

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)
MESTRADO PROFISSIONAL

**TEORIA DA INTELIGÊNCIA MONETÁRIA: UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS
AFETIVOS, COMPORTAMENTAIS E COGNITIVOS DE GESTORES.**

GABRIEL BORGES FERREIRA

CASCADEL

2019

Gabriel Borges Ferreira

TEORIA DA INTELIGÊNCIA MONETÁRIA: Uma análise dos aspectos afetivos,
comportamentais e cognitivos de gestores.

THEORY OF MONETARY INTELLIGENCE: An analysis of the affective, behavioral and
cognitive aspects of managers.

**DISSERTAÇÃO APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO (PPGA) – MESTRADO PROFISSIONAL: DA UNIVERSIDADE
ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ, COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM ADMINISTRAÇÃO.**

ORIENTADOR: PROFESSOR DOUTOR. MARCIO NAKAYAMA MIURA

Cascavel

2019

Ficha de identificação da obra elaborada através do Formulário de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da Unioeste.

Ferreira, Gabriel Borges

Teoria da inteligência monetária : uma análise dos aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos de gestores / Gabriel Borges Ferreira; orientador(a), Marcio Nakayama Miura, 2019.

69 f.

Dissertação (mestrado profissional), Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Cascavel, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2019.

1. Estratégia. 2. Teoria da inteligência monetária. 3. Psicologia econômica. 4. Satisfação salarial. I. Miura, Marcio Nakayama. II. Título.



Universidade Estadual do Oeste do Paraná

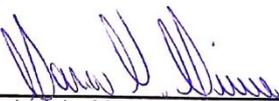
Campus de Cascavel CNPJ 78680337/0002-65
Rua Universitária, 2069 - Jardim Universitário - Cx. P. 000711 - CEP 85819-110
Fone:(45) 3220-3000 - Fax:(45) 3324-4566 - Cascavel - Paraná



GABRIEL BORGES FERREIRA

TEORIA DA INTELIGÊNCIA MONETÁRIA: Uma análise dos aspectos afetivos,
comportamentais e cognitivos de gestores

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Administração em cumprimento parcial aos requisitos para obtenção do título de
Mestre em Administração, área de concentração Competitividade e
Sustentabilidade, linha de pesquisa Estratégia e Competitividade, APROVADO(A)
pela seguinte banca examinadora:


Orientador(a) - Marcio Nakayama Miura

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Cascavel (UNIOESTE)


Ivano Ribeiro

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Cascavel (UNIOESTE)


Roselis Natália Mazzuchetti

Universidade Estadual do Paraná - Paranaguá (UNESPAR)

Cascavel, 5 de abril de 2019

DEDICATÓRIA

Dedico à minha família, fonte de motivação em minha vida.

AGRADECIMENTO

A Deus e a Nossa Senhora da Conceição Aparecida, por serem minhas fontes de fé nos momentos de dificuldade.

A minha família e as pessoas próximas, por entenderem e me apoiarem neste meu objetivo.

E aos professores, pelo empenho incansável em formar seres humanos melhores.

RESUMO

FERREIRA, Gabriel Borges. Teoria da Inteligência Monetária: Uma análise dos aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos de gestores. 2019. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) – Mestrado Profissional – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2019.

A Teoria da Inteligência Monetária é um tema emergente, até então só foram realizados estudos sobre a teoria nos Estados Unidos, França, China, Macedônia e República Tcheca. Este estudo investigou o nível de Inteligência Monetária de gestores dos setores público e privado. Para coleta de dados foi utilizada, parcialmente, a *Monetary Intelligence Scale*. Ao final da pesquisa foram coletadas as respostas de 193 participantes. Por meio do Modelo de Equações Estruturais, utilizando o *Software SmartPLS 3*, as relações entre os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias destes gestores com a sua satisfação com a renda foram calculadas. Após o teste de hipóteses foram confirmadas quatro entre as oito proposições iniciais. Os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos apresentaram potencial de formação e explicação sobre a Inteligência Monetária. Os aspectos comportamentais foram os únicos a apresentar relação positiva com a satisfação salarial. Diferente dos resultados de Tang *et al.* (2015), o nível de Inteligência Monetária dos gestores não apresentou relação com a satisfação com a sua renda. Constatou-se também que o nível salarial não exercer o efeito moderador na relação entre Inteligência Monetária e a satisfação com a renda dos gestores. Os resultados alcançados neste trabalho demonstraram a importância das pesquisas sobre essa teoria e das descobertas sobre o comportamento em relação ao dinheiro. Sugerem ainda, indicações para o desenvolvimento de futuras pesquisas sobre a Teoria da Inteligência Monetária.

Palavras-chave: Remuneração Estratégica; Teoria da Inteligência Monetária; Psicologia Econômica; Satisfação Salarial; Comportamento Econômico.

ABSTRACT

FERREIRA, Gabriel Borges. Theory of Monetary Intelligence: An analysis of the affective, behavioral and cognitive aspects of managers. 2019. Dissertation (Postgraduate Program in Administration (PPGA) - Professional Master's Degree - State University of Western Paraná, Cascavel, 2019.

The Theory of Monetary Intelligence is a subject very little studied, until then only studies on the theory were realized in the United States, France, China, Macedonia and Czech Republic. This study investigated the level of Monetary Intelligence of public and private sector managers. For data collection, the Monetary Intelligence Scale was partially used. At the end, the answers of 193 participants were collected. Through the Model of Structural Equations, using the SmartPLS 3 Software, the relationship between the affective, behavioral and cognitive aspects of the monetary attitudes of these managers with their satisfaction with the income were calculated. After the hypothesis test, four of the eight initial propositions were confirmed. The affective, behavioral and cognitive aspects presented potential of formation and explanation on the Monetary Intelligence. The behavioral aspects were the only ones to present a positive relation with the satisfaction of the salary. Different from the results of Tang *et al.* (2015), the level of Monetary Intelligence of managers was not related to satisfaction with their income. It was also verified that the salary level does not exert the moderating effect on the relation between Monetary Intelligence and the satisfaction with the income of the managers. The results obtained in this work demonstrated the importance of research on this theory and the findings about behavior in relation to money. Also hold, indications for the development of future research on the Theory of Monetary Intelligence.

Keywords: Strategic Remuneration; Theory of Monetary Intelligence; Economic Psychology; Salary Satisfaction; Economic Behavior.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.1.1	Questão de Pesquisa	16
1.2	OBJETIVOS	17
1.2.1	Geral	17
1.2.2	Específicos.....	17
1.3	JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICA	17
1.4	ESTRUTURA DO RELATO	18
2	REFERÊNCIAS TEÓRICAS E PRÁTICAS	20
2.1	PSICOLOGIA ECONÔMICA	20
2.1.1	Teoria da Inteligência Monetária.....	22
2.2	SATISFAÇÃO COM A RENDA.....	25
3	MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA DA PRODUÇÃO TÉCNICA.....	26
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	26
3.2	MODELO CONCEITUAL E HIPÓTESES DE ESTUDO	27
3.3	ESCOLHA DO OBJETO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA DO ESTUDO	31
3.4	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	32
3.5	PROCEDIMENTOS E ANÁLISE DE DADOS	33
3.6	LIMITAÇÕES DOS MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	34
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	34
4.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	35
4.2	ANÁLISE DESCRITIVA DAS VARIÁVEIS.....	38
4.3	ANÁLISE DA MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS	41
4.3.1	Análise do Modelo de Mensuração	42

4.3.2	Análise do Modelo Estrutural.....	46
5	CONTRIBUIÇÕES PARA A PRÁTICA.....	51
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
	REFERÊNCIAS	56
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA APLICADO.....	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Conceitual.....	28
Figura 2. Relação Entre os Construtos.....	31
Figura 3. Modelo de Mensuração.....	43
Figura 4. Modelo Estrutural.....	47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Perfil dos Respondentes.....	36
Tabela 2. Perfil dos Respondentes.....	37
Tabela 3. Estatísticas Descritivas das Variáveis.....	38
Tabela 4. Indicadores de Validade Convergente.....	44
Tabela 5. Indicadores de Validade Convergente.....	46
Tabela 6. Indicadores de Ajuste do Modelo.....	48
Tabela 7. Análise dos Efeitos Totais.....	49
Tabela 8. Teste das Hipóteses.....	50

1 INTRODUÇÃO

A união entre aspectos psicológicos e econômicos foi abordada pela primeira vez pelo pensador social francês Gabriel Tarde em 1881. Por meio do seu livro “*Psychologie Économique*”, de 1902, o autor fez importantes afirmações, dentre elas, apontou que o principal erro dos estudiosos da economia política era o foco excessivo sobre a figura ideal do “homem econômico” quando o correto era estudar o “homem psicológico”, contrariando assim o pensamento dos principais cientistas neoclássicos da época (Ferreira, 2007; Rodríguez & De La Torre, 2007; Felipe, 2015).

Por sua vez, a intersecção entre aspectos intelectuais e econômicos foi estudada, pioneiramente, por Tang *et al.* (2015) em seu trabalho intitulado “*Monetary Intelligence and Behavioral Economics Across 32 Cultures: Good Apples Enjoy Good Quality of Life Good Barrels*”. Nesse estudo, a Inteligência Monetária e sua relação direta com o comportamento econômico dos seres humanos e a avaliação da sua percepção de qualidade de vida e satisfação com a renda, foram observados.

Essa importante descoberta materializa um dos principais objetivos da ciência da psicologia econômica. A qual objetiva colocar essa ciência a serviço do bem-estar do homem, voltada ao meio no qual está inserida. Criando oportunidades para novos debates em torno de problemas práticos do cotidiano e personalização de políticas públicas em torno de situações conhecidas, mas carentes de soluções efetivas.

Primeiramente Tang (1992) abordou aspectos psicológicos em relação ao dinheiro, propondo o desenvolvimento da “Escala de Ética em Relação ao Dinheiro”. Em suas descobertas iniciais o autor encontrou pequeno indício de que os seres humanos valorizavam o dinheiro como sinônimo de realização e poder, mantendo baixo nível de satisfação com o seu trabalho e sua renda. Já os seres humanos que planejavam melhor o seu dinheiro estavam mais satisfeitos com a sua vida.

Ao decorrer desses anos a mudança no comportamento dos seres humanos é inquestionável. Dentre as suas características, a forma silenciosa e imprevisível como ocorre é objeto de questionamento por muitos cientistas. Tão inegável quanto a forma disruptiva de se comportar desse pensamento é a posição de destaque que o dinheiro ocupa na vida dos seres humanos. Em um mundo globalizado e, em grande parte, capitalista o dinheiro passa ser um meio para quase todas as atividades.

Essa relação entre felicidade e renda é intrigante. Em um determinado período do tempo, os seres humanos que possuem maior renda são, em média, mais felizes que aqueles que possuem menor renda. No entanto, ao longo da vida a felicidade média de um grupo permanece constante mesmo com o crescimento substancial do seu nível de renda (Easterlin, 2001).

Com o objetivo de apresentar a satisfação salarial em sua multidimensionalidade, Heneman & Schwab (1985) desenvolveram o estudo “*Pay Satisfaction: It’s Multidimensional Nature and Measurement*”. O resultado do trabalho foi o desenvolvimento de um questionário com potencial para medir o nível da satisfação dos seres humanos com a sua renda.

Considerando a relevante representatividade dos custos com folha de pagamento pelos quais as organizações brasileiras são responsáveis, além dos altos níveis salariais que os gestores de diversos níveis das organizações recebem e o seu alto grau de intelectualidade, optou-se por selecionar como o público alvo os gestores dos setores privado ou público para serem estudados.

Este estudo tem como objetivo geral explorar a relação da inteligência monetária dos gestores residentes na região sul do Brasil com a sua satisfação com a renda. Sendo desmembrado nos seguintes objetivos específicos: identificar os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias dos gestores; apresentar quais os níveis de satisfação dos gestores com a renda; e testar um modelo teórico de relação entre as dimensões em gestores.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

No ano de 2018, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) os valores dos rendimentos domiciliares *per capita* referente ao ano de 2017 para o Brasil e Unidades da Federação.

A média de rendimentos mensais *per capita* do Brasil é de R\$ 1.268,00. A unidade federativa com menor média de rendimento mensal *per capita* foi Maranhão com R\$ 597,00. Ademais, a unidade que apresentou maior média de rendimento mensal *per capita* foi Brasília, a capital brasileira, com o valor de R\$ 2.548,00.

A pesquisa apresenta números que denotam a grande amplitude entre os salários dos menos e mais favorecidos. Esses valores retratam o cenário brasileiro que, por sua vez, não difere dos demais países emergentes, onde a maior parte da população consegue sobreviver com um valor de rendimento muito pequeno.

Fortalecendo essa grande diferença social, resultante dos rendimentos mensais, basta observar esta situação considerando que o salário mínimo instituído no estado brasileiro é de R\$ 917,00. Entre as 27 unidades federativas 11 unidades possuem média de rendimento mensal *per capita* inferior ao salário mínimo brasileiro, totalizando o total de 41%.

No estado do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina a média de rendimento mensal *per capita* foi de R\$ 1.472,00, R\$ 1.635,00 e R\$ 1.597,00, respectivamente. Reportando valores acima da média nacional, nota-se que os moradores dos estados da região sul apresentam relevante nível salarial.

Os números quantificam a influência que o dinheiro exerce sobre os seres humanos e a sua condição de vida. Por ser tão importante é que a relação entre seres humanos e o dinheiro tem recebido atenção crescente entre diversos pesquisadores do meio acadêmico mundial.

Mesmo diante dessa evolução o tema é novo e carente de novas descobertas. No Brasil, o primeiro trabalho de relevância sobre psicologia econômica foi desenvolvido pela pesquisadora Vera R. M. Ferreira, em 2007, em sua tese de doutorado.

Por sua vez, a *International Association for Research in Economic Psychology* - IAREP (2018) é responsável pelo desenvolvimento do tema a nível mundial, com realização de conferência em diversos países, gestão do *Journal of Economic Psychology* e prestação de suporte aos novos pesquisadores sobre o tema.

No Brasil, o desenvolvimento prático do tema está sendo realizado por diversas partes relacionadas com o assunto, a iniciativa tem sido principalmente de pesquisadores e núcleos de estudos das instituições de ensino. Além de empresas privadas do setor financeiro que estimulam a disseminação do assunto, incentivadas pelo retorno que receberão com um maior nível de educação financeira dos brasileiros.

A principal iniciativa governamental ocorreu em 2007 com o desenvolvimento da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), com objetivo de fomentar a cultura financeira no país. Com a estratégia de desenvolver a educação financeira, contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional, além da tomada de decisões conscientes por parte dos seres humanos. Dessa forma, o Brasil se uniu ao grupo de países, como Estados Unidos, Austrália, Espanha e Reino Unido, que já possuem uma estratégia nacional implantada (Prado, 2015).

A ENEF tem como objetivos: promover a educação financeira e previdenciária; aumentar a capacidade do cidadão para realizar escolhas conscientes sobre a administração dos seus recursos; e contribuir para a eficiência e a solidez dos mercados financeiro, de capitais, de seguros, de previdência e de capitalização (BACEN, 2018). Para executar esta estratégia foi criada em 2012 a Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil) (AEF, 2017).

