

RELAÇÃO ENTRE ATITUDES A DÍVIDA E LOCUS DE CONTROLE DE CONSUMO E MATERIALISMO

RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDES TO DEBT AND CONSUMPTION LOCUS OF CONTROL AND MATERIALISM

Danielli Leite Campos Monteiro

Universidade Estadual do Ceará

E-mail: danielli_c_monteiro@hotmail.com

Veronia Lidia Peñaloza Fuentes

Professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual do Ceará (UECE).

E-mail: veronica.penaloz@uece.br

Recebido em 31 de agosto de 2023
Aprovado em 24 de setembro de 2023

RESUMO

O presente trabalho originou-se pelo interesse de estudar as variáveis psicológicas que podem influenciar o comportamento de consumo e mais especificamente o endividamento dos estudantes universitários. Dessa forma, trata-se de um estudo para compreender as conexões entre *locus* de controle, endividamento e materialismo. O objetivo desse estudo é determinar a existência de relação entre atitude à dívida, *locus* de controle e materialismo dos consumidores em relação a uma amostra de estudantes universitários. Foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, por meio de survey, com 400 indivíduos respondentes para as três escalas aplicadas: *locus* de controle do consumidor, materialismo e do endividamento, além de um questionário socioeconômico. Verificou-se a existência de correlações positivas entre o fator “Austero” e o fator “Busca de Oferta”, assim, indivíduos austeros mais cautelosos com relação ao endividamento, possuem relação direta com a busca por oferta. Conclui-se que as variáveis psicológicas estão associadas ao comportamento em relação ao endividamento e reconhecer essas questões é importante para que se possa desenvolver ações de educação e políticas públicas que promovam um equilíbrio financeiro para os indivíduos.

Palavras-chave: Jovens. Universitários. Dívida. *Locus* de controle.

ABSTRACT

The present work originated from the interest in deep diving the psychological variables that can influence the consumption behavior and more specifically the indebtedness of university students. Thus, it is a study to understand the connections between locus of control, indebtedness and materialism. Therefore, the main objective is to determine the existence of a relationship between attitude to debt, locus of control and consumer materialism in relation to a sample of university students. An exploratory survey was developed with 400 respondents for the three scales applied: consumer locus of control, materialism and indebtedness, as well as a socioeconomic questionnaire. It was verified the existence of positive correlations between the factor "Austere" and the factor "Search for Offer", thus, austere individuals more cautious in relation to indebtedness, have a direct relationship with the search for offer. It is concluded that psychological variables are associated with behavior in relation to indebtedness and recognizing these issues is important so that education and public policy actions can be developed to promote a financial balance for individuals.

Keywords: Youth. University students. Debts. Control *locus*.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tem sido observado uma possível relação entre a variável psicológica comportamental e as atitudes em relação à dívida e ao uso de crédito. Além disso, foi analisado que as dívidas estão correlacionadas com o *locus* de controle e que as atitudes ao risco possuem variáveis ligadas também à classe social, o que contribui para o aumento dos níveis de inadimplência. Dentre as variáveis que influenciam o aumento das dívidas, destacam-se a comparação social, o apoio social, o tipo de *locus* de controle, entre outros fatores. (CHIGUAY et al, 2016).

Conforme Santos e Souza (2014), com o fácil acesso ao crédito entre jovens, o consumo e o endividamento vêm crescendo a cada dia, assim o uso do crédito está presente na vida de consumidores cada vez mais jovens (Harrison; Chudry; Waller, Hatt, 2015). Dessa forma, o crédito pode estar ligado simbolicamente ao sucesso que tem atraído muitos indivíduos, levando ao acúmulo de dívidas (citação). A baixa renda, pobreza e a dívida aumentam o risco de exclusão diante de um grupo ou sociedade, tornando essas pessoas vulneráveis às compras e gerando insegurança financeira (SALGADO; CHOVAR, 2010).

Nesse contexto, o materialismo é definido como a importância que os indivíduos alcançam por meios de objetivos de materiais desejados (RICHINS; DAWSON, 1992). Segundo Ponchio, Aranha e Todd (2007), os indivíduos que têm maior propensão ao endividamento apresentam maiores índices de materialismo, além disso, o estudo de Vieira, et al (2014) revelou uma associação positiva entre a felicidade e o endividamento, indicando que pessoas que relacionam altos níveis de consumo com a felicidade têm maior probabilidade de se endividar.

