significativa entre Comportamento Financeiro (CF) e Materialismo (MT), indicando que esses dois fatores podem ser independentes um do outro.

4.3 Teste das hipóteses

O modelo estrutural examina as relações de dependência entre os construtos para testar as hipóteses. Na Tabela 3 são apresentados os resultados de modelos de regressão linear simples, nos quais o comportamento financeiro (CF) é considerado um preditor do conhecimento financeiro: Materialismo (MT), Compra Compulsiva (CC) e Propensão ao Endividamento (PP). As métricas de avaliação incluem o coeficiente de determinação (R^2), que indica a proporção da variabilidade da variável dependente explicada pelo modelo (Fávero et al., 2009), e o erro padrão, que representa a dispersão dos pontos em torno da linha de regressão.

Tabela 3
Estatística do Modelo de Regressão

Modelo	R	R ²	R ² ajustado	Erro padrão	Durbin-Watson
(-) CF → PP	0,109	0,12	0,005	0,99739665	1,914
(-) CF → MT	0,105	0,11	0,004	0,99787468	1,942
(-) CF → CC	0,348	0,121	0,115	0,94071930	1,937
(+) CC → MT	0,329	0,108	0,102	0,94751190	1,498
(+) CC → PP	0,435	0,190	0,184	0,90331122	1,469
(+) MT → PP	0,335	0,112	0,106	0,94527143	2,060

Nota. Legenda: CF: Comportamento Financeiro; PE: Propensão ao Endividamento; MT: Materialismo; CC: Compra Compulsiva; (-) Relação negativa; (+) Relação Positiva.

Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar o R^2 ajustado da relação CF → PE, percebe-se um valor muito baixo (0,005), indicando que apenas 0,5% da variabilidade na propensão ao endividamento é explicada pelo comportamento financeiro. Já o coeficiente de regressão (R) baixo (0,109) sugere uma relação fraca entre essas variáveis. Nesse sentido o comportamento financeiro pode não ser um preditor forte do materialismo dos empreendedores.

Observa-se na relação entre CF → MT o R^2 ajustado também baixo (0,004), indicando que apenas 0,4% da variabilidade no materialismo é explicada pelo comportamento financeiro e coeficiente de regressão (R) baixo (0,105), sugerindo uma relação fraca entre essas variáveis. Nesse contexto o comportamento financeiro também pode não ser um preditor forte do materialismo dos empreendedores.

Na relação entre CF → CC verificou-se um R^2 ajustado um pouco mais elevado (0,115), indicando que cerca de 11,5% da variabilidade na compra compulsiva é explicada pelo comportamento financeiro, e um coeficiente de regressão (R) moderado (0,348), sugerindo uma relação moderadamente significativa entre essas variáveis. Aqui, o comportamento financeiro parece ter uma influência mais forte na compra compulsiva dos empreendedores. Isso pode ser explicado pela relação entre hábitos de poupança e gastos impulsivos. Empreendedores com comportamento financeiro mais disciplinado podem ser menos propensos a compras compulsivas (De Marco & Barichello, 2019; Potrich & Vieira, 2018).

As relações positivas entre CC → MT, CC → PE e MT → PE indicam que a compra compulsiva está positivamente associada tanto ao materialismo quanto à propensão ao endividamento. Além disso, o materialismo também está positivamente associado à propensão ao endividamento, Coeficiente de regressão (R) moderado para ambas (0,329), (0,435), (0,335) respectivamente. Isso sugere que empreendedores que têm comportamentos de compra mais compulsivos tendem a ser mais materialistas e mais propensos ao endividamento. Isso pode indicar uma tendência de consumismo descontrolado entre esses empreendedores, o que pode afetar negativamente sua estabilidade financeira e seus negócios.

Tabela 4
Teste de Análise de Variância - ANOVA

Modelo		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.
CF → PE	Regressão	1,764	1	1,764	1,774	0,185
	Resíduo	146,236	147	0,995		
	Total	148,000	148			
CF → MT	Regressão	1,624	1	1,624	1,631	0,204
	Resíduo	146,376	147	0,996		
	Total	148,00	147			
CF → CC	Regressão	17,912	1	17,912	20,241	0,000
	Resíduo	130,088	147	0,885		
	Total	148,00	148			
CC → MT	Regressão	16,027	1	16,027	17,851	0,000
	Resíduo	131,973	147	0,898		
	Total	148,000	148			
CC → PE	Regressão	28,052	1	28,052	34,379	0,000
	Resíduo	119,948	147	0,816		
	Total	148,00	148			
MT → PE	Regressão	16,650	1	16,650	18,634	0,000
	Resíduo	131,350	147	0,894		
	Total	148,00	148			

Nota. Legenda: CF: Comportamento Financeiro; PE: Propensão ao Endividamento; MT: Materialismo; CC: Compra Compulsiva.