Durante esse período de onze anos, após iniciados os estudos dedicados à área, muitas evoluções ocorreram. Dentre elas, destacamos os primitivos trabalhos realizados em torno da Teoria da Inteligência Monetária, que foi desenvolvida por Thomas Li-Ping Tang.

Em suas descobertas iniciais, Tang *et al.* (2015) demonstrou empiricamente que o lado positivo da Inteligência Monetária é a sua capacidade de reduzir o amor ao dinheiro, melhorar o comportamento de agir de forma planejada e estratégica, além desfrutar de uma sensação de autorrealização que define o tom para sua felicidade.

Ao decorrer dos três anos após a divulgação do estudo do pesquisador Tang poucos estudos sobre o tema foram realizados. De acordo com Ferreira & Miura (2018), a teoria encontra-se em uma fase incipiente de estudos, com apenas 10 estudos dedicados, demandando mais pesquisas para que haja a sua consolidação como teoria.

O caminho evolutivo natural desse tema apresenta importantes desafios para os pesquisadores. Compreender o nível de influência que os avanços intelectuais dos seres humanos podem representar na sua relação com o dinheiro abre uma janela de questionamentos e oportunidades.

Um comportamento planejado, estratégico e ético em relação ao dinheiro é o padrão almejado em todos ambientes. Seja ele o das finanças pessoais, finanças corporativas privadas ou públicas. No entanto, em um ambiente extremamente consumista e mensurado pelo dinheiro o desafio torna-se muito amplo.

1.1.1 Questão de Pesquisa

Em seu estudo pioneiro, Tang *et al.* (2015) testou empiricamente a relação direta entre a Inteligência Monetária dos seres humanos com a sua satisfação com a renda e com a sua vida. As descobertas são importantes para constatar a evolução do comportamento psicológico-intelectual das pessoas quando se relacionam diretamente com assuntos ligados

ao dinheiro. No entanto, pouco se sabe em que nível essa evolução proporcionou de satisfação em relação aos rendimentos dessas pessoas.

Nesse contexto, o foco desta dissertação encontra-se em estudar os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias de gestores. Explorando e testando empiricamente as relações com a sua satisfação com a renda. Ao final deste estudo o objetivo é responder a seguinte pergunta: Qual é a relação dos aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias de gestores com a sua satisfação com a renda?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

O objetivo geral deste estudo foi analisar a relação dos aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias de gestores com a sua satisfação com a renda.

1.2.2 Específicos

Os objetivos específicos deste estudo foram:

- a) Identificar os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias de gestores;
- b) Apresentar quais os níveis de satisfação dos gestores com a renda; e
- c) Testar um modelo teórico de relação entre as dimensões em gestores.

1.3 JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICA

Conforme se classificou anteriormente, os estudos abordando a Teoria da Inteligência Monetária são recentes, assim, o conhecimento gerado até o presente momento apresenta pouca representatividade para esse fenômeno. Isso ocorre, pois, nesta fase inicial do desenvolvimento de estudos, é natural que poucos pesquisadores empreguem esforços em pesquisar esse tema. Seja pelo fato de ainda ser desconhecido ou pouco perceptível em outros ambientes.

Acerca do desenvolvimento dos estudos sobre o tema é possível visualizar uma relação proporcional direta com o potencial econômico dos países. Constata-se isso ao relacionarem-se os países nos quais os estudos acerca da teoria foram idealizados: Estados Unidos (5), França (2), China (1), Macedônia (1), República Checa (1) (Ferreira & Miura, 2018).

De acordo com esses dados, sugere-se que em países com maior potencial econômico e com um cenário econômico mais sólido, a abordagem da inteligência monetária em seus habitantes é maior. Assim, é possível confiar que o nível intelectual e cultural dessas pessoas seja mais desenvolvido que em pessoas de outras regiões globais.

Estudos revelam correlações entre o quociente intelectual (QI) nacional e medidas de renda *per capita*, cujas correlações variaram de 0,51 a 0,89. Com o crescimento econômico, o QI mantém correlação de 0,71. Ou seja, nações com QI mais elevado, usualmente, crescem mais rapidamente. Correlações positivas variando entre 0,52 e 0,76 indicam que países com QI mais elevado apresentam melhores práticas de acelerar o crescimento econômico (Silva, Ribeiro-Filho, & Santos, 2012).

Essa relação de caráter formativo simboliza uma justificativa oportuna e desafiadora para países emergentes. Caracterizado por um cenário econômico instável e dependente da postura econômica e comercial de países desenvolvidos, o perfil de seus habitantes não se assemelha aos demais. De tal maneira que as suas relações comportamental e afetiva com o dinheiro também são afetadas.

O BACEN (2017) divulgou resultados de um levantamento que apontava que o endividamento das famílias brasileiras já alcançava 42% da sua renda. As possíveis consequências desse alto nível de endividamento são: insatisfação com a renda atual, ineficaz planejamento financeiro, baixo nível de produtividade para ganhar mais dinheiro, alta propensão para atitudes antiéticas, entre outros.

Sendo assim, a realização de estudos em regiões que ainda não foram pesquisadas e que são habitadas por pessoas em desenvolvimento intelectual é extremamente oportuno e desafiador.

1.4 ESTRUTURA DO RELATO

Este estudo será apresentado em uma sequência lógica sob a estrutura de seis capítulos. No primeiro capítulo foi desenvolvida a introdução do trabalho com

contextualização do tema, o desenvolvimento da questão de pesquisa, a apresentação dos objetivos geral e específicos, a justificativa para o desenvolvimento do trabalho e a contribuição técnica para a ciência.

No segundo capítulo apresenta-se elaborado o referencial teórico sobre o desenvolvimento do fenômeno da psicologia econômica, bem como a relação da inteligência monetária com as atitudes dos indivíduos. O terceiro capítulo apresenta os aspectos metodológicos da pesquisa, a elaboração das hipóteses a serem testadas; bem como as técnicas utilizadas para coleta e análise dos dados com a finalidade de solucionar o problema de pesquisa e responder os objetivos propostos.

O capítulo quatro é destinado para análise e interpretação dos resultados da utilização da técnica de modelagem de equações estruturais. Por sua vez, o alcance dos objetivos propostos e os avanços teóricos e práticos, consequentes dos estudos, são discutidos no capítulo cinco.

Ademais, o sexto capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa, composta também pelas limitações e propostas de estudos futuros. Participam ainda deste estudo as referências e o apêndice que ocupam as últimas páginas deste.

2 REFERÊNCIAS TEÓRICAS E PRÁTICAS

Nesta seção do trabalho, serão apresentadas as contribuições teóricas geradas no decorrer dos últimos três séculos sobre a psicologia econômica. As quais serviram de base sólida para o desenvolvimentos de várias áreas próximas desta ciência. Propiciando também a oportunidade de estudos sobre a Teoria da Inteligência Monetária dos seres humanos.

Serão explorados também os pontos principais do modelo estrutural que aborda a Inteligência Monetária dos seres humanos e o seu comportamento de satisfação com a sua renda. Nesse contexto, as descobertas que forem relatadas incentivarão a formulação das hipóteses e servirão de apoio para a discussão dos resultados desta pesquisa.

Nesse âmbito, a seguir serão descritos sobre: psicologia econômica, teoria da inteligência monetária e satisfação com a renda.

2.1 PSICOLOGIA ECONÔMICA

A união das áreas, psicologia e economia, tornou-se necessária com o desenvolvimento dos estudos econômicos. Em um determinado momento da história, listou-se a tarefa de substituir a racionalidade global de homem econômico com um tipo de comportamento racional que é compatível com o acesso à informação e as capacidades computacionais, incluindo o “homem psicológico” nos tipos de ambientes em que tais organismos existem (Simon, 1955).

Essas primeiras tarefas apresentavam o fenômeno, de influências psicológicas nas decisões econômicas, existente no ambiente à sociedade. Os processos econômicos daquele momento já não eram mais explicados apenas pelos conhecimentos distribuídos pelos pesquisadores clássicos da época.

O que se já visualizava naquele momento era que o comportamento social e econômico encontravam-se influenciados por uma variedade de atitudes, hábitos e motivos, levando em consideração a expectativa para o futuro, bem como o passado. Esse que é caracterizado pela impulsividade dos seres humanos e o seu comportamento no cotidiano. O seu genuíno processo de decisão, conhecimentos, crenças, atitudes e hábitos que os influenciam são adquiridos e mudam com o resultado da repetição e de *insights* baseados nas reorganizações do ambiente (Katona, 1951).

Essa proximidade da abordagem psicológica com a análise econômica considera os processos econômicos como manifestações decorrentes do comportamento humano, analisando-os do ponto de vista da psicologia moderna. Por sua vez, a economia como ciência comportamental estuda o comportamento dos seres humanos no que diz respeito aos gastos, poupança, investimentos, precificação, entre outras atividades econômicas (Katona, 1975).

Para Earl (1990) em ambientes convencionais na economia, os teóricos modelavam agentes econômicos que apresentavam conhecimento total sobre as restrições e o estado do ambiente. Porém, com a inserção da incerteza no modelo, as tomadas de decisões não mantinham a mesma clareza e as características do ambiente assumiam valores distributivos.

Embora o comportamento econômico seja lançado pelo ambiente, caracterizado pelos elevados índices de mudanças, os seres humanos não reagem aos estímulos de forma automática. Os seus motivos e atitudes, seus gostos, esperanças e medos, representam variáveis intervenientes que influenciam sua percepção do meio ambiente e o seu comportamento. Dessa forma, para entender os processos econômicos torna-se necessário que considerações psicológicas e variáveis subjetivas sejam incorporadas à análise (Katona, 1975).

Nesse contexto, questiona-se, o que é a psicologia econômica? A psicologia econômica estuda o comportamento econômico de consumidores e empreendedores. Comportamento econômico esse que envolve decisões sobre o dinheiro, tempo e esforços (Van Raaij, 1981). Um psicólogo econômico é alguém que reconhece que o problema que ele está estudando é, ao mesmo tempo, um problema econômico e psicológico, além disso, está preparado para utilizar tantos métodos econômicos como psicológicos para investigá-lo (Lea, Lea, Tarpy, & Webley, 1987).

Além de Simon, destacam-se os pesquisadores Kahneman e Thaler. Os três foram laureados com o Prêmio do Banco da Suécia para as Ciências Econômicas em Memória de Alfred Nobel, respectivamente, em 1978, 2002 e 2017, por trabalhos que abordavam os comportamentos dos seres humanos nos processos econômicos.

Uma dessas investigações foi que muitas decisões são baseadas em crenças sobre probabilidades de eventos incertos. As pessoas confiam em um número limitado de princípios heurísticos que reduzem as tarefas complexas de avaliar probabilidades e prever valores para simplificar as operações de julgamentos. Em geral essas heurísticas são úteis, mas em alguns momentos levam a erros graves e sistemáticos (Tversky & Kahneman, 1974).

Um comportamento similar a esse é relatado por pesquisadores no estudo *Prospect Theory: An analysis of Decision Under Risk*. A tomada de decisão por parte de seres humanos

é influenciada pela quantia de dinheiro que está envolvida com a possibilidade de ganhos ou perdas (Kahneman & Tversky, 1979).

Corroborando com os resultados anteriores, a ordem como as condições são apresetandas às pessoas influenciam a sua tomada de decisões. Segundo Thaler (1999), em um dos seus estudos, os seres humanos que forem cadastrados de forma automática a planos de poupança para aposentadoria tem maior chance de continuar poupando. Sendo que para aqueles a quem foram ofertados a possibilidade de cadastramento nos planos, o nível de adesão é menor.

2.1.1 Teoria da Inteligência Monetária

A Teoria da Inteligência Monetária é um assunto incipiente, o primeiro registro encontrado foi no ano de 2013. O trabalho *Are Money Smart People Satisfied With Pay and Life? A Theory of Monetary Intelligence* foi apresentado na *Academy of Management Annual Meeting* daquele ano. Porém, a publicação desse trabalho em um periódico ocorreu no ano de 2015. O estudo foi intitulado de *Monetary Intelligence and Behavioral Economics Across 32 Cultures: Good Apples Enjoy Good Quality of Life Good Barrels*, sendo apresentado pelo *Journal Business Ethics*.

No entanto, muitos trabalhos antecederam a teoria e, apesar de ser um conteúdo pequeno, formaram um relevante embasamento teórico para o desenvolvimento do tema. O início dos trabalhos se deu no ano de 1992. Tang (1992) desenvolveu a Escala Ética do Dinheiro (MES) embasado no dinheiro como um fator de motivação e de influenciador de comportamento dentro de uma organização.

Os resultados demonstraram que a idade está positivamente relacionada com a capacidade dos seres humanos em planejar o seu dinheiro, sendo o sexo feminino responsável por uma melhor gestão desta renda. Destaca-se ainda, que em geral, as pessoas veem o dinheiro com algo bom, sinônimo de realização, respeito, estima e poder.

Tang (1993) questionava em suas abordagens as atitudes das pessoas em relação ao dinheiro. O autor idealizava que essas atitudes poderiam ser classificadas em três categorias bem definidas. Esse comportamento poderia apresentar o componente afetivo (bem ou mal), o componente cognitivo (realização, respeito, liberdade ou poder) e o componente comportamental (planejamento).

Assim, as pessoas que têm expectativas cognitivas mais baixas em relação ao dinheiro, tem uma vida mais feliz e menos estressante. O componente planejamento e a idade apresentou alta correlação em pessoas nos EUA, mas baixa correlação em pessoas na China. Ainda neste país, a ética no trabalho não está relacionada ao planejamento, a liberdade e ao poder, contrariando, novamente, o comportamento dos americanos (Tang, 1993).

Com o avanço dos estudos novas descobertas foram realizadas. Com a utilização da escala MES constatou-se que as pessoas que valorizam o dinheiro, não necessariamente tem uma renda maior do que aqueles que o não valorizam. Assim, aqueles que valorizam o dinheiro tendem a ter um alto nível de insatisfação salarial (Tang, 1995).

Com a aplicação da escala MES reduzida (Tang, 1995; Tang & Kim, 1999), os resultados indicaram que as pessoas que planejam o dinheiro cuidadosamente apresentam um alto nível de altruísmo, consciência e intrínseca satisfação com o trabalho. Aqueles que acreditavam que o dinheiro não é algo negativo tendem a mostrar um alto nível de altruísmo, intrínseca satisfação profissional e maior comprometimento (Tang & Kim, 1999).

Tang e os seus companheiros de pesquisas desenvolveram a Escala de Amor ao Dinheiro (LOMS) a partir da escala MES e dos resultados descobertos a partir da sua aplicação (Tang & Chiu, 2003). Os principais motivos apontados pelos pesquisadores foram: a inspiração para estudar o amor ao dinheiro; a importância da relação do tema com o planejamento, religião, remuneração e, em especial, satisfação salarial; o significado e a importância do dinheiro; o significativo aumento da importância do dinheiro como uma meta de carreira; a contrariedade na percepção da influência do dinheiro no comportamento das pessoas; e influenciar a gestão de recursos humanos com a diversidade de resultados entre as culturas existentes (Du & Tang, 2005).