Existem três dimensões de atitudes em relação ao endividamento que possuem estilos diferentes e podem ser classificadas em austeros, hedônicos ou aversão ao endividamento. A austera indica uma pessoa que possui o comportamento cauteloso para utilizar o crédito, enquanto a hedônica o indivíduo tem o prazer ao consumo. Já o indivíduo com aversão ao endividamento assemelha-se a uma forma exacerbadamente cautelosa de uma pessoa austera (DENEGRÍ et al, 2012 apud CHIGUAY et al, 2016).

Existem três dimensões de atitudes em relação ao endividamento que possuem estilos diferentes e podem ser classificadas em austeros, hedônicos ou aversão ao endividamento. A austera indica uma pessoa que possui o comportamento cauteloso para utilizar o crédito, enquanto a hedônica o indivíduo tem o prazer ao consumo. Já o indivíduo com aversão ao endividamento assemelha-se a uma forma exacerbadamente cautelosa de uma pessoa austera (DENEGRÍ et al, 2012 apud CHIGUAY et al, 2016).

No que concerne às atitudes relacionadas à dívida e *locus* de controle (LIM; TEO; LOO, 2003), utiliza-se a construção de *locus* de controle do consumidor para estudar o comportamento relacionado às expectativas de consumo e estratégias para reduzir a incerteza no momento da compra.

O presente estudo tem o objetivo geral de observar a existência de uma relação entre a atitude à dívida, o *locus* de controle e o materialismo dos consumidores com a amostra de estudantes universitários. Foram adaptadas as escalas *locus* de controle do consumidor, materialismo e endividamento para estudantes universitários.

Referente ao objetivo geral acima, os objetivos específicos serão testar as seguintes hipóteses:

- a) H1: Existe Correlação entre as escalas *Locus* de Controle e Endividamento;
- b) H2: Existe Correlação entre as escalas *Locus* de Controle e Materialismo;
- c) H3: Existe Correlação entre as escalas Endividamento e Materialismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Psicologia econômica

Conforme Ferreira (2008), a psicologia econômica visa estudar o comportamento econômico dos indivíduos no sentido de compreender a influência entre ambos através de variáveis. Embora alguns economistas descartem as anomalias, os economistas comportamentais favorecem o objetivo de estudo. Para Denegri et al (2010 apud CHIGUAY et al, 2016), a psicologia econômica valoriza o estudo do comportamento econômico das variáveis que afetam as tomadas de decisões individuais e coletivas nas pessoas. É uma forma de entender a economia mundial e suas variações.

2.2 *Locus* de controle

Ao se falar de qualidade de vida, a dívida tem um grande impacto na compreensão das variáveis a este comportamento. Uma variável psicológica importante que está relacionada tanto à atitude a dívida quanto ao comportamento do uso de crédito é o *locus* de controle, estando, dessa forma, presente o uso de crédito em jovens (CHIGUAY et al, 2016).

Segundo Zimbardo (1985) um *locus* de controle é uma crença refere-se à crença sobre se os resultados das nossas ações dependem do que fazemos (*locus* de controle interno) ou se estão além do nosso controle pessoal, dependendo de eventos externos (*locus* de controle externo). “Dependendo de serem externos ou internos, os sujeitos reagirão de maneira diferente às contingências de reforçamento, o que permitirá refinar as previsões acerca de como os reforçamentos alteram as suas experiências” (BASTOS, 1991 apud PASQUALI; ALVES; PEREIRA, 1998).

Segundo os estudos de Chiguay et al (2016), para identificar uma relação entre *locus* de controle e endividamento, realizando uma análise fatorial confirmatória com amostra inicial de 472 estudantes que teve 22,9% da variância total. O modelo inicial não obteve indicadores aceitáveis conforme o original. Diante disso, foi feito uma análise

fatorial exploratória utilizando metade da amostra (236) que veio com alternativa composta por três fatores que explicam 44,4% da variação total. Dessa forma, a solução dos três fatores revelou índices de correlação próximo do aceitável, com a variância explicada chegando a 34,5%.

Chiguay *et al* (2016), em seu trabalho de pesquisa científica concluiu que a escala de *locus* de controle resultam em 3 fatores que ele denominou “*Locus Externo*”, “Busca de Oferta” e “Exigência de Qualidade”. O estudo encontrou uma relação negativa e estatisticamente significativa entre os fatores “Austero” e “*Locus externo*”, uma relação direta entre “Austero” e “Busca de Oferta” e uma relação direta significativa entre o “Hedonismo” e “*Locus externo*”. A amostra apresentou um resultado de perfil austero, ou seja, menor vontade de envolvimento por parte dos jovens estudados em relação a dívidas.