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise de variância (ANOVA) é usada para comparar a variação entre as medianas de grupos distintos e para avaliar a significância do modelo (Hair et al., 2019). Os resultados fornecidos sobre a significância dos modelos são aceitos de forma parcial. Em relação à hipótese 1, observa-se que não há evidência significativa para rejeição da hipótese nula. Isso indica que não há suporte para a hipótese H₁ de que o CF influencia negativamente a PP dos empreendedores. Conforme abordam Potrich e Vieira (2018), tais resultados podem ser surpreendentes, pois é comumente esperado que um maior comportamento financeiro esteja associado a uma menor propensão ao endividamento. No entanto, existem outros fatores, como a situação econômica dos empreendedores e a disponibilidade de crédito, que também podem influenciar a propensão ao endividamento (De Marco & Barichello, 2019; Potrich & Vieira, 2018).

Já ao observar a H5, a influência negativa da CF na MT, verifica-se que há evidência significativa para rejeição da hipótese nula. Isso indica que não há suporte para a hipótese H₅ de que a alfabetização financeira influencia negativamente o materialismo dos empreendedores. Esses resultados podem indicar que a alfabetização financeira pode não estar diretamente ligada aos valores materiais dos empreendedores, mas pode influenciar outros aspectos de sua tomada de decisão financeira. Tais resultados estão em confronto com estudos anteriores como Potrich e Vieira (2018) e Pham et al. (2012).

A relação entre a alfabetização financeira (AF) e a compra compulsiva (CC) é significativa, ou seja, não se rejeita a hipótese nula. Isso indica que há suporte para a hipótese H₆ de que a alfabetização financeira está relacionada negativamente à compra compulsiva dos empreendedores. Isso sugere que empreendedores mais alfabetizados financeiramente tendem a ter menor propensão a compras impulsivas e compulsivas (Potrich & Vieira, 2018). Empreendedores que demonstram um comportamento financeiro mais disciplinado tendem a ter menor propensão a compras compulsivas (De Marco & Barichello, 2019; Potrich & Vieira, 2018).

A relação entre a compra compulsiva (CC) e o materialismo (ML) é significativa. Isso indica que há suporte para a hipótese H₄ de que a compra compulsiva está relacionada ao materialismo dos empreendedores. Esses resultados sugerem que indivíduos que têm uma

propensão para compras compulsivas também tendem a ter uma visão materialista da vida. Tais achados estão em conformidade com estudos anteriores, como Dittmar (2004), Gardarsdottir e Dittmar (2012), Omar et al. (2014), Potrich e Vieira (2018) e Kunkel et al. (2015), que também concluíram que o materialismo tem um impacto positivo na compra compulsiva.

A relação entre a compra compulsiva (CC) e a propensão ao endividamento (PE) também é significativa. Isso indica que há suporte para a hipótese H₃ de que a compra compulsiva está associada a uma maior propensão ao endividamento dos empreendedores. Esses resultados estão de acordo com estudos anteriores, como por exemplo Achtziger et al. (2015) e Potrich e Vieira (2018), que mostram que indivíduos com tendências compulsivas de consumo têm maior probabilidade de se endividar.

A relação entre a materialidade (ML) e a propensão ao endividamento (PE) também é significativa. Isso indica que há suporte para a hipótese H₂ de que o materialismo está relacionado à propensão ao endividamento dos empreendedores. Esses resultados estão em conformidade com algumas pesquisas anteriores que encontraram uma relação direta entre o materialismo e o endividamento (Cakarnis & D'Alessandro, 2015; Gardarsdottir & Dittmar, 2012). Segundo autores como Cakarnis e D'Alessandro (2015), os indivíduos mais materialistas tendem a ter uma atitude mais positiva em relação à aquisição de dívidas do que indivíduos não materialistas, ou seja, mais propensos ao endividamento.