Mesmo o dinheiro não sendo algo ruim, os resultados da aplicação da escala LOMS também constataram que ele é visto como algo negativo. A satisfação com os rendimentos, estão negativamente relacionados ao amor ao dinheiro. Por sua vez, pessoas com alto nível de satisfação com o pagamento são menos propensas a se comportar de forma antiética e estão altamente comprometidos com a organização (Tang & Chiu, 2003).

A partir da utilização da escala LOMS constatou-se que estudantes americanos possuem diferentes perfis de em relação ao dinheiro: indivíduos repelentes ao dinheiro; gerentes apáticos do dinheiro; admiradores descuidados do dinheiro; e adoradores do dinheiro. Tais grupos apresentaram certos padrões de atitudes relacionadas ao trabalho, necessidades, variáveis demográficas e renda (Li-Ping Tang, Shin-Hsiung Tang, & Luna-Aroucas, 2005).

De acordo com Li-Ping Tang *et al.* (2005), esses resultados são importantes para os gestores identificarem as melhores estratégias para gerenciar os funcionários em tempo parcial, além dos estudantes. Certos de que com o avanço dos anos as atitudes e as necessidades das pessoas tendem a mudar, oportunizando mudanças estratégicas para melhor rendimento desses envolvidos.

É importante ter conhecimento desses perfis, pois o ambiente organizacional é diretamente influenciado, uma vez que o amor ao dinheiro é negativamente correlacionado com a satisfação no trabalho. Já a satisfação no trabalho é positivamente relacionada com a renda e a qualidade de vida. Assim, é muito provável que a combinação de amor ao dinheiro e da insatisfação com o trabalho e qualidade de vida pode levar algumas pessoas a cair em tentação e manter comportamentos antiéticos nas organizações (Tang, 2007).

Tang & Chen (2008) afirmam que o comportamento das pessoas em relação ao dinheiro e ações éticas não são por ausência de educação e aprendizado, resumindo, por falta de inteligência, mas sim, pela falta de sabedoria e virtude na tomada de decisão.

A Teoria da Inteligência Monetária afirma que os indivíduos praticam suas atitudes monetárias para enquadrar as situações críticas do seu cotidiano e selecionar as melhores alternativas para alcançar seus objetivos, de médio e longo prazo, e a felicidade final. Define-se como uma variável multidimensional de diferença individual, que envolve três componentes das atitudes relacionadas ao dinheiro, refletindo a disposição de falta de habilidade, traço de personalidade, inteligência social, crenças e autocompreensão (Tang *et al.*, 2015).

A Teoria da Inteligência Monetária é composta por três componentes: *The Affective Love-of-Money Motive*, *Stewardship Behavior* e *Cognitive Meaning*. Vários estudiosos comprovaram a relação de dinheiro com o constructo formado por esses componentes (Lim & Teo, 1997; Du & Tang, 2005; Gbadamosi & Joubert, 2005; Tang *et al.*, 2006, 2011; Wong, 2008; Tang, Sutarso, Davis, Dolinski, Ibrahim, & Wagner, 2008; Sardžoska & Tang, 2009; Liu & Tang, 2011; Nkundabanyanga, Mpamizo, Omagor, & Ntayi, 2011).

O componente *The Affective Love-of-Money Motive* lida com as relações amor e ódio de alguém com um objeto, um indivíduo e uma atividade. Afinal, por que as pessoas têm o amor pelo dinheiro? Primeiro, elas querem ser ricas, pois ter muito dinheiro é bom (Tang & Chiu, 2003; Tang *et al.*, 2006). Em segundo lugar, para a maioria das pessoas, dinheiro é motivador. As pessoas estão motivadas para encontrar oportunidades de ganhar dinheiro (Locke, Feren, McCaleb, Shaw e Denny, 1980; Gomez-Mejia e Balkin, 1992; Tang, Kim, &

Tang, 2000). E por fim, o dinheiro é importante porque satisfaz os indivíduos psicologicamente (Maslow, 1954; Mickel, Mitchell, Dakin, & Gray, 2003).

O segundo componente, *Stewardship Behavior*, apresenta quatro comportamentos em relação ao dinheiro. Primeiro, as pessoas devem ganhar dinheiro de forma legal, ética e sábia. A alta renda está relacionada à satisfação com o trabalho, pagamento e promoção. Ademais, ganhar dinheiro de forma limpa aumenta padrões morais e atitudes positivas em relação à justiça e a reciprocidade. Em segundo, aqueles que planejam seu dinheiro com cuidado têm alta satisfação com a vida e salários (Luna-Arocas & Tang, 2004) e baixa ansiedade financeira (Tang & Gilbert, 1995; Hayhoe, Leach, & Turner, 1999).

Em terceiro lugar, o ato de doar dinheiro promove a felicidade (Dunn, Aknin, & Norton, 2008; Dunn, Gilbert, & Wilson, 2011). E, em quarto lugar, quem contribui significativamente para o sucesso financeiro com talento, mérito e alto desempenho podem compartilhar a alegria e o sucesso nas sociedades (Merton, 1968; Tang, 1996; Tang, Furnham, & Davis, 2002; Judge, Cable, Colbert, & Rynes, 2007; Wang, 2009).

O terceiro componente é o *Cognitive Meaning*. O primeiro fato abordado é de o dinheiro não comprar felicidade, mas muitas pessoas agem como se o fizesse. Pesquisadores discutem o paradoxo da felicidade e o paradoxo de camponeses felizes e miseráveis milionários (Easterlin, 2001; Clark, Frijters, & Shields, 2008; Graham, 2010). Em segundo lugar, o dinheiro como sinal para conquistar alguém está associado à baixa satisfação com o trabalho, promoção, supervisão, colega de trabalho e satisfação geral com a vida (Tang, 1992).

Em terceiro lugar, dinheiro é utilizado para aumentar a autoestima (Zhang & Baumeister, 2006; Zhang, 2009) e ajudar as pessoas a obterem reconhecimento e respeito e exibirem riqueza de maneira ostensiva. E, por fim, o dinheiro como poder ativa sentimentos de autossuficiência (Vohs, Mead, & Goode, 2006) e é relacionado à baixa satisfação com o trabalho, remuneração, colega de trabalho e satisfação com a vida.

2.2 SATISFAÇÃO COM A RENDA

A satisfação com a renda é uma função de duas percepções. A primeira percepção é o valor do pagamento que uma pessoa sente que deveria receber. Já a segunda é o valor do pagamento que ela sente que recebe. Essa percepção, por sua vez, é formulada a partir das

percepções de: trabalho pessoal percebido; desempenho do trabalho percebido; resultados não monetários do trabalho; e o histórico salarial (Lawler, 1971; Dyer & Theriault, 1976).

Importante salientar que determinantes psicológicos, como os benefícios materiais obtidos por meio dos salários e a satisfação profissional, são influenciadores no nível de satisfação salarial. Da mesma forma que as variáveis demográficas, como idade, nível de escolaridade, nível hierárquico e experiência com o desemprego, alteravam o nível de satisfação entre os trabalhadores (Berkowitz, Fraser, Treasure, & Cochran, 1987; Daskalopoulou, 2016).

Confirmando a sua multidimensionalidade, os estudos atuais produzem avanços importantes e dão forças à teoria até aqui produzida. As pessoas em níveis de diretoria que apresentam insatisfação com o seu pagamento são mais propensos a deixarem o cargo. Da mesma forma que a diferença salarial entre diretores e seus pares influencia no nível de rotatividade (Tran, 2017).

A satisfação salarial tem um efeito positivo no envolvimento no trabalho. Ou seja, quanto maior o nível de satisfação maior será o engajamento de um funcionários em ajudar o próximo (Jung & Yoon, 2015; Cai, Bi, Wang, Cravens, & Li, 2018). Em vários estudos constatou-se que uma política de salários definida apresentava potencial de maximização da satisfação dos funcionários com os seus pagamentos (Tran, 2017; Jung & Yoon, 2015; Joshanloo, 2018).

3 MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA DA PRODUÇÃO TÉCNICA

Nesta etapa do estudo serão apresentados: o delineamento da pesquisa; os procedimentos adotados durante a coleta de dados, os métodos adotados para análise dos dados, e as limitações dos métodos e técnicas de pesquisa.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O ato de delinear a pesquisa é confrontar os aspectos teóricos do problema com os dados que compõem a realidade em estudo. Em seguida, é desenvolvido um planejamento com objetivo de conduzir e determinar as ações necessárias ao desenvolvimento do estudo, para isso empregando métodos técnicos (Gil, 2010).

Para delinear a pesquisa várias práticas foram adotadas. Dentre elas, o estudo teve uma abordagem quantitativa de natureza básica. Com objetivo de gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da ciência, sem previsão de aplicação prática. Essa natureza de pesquisa envolve verdades e interesses universais (Gerhardt & Silveira, 2009).

O estudo é classificado como exploratório, pois esse tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema e construir hipóteses (Gil, 2007). Os procedimentos utilizados serão a pesquisa documental, tendo em vista a busca ser realizadas nas fontes mais diversificadas possíveis e a pesquisa *survey*, sendo referida como obtenção de dados ou informações sobre as características de determinado grupo de pessoas, utilizando um questionário como instrumento de pesquisa (Fonseca, 2002).

3.2 MODELO CONCEITUAL E HIPÓTESES DE ESTUDO

A inteligência monetária é definida como multivariável com diferenças dimensionais individuais que envolvem a capacidade das pessoas de processar e avaliar o motivo monetário (afetivo), de regular as intenções ou comportamentos relacionados ao dinheiro (comportamental) e priorizar a importância cognitiva (cognitivo) para promover o crescimento pessoal, felicidade ou bem-estar coletivo por meio das atitudes em relação ao dinheiro (Tang *et al.*, 2012; Tang & Sutarso, 2013).

Considerando todos os aspectos apresentados até aqui, a Figura 1 ilustra o modelo conceitual deste estudo.

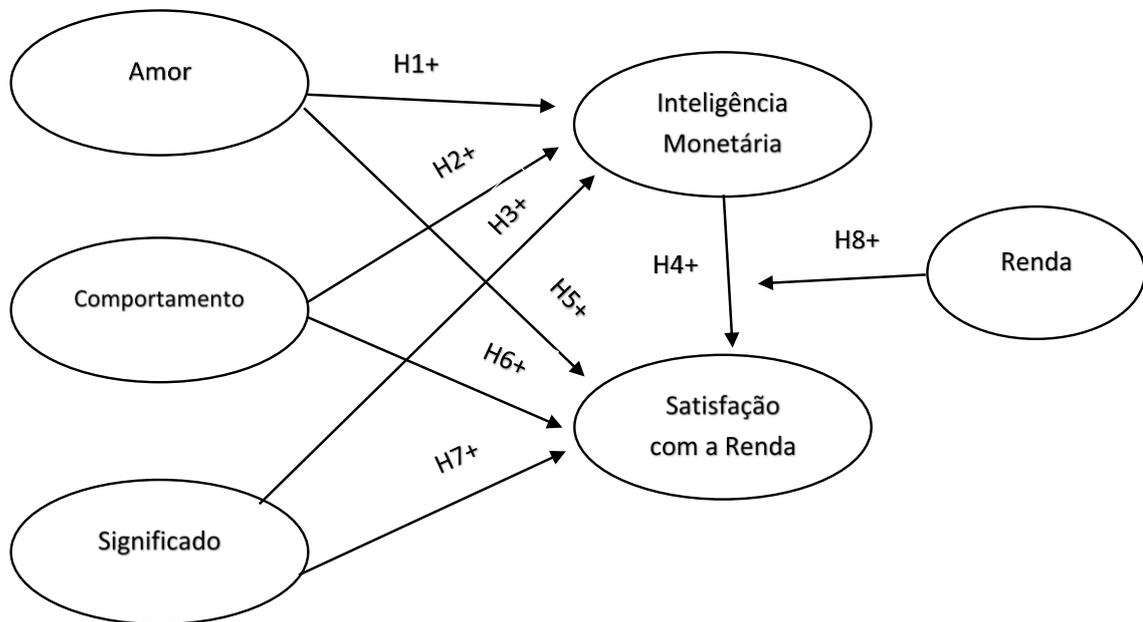


Figura 1. Modelo conceitual da pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2019).

Baseando-se na Figura 1, a seguir, serão apresentadas as hipóteses deste estudo.

H1: Gestores com Aspectos Afetivos em relação ao dinheiro possuem uma relação negativa com a Inteligência Monetária.

O construto da Inteligência Monetária está relacionado à busca pelas pessoas por metas materialistas e à ética nos negócios. Assim, pessoas com comportamento afetivo em relação ao dinheiro são orientadas ao materialismo tendem a ter falta de autocontrole, considerando o dinheiro como um símbolo de sua realização. Assim, contribuem negativamente para a Inteligência Monetária (Erdener & Garkavenko, 2012; Tang *et al.* 2013; Lemrová, Reiterová, Fatenová, Lemr, & Tang, 2014; Tang, Chen, Zhang, & Tang, 2018).

H2: Gestores com aspectos comportamentais em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a inteligência financeira.

No entanto, os componentes comportamentais contribuem positivamente para a Inteligência Monetária. A relação dos seres humanos com o dinheiro, por meio da forma que

alcança a renda e como realiza o seu orçamento, é determinante para alcançar seus objetivos e manter uma vida mais feliz (Luna-Arocas & Tang, 2004; Atkinson, McKay, Collard, & Kempson, 2007; Oliveira, 2015; Tang, 2014).

H3: Gestores com aspectos cognitivos em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a inteligência financeira.

Os componentes cognitivos contribuem positivamente para a Inteligência Monetária. Ou seja, pessoas que compreendem que o dinheiro não deve ser considerado uma fonte de felicidade, poder, realização e respeito passam a manter maior capacidade de desenvolver a sua inteligência (Easterlin, 2001; Zhou, Vohs, & Baumeister, 2009; Graham, 2010; Vohs & Baumeister, 2011)

H4: Gestores com inteligência monetária possuem relação positiva com a satisfação com a renda.

Os componentes afetivos, comportamentais e cognitivos fornecem contribuições separadas, independentes e únicas à Inteligência Monetária. Eles são conceitualmente distinguíveis e juntos definem as características da Inteligência Monetária. Esta, por sua vez, gera maior satisfação com a renda por parte dos indivíduos (Tang *et al.*, 2015).

H5: Gestores com aspectos afetivos em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a satisfação com a renda.

Os aspectos afetivos em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a satisfação com a renda. O dinheiro, representado pelo salário ou recompensas, enfatizado sobre outros fatores motivacionais influenciam o nível de satisfação das pessoas (Tang, Shin-Hsiung Tang, D., & Luna Arocas, 2005; Luna-Arocas & Tang, 2004; Tan & Waheed, 2011; Lemrová *et al.*, 2014, Tang *et al.*, 2015).

H6: Gestores com aspectos comportamentais em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a satisfação com a sua renda.