2.3 Endividamento

Segundo Dias (2016), a população brasileira, em relação ao endividamento, está inserida nesta situação em virtude de inúmeros motivos, sendo um dos principais “a falta de habilidade de grande parte da população em controlar seus gastos.” De acordo com o Banco Central em 2013, o comprometimento da renda, inicialmente, é uma consequência financeira do endividamento, levando à dificuldade em honrar seus credores. Esse problema pode se agravar com os juros levando a perda de patrimônios e venda dos bens para quitar essa dívida.

Para muitas pessoas, ter que vender um bem para quitar uma dívida pode ser algo humilhante e doloroso. Segundo Kahneman (2012) as pessoas tendem a valorizar mais as perdas que os ganhos equivalentes, a esse conceito o autor denominou aversão à perda. Dessa forma, vender um bem para pagar uma dívida também representa uma perda, no entanto, devido às adversidades do momento, deixar de vendê-lo e postergar o pagamento da dívida pode ser uma atitude fatal (OLIVEIRA, 2015).

De acordo com DENEGRI, M. et al. (2009), caracteriza os estilos de endividamento como austero e hedonista. Assim, indivíduos que possuem o estilo hedonista são caracterizados por atitudes que levam a contrair dívidas sem avaliar as consequências, por sua vez, aqueles que possuem o estilo austero, são caracterizados por atitudes mais cautelosas e reservadas ao endividamento, mantendo uma posição mais tradicional em gestão e administração dos recursos financeiros.

Segundo estudos a utilização de cartões de crédito entre os jovens é cada vez maior, elevando ainda mais o endividamento. Onde, a tendência consumista de muitos jovens é insuportável no médio prazo (MENEGUETTI NETO, 2014). Conforme Santos e Souza (2014), com o fácil acesso ao crédito entre jovens, o consumo e o endividamento vêm crescendo a cada dia. Os resultados da pesquisa dos referidos autores mostra que os jovens de classe mais alta vêm o endividamento como constrangimento e buscam poupa, o que demonstra que possuem menor propensão ao endividamento também devido

à sua condição de renda. Já indivíduos de baixa renda não se preocupam com sua imagem de endividamento e consomem produtos e serviços mesmo sem condições financeiras.

2.4 Materialismo

Solomon (2016) diz que os bens têm um papel fundamental na vida das pessoas, uma forma de moldar o sistema de valores é o desejo em acumulá-los. O materialismo é a importância em que as pessoas dão aos bens materiais. Os materialistas valorizam os bens por *status* ou por aparência e apreciam produtos caros sendo consumidos em público.

“O termo materialismo originalmente referia-se à noção filosófica de que nada existe, exceto matéria e seu movimento; o uso popular atribui ao termo o sentido de devoção a desejos e necessidades materiais, negação de preocupações espirituais e estilo de vida baseado em interesses materiais.” (ROCHA; SILVA, 2009).

O materialismo tem uma correlação com a baixa autoestima, grandes hipóteses de depressão e ansiedade. As pessoas que valorizam o dinheiro não possuem tendência a perceber emoções como alegria e felicidade. Elas estão mais propícias a emoções negativas, como raiva e infelicidade. Entre os jovens, o materialismo cresce deixando-os mais propensos a comportamentos de riscos (SCHOR, 2009).

Em seu estudo sobre materialismos, Ponchio, Aranha e Todd (2007) apontam que o Materialismo é composto de um único fator, formado por oito variáveis. O referido estudo testou as relações do materialismo a escala de comportamento de compras e constatou que o materialismo é um forte antecedente do consumo de status.

3 METODOLOGIA

O estudo trata-se de uma pesquisa de campo por meio de questionários quantitativos, que tem os resultados quantificados e apresentados através de medidas objetivas que ajudam a confiabilidade do estudo, permitindo assim, conclusões seguras (GODOY, 1995). As pesquisas foram aplicadas em jovens universitários na Faculdade Metropolitana de Fortaleza – FAMETRO, aplicando-se questionários sobre endividamento, *locus* de controle ao consumo e materialismo. As informações foram coletadas nos meses de fevereiro e março de 2017.

A pesquisa foi adaptada de forma similar aos estudos contidos no artigo "*Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios*" de Chiguay *et al* (2016). Buscando a confirmação das hipóteses, além dos constructos *locus* de controle e endividamento, foi incluído o constructo materialismo. Para o constructo Endividamento considerou-se a escala originalmente aplicada por DENEGRI, M. *et al.* (2011). Para estudar o Materialismo optou-se pela escala de Richins e Dawson (1992, apud Ponchio; Aranha; Todd, 2007). Ao final da coleta, foram obtidos 400 questionários de jovens universitários e os dados foram analisados através do software SPSS que configurou os dados estatísticos.