Tabela 5
Coeficientes

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Erro Padrão	Beta		
CF → PE	(Constante)	1,44	0,082		0,000	1,000
	J Total	-0,109	0,082	0,109	-0,132	0,185
CF → MT	(Constante)	1,41	0,082		0,000	1,000
	J Total	-0,105	0,082	0,105	-1,277	0,204
CF → CC	(Constante)	1,66	0,077		0,000	1,000
	J Total	-0,348	0,077	-0,348	-4,499	0,00
CC → MT	(Constante)	-7,13	0,078		0,000	1,000
	J Total	0,329	0,078	0,329	4,225	0,00
CC → PE	(Constante)	-5,89	0,074		0,000	1,000
	J Total	0,435	0,074	0,435	5,863	0,00
MT → PE	(Constante)	2,31	0,077		0,000	1,000
	J Total	0,335	0,077	0,335	4,317	0,00

Nota. Legenda: CF: Comportamento Financeiro; PE: Propensão ao Endividamento; MT: Materialismo; CC: Compra Compulsiva.

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio dos resultados da Tabela 4, verifica-se que na relação CF → PE o coeficiente não padronizado (B) é -0,109 e o coeficiente padronizado (Beta) é 0,109. Ambos os valores são negativos, indicando uma relação negativa entre o comportamento financeiro e a propensão ao endividamento. O valor de t (teste de significância) é -0,132, com um p-valor de 0,185, o que sugere que a relação não é estatisticamente significativa a um nível de significância de 5%. Dessa forma, os resultados sugerem uma possível associação entre as variáveis, mas não uma relação estatisticamente significativa entre elas.

Já na relação entre CF → MT o coeficiente não padronizado (B) é -0,105 e o coeficiente padronizado (Beta) é 0,105. Ambos os valores são negativos, indicando uma relação negativa entre o comportamento financeiro e o materialismo. O valor de t é -1,277, com um p-valor de 0,204, indicando que a relação não é estatisticamente significativa a um nível de significância de 5%. Dessa forma, os resultados também sugerem uma possível associação entre as variáveis, mas não uma relação estatisticamente significativa entre elas.

Na relação $CF \rightarrow CC$ o coeficiente não padronizado (B) é -0,348 e o coeficiente padronizado (Beta) é -0,348. Ambos os valores são negativos, indicando uma relação negativa entre o comportamento financeiro e a compra compulsiva. O valor de t é -4,499, com um p-valor de 0,00, o que indica que a relação é estatisticamente significativa a um nível de significância de 1%. Dessa forma, os resultados sugerem uma possível associação entre as variáveis, e uma relação estatisticamente significativa entre elas.

As relações positivas entre $CC \rightarrow MT$, $CC \rightarrow PE$ e $MT \rightarrow PP$ mostram que os coeficientes são positivos, indicando relações positivas entre as variáveis CC e MT , CC e PE , e MT e PE . Todos os valores de t são estatisticamente significativos a um nível de 1%. Dessa forma, os resultados sugerem uma possível associação entre as variáveis, e uma relação estatisticamente significativa entre elas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados apresentados, este estudo conclui que o comportamento financeiro dos empreendedores do Brasil não possui um impacto direto na propensão ao endividamento nem no materialismo. No entanto, há comprovação de que a compra compulsiva desempenha um papel significativo, afetando tanto a propensão ao endividamento quanto o materialismo dos empreendedores.

Esses resultados ressaltam a importância de abordar o comportamento de compra compulsiva ao desenvolver programas de alfabetização financeira para empreendedores. Ao oferecer orientação e educação financeira, é crucial considerar não apenas os aspectos técnicos e de conhecimento financeiro, mas também abordar as questões comportamentais e emocionais às compras compulsivas.

Além disso, os resultados destacam a complexidade das influências sobre o comportamento financeiro dos empreendedores. Outros fatores como a situação econômica pessoal, a disponibilidade de crédito e as influências sociais, podem desempenhar um papel importante na propensão ao endividamento e no desenvolvimento de uma mentalidade materialista.

A conclusão indica a necessidade de uma abordagem holística ao tratar do comportamento financeiro dos empreendedores, considerando não apenas os aspectos técnicos, mas também os comportamentais e psicológicos. Os resultados também podem fornecer insights para a elaboração de políticas públicas e programas de educação financeira que visem melhorar o bem-estar financeiro e a tomada de decisão dos empreendedores no Brasil.

A análise dos resultados revela implicações tanto práticas quanto gerenciais significativas para o comportamento financeiro dos empreendedores. Primeiramente, a correlação negativa entre o comportamento financeiro (CF) e a compra compulsiva (CC) sugere que, à medida que o comportamento financeiro melhora, a tendência à compra compulsiva diminui. Essa descoberta implica que os empreendedores com um comportamento financeiro mais disciplinado podem reduzir comportamentos de consumo impulsivo, promovendo uma gestão financeira mais saudável. Assim, a implementação de programas de educação financeira focados em boas práticas de gestão e controle financeiro pode ser fundamental para mitigar compras impulsivas entre empreendedores, contribuindo para a estabilidade financeira do negócio.