Os aspectos comportamentais em relação ao dinheiro possuem uma relação direta e positiva com a satisfação com a renda. Ou seja, pessoas que são bons “administradores” do seu dinheiro tendem a apresentar alta satisfação com a sua remuneração (Dunn *et al.*, 2008; Dunn *et al.*, 2011; Tang *et al.*, 2015).

H7: Gestores com aspectos cognitivos em relação ao dinheiro possuem relação positiva com a satisfação com a sua renda.

Muitos estudos questionam se, realmente, o dinheiro traz felicidade para a vida das pessoas. Os autores se dividem quanto às respostas. No entanto, existe relação direta entre os aspectos cognitivos e a satisfação das pessoas com a renda, ou seja, as pessoas com alta renda possuem mais satisfação com o seu salário (Carragher & Buckley, 1996; Vohls *et al.*, 2006; Tang *et al.*, 2015).

H8: O nível salarial modera positivamente a relação entre a inteligência monetária e a satisfação salarial dos gestores.

As pessoas que possuem alta renda são mais propensas a manter elevados níveis de satisfação com a sua renda (Tang *et al.*, 2015). Dessa forma, uma vez que se relacionou a Inteligência Monetária e os seus componentes com a satisfação com a renda, pode-se concluir que o nível salarial modera positivamente a relação entre a Inteligência monetária e a satisfação salarial.

A Figura 2 apresenta a relação entre os construtos utilizada para formulação das hipóteses descritas.

Construtos		Autores
Inteligência Monetária	Componentes Afetivos	Tang, 2005; Luna-Arocas & Tang, 2004; Tan & Waheed, 2011; Erdener & Garkavenko, 2012; Tang <i>et al.</i> , 2013; Lemrová <i>et al.</i> , 2014; Tang <i>et al.</i> , 2015; Tang. <i>et al.</i> , 2018.
	Componentes Comportamentais	Luna-Arocas & Tang, 2004; Atkinson <i>et al.</i> , 2007; Dunn, Aknin, & Norton, 2008; Dunn, Gilbert, & Wilson, 2011; Tang, 2014; Oliveira, 2015; Tang <i>et al.</i> , 2015.
	Componentes Cognitivos	Carraher & Buckley, 1996; Easterlin, 2001; Vohls, Mead, & Goode, 2006; Zhou, Vohs, & Baumeister, 2009; Graham, 2010; Vohs & Baumeister, 2011; Tang <i>et al.</i> , 2015.

Figura 2. Relação Entre os Construtos

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

3.3 ESCOLHA DO OBJETO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA DO ESTUDO

Este estudo foi realizado sob o perfil de gestores do Brasil. De acordo com o livro *Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo*, de 2016, editado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil sediava 4,5 milhões de empresas ativas (IBGE, 2018).

Nesse contexto, as empresas são, em sua essência, geradoras de riqueza para o país e distribuidoras de renda para as pessoas. Discutir aspectos emocionais, comportamentais e cognitivos das pessoas que estão à frente dessa empresa é importante para compreender as estratégias e os movimentos táticos adotados por essas companhias.

Não existe um consenso entre os autores sobre qual seria o tamanho ideal de amostra para a utilização de modelagem de equações estruturais. A recomendação é que amostra com tamanhos entre 200 e 400 para modelos com 10 a 15 indicadores (Bentler & Chou, 1987; Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998; Hair, Gabriel & Patel, 2014)

O teste *a priori* com um poder de 0.99 apontou a necessidade de uma amostra mínima de 146 respondentes. Já o teste *post hoc* para uma amostra de 193 respondentes resultou em um poder de 0.998. Este, por sua vez, supera o índice de poder mínimo de 0.80 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

3.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para realizar a coleta de dados foram utilizados dois construtos já validados. O primeiro instrumento foi desenvolvido de forma parcial por Tang (1992) com a Escala Ética do Dinheiro (MES) avaliando a relação motivacional e o uso ético do dinheiro.

O processo de desenvolvimento do instrumento ocorreu a partir da sua utilização em outros estudos. O instrumento utilizado neste estudo também foi desenvolvido por Tang *et al.* (2015), possui trinta e três questionamentos segmentados em onze fatores. Os fatores avaliam o nível de inteligência monetária das pessoas por meio da sua relação em vários âmbitos com o dinheiro.

O segundo instrumento a ser utilizado tem como objetivo principal medir a satisfação salarial. Foi desenvolvido por Heneman e Schwab (1985), formando dezoito questões em quatro fatores. Como nível de remuneração de fatores, aumento, benefícios e administração de salários.

O formulário para coleta de dados foi construído com as perguntas apresentando respostas em escala de Likert de cinco pontos, sendo: discordo totalmente (1), discordo (2), neutro (3), concordo (4) e concordo fortemente (5) para o primeiro instrumento; e fortemente insatisfeita (1), insatisfeita (2), neutra (3), satisfeita (4) e fortemente satisfeita (5) para o segundo instrumento.

O procedimento de coleta de dados foi realizado pela amostragem “bola de neve”. Esta forma é indicada para estudos nos quais as populações são desconhecidas, não há precisão sobre sua quantidade, não possuem uma lista de seus membros e construir uma seria uma tarefa difícil e impraticável (Coleman, 1958; Goodman, 1961; Spreen, 1992; Bernard, 2005)

A coleta de dados ocorreu entre os dias 23 de setembro a 26 de novembro de 2018. Para o desenvolvimento do formulário foi utilizada a ferramenta *Google Forms* do *Google*. O formulário totalizou a quantidade 62 questionamentos, sendo necessário cerca de seis minutos para responder. Todas as perguntas eram de caráter obrigatório para evitar respostas não computadas, resultando em um total de 193 respostas.

O instrumento de coleta de dados foi enviado inicialmente ao público alvo por meio de lista de *e-mail* de conselhos profissionais e de instituições privadas e públicas. Além de ser enviadas para grupos de discussões nas redes sociais *Facebook* e *LinkedIn*. Porém, como o procedimento de “bola de neve” sugere, a principal forma de envio foi por mensagens diretas aos profissionais alvo por meio dos aplicativos *WhatsApp* e *Messenger*.

3.5 PROCEDIMENTOS E ANÁLISE DE DADOS

Entre os primeiros procedimentos para realização dos dados, este estudo utilizou as medidas de proporção para estabelecer um perfil dos respondentes. Em seguida as estatísticas descritivas terão por objetivo conhecer as médias e as dispersões dos entrevistados quanto às variáveis investigadas.

Em seguida, a segunda etapa foi destinada para a realização do teste do modelo teórico apresentado na Figura 3 Utilizou-se a modelagem de equações estruturais (*Structural Equation Models* - SEM), com estimação dos “Mínimos Quadrados Parciais” (*Partial Least Square – Path Modelling* - PLS-PM), servindo-se das ferramentas oferecidas pelo *software SmartPLS 3.0*.

Em diversas situações os estudos de ciências sociais se deparam com modelos mais complexos com muitos constructos e muitas variáveis observadas, modelo formativos, com poucos dados, modelos com suporte teórico menos consagrados ou ainda pouco explorado. Nessas situações a modelagem de equações estruturais baseada em modelos de estimação de ajustes de mínimos quadrados parciais são recomendadas para análise dos dados (Hair *et al.*, 2014).

O modelo PLS-PM é desenvolvido com base na teoria que representa um conjunto de hipóteses sistematicamente relacionadas e desenvolvidas seguindo o método científico que pode ser usado para explicar e prever resultados. Ele é formalmente definido em dois grupos e equações lineares: um estrutural (modelo interno) e um de mensuração (modelo externo) (Vieira, Kunkel, & Righi, 2012; Hair *et al.*, 2014).

Para os autores, o modelo interno, representado pelos círculos, especifica as relações entre as variáveis latentes ou não observáveis. Enquanto o modelo externo, representando pelos retângulos, especifica as relações entre uma variável latente e suas variáveis observadas ou manifestas.

O modelo estrutural apresenta medidas de relações entre os construtos, já o modelo de mensuração representa as relações entre indicadores e construtos. Desse modo, é possível comparar o modelo estrutural com a realidade teórica determinada (Hair *et al.*, 2014). Essa análise deve ser realizada em duas fases. Na primeira fase, verificam-se as validades convergentes e discriminantes que analisam o modelo de mensuração, em seguida, analisa-se o modelo estrutural (Anderson & Gerbrin, 1988; Chin, Marcolin, & Newsted, 2003).

O método PLS-PM é uma abordagem estatística que modela relações multivariadas complexas entre variáveis observadas (indicadores) e variáveis latentes (construtos). As variáveis observáveis tem como objetivo transmitir informações sobre o comportamento das variáveis latentes, conceitos teóricos que não podem ser observados diretamente (Bastien, Vinzi, & Tenenhaus, 2005; Tenenhaus, Vinzi, Chatelin, & Lauro, 2005; Vinzi, Chin, Henseler, & Wang, 2010).

3.6 LIMITAÇÕES DOS MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A primeira limitação faz menção a coleta de dados ser realizado em uma amostra de gestores de apenas três estados brasileiros. O fato do pesquisador residir no estado do Paraná é um influenciador para que a maioria dos respondentes sejam paranaenses.

Influenciado pela localização geográfica, o método de coleta de dados acaba restringindo a participação de gestores de outros estados. Uma vez que a distribuição dos questionários fica vinculado à rede de relacionamento dos próprios respondentes. E, geralmente, a maior parte da rede de relacionamento é do próprio estado do respondente.

O fato dos questionários terem sido distribuídos apenas no formato *on-line*, a participação dos gestores ficou restrito apenas aos gestores que possuíam acesso à internet. Assim, acredita-se que uma quantidade de gestores que gostariam de participar da pesquisa, mas não conseguiu participar seja relevante.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentadas as análises e interpretações dos resultados decorrentes do tratamento dos dados por meio dos testes estatísticos apresentados nos capítulos anteriores.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Ao total foram coletados 193 questionários respondidos integralmente. Deste total, não houve descarte de nenhum questionário. Uma vez que todas as questões eram de resposta obrigatória, não havendo erros no ato de preenchimento.

A amostra propôs um perfil padrão entre os gestores. Sendo que 62,7% dos respondentes eram homens e 37,3% eram mulheres. Entre o grupo, 44,6% tem entre 25 a 34 anos, 27,5% possuem entre 35 a 44 anos, 13% possuem entre 45 a 54 anos, 8,8% possuem entre 18 a 24 anos.

Tabela 1.
Perfil dos Respondentes

Sexo	%
Masculino	62,7%
Feminino	37,3%
Faixa Etária	%
18 a 24 anos	8,8%
25 a 34 anos	44,5%
35 a 44 anos	27,5%
45 a 54 anos	13,0%
55 a 64 anos	5,7%
Acima de 65 anos	0,5%
Escolaridade	%
Fundamental	0,0%
Médio	0,5%
Técnico	2,6%
Superior	22,3%
Pós Graduação	74,6%
Estado Civil	%
Solteiro	32,7%
Casado	66,3%
Divorciado	0,5%
Viúvo	0,5%
Quant. Filhos	%
Não possui	45,1%
1 Filho	22,3%
2 Filhos	26,4%
3 Filhos	5,2%
4 Filhos	1,0%
Mais de 4 Filhos	0,0%

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Na Tabela 1 é possível observar que 74,6% dos respondentes possuem pós-graduação e 22,3% possuem alguma graduação. Ao abordar o estado civil, 66,3% responderam que são casados e 32,6% responderam que são solteiros. Sendo que 45,1% não possuem filhos, 22,3% possuem apenas 1 filho e 26,4% dos respondentes possuem 2 filhos.

Tabela 2.
Perfil dos Respondentes

Estado	%
Paraná	96,3%
Santa Catarina	2,1%
Rio Grande do Sul	1,6%
Sector	%
Privado	62,2%
Público	37,8%
Segmento	%
Comércio	15,0%
Indústria	10,4%
Serviços	74,6%
Cargo	%
Diretoria	4,5%
Superintendência	0,0%
Gerência	27,0%
Coordenação	21,9%
Supervisão	18,5%
Empresário	12,9%
Profissional Liberal	15,2%
Renda	%
Até R\$ 2.811	15,5%
R\$ 2.812 a R\$ 5.622	29,5%
R\$ 5.623 a R\$ 8.433	22,8%
R\$ 8.434 a R\$ 11.244	15,6%
R\$ 11.245 a R\$ 14.055	5,7%
R\$ 14.056 a R\$ 16.866	2,1%
Acima de R\$ 16.867	8,8%
Investimentos	%
Poupança	27,5%
CDB	9,8%
Fundos	13,5%
Ações	3,6%
Títulos Públicos	2,6%
Previdência Privada	6,2%
Imóveis	22,3%
Outros	14,5%

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

A Tabela 2 apresenta a distribuição geográfica dos respondentes. Do total de 193 participantes, 96,3% reside no Paraná, 2,1% em Santa Catarina e 1,6% no Rio Grande do Sul. O setor privado emprega 62,2% dos gestores e o público emprega 37,8%. O segmento de

prestação de serviços conta com 74,6% dos respondentes, o comércio com 15% e a indústria com 10,4%.

Quando questionados sobre em qual cargo atuava, 27% respondeu que atuava em cargos em nível de gerência, 21,9% em nível de coordenação, 18,5% em nível supervisão, 15,2% são profissionais liberais e 12,9% são empresários. Quanto aos níveis salariais, 29,5% recebem entre R\$ 2.812 a R\$ 5.622, 22,8% recebem entre R\$ 5.623 a R\$ 8.433, 15,6% recebe entre R\$ 8.434 a R\$ 11.244 e 15,5% recebe até R\$ 2.811. A opção mais escolhida para investimento entre os gestores é a poupança com 27,5%, seguido de imóveis com 22,3% e fundos de investimento com 13,5%.

4.2 ANÁLISE DESCRITIVA DAS VARIÁVEIS

A análise das medidas descritivas das questões que abordava as variáveis estudadas pode ser observadas na Tabela 3. O objetivo será descrever e avaliar os dados, informando: média, mínimo, máximo, mediana e desvio padrão. Conforme apresentado, anteriormente, o questionário aplicado foi desenvolvido com opções de resposta em uma escala Likert de cinco pontos. Sendo que a opção 1 correspondia afirmação “Discordo fortemente” e a opção 5 “Concordo fortemente”.

Tabela 3.