O questionário tem forma de instrução com respostas gravadas em escalas. A primeira pergunta, sobre Endividamento propriamente dito, dispõe de 12 itens e quatro pontos *Likert*, variando entre “Discordo totalmente” e “Concordo totalmente”; na segunda pergunta, sobre *locus* de controle, o aluno foi indagado acerca de 14 itens e quatro pontos *Likert*, variando de “Discordo Totalmente” e “Concordo Totalmente”; e o no terceiro questionamento, sobre Materialismo, 9 itens estavam disponíveis para resposta, variando, novamente, entre quatro pontos *Likert* de “Discordo Totalmente” a “Concordo Totalmente”, para mensurar o comportamento dos jovens estudantes em relação ao endividamento.

Para análise de confiabilidade das escalas utilizadas no questionário, adotou-se o Alfa de *Cronbach* modelo que, segundo Corrar, Paulo e Dias Filho (2007) indica a correlação média entre as partes, baseando-se na consistência interna. O Alfa de *Cronbach* é uma medida usada amplamente. Tem como limite inferior aceitável de 0,70 apesar de poder reduzir para 0,60 em pesquisas exploratórias. Aumentando o número de itens, mesmo com o grau igual de intercorrelação, cresce o valor da confiabilidade, assim, devem-se fazer exigências mais severas para escalas com muitos itens (HAIR JUNIOR *et al*, 2005).

Adotou-se também, a correlação bivariada que é um paralelo entre duas variáveis que podem ser estabelecidas em uma relação de causa e efeito entre ambas. Os métodos de análise mais usados são os de Pearson ou Sperman (FIELD, 2009).

Foi explorada também, a análise fatorial que identifica a estrutura de um conjunto de variáveis, que reduz os dados do processo (HAIR JUNIOR *et al*, 2005). Usou-se também a significância estatística, que observa vários critérios estatísticos. Um dos critérios mais importantes é o valor da significância que é $< 0,05$, porém o valor da significância é muito mais baixo, dessa forma, podemos ter mais certeza do poder com o efeito experimental (FIELD, 2009).

4 ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

4.1 Procedimentos amostrais

A presente pesquisa utilizou da amostragem, por conveniência, dos jovens estudantes universitários. Os questionários foram aplicados em uma faculdade particular de Fortaleza, sendo assim, a amostra utilizada é de natureza não probabilística e as turmas foram acessadas por disponibilidade. Todavia, os alunos de cada turma responderam de forma censitária. Esse procedimento de amostragem implica dizer que qualquer generalização de resultados deve ser vista com, no mínimo, cautela.

4.2 Tratamento dos dados

Primeiramente, os dados do instrumento aplicado foram reunidos e digitados no software SPSS 18.0 (*Statistical Package for the Social Science*). Em seguida, os dados

coletados foram analisados utilizando os procedimentos de Análise Fatorial Exploratória e Correlação.

4.3 Resultados

4.3.1 Estatística descritiva

A análise preliminar da amostra final (n=400) foi feita utilizando métodos de estatística descritiva, sendo assim, os resultados da análise de frequência revelaram que, em termos de gênero, 45% dos entrevistados eram do sexo masculino e 55% do feminino, com idade média de 22 anos. Quanto ao estado civil 84% são solteiros.

4.3.2 Resultados da escala *locus* de controle

A análise fatorial da escala “*locus* de controle” do artigo “*Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios*” (CHIGUAY *et al*, 2016). A presente pesquisa agrupa os itens em três fatores (Figura 1), coerentemente com a literatura, os fatores obtidos foram denominados “*Locus Externo*” (LO), “*Busca de Oferta*” (BO) e “*Exigência de Qualidade*” (EQ).

Figura 1 – Valores padronizados de cargas fatoriais.

	LE	BO	EQ
Às vezes quando conheço pouco um produto poderia decidir que marca comprar jogando uma moeda	0,460		
Houve ocasiões em que não pude resistir à pressão de um vendedor habilidoso.	0,526		
É difícil para eu saber se algo é uma boa compra ou não.	0,566		
Não tem muito sentido se esforçar demais para descobrir as diferenças de qualidade entre um produto e outro	0,565		
Não tem sentido dar muitas voltas já que os preços são os mesmos em todos os lugares	0,540		
Às vezes não compreendo como é que termino comprando as coisas que compro	0,678		
Sou vulnerável aos calotes, não me importo em evita-los.	0,565		
Usualmente quando planejo comprar algo, adiro a melhor oferta.		0,665	
Fazer boas compras depende de um grande esforço.		0,708	
Esperar ofertas e buscar informações sobre o produto realmente tem me ajudado a conseguir boas ofertas		0,734	
Faço um esforço no momento de comprar, para não terminar adquirindo um produto desnecessário.		0,623	
Se comprar um produto insatisfatório trato de fazer algo a respeito			0,716
Reclamo quando um produto é insatisfatório			0,711
Quando compro algo que não me satisfaz fico com ele, já que não serve reclamar.			-0,636

