

Artículo

La Teoría Contemporánea del Comportamiento del Consumidor:

Un Meta-Análisis del “American Economic Review”

*Por José Guadalupe Rivera, MBA*

*Resumen*

En la presente investigación se analizaron 43 estudios publicados bajo las clasificaciones D1 y D9 del 2013 al 2018 en el *American Economic Review*. De los mismos, dieciocho (18) fueron seleccionados. De esta cantidad, el 45% desarrollaron un modelo teórico y el 56% estimó un modelo econométrico para investigar el comportamiento del consumidor. Por otra parte, entre los estudios econométricos, el 40% de los estudios fueron realizados con datos de los Estados Unidos, 20% con datos de México, 20% con datos de empresas privadas, 10% con datos de Reino Unido y 10% con datos de Singapur. El 94% de los artículos incorporan supuestos asociados a la economía conductual. Además, el único que no los incorpora explícitamente (Busse et al, 2013) trata de uno de los artículos más antiguos de la muestra. La investigación sugiere que la teoría económica estándar sobre el consumidor ya no se limita a reducir al consumidor a una computadora, perfectamente lógica y consistente, que carece de emociones o contradicciones, y está totalmente inmune a influencia de otras personas a la hora de decidir qué comprar.

## **Introducción**

Existe una diversidad de teorías sobre el comportamiento del consumidor al adquirir un bien o servicio. Sin embargo, la teoría económica estándar, también conocida como la *escuela neoclásica* ha recibido muchas críticas por su particular interpretación del proceso decisional del consumidor. Según dicha visión, el consumidor se entiende como una computadora, perfectamente lógica y consistente, que carece de emociones o contradicciones y está totalmente inmune a influencia de otras personas a la hora de decidir qué comprar. Dicho consumidor usualmente se asume que va de compras en un mercado de “competencia perfecta”, caracterizada por productos homogéneos e información perfecta, entre otros requisitos (Wolff & Resnick, 2012, 258; 279). Los críticos de la visión estándar resaltan que la teoría estándar del consumidor no corresponde con lo que ocurre en el “mundo real” (Wolff & Resnick, 2012, 254). Esta crítica originó al interior y al exterior de la tradición económica estándar y generó cambios significativos en el pensamiento económico a través del Siglo 20 y continuando hasta el presente Wolff & Resnick, 2012, 255- 309).

En el presente no queda claro si los cambios al interior de la economía neoclásica provocarán la actualización de la economía estándar bajo su tradicional paradigma neoclásico, o si provocarán el desarrollo de una nueva metodología económica estándar no-neoclásica. Sin embargo, las revistas académicas especializadas en la economía nos brindan la oportunidad de verificar empíricamente este proceso. Nuestro acervo de conocimiento científico o académico sobre los procesos de consumo son fundamentales tanto para gobiernos, empresas y ciudadanos. Por tanto, una revisión sistemática de lo que actualmente se conoce y por otro lado lo que

actualmente está en debate, al interior de la teoría económica del consumidor es de suma utilidad.

Los tres objetivos centrales de la actual investigación son los siguientes:

1. Identificar la literatura durante los últimos cinco (5) años catalogada bajo los temas “D1- Comportamiento del Hogar y la Economía de la Familia” y “D9- Economía Conductual con fundamentos Micro” en la revista académica *American Economic Review*.
2. Con los resultados anteriores, identificar la literatura relacionada al comportamiento del consumidor.
3. Identificar, evaluar y contrastar las características metodológicas de la literatura evaluada.

El estudio se delimitará a la revista arbitrada *American Economics Review*, la revista principal de la Asociación Americana de Economía y ampliamente reconocida como una de las revistas más prestigiosas en el campo de la economía. Como se planteó anteriormente, el análisis se delimitará estrictamente a los artículos publicados bajo la clasificación “D1-Comportamiento del Hogar y la Economía de la Familia” y “D9- Economía Conductual con fundamentos Micro” en el sistema de clasificación JEL. No obstante, al limitarse a una sola revista profesional abre la puerta a que se pierda objetividad al no incorporar literatura de otras fuentes, dentro o fuera del pensamiento estándar. Como se discutirá en el último capítulo, eso implica que los hallazgos deben ser considerados preliminares. Para llevar a cabo un análisis más riguroso de la dirección que se mueve la disciplina, se recomienda para futuras investigaciones incorporar

otras revistas e incluir la revisión de currículum, análisis de prontuarios y/o la oferta de cursos en la enseñanza universitaria de la economía.