Estatísticas Descritivas das Variáveis

Variável	Média	Mínimo	Máximo	Mediana	Desvio-padrão
Inteligência Monetária					
Amor					
Riqueza					
RIC_1	3.777	1.000	5.000	4.000	0.825
RIC_2	3.979	1.000	5.000	4.000	0.820
RIC_3	3.824	2.000	5.000	4.000	0.899
Motivação					
MOT_1	3.503	1.000	5.000	4.000	1.003
MOT_2	3.280	1.000	5.000	3.000	1.045
MOT_3	3.031	1.000	5.000	3.000	1.062
Importância					
IMP_1	3.611	1.000	5.000	4.000	1.007
IMP_2	3.974	1.000	5.000	4.000	0.751
IMP_3	4.016	1.000	5.000	4.000	0.694
Comportamento					
Produção					

MAK_1	3.715	1.000	5.000	4.000	0.980
MAK_2	3.472	1.000	5.000	4.000	0.939
MAK_3	3.570	1.000	5.000	4.000	0.874
Planejamento					
BUD_1	3.554	1.000	5.000	4.000	0.954
BUD_2	3.658	1.000	5.000	4.000	0.996
BUD_3	3.347	1.000	5.000	4.000	1.105
Doação					
DON_1	2.870	1.000	5.000	3.000	1.101
DON_2	3.477	1.000	5.000	4.000	1.013
DON_3	2.902	1.000	5.000	3.000	1.282
Contribuição					
CON_1	4.140	1.000	5.000	4.000	0.745
CON_2	3.870	2.000	5.000	4.000	0.863
CON_3	4.212	1.000	5.000	4.000	0.669

Significado

Felicidade					
HAP_1	2.316	1.000	5.000	2.000	1.182
HAP_2	3.192	1.000	5.000	3.000	1.033
HAP_3	3.948	1.000	5.000	4.000	0.856
Respeito					
RES_1	3.155	1.000	5.000	3.000	1.109
RES_2	2.984	1.000	5.000	3.000	1.113
RES_3	2.725	1.000	5.000	3.000	1.039
Realização					
ACH_1	3.078	1.000	5.000	3.000	1.048
ACH_2	3.000	1.000	5.000	3.000	1.092
ACH_3	3.130	1.000	5.000	3.000	1.028
Poder					
POW_1	3.321	1.000	5.000	4.000	1.209
POW_2	3.503	1.000	5.000	4.000	1.008
POW_3	2.674	1.000	5.000	3.000	1.059

Salário

Nível					
LEV_1	3.378	1.000	5.000	4.000	0.920
LEV_2	3.352	1.000	5.000	4.000	0.911
LEV_3	3.337	1.000	5.000	4.000	0.879
LEV_4	3.269	1.000	5.000	3.000	0.927
Benefício					
BEN_1	3.259	1.000	5.000	3.000	1.005
BEN_2	3.155	1.000	5.000	3.000	0.975
BEN_3	3.238	1.000	5.000	3.000	0.941
BEN_4	3.223	1.000	5.000	3.000	0.937
Aumento					

RAI_1	2.917	1.000	5.000	3.000	1.074
RAI_2	3.150	1.000	5.000	3.000	0.784
RAI_3	2.953	1.000	5.000	3.000	0.957
RAI_4	2.808	1.000	5.000	3.000	0.981
Estrutura					
STR_1	3.394	1.000	5.000	4.000	0.977
STR_2	3.047	1.000	5.000	3.000	0.951
STR_3	3.145	1.000	5.000	3.000	0.864
STR_4	3.124	1.000	5.000	3.000	0.896
STR_5	2.865	1.000	5.000	3.000	0.918
STR_6	3.337	1.000	5.000	4.000	0.919

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

No construto Amor, o qual aborda a relação de sentimento do ser humano com o dinheiro, duas variáveis mantiveram destaque. Foram as variáveis, RIC_2 (Seria bom ser rico?) e IMP_2 (Para mim o dinheiro é importante?). A variável RIC_2 apresentou uma média de 3.979 e um desvio padrão de 0.820. Já a variável IMP_2 apresentou média 3.974 e um desvio padrão de 0.751. Esses valores indicam que os gestores acreditam que o dinheiro é importante e, dessa forma, valorizam a possibilidade de serem ricos.

Quanto ao comportamento dos gestores em relação ao dinheiro, as três variáveis com resultados mais representativos foram: CON_1 (Mais dinheiro deve ser pago para as pessoas com maior qualidade de desempenho?), CON_2 (Mais dinheiro deve ser pago para as pessoas com maior talento?) e CON_3 (Mais dinheiro deve ser pago às pessoas com maior desempenho?). De acordo com os resultados, é possível inferir que os gestores se sentem mais propensos a valorizar financeiramente as pessoas que distoam da média do grupo ao qual faz parte.

No construto Significado, duas variáveis mantiveram destaque. Uma foi a HAP_3 (O dinheiro torna a vida muito mais fácil?) com média 3.948 e desvio padrão 0.856. E a segunda foi POW_2 (O dinheiro dá um poder considerável?) com média 3.503 e desvio padrão 1.008. Com base nos valores, infere-se que o significado do dinheiro para os gestores está ligado, prioritariamente, ao poder que o dinheiro tem de tornar a vida mais fácil e ao suposto poder que o dinheiro concede ao seu portador.

Quando se abordou a satisfação dos gestores com salário, identificou-se duas variáveis com resultados em destaque. A variável LEV_1 (Qual seu nível de satisfação com seu salário?) com média 3.378 e desvio padrão 0.920. E a variável STR_1 (Qual seu nível de satisfação com a estrutura de pagamento da empresa em que trabalha?) com média 3.394 e

desvio padrão 0.977. Assim, os indícios são que a estrutura de pagamento da empresa, aliada ao nível salarial geram maior satisfação para os gestores dos estados sul brasileiros.

4.3 ANÁLISE DA MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS

Os dados coletados foram analisados utilizando-se do método estatístico de análise de modelos de equações estruturais (*Structural Equation Models - SEM*), com estimação dos “Mínimos Quadrados Parciais” (*Partial Least Square – Path modelling - PLS-PM*), servindo-se das ferramentas oferecidas pelo *software SmartPLS 3.0*.

Este método permite analisar a relação entre múltiplas variáveis, simultaneamente, sejam elas latentes ou observadas (Hair *et al.*, 2014; Malhotra, 2012). A escolha pelo *software SmartPLS* é justificada por ele fornecer estimativas e parâmetros que maximizam a variância explicada (valores de R^2) dos modelos estudados (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011). Outro fator positivo é a ausência de suposições sobre a distribuição dos dados, como normalidade e uso de escalas intervalares (Mateos-Aparicio, 2011).

As variáveis observáveis têm como função a transmissão de informações sobre as variáveis latentes, construtos teóricos, que não podem ser observados diretamente. Em resumo, os construtos são representados por diferentes variáveis observáveis, ou seja, indicadores do construto (MacCallum & Austin, 2000; Vinzi *et al.*, 2010).

Em teoria, existem dois modelos de medição de variáveis latentes: formativo e reflexivo. No modelo reflexivo, a relação da causa desloca-se do construto para o indicador. Enquanto no modelo formativo a relação é contrária, do indicador para o construto. Significa dizer que, no modelo reflexivo, alterações no construto causam mudanças nos indicadores. Por sua vez, no caso do modelo formativo, alterações nos indicadores causam mudanças no construto (Mackenzie, Podsakoff, & Jarvis, 2005).

Optou-se por analisar os dados a partir de um modelo formativo. Essa escolha foi influenciada por estudos anteriores que concluíram, a partir dos resultados, que o modelo formativo demonstrou-se superior ao modelo reflexivo (Tang *et al.*, 2015).

Neste estudo, as variáveis latentes analisadas são: riqueza, motivação e importância (amor); produção, planejamento, doação e contribuição (significado), felicidade, poder, respeito e realização (comportamento); e nível, benefício, aumento e estrutura (salário).

Essas variáveis mantêm relações que formam um modelo reflexivo, fundamentado em dois elementos: um de mensuração (representando as relações entre indicadores e construtos)

e um estrutural (apresentando medidas empíricas de relações entre os construtos). Os elementos são analisados a partir da análise do modelo estrutural e modelo de mensuração (Anderson & Gerbing, 1988; Hair *et al.*, 2014).

Fundamentado nas variáveis apresentadas é importante destacar a presença de construtos de segunda e terceira ordem no modelo de mensuração deste estudo. Um construto de segunda ordem é definido por um nível mais abstrato com relação com múltiplos construtos de primeira ordem servindo com indicadores reflexivos ou formativos (Mackenzie *et al.*, 2005). O construto de terceira ordem (inteligência monetária) mantém relação com os construtos de segunda ordem (amor, significado e comportamento).

4.3.1 Análise do Modelo de Mensuração

O primeiro passo da análise de modelagem de equações estruturais é realizar o teste confirmatório da teoria de mensuração. Neste momento, mede-se a relação entre os construtos latentes e as variáveis observadas. Ou seja, verifica-se se as variáveis observadas representam os construtos, pois esses não são medidos diretamente (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham., 2009; Hair *et al.*, 2014).

Na Figura 3, é possível notar que o modelo de mensuração revela relações que são demonstradas por meio de setas. As setas partem das variáveis latentes para as variáveis observáveis, demonstrando a relação que existe entre essas variáveis. Durante essa etapa da análise são verificadas as validades convergente e discriminante do modelo (Hair *et al.*, 2009, Hair *et al.*, 2014).

A correlação entre indicadores alternativos de um mesmo construto é avaliada por meio da validade convergente, que consiste na convergência ou compartilhamento de uma elevada proporção de variância entre os indicadores de um construto. Essa identificação é feita analisando-se a Confiabilidade do Indicador (*Indicator Reliability*), a Variância Média Extraída (*Average Variance Extracted – AVEs*), o Alfa de Cronbach e a Confiabilidade Composta (*Composite Reliability*) (Hair *et al.*, 2009).

Durante a análise das cargas fatoriais, recomenda-se que sejam superiores a 0.5, mas, preferencialmente, acima de 0.7, pois, quanto maiores forem as cargas fatoriais, maiores são as evidências de que as variáveis observadas convergem para um ponto comum. É necessário ainda que todas as cargas fatoriais do construto sejam estatisticamente significativas, indicando assim a confiabilidade do indicador (Hair *et al.*, 2009; Hair *et al.*, 2014).

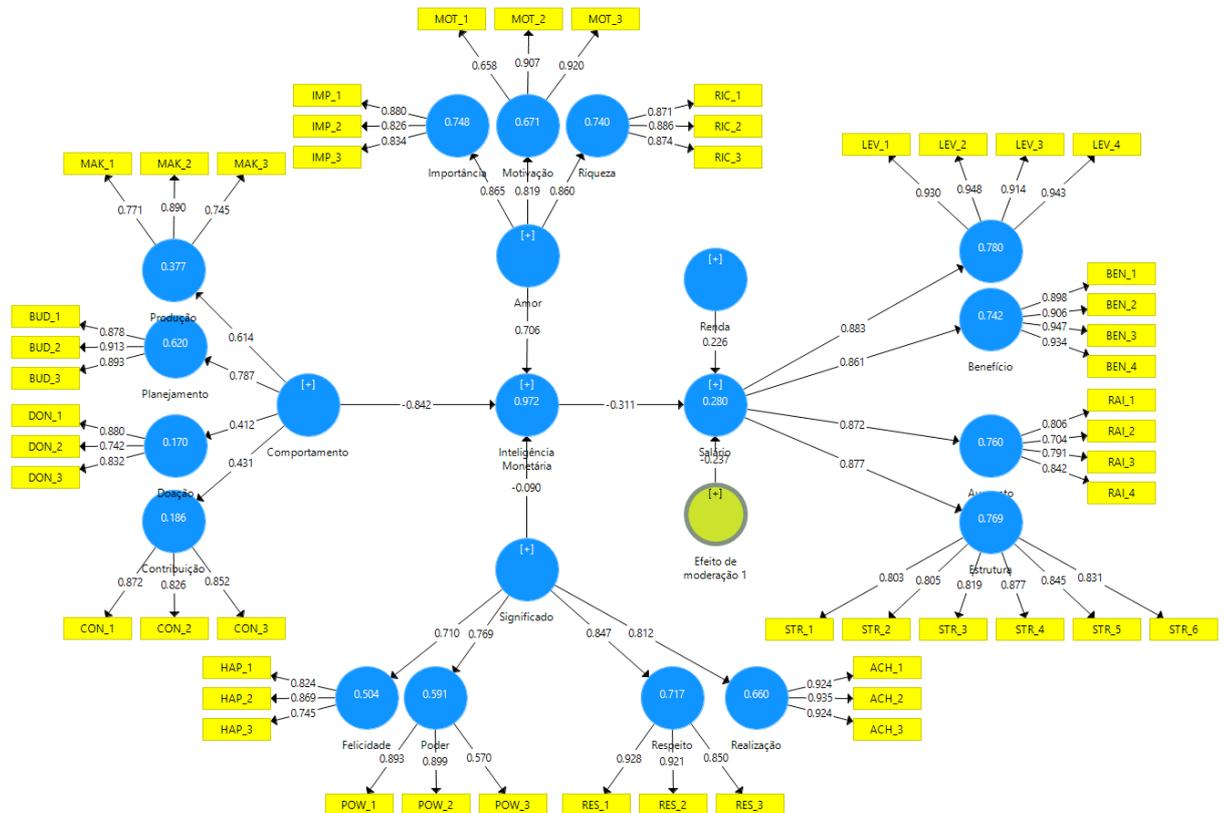


Figura 3. Modelo de Mensuração

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

No modelo estudado, todas as relações entre variáveis observadas e latentes apresentaram cargas fatoriais superiores a 0.5. Porém, houve duas exceções com as variáveis observadas MOT_1 (0.659) e POW_3 (0.570) que apresentaram cargas fatoriais abaixo de 0.7.

É reconhecido que para estudos que utilizem modelagem de equações estruturais o valor da carga fatorial da variável POW_3 é baixo. Porém, a variável não foi removida do modelo, pois é extremamente importante para auferir os resultados esperados ao final do estudo.

Nesse contexto, seguindo orientações de Hair *et al.* (2009; 2014), novos cálculos foram realizados a partir da exclusão das duas variáveis. Porém, os novos indicadores de confiabilidade e variância não apresentaram melhoras significantes. Dessa forma, optou-se por preservar a estrutura original do modelo para as futuras análises deste estudo.

Os indicadores da validade convergente analisados foram o alfa de *Cronbach* e a confiabilidade composta (CC) que traduzem a confiabilidade dos construtos. O alfa de

Cronbach é um coeficiente de consistência interna expresso por um número entre 0 e 1. Essa consistência interna demonstra até que ponto todos itens medem o mesmo conceito ou construto. Em uma escala de 0 a 1, um valor acima de 0.6 indica confiabilidade de consistência interna satisfatória. Em resumo, esses indicadores avaliam se a amostra é ou não tendenciosa (Hair et al., 2009; Tavakol & Dennick, 2011; Malhotra, 2012, Hair *et al.*, 2014).

Na Tabela 4 todos os resultados do indicador do alfa de *Cronbach* foram superiores a 0.7. Por sua vez, o indicador de confiabilidade composta apresentou resultados superiores a 0.8. Nesse contexto, é possível inferir que os construtos possuem consistência interna, descartando qualquer indício de tendência.