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A confiabilidade das escalas de “*Locus Externo*”, “*Busca de Oferta*” e “*Exigência de Qualidade*”, resultantes da análise fatorial, foi verificada através do teste de Alfa de Cronbach, obtendo-se 0,642 para a escala “*Locus Externo*”, 0,658 para a escala “*Busca de Oferta*” e 0,523 para a escala “*Exigência de Qualidade*”.

Nenhum dos fatores foram excluídos por baixa comunalidade e todos os fatores seguiram o agrupamento de variáveis de acordo com a escala original.

Na escala original de Chiguay *et al* (2016), os coeficientes obtidos são considerados aceitáveis, obtendo-se 0,70 para a escala “*Locus Externo*”, 0,77 para a escala “*Busca de Oferta*” e 0,64 para a escala “*Exigência de Qualidade*”.

4.3.3 Resultados da escala endividamento

A análise fatorial da escala “Endividamento” originalmente aplicada por DENEGRÍ, M. *et al.* (2011) classificou os itens em três fatores (Figura 2). Coerentemente com a literatura, os fatores obtidos foram denominados “Austero”, “Hedônico” e “Aversão ao Endividamento”.

Figura 2 - Disposição dos itens da Endividamento após análise fatorial exploratória.

	AUSTERO	HEDÔNICO	AVERSÃO AO ENDIVIDAMENTO
Realizar apenas o pagamento mínimo de um empréstimo ou dívida.		0,553	
Usar o crédito permite ter uma melhor qualidade de vida.		0,619	
É uma boa ideia comprar algo e pagá-lo depois.		0,586	
O uso de crédito pode ser perigoso.			0,734
É preferível preocupar-se em pagar sempre à vista.			0,462
O uso do crédito é uma parte essencial do estilo de vida atual.		0,576	
É importante procurar-se em viver de acordo com o dinheiro que se tem.	0,619		
Se você se propuser, sempre pode poupar algum dinheiro.	0,627		
É importante pagar as dívidas o quanto antes possível.	0,765		
Temos que ser muito cuidadosos no gastos do dinheiro	0,772		
A facilidade de se obter cartões de crédito é uma causa do endividamento das pessoas			0,735
Pedir um empréstimo é às vezes uma ótima ideia.		0,601	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A confiabilidade das escalas de “Austero”, “Hedônico” e “Aversão ao Endividamento”, resultantes da análise fatorial, foi verificada através do teste de Alfa de Cronbach, obtendo-se 0,689 para a escala “Austero”, 0,537 para a escala “Hedônico” e 0,459 para a escala “Aversão ao Endividamento”.

Nenhum dos fatores foram excluídos por baixa comunalidade e todos os fatores seguiram o agrupamento de variáveis de acordo com a escala original.

Constatou-se a adequação da Análise Fatorial pelo teste de Kaiser (KMO=0,733) e pelo Teste de Esfericidade de Barlett valor=538,564 e significância 0.

Segundo George e Mallery (2003), as correlações fornecem essas regras $n > 0,90$ indica resultado excelente; $n > 0,80$ indica resultado bom; $n > 0,70$ indica resultado aceitável; $n > 0,60$ indica resultado questionável; $n > 0,50$ indica resultado pobre; $n < 0,50$ indica resultado inaceitável.

Conforme escala do endividamento, a confiabilidade da escala medida pelo Alfa de Cronbach para o fator “Busca de Oferta” é questionável com valor de alfa 0,689, porém está de acordo com o mínimo satisfatório para estudo exploratório. Os fatores hedônico e austero resultaram nos alfas abaixo do permitido, 0,537 e 0,459, respectivamente. Estes dois fatores são considerados pobres segundo as regras de correlações de George e Mallery (2003).

4.3.4 H1: Existe correlação entre as escalas locus de controle e endividamento

Ao relacionar os fatores da escala de “Locus de Controle” com os fatores da escala de “Endividamento” (Figura 3), verifica-se a existência de correlações positivas entre o fator “Austero” e o fator “Busca de Oferta” e existência de correlações positivas entre o fator “Hedônico” e os fatores “Locus Externo” e “Busca de Oferta”. Assim, de

acordo com a teoria, indivíduos austeros mais cautelosos com relação ao endividamento DENEGRI, M. *et al.* (2011), possuem relação direta com a busca por oferta, corroborando com a teoria Chiguay *et al* (2016).