### **La Revisión Sistemática o el Meta-Análisis**

La mayoría de las investigaciones a través de las disciplinas usualmente contienen una síntesis de la literatura, donde se resume, integra y/o cuando posible acumulan los hallazgos de estudios previos sobre el tema correspondiente. En otras palabras, esta síntesis consiste en una revisión narrativa que intenta identificar lo que se ha escrito sobre uno o más temas. Tales revisiones no hacen intento de buscar generalización o conocimiento acumulativo de lo que se revisa (Greenhalgh, 1997). El meta-análisis es un enfoque alternativo a la síntesis o las revisiones subjetivas o narrativas. Surge como una metodología objetiva y rigurosa para llevar a cabo el proceso de revisión de la investigación en un campo concreto de conocimiento y lograr de esta forma una eficiente acumulación de las evidencias (Hunt, 1997). Una revisión sistemática es una revisión muchas veces basada en una pregunta formulada con claridad, que utiliza métodos sistemáticos y explícitos para identificar, seleccionar y valorar críticamente investigaciones relevantes a dicha pregunta, así como recoger y analizar datos de los estudios incluidos en la revisión (Martín, Tobías y Seoane, 2006). Debido a su mayor nivel de cuantificación y rigor, muchas veces el meta-análisis es un procedimiento investigativo que nos puede ofrecer la evidencia más válida sobre un problema (Cooper, 2010).

Una búsqueda exhaustiva e imparcial es una de las diferencias fundamentales entre una tradicional revisión narrativa y una revisión sistemática. Aunque en ocasiones toma un tiempo

considerable y requiere atención al detalle, la revisión sistemática un método de alta calidad para identificar y evaluar extensas literaturas (Mulrow, 1994). Realizar la revisión requiere que el investigador o el panel de revisión hayan identificado las palabras claves y/o términos de búsqueda, basándose en el alcance del estudio, la literatura y las discusiones dentro del equipo de revisión. Similarmente, se deben identificar las cadenas de búsqueda más apropiadas para el estudio. La estrategia de búsqueda debe informarse con suficiente detalle para garantizar que la búsqueda podría ser replicada. El resultado de la búsqueda de información debe ser la lista completa de artículos y/o documentos en que se basará la revisión.

Solo estudios que completen todos los criterios de inclusión especificado en el protocolo de revisión y que no manifestó ninguno de los criterios de exclusión debe ser incorporado en la revisión. Los criterios estrictos utilizados en la revisión sistemática están vinculados al deseo de basar las revisiones en la evidencia de mejor calidad. El investigador lleva a cabo una revisión inicial de la literatura provista por la búsqueda para descartar artículos que evidentemente no tienen relevancia con el objetivo del estudio. Las demás fuentes serán recuperadas para la evaluación más detallada del texto completo y de estos algunos serán elegidos para la revisión sistemática según los criterios de inclusión y exclusión. La cantidad de fuentes incluidas y excluidos en cada etapa de la revisión está documentada con los motivos de las exclusiones.

Por otro lado, muchas veces los criterios de exclusión o inclusión incluyen un criterio de calidad del artículo. Sin embargo, establecer criterios objetivos para determinar qué es “de buena calidad” proporciona un desafío adicional (Engel y Kuzel, 1992). En muchos casos, la calidad del artículo calificación es inferida a través de la calidad de la revista (por ejemplo, se presume que las revistas arbitradas son de calidad superior que diarios profesionales o revistas

académicas no-arbitradas). En fin, evaluar la calidad de los estudios identificados es uno de los principales desafíos en el desarrollo de una revisión sistemática. Vale la pena destacar que un beneficio del auge de las revisiones sistemáticas es precisamente que exponen los estudios a rigurosos escrutinios metodológicos.