Tabela 4.
Indicadores de Validade Convergente

Construtos	Alpha de Cronbach	Confiabilidade Composta	Variância Média Extraída (AVE)
Riqueza	0.850	0.909	0.769
Motivação	0,783	0,873	0,701
Importância	0.802	0.884	0.717
Produção	0.725	0.845	0.647
Planejamento	0.876	0.923	0.801
Doação	0.765	0.860	0.672
Contribuição	0.809	0.887	0.723
Felicidade	0.744	0.855	0.663
Poder	0,704	0,839	0,643
Respeito	0.882	0.928	0.810
Realização	0.919	0.949	0.860
Nível	0.951	0.965	0.872
Benefício	0.940	0.957	0.849
Aumento	0.794	0.867	0.620
Estrutura	0.910	0.930	0.689

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Em continuidade a análise dos indicadores de validade convergente, a variância média extraída (AVE) refere-se ao quadrado de uma carga fatorial padronizada, que representa o tanto de variação em um item que é explicado por um fator latente. Sendo fundamental que o valor de AVE seja de 0.50 ou mais, pois indicará que a variável latente explica mais da metade da variância dos seus indicadores (Tabachnick, Fidell, & Osterlind, 2001; Hair *et al.*, 2009; Hair *et al.*, 2014).

Entre os resultados do indicador de AVE todos os indicadores dos construtos de primeira ordem foram superior a 0.5. Isso indica que a variável latente explica mais que a metade da variância das suas variáveis observáveis.

Nota-se a ausência de indicadores de validade convergente para o construto de terceira ordem (inteligência monetária). Esse fato é justificado pela formação do construto ser formativa e medidas de confiabilidade de consistência interna não são apropriadas para avaliar adequação de medidas em modelos formativos (MacKenzie *et al.*, 2005).

De acordo com Bollen & Lennox (1991) indicadores formativos não são invalidados pela baixa consistência interna. Então, para avaliar a validade precisa-se examinar outros indicadores que são efeitos das variáveis latentes.

A última análise do modelo de mensuração é realizada por meio da análise da validade discriminante. Para realizar essa análise utilizou-se o critério de Fornell e Larcker (1981). Esse critério é comumente utilizado para análise de validade discriminante. A análise compreende a verificação de quanto um construto é diferente dos demais. Dessa forma, quanto maior a validade discriminante, maior é a evidência da singularidade do construto, dado que esse é capaz de captar fenômenos que outros construtos não conseguem (Hair *et al.*, 2009; Hair *et al.*, 2014).

Durante a análise é comparada a raiz quadrada dos valores da AVE com as correlações das variáveis latentes, assim, espera-se que as raízes quadradas de cada construto sejam maiores que as suas correlações com qualquer outro construto. Resumidamente, um construto latente deve explicar suas medidas de itens melhor do que outro construto (Hair *et al.*, 2009; Hair *et al.*, 2014).

Tabela 5.
Indicadores de Validade Convergente

Construtos	Aumento	Benefício	Contribuição	Doação	Estrutura	Felicidade	Importância	Motivação	Nível	Planejamento	Poder	Produção	Realização	Respeito	Riqueza
Aumento	0,788														
Benefício	0,664	0,921													
Contribuição	-0,014	0,083	0,850												
Doação	0,121	0,085	0,069	0,820											
Estrutura	0,731	0,638	0,032	0,153	0,830										
Felicidade	-0,149	-0,199	0,311	-0,084	-0,079	0,814									
Importância	-0,073	-0,132	0,365	-0,031	0,009	0,615	0,847								
Motivação	-0,126	-0,091	0,286	-0,108	-0,122	0,503	0,583	0,837							
Nível	0,721	0,712	0,056	0,175	0,650	-0,192	-0,126	-0,182	0,934						
Planejamento	0,141	0,140	0,083	0,098	0,127	-0,059	0,000	-0,153	0,096	0,895					
Poder	-0,203	-0,101	0,128	-0,087	-0,088	0,405	0,320	0,415	-0,125	-0,156	0,802				
Produção	0,278	0,149	0,189	0,068	0,233	0,147	0,316	0,329	0,156	0,220	0,111	0,804			
Realização	-0,061	-0,097	0,248	-0,148	-0,031	0,458	0,379	0,542	-0,095	-0,149	0,470	0,206	0,928		
Respeito	-0,024	-0,005	0,236	0,073	0,041	0,468	0,381	0,478	-0,012	-0,147	0,600	0,208	0,544	0,900	
Riqueza	-0,223	-0,162	0,309	-0,165	-0,144	0,529	0,623	0,534	-0,213	-0,048	0,395	0,159	0,399	0,346	0,877

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Na Tabela 5, os resultados apresentados informam a validade discriminante dos construtos. Uma vez que os valores para todas as relações entre AVE's e as correlações quadradas dos construtos de primeira ordem são diferentes entre si, sendo as AVE's superiores as correlações.

Nesse indicador, nota-se distinção entre os valores dos indicadores dos construtos de segunda ordem com as medidas padrões, definidas pelos autores clássicos. A opção seria retirar variáveis observadas que têm menores diferenças nas cargas fatoriais cruzadas em busca de valores maiores para estes indicadores. Porém, optou-se por manter o modelo uma vez que o construto de segunda ordem é formado pelos construtos de primeira ordem, não sendo possível haver diferença entre si (Ringle, Da Silva, & Bido, 2014).

4.3.2 Análise do Modelo Estrutural

Após a garantia da validade discriminante, encerram-se os ajustes dos modelos de mensuração, iniciando a análise do modelo estrutural. Nessa etapa, examinam-se as capacidades preditivas do modelo e as relações com os construtos. A expressão do modelo compreende a representação da teoria com um conjunto de equações estruturais e com o modelo de mensuração (Hair *et al.*, 2009; Hair *et al.*, 2014).

Para realizações dos exames propostos nesta etapa do estudo, houve necessidade de reestruturar o modelo, bem como, redefinir a base de dados utilizada para cálculo. Foi necessário realizar essas adequações em virtude ao tamanho e a complexidade do modelo, objeto deste estudo.

Durante a análise, são avaliados: o ajuste geral e relativo do modelo; e o tamanho, a direção, a significância das estimativas paramétricas estruturais, descritas com setas de sentido em um diagrama de caminhos. Assim, a teoria estrutural é aplicada pela especificidade das relações entre os construtos e a natureza de cada relação (Hair *et al.*, 2009).

Sendo assim, quanto mais altos forem os coeficientes de R^2 , maior será a precisão preditiva do modelo. Importante ressaltar que a aceitação desses valores, pode variar em função da complexidade do modelo e disciplina. Em pesquisas de comportamento do consumidor, 0.20 é considerado um valor elevado (Hair *et al.*, 2014). Segundo Cohen (1988) os coeficientes de R^2 resultando em 0.019, 0.13 e 0.26 são interpretados, consecutivamente, como baixo efeito, médio efeito e alto efeito.

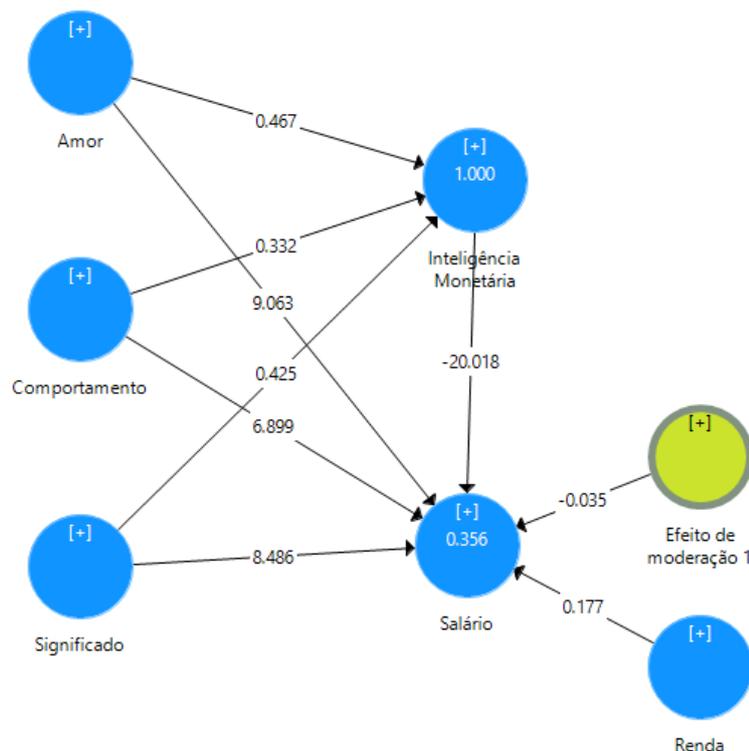


Figura 4. Modelo de Estrutural

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

De acordo com a Figura 4, os indicadores do modelo apresentaram valores distintos. O construto inteligência monetária apresentou um coeficiente de determinação (R^2) de 0.973. Já

o valor de R^2 para o construto salário foi de 0.254. Seguindo a classificação descrita, o modelo apresenta efeito preditivo aceitável com qualidade e poder explanatório.

A segunda avaliação a ser realizada é o tamanho do efeito f^2 . Este efeito representa o impacto das variáveis exógenas sobre a variável endógena. Indica o quanto a omissão de uma variável exógena influencia nas construções endógenas (Hair *et al.*, 2014). As orientações consideram valores de 0.02, 0.15 e 0.35 como fracos, médios e fortes efeitos respectivamente (Cohen, 1988).

Identificar o tamanho deste efeito entre as variáveis auxilia na identificação da contribuição a nível global da pesquisa (Chin, Marcolin, & Newsted, 1996). Assim, na Tabela 6 apresentam-se os indicadores do tamanho do efeito f^2 .

Tabela 6.

Indicadores de Ajuste do Modelo

Construtos	Inteligência Monetária	Salário
Amor	228,196	0,272
Comportamento	179,190	0,309
Inteligência Monetária	-	0,290
Significado	212,369	0,286

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

De acordo com os valores apresentandos na Tabela 6, todos os efeitos são médios ou fortes. Dessa forma, a avaliação é que existe forte influência dos construtos endógenos na qualidade do modelo. Mostrando que o modelo tem acurácia e os construtos são relevantes para o ajuste geral do modelo.

Quanto à análise das relações entre os construtos, essas são designadas por meio de setas. A conexão de um construto exógeno a um endógeno é representada pelo símbolo (γ), e de um construto endógeno para outro endógeno pelo símbolo (β), ambos possuem valores padronizados entre -1 e +1. Quanto mais próximos os coeficientes de trajetórias estiverem de +1, mais fortes e positivas são as relações estabelecidas, e quanto mais próximas estiverem de -1, mais fracas e negativas são, sendo que valores muito próximos de zero não são considerados dignos de expressão (Hair *et al.*, 2014).

Os coeficientes de caminhos são medidas paramétricas estruturais completamente padronizadas para o modelo estrutural. Elas indicam quanto a mudança em um construto endógeno é afetada pelo aumento de uma unidade em um construto exógeno (Hair *et al.*, 2014). Exemplificando, os coeficientes de regressão associados a cada uma das variáveis independentes: amor, comportamento e significado; e seus respectivos impactos na variável

dependente inteligência monetária, assim como o impacto dessa sobre a variável dependente salário.

Essas mudanças são chamadas de efeitos totais. Esses, por sua vez, compreendem a soma dos efeitos diretos e indiretos e são úteis quando a intenção é estudar o impacto de um construto sobre o outro por meio de uma variável mediadora (Hair *et al.*, 2014). Os valores destes indicadores são informados na Tabela 7.

Tabela 7.

Análise dos Efeitos Totais

	Efeitos Totais
Amor >>> Inteligência Monetária	0,467
Amor >>> Salário	-0,282
Comportamento >>> Inteligência Monetária	0,332
Comportamento >>> Salário	0,253
Inteligência Monetária >>> Salário	-20,018
Renda >>> Salário	0,177
Significado >>> Inteligência Monetária	0,425
Significado >>> Salário	-0,030

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

De acordo com o modelo explorado, as variáveis amor, comportamento e significado mantém relação direta com a variável inteligência monetária. Porém, possui uma relação indireta com a variável salário. Também há o relacionamento direto entre a variável inteligência monetária e a variável salário.

Com intuito de complementar a análise dos coeficientes de caminhos, realizou-se a interpretação dos resultados do teste de significado de todas as relações estabelecidas no modelo estrutural. Os testes de significância podem ser avaliados pelas medidas do *t* valor e o *p* valor. É importante ainda que seja avaliada a relevância de relacionamentos significativos, uma vez que essa etapa é fundamental no estabelecimento de conclusões (Hair *et al.*, 2014).

Dessa forma, o construto amor apresentou o maior coeficiente de caminho (0.467), já o construto significado apresentou (0.425) e comportamento com (0.332). Sintetizando, é possível inferir que entre os gestores o aspecto afetivo é o que mais contribui para explicar as variações na sua inteligência monetária, seguido pelos aspectos cognitivos e depois os aspectos comportamentais. Já os aspectos comportamentais apresentou a relação mais forte (0.253) com a satisfação salarial.

Tabela 8.

Teste das Hipóteses

	Coefficientes de Caminho	Test <i>t</i>	<i>p</i> Valor	Hipóteses
Amor >>> Inteligência Monetária	0,467	32,682	0,000	H1 Confirmada
Comportamento >>> Inteligência Monetária	0,332	20,992	0,000	H2 Confirmada
Significado >>> Inteligência Monetária	0,425	22,981	0,000	H3 Confirmada
Inteligência Monetária >>> Salário	-20,018	7,977	0,000	H4 Rejeitada
Amor >>> Salário	-0,282	7,933	0,000	H5 Rejeitada
Comportamento >>> Salário	0,253	8,162	0,000	H6 Confirmada
Significado >>> Salário	-0,030	7,807	0,000	H7 Rejeitada
Efeito de moderação 1 >>> Salário	-0,035	0,633	0,527	H8 Rejeitada

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Para análise da realização dos testes de hipóteses, procedeu-se ao algoritmo de bootstrapping (amostragem aleatória) do *software SmartPLS 3*, com o parâmetro 2000 para o número de casos e amostras. Nessa etapa, para uma confiabilidade de 95%, os valores de *t-Student* devem estar acima de 1,96 e o *p*-valor < 0.05 (Hair *et al.*, 2014).

Conforme resultados apresentados na Tabela 8, a hipótese H1 com o objetivo era verificar a existência da relação positiva e significativa entre aspectos afetivos e a inteligência monetária, o que foi confirmado ($\beta = 0,467$, $Test-t = 32,682$, p -valor < 0,05). Na hipótese H2 a relação positiva e significativa entre aspectos comportamentais e a inteligência monetária foi confirmada ($\beta = 0,332$, $Test-t = 20,992$, p -valor < 0,05).

Na sequência foi confirmada a hipótese H3 da relação positiva e significativa entre Aspectos Cognitivos e Inteligência Monetária ($\beta = 0,425$, $Test-t = 22,981$, p -valor < 0,05). Já a hipótese H4, que se refere à relação positiva e significativa entre Inteligência Monetária e Satisfação Salarial ($\beta = -20,018$, $Test-t = 7,977$ p -valor < 0,05), foi rejeitada. Assim, como a hipótese H5 que testa a existência da relação positiva e significativa dos Aspectos Comportamentais e a Satisfação Salarial também acabou sendo rejeitada ($\beta = -0,282$, $Test-t = 7,933$, p -valor < 0,05).