Figura 3 – Correlação entre os fatores das escalas “Locus de Controle” e “Endividamento”.

		AUSTERO	HEDÔNICO	AVERSÃO AO ENDIVIDAMENTO	LOCUS EXTERNO	BUSCA DE OFERTA
AUSTERO	Pearson Correlation	1				
	Sig. (2-tailed)					
HEDÔNICO	Pearson Correlation	0,004	1			
	Sig. (2-tailed)	0,94				
AVERSÃO AO ENDIVIDAMENTO	Pearson Correlation	0,009	-0,002	1		
	Sig. (2-tailed)	0,852	0,971			
LOCUS EXTERNO	Pearson Correlation	-0,055	,209	-,131	1	
	Sig. (2-tailed)	0,275	0	0,009		
BUSCA DE OFERTA	Pearson Correlation	,231	,130	,176	0	1
	Sig. (2-tailed)	0	0,009	0	1	
EXIGÊNCIA DE QUALIDADE	Pearson Correlation	0,023	0,025	0,085	0	0
	Sig. (2-tailed)	0,645	0,625	0,09	1	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=398

Fonte: Elaborado pelos autores.

Além disso, foi encontrada uma relação negativa entre o fator “Aversão ao Endividamento” e o fator “Locus Externo”. Todas as relações encontradas são significantes (valor $p < 0,05$).

As correlações dos coeficientes relacionados ao fator “Austero”, comportamento cauteloso de compras, e o fator “Busca de Ofertas”, relacionado ao comportamento de busca por ofertas e o melhor preço nos produtos, evidencia que esses fatores se correlacionam positivamente de acordo com o comportamento de cada um.

Entre o fator “Hedônico” e os fatores “Locus externo” e “Busca de Oferta”, onde o “Hedônico” desempenha um papel bastante crítico na compreensão do comportamento do consumo, o “Locus externo”, onde o indivíduo depende da sorte e de terceiros, e “Busca de Oferta”, onde o indivíduo tem o comportamento de comprar de forma a buscar a melhor oferta, as correlações foram positivas entre o fator “Hedônico” e os fatores “Locus externo” e “Busca de Oferta”.

Os fatores que correlacionaram negativamente foram o fator “Aversão ao endividamento”, no qual o indivíduo se preocupa com a compra e é muito cauteloso com as dívidas, e o “Locus externo”, onde o indivíduo depende da sorte e de outros fatores externos.

4.3.5 H2: Existe correlação entre os as escalas locus de controle e materialismo

O materialismo resultou em um constructo único, coerente com a pesquisa de Ponchio, Aranha e Todd (2007). Ao relacionar os fatores da escala de Locus de Controle com o fator Materialismo (Figura 4) verifica-se a existência de correlações positivas entre o fator “Locus Externo” e o fator “Materialismo”. A relação encontrada é significativa (valor $p < 0,05$), confirmando a H2.

Figura 4 - Correlação entre os fatores das escalas “Locus de Controle” e “Materialismo”.

		MATERIALISMO	LOCUS EXTERNO	BUSCA DE OFERTA	EXIGÊNCIA DE QUALIDADE
MATERIALISMO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1			
LOCUS EXTERNO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,252 ^{**}	1		
BUSCA DE OFERTA	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0,044	0	1	
EXIGÊNCIA DE QUALIDADE	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	-0,047	0	0	1
		0,351	1	1	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Elaborado pelos autores.

As correlações entre os fatores materialismo e *locus* externo foram positivas, pois possuem características semelhantes, ao materialismo e a importância que os indivíduos alcançam por meios de objetivos de materiais desejados e o *locus* externo que o indivíduo depende da sorte e busca de oferta onde o indivíduo tem o comportamento de comprar.

4.3.6 H3: Existe correlação entre os as escalas endividamento e materialismo

Ao relacionar os fatores da escala de “Endividamento” com o fator “Materialismo” (Figura 5), verifica-se a existência de correlações positivas entre o fator “Hedônico” e o fator “Materialismo”. A relação encontrada é significativa (valor $p < 0,05$) confirmando a H3.

Figura 5 - Correlação entre os fatores das escalas “Endividamento” e “Materialismo”.

		MATERIALISMO	AUSTERO	HEDÔNICO	AVERSÃO AO ENVIDAMENTO
MATERIALISMO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1			
AUSTERO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	-0,086	1		
HEDÔNICO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,261 ^{**}	0	1	
AVERSÃO AO ENVIDAMENTO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0,071	0	0	1
		0,159	1	1	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Elaborado pelos autores.