Para reducir el error humano y el sesgo sistemático, las revisiones emplean formularios de extracción de datos. Estos a menudo contienen información general (título, autor, detalles de la publicación), características del estudio e información (detalles y métodos) y notas sobre temas emergentes junto con detalles de síntesis. La Colaboración Cochrane, una reconocida organización sin fines de lucro que lleva a cabo revisiones sistemáticas en el campo de la medicina establece que los formularios de extracción de datos tienen al menos tres funciones importantes. Primero, el formulario es directamente vinculado con la pregunta de revisión formulada y la evaluación planificada de los estudios de la empresa incorporada, proporcionando una representación visual de estas. En segundo lugar, el formulario de extracción actúa como registro histórico de las decisiones tomadas durante el proceso. En tercer lugar, la forma de extracción de datos es el repositorio de datos a partir del cual se realizará el análisis (Clarke y Oxman, 2001).

Desde hace décadas se ha documentado que los gobiernos alrededor del mundo han comenzado a enfatizar la importancia de basar la política pública en evidencia empírica (Nutley y Davies, 2002). Las revisiones sistemáticas representan una herramienta fundamental para este fin. Los procesos de exclusión e inclusión contenidos en las revisiones sistemáticas precisamente desarrollan un análisis crítico de lo que puede ser considerado una investigación de calidad y/o en qué sentido o de qué provee evidencia la literatura. Por tanto, las revisiones

sistemáticas proveen información de mucho valor para que encargados de política pública, profesionales, empresarios, entre otros, pueden tomar decisiones mejor fundamentadas.

### **Diseño de la Investigación**

Se estableció que la actual investigación tiene como fin analizar y evaluar sistemáticamente la literatura sobre el comportamiento del consumidor en una revista líder en la disciplina: la *American Economic Review*. El diseño de un meta análisis nos permite identificar los aspectos del comportamiento del consumidor en donde aún hay debate, en cuáles hay consenso y si hay patrones en aspectos metodológicos.

Por tratarse de una de las revistas académicas más antiguas y respetadas en la disciplina de la economía y ser además la revista oficial de la Asociación Americana de Economistas, el análisis se delimitará al *American Economic Review* (AER). El sistema de clasificación JEL es el método estándar para clasificar la literatura académica en la economía. El presente estudio realizará búsquedas utilizando los códigos “D1-Comportamiento del Hogar y la Economía de la Familia” y “D9- Economía Conductual con fundamentos Micro”.

A fin de tener una mejor visualización de lo planteado hasta el momento, se creó una rúbrica partiendo de los criterios de inclusión/exclusión discutidos a continuación. El criterio de inclusión consistió de ser un artículo publicado en AER entre 2013 al 2018 bajo los códigos JEL D1 y D9 y que se enfocó predominantemente en *cómo* el consumidor decide *cuánto* consumir de bienes o servicios *privados* (i.e. bienes o servicios que generan utilidad para el consumidor y que son rivales y excluibles en el consumo). Todo artículo que no cumpla con el criterio de inclusión, por definición es excluido. Por tanto, la primera fase consiste de realizar la búsqueda

bajo los códigos JEL D1 y D9. Esta búsqueda generó 43 resultados. Se revisaron con ese fin los 43 resúmenes ejecutivos para eliminar aquellos artículos que evidentemente no se relacionaban con el proceso decisional del consumidor. Luego, se analizaron en mayor detalle en una segunda ronda para identificar y descartar artículos adicionales que no tuvieran relación con el proceso decisional del consumidor

A pesar de su relativa infancia, un consenso razonable ha surgido en cuanto a las características deseables de una revisión sistemática efectiva (Devies y Crombie, 1998). La Colaboración Cochrane Manual de Revisores (Clarke and Oxman, 2001) y el Servicio Nacional de Salud Diseminación (2001) también proporciona una lista de etapas en realizar una revisión sistemática. En base a dicha literatura y habiendo establecidos los criterios de inclusión y exclusión, los pasos delineados para la recolección de datos fueron los siguientes:

1. Se utilizó el motor de búsqueda interno de la AER, disponible en <https://www.aeaweb.org/> para generar el listado de las publicaciones bajo los códigos JEL D1 y D9 de 2013 al 2018.
2. Artículos fueron incluidos si cumplían con el requisito de inclusión y excluidos si no cumplían con dicho requisito.
3. Los artículos incluidos fueron evaluados para desarrollar una lista de hallazgos, metodologías y posturas generales.
4. Se realizará un análisis estadístico descriptivo para analizar los hallazgos de los pasos anteriores.