Ainda orientados pelos resultados da Tabela 8, a hipótese H6 a qual testa relação positiva e significativa entre Aspectos Comportamentais e Inteligência Monetária ($\beta = 0,253$, $Test-t = 8,162$, p -valor < 0,05) foi confirmada. A hipótese H7 que se refere à relação positiva e significativa entre Aspectos Cognitivos e Satisfação Salarial ($\beta = -0,030$, $Test-t = 7,807$, p -valor < 0,05) foi rejeitada. Complementarmente, testou-se a hipótese de moderação por parte do nível salarial na relação entre a Inteligência Monetária e a Satisfação Salarial dos gestores ($\beta = -0,035$, $Test-t = 0,633$ p -valor > 0,05).

5 CONTRIBUIÇÕES PARA A PRÁTICA

Este estudo apresentou o objetivo de testar as hipóteses observadas, inicialmente, relacionando as variáveis: aspectos afetivos, aspectos comportamentais, aspectos cognitivos e, conseqüentemente, a Inteligência Monetária, com a satisfação salarial entre gestores dos Brasil.

Os resultados alcançados constataam que as descobertas são oportunas para a continuidade dos trabalhos acerca da Teoria da Inteligência Monetária. Apresentam potencial para contribuir em maior escala na relação dos seres humanos com o dinheiro por meio das suas tomadas de decisões.

Em primeiro lugar, destaca-se positivamente o modelo teórico formativo no qual foi enquadrada a Inteligência Monetária. Demonstrando o potencial que os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos possuem de formá-la e explicá-la. As variáveis de primeira ordem de cada um dos aspectos apresentam elevado nível de confiabilidade, além de conseguir realizar as medições que se propõem.

Os resultados dos estudos confirmaram a hipótese de que os aspectos afetivos influenciam negativamente a Inteligência Monetária. Ou seja, o dinheiro possui potencial de desenvolver nos gestores um sentimento de afeto, reflexo dos bens e momentos importantes e de alto valor que podem ser adquiridos por meio dele.

Destaca-se, nesse sentido, o poder motivador que o dinheiro exerce nos gestores a partir do sentimento de afeto. Em nível mundial o dinheiro é utilizado como recompensa por objetivos alcançados em ambientes organizacionais (Mitchell & Mickel, 1999).

No entanto, questiona-se essa relação dos gestores com dinheiro. Essa dependência do dinheiro torna-se uma possível fonte de atitudes incorretas. Que por sua vez podem deteriorar o ambiente organizacional, bem como a relação interpessoais dos gestores (Tang & Sutarso, 2013).

A relação entre os aspectos comportamentais e a Inteligência Monetária também foram confirmadas. Os resultados deste estudo tornam-se reflexos do conteúdo teórico apresentado, uma vez que a interação desse aspecto é muito forte na formação desta inteligência.

Assim, os gestores que se relacionam com o dinheiro de uma forma mais racional e organizada, realizando investimento e planejando seu consumo constantemente, tendem a manter um maior nível de bem-estar (Luna-Arocas & Tang, 2004).

Esse bem-estar é influenciado pelo nível de satisfação com a renda entre os gestores. Certo disso, este estudo reportou o resultado de relação positiva entre os aspectos comportamentais com a satisfação com a renda no estrato pesquisado. Sendo esse, o único aspecto que obteve sua hipótese confirmada.

Dessa forma, os resultados propõem que a satisfação com a renda está muito além do volume financeiro auferido pelos gestores. Fato confirmado pela rejeição do efeito moderador que o nível salarial exerceria sobre a relação entre a Inteligência Monetária e a satisfação com a renda. Os aspectos afetivos e cognitivos em relação ao dinheiro tão pouco podem elevar a satisfação dos gestores.

Como forma de instigar o desenvolvimento organizacional, questiona-se que se atrelado às recompensas ou bônus emitidos pelas empresas, uma agenda das práticas comportamentais relacionadas ao dinheiro deveria ser disseminada e supervisionada pelos empregadores. Ancorada neste estudo, as perspectivas futuras são positivas.

A relação positiva entre os aspectos cognitivos e a Inteligência Monetária foi confirmada neste trabalho. Baseado no estrato pesquisado, as sensações como felicidade, respeito, realização e poder em relação ao dinheiro explicam o lado psicológico desta inteligência.

Os gestores que ancoram sobre o dinheiro a sua felicidade ou a sua realização pessoal e profissional, tendem a manter um menor nível de intelectualidade monetária. Os resultados para o seu bem-estar tendem a ser negativos, pois ele não está satisfeito em nenhum momento.

Além da sensação de realização, o poder também está diretamente relacionado com o cargo ocupado pelo gestor. Essa posição dentro da organização, tende a desenvolver, a partir dos aspectos cognitivos, uma sensação de superioridade. Assim, é possível que o ambiente de trabalho se torne desgastante, bem como a Inteligência Monetária do gestor seja menor, vislumbrando dinheiro no foco principal.

Diferentemente dos resultados alcançados por Tang *et al.* (2015), neste estudo a relação positiva entre Inteligência Monetária de gestores do Brasil e a sua satisfação com a renda não foi confirmada. Um dos fatores que pode responder a essa diferença é o fato de a relação direta entre os aspectos com a satisfação salarial não ter sido esperada.

Conforme apresentando anteriormente, quando relacionado diretamente com a satisfação com a renda alguns aspectos não mantiveram relação positiva. Os aspectos afetivos e cognitivos não apresentaram relação positiva. Já os aspectos comportamentais apresentaram relação positiva.

Nesse contexto é possível inferir que a relação dos gestores com o dinheiro baseado em seus aspectos afetivos e comportamentais estão divergentes das premissas que formam a Inteligência Monetária. Gera-se assim um possível alerta e ponto a ser trabalhado no desenvolvimento dessas pessoas buscando elevar o seu nível de Inteligência Monetária.

Conscientes de que o lado positivo da Inteligência Monetária é sua capacidade de reduzir o amor pelo dinheiro, aumentar o comportamento de planejamento e desfrutar de um sentimento de realização, o indivíduo pode desfrutar de alta qualidade de vida se "deixar sua vida livre de amor ao dinheiro, mas se contentar com o que tem", tornando-se um bom administrador (Tang *et al.*, 2015, p. 913).

A sabedoria monetária afirma que para alcançar riqueza, saúde e felicidade, os seres humanos precisam deixar suas vidas livres do amor ao dinheiro, sendo necessário frear seus desejos de se tornarem ricos no momento de maiores ganhos. Ao abordar o seu comportamento, as pessoas devem se tornar “mestres” em relação ao dinheiro, afastando-se da força motivadora do dinheiro. Cognitivamente, devem se contentar com o que eles têm, reconhecendo a importância do dinheiro no momento, principalmente no momento de perda (Tang *et al.*, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi explorar a relação dos aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos das atitudes monetárias de gestores com a sua satisfação com a renda. Atingindo objetivos específicos de identificação, bem como testar o modelo teórico entre as dimensões em um estrato específico.

Foram analisados 193 questionários coletados junto aos gestores, por meio do *Google Forms* no procedimento “bola de neve”. Desses 96% dos respondentes residem no estado do Paraná. Trabalham no setor privado 62% dos gestores e a faixa de renda dos entrevistados foi de R\$ 2.811 a R\$ 16.867.

O desenvolvimento do modelo teórico foi baseado na literatura. Os construtos utilizados na coleta de dados são integrantes das escalas *Monetary Intelligence* e *Pay Satisfaction*. Foi utilizado como procedimento de análise dos dados a modelagem de equações estruturais com estimação dos “Mínimos Quadrados Parciais”, por meio do *software SmartPLS 3.0*.

Os resultados das relações e análises realizadas apresentaram resultados importantes para a literatura divulgada até aqui. Os aspectos afetivos, comportamentais e cognitivos de gestores mantiveram relação positiva com a Inteligência Monetária. Confirmando para o estrato pesquisado que os aspectos são formadores da inteligência.

Também foi possível inferir por meio dos resultados que o nível da Inteligência Monetária de gestores, não propõe uma relação positiva com a satisfação com a renda. Demonstrando pontos a serem desenvolvidos por essas pessoas em busca de um maior bem-estar com a sua vida.

Diante dos resultados foi possível realizar outras conclusões relevantes. A partir das hipóteses de relação direta entres os aspectos com a satisfação com a renda, constatando-se que apenas os aspectos comportamentais mantiveram relação positiva com a satisfação com a renda. Diferentemente dos aspectos afetivos e cognitivos, os quais não confirmaram a relação positiva.

Ainda foi possível concluir que, para o estrato pesquisado, o nível da renda em não é um mediador da relação entre Inteligência Monetária e a satisfação com a renda. Demonstrando que o nível da renda não é um influenciador direto da satisfação com a renda,

caracterizando que os aspectos particulares de cada gestor, tem uma influência maior sobre o seu nível de satisfação.

Os resultados deste estudo acrescentam avanços importantes para a Teoria da Inteligência Monetária e, diretamente, ao estudo realizado por Tang *et al.* (2015). Uma vez que os resultados não foram similares, mesmo mantendo-se um perfil similar para o estrato pesquisado.

Naturalmente que o estudo possui limitações. Uma delas é o fato de ter sido restringido à pesquisa apenas a gestores ou cargos equivalentes. A teoria é passível de aplicação para outros grupos. Sendo essa uma oportunidade interessante para sua evolução e para futuras comparações.

Outra limitação é o fato de o estudo buscar inicialmente caracterizar o perfil dos gestores. Porém, após finalizar a coleta de dados constatou-se que 96% dos respondentes residem no estado do Paraná. Assim, não é possível propor que os resultados retratam o nível de Inteligência Monetária dos gestores do estado de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Ainda, abordando questões geográficas para o estudo acadêmico, o estado brasileiro possui 27 unidades federativas. Cada uma delas compõe uma região que apresenta características diferentes. Gerando assim uma oportunidade para realização de estudos e futuras comparações.

Por fim, ainda embasado nas limitações apresentadas anteriormente, torna-se importante considerar sugestões para futuras pesquisas:

- Aplicar o modelo teórico da Teoria da Inteligência Monetária em outras unidades federativas, bem como regiões do estado brasileiro;
- Investigar o nível de Inteligência Monetária de uma classe profissional exclusiva, bem como investigar o fenômeno em pessoas de classes sociais menos favorecidas;
- Investigar a influência de atividades práticas para desenvolvimento dos aspectos comportamentais na evolução do nível de Inteligência Monetária de gestores;
- Realizar estudos qualitativos procurando identificar o perfil de pessoas com maior nível de Inteligência Monetária;
- Realizar estudos com utilização de variáveis moderadoras diferentes entre a relação da Inteligência Monetária e satisfação salarial.

REFERÊNCIAS

- AEF, Associação de Educação Financeira do Brasil. Relatório Anual 2017. Recuperado de http://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2018/08/RA-AEFBrasil_07082018_VersãoFinal.pdf.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411.
- Atkinson, A., McKay, S., Collard, S., & Kempson, E. (2007). Levels of financial capability in the UK. *Public Money and Management*, 27(1), 29-36.
- BACEN, Banco Central do Brasil. Estratégia Nacional de Educação Financeira. (2018). Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/pre/pef/PORT/enef.asp>.
- BACEN, Banco Central do Brasil. (2017). Relatório de Estabilidade Financeira. Recuperado de http://www.bcb.gov.br/htms/estabilidade/2017_04/refPub.pdf.
- Bastien, P., Vinzi, V. E., & Tenenhaus, M. (2005). PLS generalised linear regression. *Computational Statistics & data analysis*, 48(1), 17-46.
- Berkowitz, L., Fraser, C., Treasure, F. P., & Cochran, S. (1987). Pay, equity, job gratifications, and comparisons in pay satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 72(4), 544.
- Bentler, P., & Chou, C. (1987). Practical issues in structural equation modeling. *Sociological Methods and Research*, 16(1), 78-117.
- Bernard, H. R. (2005). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Lanham, MD: AltaMira Press.
- Bollen, K., & Lennox, R. (1991). Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective. *Psychological bulletin*, 110(2), 305.
- Cai, Y., Bi, Y., Wang, L., Cravens, X. C., & Li, Y. (2018). The construct of teachers' pay satisfaction: a case study of primary and secondary schools in China. *Teachers and Teaching*, 24(4), 431-449.
- Carraher, S. M., & Buckley, M. R. (1996). Cognitive complexity and the perceived dimensionality of pay satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 81(1), 102.
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (1996). A PLS Latent Variable modelling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte-Carlo simulation study and voice mail emotion/adoption study. *In Proceedings of the 17th International Conference on Information Systems* (pp. 16-18). Dec.
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo

- simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information systems research*, 14(2), 189-217.
- Clark, A. E., Frijters, P., & Shields, M. A. 2008. Relative income, happiness, and utility: An explanation for the Easterlin paradox and other puzzles. *Journal of Economic Literature*, 46 (1): 95-14.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Coleman, J. S. (1958). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Human Organization*. v.17, p. 28-36.
- Daskalopoulou, I. (2016). Rent seeking or corruption? An analysis of income satisfaction and perceptions of institutions in Greece. *The Social Science Journal*, 53(4), 477-485.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science*, 319(5870), 1687-1688.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 115-125.
- Dyer, L., & Theriault, R. (1976). The determinants of pay satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 61(5), 596.
- Du, L., & Tang, T. L. P. (2005). Measurement invariance across gender and major: The love of money among university students in People's Republic of China. *Journal of Business Ethics*, 59(3), 281-293.
- Earl, P. E. (1990). Economics and psychology: a survey. *The Economic Journal*, 100(402), 718-755.
- Easterlin, R. A. (2001). Income and happiness: Towards a unified theory. *The economic journal*, 111(473), 465-484.
- Erdener, C., & Garkavenko, V. (2012). Money attitudes in Kazakhstan. *Journal of International Business and Economics*, 12(3), 87-94.
- Felipe, I. (2015). Teoria Do Prospecto: Evidências Aplicadas Em Finanças Comportamentais (Prospect Theory: Applied Evidence in Behavioral Finance).
- Ferreira, V. R. M. (2007). Psicologia econômica. *Revista de Administração de Empresas*, 47(3), 1-4.
- Ferreira, G. B. & Miura, M. N. (2018). Teoria da Inteligência Monetária: Revisão Bibliométrica das Principais Publicações.
- Fonseca, J. J. S.(2002). Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC. *SILVEIRA, DT; CÓRDOVA, FP A pesquisa científica. Cap, 2, 31-42.*
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

- Graham, C. (2010). *Happiness around the world: The paradox of happy peasants and miserable millionaires*. Oxford University Press.
- Gbadamosi, G., & Joubert, P. (2005). Money ethic, moral conduct and work related attitudes: Field study from the public sector in Swaziland. *Journal of Management Development*, 24(8), 754-763.
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). Métodos de pesquisa. Plageder.
- Gil, A. C. (2007). Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2010). Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas.
- Gomez-Mejia, L. R., & Balkin, D. B. (1992). Determinants of faculty pay: An agency theory perspective. *Academy of Management journal*, 35(5), 921-955.
- Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. *The annals of mathematical statistics*, 148-170.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. 1998. Upper Saddle River.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise Multivariada de dados*. 6 ed. São Paulo: Bookman.
- Hair, J. F. Jr., Gabriel, M. L. D. S. & Patel, V. K. (2014). Modelagem de equações estruturais baseada em covariância (CB-SEM) com AMOS: orientações sobre a sua aplicação como uma ferramenta de pesquisa de marketing. *Revista Brasileira de Marketing*. 12(2), 44-55.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural modelling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hayhoe, C. R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of economic psychology*, 20(6), 643-656.
- Heneman III, H. G., & Schwab, D. P. (1985). Pay satisfaction: Its multidimensional nature and measurement. *International journal of Psychology*, 20(1), 129-141.
- IAREP. *International Association for Research in Economic Psychology*. Recuperado de <http://iarep.org/>
- IBGE, A. N. (2018). IBGE divulga o rendimento domiciliar per capita 2017. Recuperado de ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Renda_domiciliar_per_capita/Renda_domiciliar_per_capita_2017.pdf.
- Joshanloo, M. (2018). Income satisfaction is less predictive of life satisfaction in individuals who believe their lives have meaning or purpose: A 94-nation study. *Personality and Individual Differences*, 129, 92-94.

