

## **Personalidade e consumo: A explicação da dependência em compras com base nos traços de impulsividade nos consumeristas na cidade Natal – RN**

**Nilton S. Formiga**

Universidade Potiguar  
Ecosystemas Ânima, Natal, RN – Brasil

**Íris Cristiane Dantas**

Universidade Potiguar  
Ecosystemas Ânima, Natal, RN – Brasil

**Ionara Dantas Estevam**

Universidade Potiguar  
Ecosystemas Ânima, Natal, RN – Brasil

**Rafaela de Sousa Andrade Plutarco**

Universidade Potiguar  
Ecosystemas Ânima, Natal, RN – Brasil

**Carlos Vladimir da Frota**

Universidade Potiguar  
Ecosystemas Ânima, Natal, RN – Brasil

### **RESUMO**

Este estudo tem por finalidade abordar a temática da impulsividade e dependência de compras. Considerando que as variáveis psicológicas, em especial, os traços de personalidade são determinantes para avaliação do comportamento humano, especialmente, em potenciais consumidores, hipoteticamente, parte-se de que uma das grandes consequências da impulsividade são causadores de uma má gestão do consumo, consecutivamente, a forma de manuseio econômico, a qual, tem como justificativa à avaliação entre os construtos (Alves & Dias, 2019; Alves, 2022; Gonçalves, 2021). Participaram do estudo 221 consumeristas com idade acima de 18 anos na cidade de Natal-RN. A referida amostra foi avaliada no pacote estatístico *GPower* 3.2, o qual, apresentou indicadores estatísticos que garantiram que o 'n' coletado era suficiente para a realização da pesquisa. O estudo consistiu no envio de questionários pelo *Google Docs*, composto pela *Escala de Impulsividade de Barratt* (Barratt & Patton, 1983; Pechorro et al., 2017), *Escala de Impulsividade de Dickman* (Dickman, 1990), *Escala de dependência de compras* (Andreassen et al., 2015) e *Questionário demográfico e econômico*. Os achados deste estudo revelaram que as escalas foram fidedignas, com alfas acima do critério psicométrico esperado ( $> 0,70$ ), garantindo a consistência dos constructos na amostra coletada. Destaca-se que o modelo teórico estabelecido foi refutado, originando um modelo alternativo, o qual, corroborado, a saber: a impulsividade de Barratt influenciou a impulsividade de Dickman ( $\lambda = 0,85$ ), com esta última variável influenciando a dependência de compras ( $\lambda = 0,82$ ), com todas as associações positivas. Realizou-se uma ANOVA, associada ao teste *post-hoc* de *Scheffé*, com os resultados revelando que os escores médios, foram significativos para o efeito direto da Impulsividade Barratt e Dickman, os quais apresentaram maiores escores em relação a dependência de compras. Também, observou-se resultado significativo no efeito de interação Impulsividade Barratt *versus* Impulsividade de Dickman com maiores escores no nível alto destes construtos em relação a dependência de compras.

**Palavras-chave:** Impulsividade, Personalidade, Compras, Dependência.