Além disso, a relação positiva entre a compra compulsiva (CC) e a propensão ao endividamento (PE) indica que empreendedores com comportamentos de compra compulsiva tendem a ser mais propensos a contrair dívidas. Em termos gerenciais, as empresas que apoiam empreendedores podem utilizar essas informações para desenvolver estratégias de mitigação de risco, como a promoção de consciência financeira e o apoio à decisão financeira responsável. Políticas que incentivem o uso consciente do crédito e a educação sobre a importância do planejamento financeiro podem ajudar a evitar que empreendedores se endividem de forma excessiva.

Os formuladores de políticas podem extrair várias conclusões dos resultados obtidos. Primeiro, considerando a relação significativa entre compra compulsiva e endividamento, políticas públicas voltadas para a inclusão de programas de educação financeira no currículo escolar e em cursos de empreendedorismo poderiam ajudar a preparar melhor os futuros empresários para lidar com as pressões financeiras. Além disso, como a propensão ao endividamento foi observada entre empreendedores com comportamentos de compra compulsiva, os formuladores de políticas podem considerar a regulamentação mais rigorosa sobre ofertas de crédito, promovendo um ambiente financeiro mais seguro e responsável para os empreendedores.

A análise também sugere que a alfabetização financeira não está diretamente relacionada ao materialismo, o que implica que o aumento no conhecimento financeiro pode não ser suficiente para alterar atitudes materialistas. Isso indica que, além de estratégias de educação financeira, políticas que promovam mudanças culturais no consumo e no materialismo também podem ser necessárias para um impacto mais amplo nas atitudes dos empreendedores.

É importante reconhecer como limitação do estudo, a utilização de uma amostra específica e a utilização de um modelo estrutural específico. Portanto, são necessárias mais pesquisas para confirmar e expandir esses resultados, bem como explorar outras variáveis e contextos que possam influenciar a relação entre a alfabetização financeira e o comportamento financeiro dos alunos.

REFERÊNCIAS

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Alemis, M. C., & Yap, K. (2013). The role of negative urgency impulsivity and financial management practices in compulsive buying. *Australian Journal of Psychology*, 65(4), 224–231. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12025>
- Anderloni, L., & Vandone, D. (2011). Risk of Over-Indebtedness and Behavioural Factors. In C. Lucarelli, G. Brighetti (eds). *Risk Tolerance in Financial Decision Making*. Palgrave Macmillan Studies in Banking and Financial Institutions. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230303829_5
- Atkinson, A. and F. Messy (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 15. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Burchi, A., Włodarczyk, B., Szturo, M., & Martelli, D. (2021). The effects of financial literacy on sustainable entrepreneurship. *Sustainability*, 13(9), 5070. <https://doi.org/10.3390/su13095070>
- Donnelly, G., Iyer, R., & Howell, R. T. (2012). The big five personality traits, material values, and financial well-being of self-described money managers. *Journal of Economic Psychology*, 33(6), 1129–1142. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.08.001>
- Cakarnis, J., & D'Alessandro, S. P. (2015). Does knowing overcome wanting? The impact of consumer knowledge and materialism upon credit card selection with young consumers. *Young Consumers*, 16(1), 50–70. <https://doi.org/10.1108/YC-01-2014-00418>

- Carvalho, A. A., & Alves, J. E. D. (2010). *As relações entre o consumo das famílias brasileiras, ciclo de vida e gênero* [Apresentação de Trabalho]. XVII Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP.
- Campbell, J. Y. (2006). Household finance. *The journal of finance*, 61(4), 1553–1604. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2006.00883.x>
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 42(04), 411–450.
- De Marco Canton, V. I., & Barichello, R. (2019). Nível de alfabetização financeira de empreendedores incubados. *Revista de Administração IMED*, 9(1), 28–49. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7043580>
- Falahati, L., & Sabri, M. F. (2015). An exploratory study of personal financial wellbeing determinants: Examining the moderating effect of gender. *Asian Social Science*, 11(4), 33. <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v11n4p33>
- Fávero, L. P. L., Belfiore, P. P., Silva, F. L. da, & Chan, B. L. (2009). *Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. Elsevier.
- Garðarsdóttir, R. B., & Dittmar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. *Journal of economic psychology*, 33(3), 471–481. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.008>
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Kunkel, F. I. R., Vieira, K. M., & Potrich, A. C. G. (2015). Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. *Revista de Administração (São Paulo)*, 50(2), 169–182. <https://doi.org/10.5700/rausp1192>
- Kadoya, Y., & Khan, M. S. R. (2020). Financial literacy in Japan: New evidence using financial knowledge, behavior, and attitude. *Sustainability*, 12(9), 3683. <https://doi.org/10.3390/su12093683>
- Klapper, L., Lusardi, A., & Panos, G. A. (2013). Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37(10), 3904–3923. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.07.014>
- Kühl, M. R., Valer, T., & Gusmão, I. B. (2016). Alfabetização financeira: evidências e percepções em uma cooperativa de crédito. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 11(2).

- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248–253. <https://doi.org/10.3109/00952990.2010.493590>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and retirement planning in the United States. *Journal of pension economics & finance*, 10(4), 509–525. <https://doi:10.1017/S147474721100045X>
- Leite, P. L., Rangé, B. P., Ribas Junior, R. D. C., Filomensky, T. Z., & Silva, A. C. D. O. (2011). Tradução e adaptação semântica da Compulsive Buying Scale para o português brasileiro. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 60, 176–181. <https://doi.org/10.1590/S0047-20852011000300005>
- Lea, S. E., Webley, P., & Walker, C. M. (1995). Psychological factors in consumer debt: Money management, economic socialization, and credit use. *Journal of economic psychology*, 16(4), 681–701. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00013-4](https://doi.org/10.1016/0167-4870(95)00013-4)
- Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R. D., & de Zwaan, M. (2006). Cognitive behavioral therapy for compulsive buying disorder. *Behaviour research and therapy*, 44(12), 1859–1865. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2005.12.009>
- National financial capability study (NFCS). (2013). Report of Findings from the 2012. Financial Industry Regulatory Authority (FINRA). <https://www.usfinancialcapability.org/downloads.php>
- Sebrae. (2021). Pesquisa mundial de empreendedorismo divulgada no Projeto Sebrae 50+50. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- Omar, N. A., Rahim, R. A., Wel, C. A. C., & Alam, S. S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10(1), 52–74. <https://doi.org/10.3926/ic.446>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16(2), 147–157. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OCDE]. (2013). *Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender*. OECD Centre, 178 p.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2016). Você é alfabetizado financeiramente? Descubra no termômetro de alfabetização financeira. *BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 13(2), 153-170.
- Potrich, A. C. G., & Vieira, K. M. (2018). Demystifying financial literacy: a behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, 41(9), 1047–1068. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0263>

- Ponchio, M. C. (2006). *The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of Sao Paulo*. [Doctorate PhD in Administration, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo].
- Pradhan, D., Israel, D., & Jena, A. K. (2018). Materialism and compulsive buying behaviour: The role of consumer credit card use and impulse buying. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), 1239–1258. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0164>
- Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of economic psychology*, 33(3), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.007>
- Raup, F. M., & Beuren, I. M. (2009). Programas oferecidos pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. *RAI-Revista de Administração e Inovação*, 6(1), 83–107.
- Richins, M. L. (2011). Materialism, transformation expectations, and spending: Implications for credit use. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 141–156. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.2.14>
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of consumer Research*, 31(1), 209–219. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Russell, R., Brooks, R. & Nair, A. (2006). *Evaluation of the Youth Financial Literacy Trial Program*. RMIT University.
- Shockey, S. S. (2002). *Low-wealth adults' financial literacy, money management behaviors, and associated factors, including critical thinking*. The Ohio State University.
- Van Rooij, M. C., Lusardi, A., & Alessie, R. J. (2011). Financial literacy and retirement planning in the Netherlands. *Journal of economic psychology*, 32(4), 593–608. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.004>

CONFLITO DE INTERESSES

Os autores afirmam não haver conflito de interesses com relação a este trabalho submetido.

CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES

Funções	1 ^a autor	2 ^o autor
Conceituação	♦	
Curadoria de dados	♦	
Análise Formal	♦	♦
Obtenção de financiamento		
Investigação	♦	
Metodologia	♦	♦
Administração do projeto	♦	

Recursos		
Software	♦	
Supervisão		♦
Validação		♦
Visualização	♦	
Escrita – primeira redação	♦	♦
Escrita – revisão e edição	♦	♦