As correlações entre os fatores “Hedônico” e “Materialismo” foram positivas, onde o hedônico, no qual o indivíduo tem o prazer ao consumo, e o materialismo, a importância que os indivíduos alcançam por meios de objetivos de materiais desejados.

5 CONCLUSÃO

Ao analisar uma relação entre a atitude ao endividamento e ao *locus* de controle, este trabalho procurou responder a seguinte questão: Qual a relação entre a atitude ao endividamento e o *locus* de controle e materialismo?

Explorando a validação da escala *locus* de controle no Brasil, verificou-se a existência de uma variável que não é explicada por uma única resposta. Existem várias perguntas que se agrupam de acordo com a afinidade delas. A escala “Locus de Controle”

se comportou conforme a original de Chiguay *et al*, (2016), “*Locus of Control Scale*” do consumidor. Os resultados revelam a importância de reavaliar o conceito teórico do não observável, baseado nos fatores “*Locus Externo*”, “*Busca de Oferta*” e “*Exigência de Qualidade*”.

De acordo com as teorias, o primeiro fator aproxima-se do local de mediação do controle de uma visão externa e as outras dimensões para o *locus* interno, que são consideradas importantes na decisão de compras por dependerem diretamente do consumidor. No entanto, como o segundo fator foi considerado baixo, é necessário aprofundar a análise e o significado de cada um dos itens.

A análise de uma variável psicológica importante podendo estar relacionada com atitudes em relação à dívida permitiu observar que, da mesma forma que a escala “*Locus de Controle*”, a escala “*Endividamento*” se comportou como a original da pesquisa, onde se evidencia a influência do fator atitudinal austero positivamente no comportamento de poupança. É uma tendência favorável que provoca a redução no nível de dívida onde levam a prática financeira a poupar, dando a entender que as pessoas que foram entrevistadas consideram investimentos financeiros uma forma de evitar riscos futuros. O estudo confirmou uma correlação entre busca de oferta da escala “*Locus de Controle*” e o fator “*Austero*” da escala “*Endividamento*”, porém, esse construto que é busca de oferta não explica totalmente o austero. Sendo assim, ele é considerado como um dos fatores que causam o austero, com isso, teria que ter outras variáveis de *locus* externo em relação ao endividamento.

Conclui-se que as variáveis psicológicas estão associadas ao comportamento em relação ao endividamento e reconhecer essas questões é importante para que se possa desenvolver ações de educação e políticas públicas que promovam um equilíbrio financeiro para os indivíduos.

Por fim, relacionou-se o constructo Materialismo com as escalas “*Locus de Controle*” e *Endividamento* e os achados demonstram que existem correlações entre *Locus de Controle Externo* e *Materialismo*, bem como existem correlações entre o consumo Hedônico e o *Materialismo*.

Apesar da relevância do estudo em comparar constructos e teorias para entender o comportamento de consumo, a pesquisa apresenta limitações. Sendo assim, uma das limitações do estudo é que, embora tenha sido um estudo realizado em com uma amostra significativa de 400 respondentes, utilizou-se o procedimento de amostragem não probabilístico, que, sob o ponto de vista estatístico, limita a extensão dos resultados encontrados. Outro fator limitante é que alguns constructos das escalas utilizadas mostraram resultados estatísticos abaixo do aceitável, o que repercute na qualidade dos resultados obtidos. Para pesquisas futuras, indica-se a aplicação desses instrumentos em amostras mais significativas e com grupos mais heterogêneos, não compostos exclusivamente de estudantes.

REFERÊNCIAS

BABIN, B. J.; DARDEN, W. R.; GRIFFIN, M. Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 20, n. 4, p. 644-656, 1994.

BASTOS, A. V. B. Validação da escala locus de controle no trabalho de

BAUMAN, Z. **Em busca da politica**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BAUMAN, Z. **Somos aquilo que podemos comprar**, 2015. Disponível em: <<http://www.netmundi.org/home/2015/05/14/zygmunt-bauman-somos-aquilo-que-podemos-comprar/>>. Acesso em 19 mar. 2017.

CARVALHO, M. M. **Gestão da qualidade: Teoria e Caos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus - Grupo Elsevier, 2012.

CHIGUAY, L. M.; CORIA, M. D.; ESCOBAR, B. A. Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios. **Suma Psicológica**, Espanha, v.23, n.1, p. 1-9, 2016.

CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. **Análise Multivariada para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

D'ANGELO, A. C. **Valores e significados do consumo de produtos de luxo**. 2004. 209f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) — Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/4845>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

DENEGRI, M. *et al.* Actitudes hacia el endeudamiento em adolescentes de educación municipal y particular subvencionada de la ciudad de Temuco. **Revista Educación y Humanidades**, v. 2, n. 1, p. 46-53, 2010.