Se debe mencionar que la escala relativamente pequeña del presente meta-análisis garantiza además la facilidad de ser replicado por otros investigadores. Solo estudios que completen todos los criterios de inclusión especificado fueron incorporados en la revisión detallada. Se debe destacar además que los criterios estrictos utilizados en la revisión sistemática están usualmente vinculados al deseo de basar las revisiones en la evidencia de mejor calidad. En el caso de la presente investigación, el proceso de control de calidad está aún más facilitado ya que se ha delimitado a solo una revista académica, caracterizada por solo publicar los artículos de la mejor calidad en la disciplina en la economía. La cantidad de fuentes incluidas y excluidas en cada etapa de la revisión será documentada.

### **Hallazgos Generales**

Como se describió en el párrafo anterior, la rúbrica fue la herramienta de recopilación y selección de artículos. Se identificaron 18 artículos que cumplían con todos los requisitos de inclusión. Los estudios estuvieron compuestos por un total de 44% modelos teóricos y un 56% modelos econométricos. El 40% de los estudios econométricos fueron realizados con datos de los Estados Unidos, el 10% fue con datos de Reino Unido, el 20% fue realizado con datos de México y el 10% fue en Singapur. Por otro lado, el 20% fue realizado con datos de empresas privadas. Finalmente, el 94% de los artículos (tanto econométricos como teóricos) incorporan supuestos asociados a la economía conductual.

## **Discusión de Artículos**

Comenzado cronológicamente, Busse et al (2013) investigan si hay relación entre expectativas de precios de gasolina y las compras de automóviles con diferencias en eficiencia en el uso de combustible. Mediante un modelo econométrico estiman el efecto de un aumento en el precio esperado de la gasolina en el equilibrio a corto plazo y concluyen que los consumidores incorporan eficientemente esta información en su proceso decisional. Ese mismo año, Hendel et al (2013) publican un estudio donde analizan la discriminación de precios intertemporal cuando algunos consumidores se caracterizan por preferir almacenar cantidades del producto para consumo futuro. La empresa, con el fin de maximizar ganancias mediante discriminación de precios (cobro de precios diferentes a diferentes consumidores), lleva a cabo "ventas" o "descuentos" para poder diferenciar entre consumidores. El resultado del modelo es que la discriminación de precio en este contexto particular puede ser pareto-óptima.

En el caso de Ito (2014), decide enfocarse en los problemas relacionados a que cuando precios e impuestos cambian en proporciones no-lineales, esto complica las decisiones económicas al crear múltiples precios marginales para el mismo bien. Mediante un modelo econométrico encuentra evidencia sólida de que los consumidores responden al precio promedio en lugar del costo marginal o costo marginal esperado.

Por otro lado, Zhou (2014) presenta un modelo teórico de búsqueda secuencial donde los consumidores buscan varios productos que compran a empresas multi-producto. Específicamente, el modelo asume diferenciación de productos, precios distintos a través de las empresas. Interesantemente, no solo se asume que los consumidores dedican tiempo a la

*Ceteris Paribus V. 8 (2018)*

búsqueda, sino que en el modelo se incorpora que los consumidores están buscando más de un producto a la vez.

Agarwal et al (2015) se concentran en la contradicción relacionada a que en investigaciones anteriores se ha documentado que el consumo disminuye al momento de la jubilación, lo cual es inconsistente con el modelo de ciclo de vida estándar donde se busca “suavizar” el consumo, o distribuirlo de forma que evita cambios abruptos o caídas en el consumo. Su investigación desarrolla un modelo econométrico utilizando datos de Singapur, donde además incorpora que las preferencias pueden cambiar cuando uno se jubila. Los autores argumentan que su modelo logra explicar los patrones de consumo en la población jubilada. En un tema relacionado, Ray et al (2015) consideran la medición de la *aversión a la pérdida* del consumidor en los mercados de productos. Esto se refiere al fenómeno donde a un individuo le duele una pérdida más de lo que disfruta de un beneficio equivalente. Por ejemplo, a muchas personas les dolerá más perder \$5 dólares que lo que los hará feliz encontrarse con \$5 dólares. Similar a Hendel et al (2013), incorporan al modelo una dinámica donde el consumidor puede almacenar y el productor lleva a cabo "ventas" o "descuentos" para poder diferenciar entre consumidores. Los autores mencionan como uno de sus objetivos incorporar además el concepto de *devaluación del arrepentimiento* que se está desarrollando en la psicología.

