

**Compra compulsiva online y offline y su relación con la ansiedad estado-rasgo  
y la impulsividad (pp. 249-267)**

Beatriz González-Fuente y María de la Villa Moral-Jiménez  
*Universidad de Oviedo (España)*

La compra compulsiva es un fenómeno que implica conductas de compra disfuncionales junto a una continua preocupación por comprar y problemas derivados del propio comportamiento en distintos ámbitos de la vida cotidiana. El objetivo de este estudio es analizar algunos de los factores psicológicos relacionados con la compra compulsiva tanto online como offline, tales como la ansiedad y la impulsividad. Participaron 202 voluntarios de ambos sexos entre 18 y 69 años. Se diseñó un cuestionario utilizando la “Escala de impulsividad de Barrat” (BIS-11, 1995), la “Escala de adicción a las compras de Bergen” (BSAS, 2015) y el “Cuestionario de ansiedad estado-rasgo” (STAI, 1983). Se comprobó que los individuos más impulsivos y ansiosos tienden a realizar más comportamientos relacionados con la compra compulsiva. No se constataron diferencias en la compra compulsiva en función de la edad. Resulta de interés profundizar en las implicaciones derivadas de las conductas de compra disfuncionales y en las implicaciones psicosociales de tales prácticas

<https://doi.org/10.51668/bp.8324202s>