- Judge, T. A., Cable, D. M., Colbert, A. E., & Rynes, S. L. (2007). What causes a management article to be cited—article, author, or journal?. *Academy of management journal*, 50(3), 491-506.
- Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2015). Understanding pay satisfaction: The impacts of pay satisfaction on employees' job engagement and withdrawal in deluxe hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 22-26.
- Lawler, E. L. (1971). *Pay and organization effectiveness: A psychological view*. NY: McGraw Hill.
- Lea, S. E., Lea, S. E., Lea, S. E., Tarpy, R. M., & Webley, P. M. (1987). *The individual in the economy: A textbook of economic psychology*. CUP Archive.
- Lemrová, S., Reiterová, E., Fatěnová, R., Lemr, K., & Tang, T. L. P. (2014). Money is power: Monetary intelligence—love of money and temptation of materialism among Czech University students. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 329-348.
- Lim, V. K., & Teo, T. S. (1997). Sex, money and financial hardship: An empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore. *Journal of Economic Psychology*, 18(4), 369-386.
- Liu, B. C., & Tang, T. L. P. (2011). Does the love of money moderate the relationship between public service motivation and job satisfaction? The case of Chinese professionals in the public sector. *Public Administration Review*, 71(5), 718-727.
- Li-Ping Tang, T., Shin-Hsiung Tang, D., & Luna-Arocas, R. (2005). Money profiles: The love of money, attitudes, and needs. *Personnel review*, 34(5), 603-618.
- Locke, E. A., Feren, D. B., McCaleb, V. M., Shaw, K. N., & Denny, A. T. (1980). The relative effectiveness of four methods of motivating employee performance. *Changes in working life*, 363(1), 388.
- Luna-Arocas, R., & Tang, T. L. P. (2004). The love of money, satisfaction, and the protestant work ethic: Money profiles among university professors in the USA and Spain. *Journal of Business Ethics*, 50(4), 329-354.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*. Vol. 47, N. 2, 263-292.
- Katona, G. (1951). *Psychological analysis of economic behavior*.
- Katona, G. (1975). *Psychological economics*. Elsevier.
- Mackenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Jarvis, C. B. (2005). The problem of measurement model misspecification in behavioral and organizational research and some recommended solutions. *Journal of applied psychology*, 90(4), 710.
- MacCallum, R. C., & Austin, J. T. (2000). Applications of structural equation modeling in psychological research. *Annual review of psychology*, 51(1), 201-226.

- Malhotra, N. (2012). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Maslow, A. H. (1954). 1954: Motivation and personality. New York, Harper & Row.
- Mateos-Aparicio, G. (2011). Partial least squares (PLS) methods: Origins, evolution, and application to social sciences. *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 40(13), 2305-2317.
- Merton, R. K. (1968). The Matthew effect in science: The reward and communication systems of science are considered. *Science*, 159(3810), 56-63.
- Mickel, A. E., Mitchell, T. R., Dakin, S., & Gray, S. (2003). The importance of money as an individual difference attribute. Emerging perspectives on values in organizations, 123-150.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. (1999). The meaning of money: An individual-difference perspective. *Academy of management review*, 24(3), 568-578.
- Nkundabanyanga, S. K., Mpamizo, B., Omagor, C., & Ntayi, J. M. (2011). The love of money, pressure to perform and unethical marketing behavior in the cosmetic industry in Uganda. *International Journal of Marketing Studies*, 3(4), 40.
- Prado, A. B. B. (2015). Financial education: the vision of university students about family finances. Master's Dissertation, Pontifical Catholic University of São Paulo. São Paulo.
- Ringle, C. M., Da Silva, D., & Bido, D. D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 56-73.
- Rodríguez, F. J. R., & de la Torre, V. C. (2007). Genealogía y sentido de la Psicología económica. *Revista de História de la Psicología*, 28(2), 173-179.
- Silva, J. A. D., Ribeiro-Filho, N. P., & Santos, R. C. D. (2012). Inteligência humana e suas implicações. *Temas em psicologia*, 20(1), 155-188.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.
- Spren, M. (1992). Rare populations, hidden populations, and link-tracing designs: What and why? *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Methodologie Sociologique*, 36(1), 34-58.
- Sardžoska, E. G., & Tang, T. L. P. (2009). Testing a model of behavioral intentions in the Republic of Macedonia: Differences between the private and the public sectors. *Journal of Business Ethics*, 87(4), 495-517.
- Oliveira, G. C. D. (2015). Finanças pessoais e qualidade de vida no trabalho dos Servidores: um estudo aplicado a uma Instituição Federal de Ensino (Master's thesis, Universidade Federal do Espírito Santo).
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Osterlind, S. J. (2001). Using multivariate statistics. 4.ed. Boston: Allyn and Bacon.

- Tan, T. H., & Waheed, A. (2011). Herzberg's motivation-hygiene theory and job satisfaction in the Malaysian retail sector: The mediating effect of love of money.
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 197-202.
- Tang, T. L. P. (1993). The meaning of money: Extension and exploration of the money ethic scale in a sample of university students in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 14(1), 93-99.
- Tang, T. L. P. (1995). The development of a short money ethic scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and individual differences*, 19(6), 809-816.
- Tang, T. L. P., & Gilbert, P. R. (1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 327-332.
- Tang, T. L. P. (1996). Pay differentials as a function of rater's sex, money ethic, and job incumbent's sex: A test of the Matthew Effect. *Journal of Economic Psychology*, 17(1), 127-144.
- Tang, T. L. P., & Kim, J. K. (1999). The meaning of money among mental health workers: The endorsement of money ethic as related to organizational citizenship behavior, job satisfaction, and commitment. *Public Personnel Management*, 28(1), 15-26.
- Tang, T. L. P., Kim, J. K., & Tang, D. S. H. (2000). Does attitude toward money moderate the relationship between intrinsic job satisfaction and voluntary turnover? *Human Relations*, 53(2), 213-245
- Tang, T. L. P., Furnham, A., & Davis, G. M. T. W. (2002). The meaning of money: The money ethic endorsement and workrelated attitudes in Taiwan, the USA and the UK. *Journal of Managerial Psychology*, 17(7), 542-563.
- Tang, T. L. P., & Chiu, R. K. (2003). Income, money ethic, pay satisfaction, commitment, and unethical behavior: Is the love of money the root of evil for Hong Kong employees?. *Journal of business ethics*, 46(1), 13-30.
- Tang, T. L. P., Shin-Hsiung Tang, D., & Luna-Arocas, R. (2005). Money profiles: The love of money, attitudes, and needs. *Personnel review*, 34(5), 603-618.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Akande, A., Allen, M. W., Alzubaidi, A. S., Ansari, M. A., ... & Cheng, B. S. (2006). The love of money and pay level satisfaction: Measurement and functional equivalence in 29 geopolitical entities around the world. *Management and Organization Review*, 2(3), 423-452.
- Tang, T. L. P. (2007). Income and quality of life: Does the love of money make a difference?. *Journal of Business Ethics*, 72(4), 375-393.
- Tang, T. L. P., & Chen, Y. J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, Machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 1-26.

- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Davis, G. M. T. W., Dolinski, D., Ibrahim, A. H. S., & Wagner, S. L. (2008). To help or not to help? The Good Samaritan Effect and the love of money on helping behavior. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 865-887.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M. A., Lim, V. K., Teo, T. S., Arias-Galicia, F., ... & Alzubaidi, A. S. (2011, January). The love of money is the root of all evil: Pay satisfaction and CPI as moderators. *In Academy of Management Proceedings* (Vol. 2011, No. 1, pp. 1-6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M. A., Garber, I., Vlerick, P., Arias-Galicia, F. (2012). Monetary intelligence: Money attitudes, pay satisfaction, and life satisfaction in 32 cultures. Unpublished manuscript
- Tang, T. L. P., & Sutarso, T. (2013). Falling or not falling into temptation? Multiple faces of temptation, monetary intelligence, and unethical intentions across gender. *Journal of Business Ethics*, 116(3), 529-552.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M. A., Lim, V. K. G., Teo, T. S. H., Arias-Galicia, F. (2013). Are money smart people satisfied with pay and life? A theory of monetary intelligence. *Paper presented at Academy of Management Annual Meeting*, Lake Buena Vista (Orlando), Florida.
- Tang, T. L. P. (2014). Theory of Monetary Intelligence: Money attitudes—Religious values, making money, making ethical decisions, and making the grade. *Journal of Business Ethics*. doi:10.1007/s10551-014-2411-5.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M. A., Lim, V. K. G., Teo, T. S. H., Arias-Galicia, F., ... & Vlerick, P. (2015). Monetary intelligence and behavioral economics across 32 cultures: Good apples enjoy good quality of life in good barrels. *Journal of Business Ethics*, 1-25.
- Tang, N., Chen, J., Zhang, K., & Tang, T. L. P. (2018). Monetary wisdom: How do investors use love of money to frame stock volatility and enhance stock happiness?. *Journal of Happiness Studies*, 19(6), 1831-1862.
- Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal Of Medical Education*. 4, 53-55.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, 48(1), 159-205.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral decision making*, 12(3), 183-206.
- Tran, H. (2017). The impact of pay satisfaction and school achievement on high school principals' turnover intentions. *Educational Management Administration & Leadership*, 45(4), 621-638.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: *Heuristics and biases*. *science*, 185(4157), 1124-1131.
- Van Raaij, W. F. (1981). Economic psychology. *Journal of Economic psychology*, 1(1), 1-24.

- Vieira, K. M., Kunkel, F. I. R., & Righi, M. B. (2012). Desenvolvimento e validação do modelo PLS-PM aplicado à satisfação dos alunos de uma instituição de ensino superior. *Perspectiva*, 36(134).
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314(5802), 1154-1156.
- Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2011). What's the use of happiness? It can't buy you money. *Journal of Consumer Psychology*, 21 (2): 139-141.
- Wang, L. (2009). Money and fame: Vividness effects in the National Basketball Association. *Journal of Behavioral Decision Making*, 22(1), 20-44.
- Wong, H. M. (2008). Religiousness, love of money, and ethical attitudes of Malaysian evangelical Christians in business. *Journal of business ethics*, 81(1), 169-191.
- Zhang, L. (2009). An exchange theory of money and self-esteem in decision making. *Review of General Psychology*, 13(1), 66-76.
- Zhang, L., & Baumeister, R. F. (2006). Your money or your self-esteem: Threatened egotism promotes costly entrapment in losing endeavors. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(7), 881-893.
- Zhou, X. Y., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2009). The symbolic power of money: Reminders of money alter social distress and physical pain. *Psychological Science*, 20(6), 700-706.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA APLICADO

I. Escala *Monetary Intelligence*

I. *The Affective Motive of Money (Why)*

Rich

1. Eu quero ser rico?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

2. Seria bom ser rico?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

3. Ter muito dinheiro é bom?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Motivator

4. O dinheiro me força a trabalhar mais?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

5. Estou motivado a trabalhar duro por dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

6. Sou altamente motivado por dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Importance

7. O dinheiro é valioso?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

8. Dinheiro é importante?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

9. Dinheiro é bom?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

III. *The Behavioral Stewardship of Money (How)*

Make Money

10. Eu encontro maneiras mais inteligentes e melhores de ganhar dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

11. Eu procuro formas novas e legais de ganhar dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

12. Tenho orgulho da minha capacidade de ganhar dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Budget Money

13. Eu planejo meu dinheiro muito bem?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

14. Eu uso meu dinheiro com muito cuidado?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

15. Tenho orgulho da minha capacidade de economizar dinheiro?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Donate Money to Charity

16. Doo dinheiro generosamente a organizações de caridade?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

17. Eu acredito em doações de caridade?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

18. Eu doo dinheiro para organizações religiosas?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Contribute-The Matthew Effect

19. Mais dinheiro deve ser pago para pessoas com maior qualidade de desempenho?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

20. Mais dinheiro deve ser pago para pessoas com mais talento?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

21. Mais dinheiro deve ser pago a pessoas com maior desempenho?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

II. The Cognitive Meaning of Money (What)

Happiness

22. O dinheiro pode comprar felicidade?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

23. O dinheiro me faz feliz?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

24. O dinheiro torna a vida muito mais fácil?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Respect

25. O dinheiro faz as pessoas me respeitarem na comunidade?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

26. O dinheiro me ajuda a ganhar respeito?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

27. O dinheiro permite que eu me expresse?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Achievement

28. Dinheiro representa minha conquista?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

29. O dinheiro é um símbolo do meu sucesso?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

30. Dinheiro reflete minhas realizações?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

Power

31. Dinheiro é poder?

() Discordo fortemente () Discordo () Não concordo nem discordo () Concordo () Concordo fortemente

32. O dinheiro dá um poder considerável?

Discordo fortemente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo fortemente

33. Dinheiro controla e manipula seu comportamento, quando você é pago?

Discordo fortemente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo fortemente

Fonte: Tang et al., 2015

II. Escala Pay Satisfaction

Qual seu nível de satisfação com:

1. Meu salário.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

2. Meu pacote de benefícios.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

3. Meu aumento mais recente.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

4. Influência que meu supervisor tem no meu pagamento.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

5. Meu salário atual.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

6. Quantia que a empresa paga de benefícios.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

7. Os aumentos que recebi normalmente no passado.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

8. Estrutura de pagamento da empresa.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

9. Informações que a empresa dá sobre questões salariais que me preocupam.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

10. Meu nível geral de pagamento.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

11. O valor dos meus benefícios.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

12. Pagamento de outros cargos na empresa.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

13. Consistência das políticas de remuneração da empresa.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

14. Tamanho do meu salário atual.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

15. O número de benefícios que recebo.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

16. Como meus aumentos são determinados.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

17. Diferenças no pagamento entre os cargos na empresa.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

18. Como a empresa administra o pagamento.

() Fortemente Insatisfeito () Insatisfeito () Nem satisfeito nem insatisfeito () Satisfeito ()
Fortemente Satisfeito

Fonte: Heneman & Schwab, 1985.