En el caso de Ericson et al (2015), utilizando un modelo econométrico estiman cuánto los consumidores están dispuestos a pagar por sus seguros de salud para tener redes de proveedores más amplias. El estudio además concluye que los consumidores están dispuestos a pagar aún más por extender su red si eso implica incluir proveedores reconocidos por su marca (ej. hospitales prestigiosos). Por otro lado, Janssen et al (2015) desarrolla un modelo teórico

donde asumen que dos vendedores/comerciantes compiten por re-vender un producto homogéneo (que compraron a un productor/manufacturero monopolista). Además, asume que los consumidores generan un estimado (que podría ser incorrecto o correcto) sobre el precio al que el monopolista vendió el producto a cada re-vendedor, para luego explorar las implicaciones en bienestar o excedente social.

Beshears et al (2016) se proponen desarrollar los modelos popularizados por la economía conductual a finales de los 1990s para incorporar que algunos consumidores a planifican su consumo a través de un plan individual de consumo diseñado por ellos mismos. Gul et al (2017) también desarrollan un modelo teórico, en este caso con el objetivo de incorporar la capacidad cognitiva limitada (ej. atención y memoria limitada) al análisis de equilibrio competitivo. El modelo concluye que la atención o el tiempo para atender también es limitado y ante cambios en precios moderados (que no llaman la atención de consumidores o periodistas) los consumidores no ajustarán su consumo.

En el caso de Li et al (2017), desarrollan un modelo teórico basado en información asimétrica, donde el vendedor puede decidir cuánta información divulgar ante consumidores heterogéneos. Por otro lado, Cravino et al (2017) estudian el impacto de las grandes devaluaciones del tipo de cambio en el costo de la vida en diferentes puntos de la distribución del ingreso. Desarrollan un modelo econométrico donde incorporan que la canasta de consumo de consumidores ricos es diferente a la canasta de consumidores pobres. En otras palabras, incorpora que las preferencias cambian a través de la vida/ingreso del individuo.

Johnson (2017), similar a Gul et al (2017), desarrolla un modelo teórico donde se incorpora la capacidad cognitiva limitada en una dinámica en donde consumidores heterogéneos compran

múltiples productos, llevan a cabo compras imprevistas y tienen expectativas sobre consumo futuro. El modelo además se desarrolla en un contexto competitivo y en un contexto asimétrico, donde se asumen empresas grandes con varios productos compiten con empresas pequeñas con productos limitados. El objetivo es estudiar el fenómeno conocido como “loss leading,” refiriéndose a que grandes cadenas comerciales atraen a los consumidores con un producto con un precio bajo promedio, pero luego cobran un precio sobre-promedio por los demás productos. A pesar de que se ha popularizado la idea de prohibir esta práctica, Johnson (2017) sugiere que una prohibición no necesariamente provocaría un aumento en excedente social o bienestar.

Ponce et al (2017) establecen nuevos hechos sobre la manera en que los consumidores asignan la deuda entre sus tarjetas de crédito y encuentran que los precios relativos son predictores débiles de la asignación de deuda. Utilizando un modelo econométrico con datos de México, se encuentra que consumidores con dos tarjetas de crédito comparables en beneficios y con tasas de interés diferentes, no transfieren deuda a la más económica y cogen prestado con la más cara. Concluyen que la atención limitada a los precios, la tendencia a hacer estimados o cálculos mentales imprecisos, o sesgos cognitivos como el *efecto anclaje* (confiar demasiado en primera información adquirida) explican mejor los hallazgos y discuten las implicaciones para el mercado. Por otro lado, Roesler et al (2017) desarrollan un modelo teórico para analizar cómo cambios en la información que se conoce afectan el bienestar en un mercado de competencia monopolística.

Con similitudes al modelo teórico de Zhou (2014), Thomassen et al (2017) estiman un modelo econométrico con datos del Reino Unido para estudiar el mercado de supermercados.