DENEGRI, M. *et al.* Caracterización psicológica del consumidor de la IX Región. In Denegri, M. C. *et al* (Orgs.). **Consumir para vivir y no vivir para consumir**. Temuco: Kolping Impresores, 1999. p. 7-31.

DENEGRI, M. *et al.* Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. **Universitas Psychologica**, v. 11, n. 2, p. 497-509, 2011.

DENEGRI, M. *et al.* Relaciones entre las escalas actitudes hacia el dinero y la compra: un estudio de estudiantes de pedagogía de Chile. **Revista Interamericana de Psicología**, v. 46, n. 2, p. 229-238, 2012.

DIAS, M. C. **Economia no dia a dia**. 1. ed. [S.l.]: Clube de Autores, 2016.

FERREIRA, V. R. M. **Psicologia Econômica: Estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão**. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

- FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GEORGE, D.; MALLERY, P. **SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update**. 4. ed. Boston: Allyn & Bacon, 2003.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.
- HAIR JUNIOR, J. F. *et al.* **Estatística multivariada**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HERRERA, A. *et al.* La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el Bienestar Psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. **Magallania**, Punta Arenas , v. 39, n. 1, p. 83-92, 2011.
- LIM, V. K. G.; TEO, T. S. H.; LOO, G. L. Sex, financial hardship and locus of control: an empirical study of attitudes towards money among Singaporean Chinese, **Personality and Individual Differences**. v. 34, n. 3, p. 411-429, 2003. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886902000636>>. Acesso em 20 mar. 2017.
- LIMA, M. R. C. **Avaliação de Propriedades Rurais - Manual Básico: A Engenharia de Avaliações Aplicada às Fazendas**. 3. ed. São Paulo: Leud, 2011.
- LIPOVETSKY, G. **La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo**. 13. ed. Barcelona: Anagrama. 2000.
- MENEGUETTI NETO, A. **Educação Financeira**. 1. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2014.
- OLIVEIRA, C. **Como Eliminar as Dívidas – O Método Definitivo**. 1. ed. São Paulo: [s.n), 2015.
- PASQUALI, L.; ALVES, A. R.; PEREIRA, M. A. M. Escala de Loucus de Controle ELCO/TELEBRÁS. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p.363-378, 1998. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010279721998000200013>. Acesso em 19 mar. 2017.
- PEREIRA, A. M. B. **Burnout: Quando o trabalho ameaça o bem-estar do trabalhador**. 1. ed. São Paulo: Casa do psicólogo, 2002.
- PERVIN, L. A.; JOHN, O. P. **Personalidade: teoria e pesquisa**. 8. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2004.
- PONCHIO, M. C.; ARANHA, F, TODD, S. Estudo exploratório do construto de materialismo no contexto de consumidores de baixa renda do município de São Paulo. **Revista Gerenciais**, São Paulo, v. 6, n.1, p, 13-21, 2007. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331227109002>>. Acesso em: 15 de mar. de 2017.
- RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 19, n.3, p. 303-316, 1992. Disponível em: <

https://www.researchgate.net/publication/24098742_A_Consumer_Values_Orientation_for_Materialism_and_Its_Measurement>. Acesso em: 10 mar. 2017.

ROCHA, A.; SILVA, J. F. **Consumo na base da pirâmide: Estudos Brasileiros**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SALGADO, H.; CHOVAR, A. **¿Cuánto influyen las Tarjetas de Crédito y la Deuda Hipotecaria en el Sobre Endeudamiento De Los Hogares En Chile?** [S.I.]: Serie Documentos de Trabajo EconUdeC DT12, 2010.

SANTOS, T.; SOUZA, M. J. B. Fatores que influenciam o endividamento de consumidores jovens. **Revista Alcance - Eletrônica**, v. 21, n. 01, p.152-180, 2014. Disponível em: < <http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/4764>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

SCHOR, J. B. **Nascidos para comprar: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo**. 1. ed. São Paulo: Gente, 2009.

SILVA, A. B. B. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. 1. ed. São Paulo: Principium, 2013.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: Comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

Spector 1988. **Psico**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, 133-154, 1991.

VIEIRA, K. M. *et al.* Níveis de Materialismo e Endividamento: Uma Análise de Fatores Socioeconômicos da Mesorregião Central do Estado no Rio Grande do Sul. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**. v. 5, n. 2, 2014.

ZIMBARDO, P. G. **Psychology and life**. 11. ed. Glenview: Pearson Scott Foresman, 1985.