Se incorpora que algunos consumidores están dispuestos a ir a más de un supermercado en busca del mejor precio para un producto particular (“two-store shopper”) mientras que otros no (“one-store shopper”). El modelo asume que los supermercados venden diferentes categorías de productos y con diferencias en calidad a través de supermercados. Además, se incorpora que en los supermercados hay efectos cruzados en los precios de las diferentes categorías. Todo lo demás constante, mientras haya consumidores “one-store”, una reducción en el precio de una categoría podría generar un aumento en la demanda de otras categorías. Interesantemente, encuentran que al supermercado le interesa aumentar los precios a los consumidores “two-store” pero reducir los precios para el “one-store.” Por tanto, la presencia de consumidores “one-store” suele reducir los precios en el mercado. Thomassen et al (2017) encuentran que en Reino Unido los consumidores enfrentan altos costos a la hora de moverse de un supermercado a otro, provocando la prevalencia de consumidores “one-store.” Esto a su vez protege al consumidor de aumentos en el precio de los productos.

Bedre-Defolie et al (2017) desarrollan un modelo teórico para analizar el rol de los costos o tarifas de cancelación prematura de contrato, común actualmente sobretodo en servicios de comunicación. El modelo consiste de dos periodos, donde se incorpora productos diferenciados y apreciaciones diferentes en los consumidores sobre la calidad de los productos. Concluyen que el uso de contratos con tarifas de cancelación puede ser óptimo para el consumidor porque lo protege de aumentos de precio en el periodo dos.

Finalmente, Bils et al (2018) analizan el rol de la publicidad en la selección de seguros médicos estimando un modelo econométrico con datos de Estados Unidos. Su modelo incorpora que existen consumidores heterogéneos (saludables y no-saludables) con diversos

niveles de información. Además, incorpora que la publicidad tiene dos posibles fines: proveer información sobre el producto; o comunicar una señal al consumidor de que el producto es de prestigio.

### **Conclusiones Generales**

En la presente investigación se analizaron 43 estudios publicados bajo las clasificaciones D1 y D9 del 2013 al 2018 en el *American Economic Review*. Se revisaron con ese fin los 43 resúmenes ejecutivos para eliminar aquellos artículos que evidentemente no se relacionaban con el proceso decisional del consumidor. Luego, se analizaron en mayor detalle en una segunda ronda para identificar y descartar artículos adicionales que no tuvieran relación con el proceso decisional del consumidor. De los mismos, dieciocho (18) fueron seleccionados. De esta cantidad, el 45% desarrollaron un modelo teórico y el 56% estimó un modelo econométrico para investigar el comportamiento del consumidor. Por otra parte, entre los estudios econométricos, el 40% de los estudios fueron realizados con datos de los Estados Unidos, 20% con datos de México, 20% con datos de empresas privadas, 10% con datos de Reino Unido y 10% con datos de Singapur. El 94.4% de los artículos incorporan supuestos asociados a la economía conductual. Además, el único que no los incorpora explícitamente (Busse et al, 2013) trata de uno de los artículos más antiguos de la muestra.

La investigación sugiere que la teoría económica estándar sobre el consumidor ya no se limita a reducir al consumidor a una computadora, perfectamente lógica y consistente, que

carece de emociones o contradicciones y está totalmente inmune a influencia de otras personas a la hora de decidir qué comprar. Tampoco se encontró un sesgo hacia enfatizar o suponer competencia perfecta. En otras palabras, este estudio presenta evidencia de que la economía estándar se ha actualizado a tono con sus críticas, y sin la necesidad de abandonar el paradigma neoclásico. Por tanto, el estudio coincide con Wolff & Resnick (2012, p.309) quienes argumentan:

En este sentido, la economía neoclásica definitivamente no está muerta como han sugerido algunos marxistas, keynesianos e incluso algunos especialistas en teoría de juego y otros críticos similares. Incluso, las críticas han ayudado a la economía neoclásica a sobrevivir y desarrollarse.

### **Limitaciones del Estudio y Recomendaciones**

El estudio se delimitó al *American Economic Review* para hacer el meta-análisis y no se comparó con otras revistas económicas expertas en el tema. Además, solamente tomó en consideración sus categorías “D1-Comportamiento del Hogar y la Economía de la Familia” y “D9- Economía Conductual con fundamentos Micro”. En otras palabras, aunque sin duda la revista seleccionada es un indicador de las tendencias en la disciplina, existe la posibilidad de que otras tendencias sean observables si se amplían los criterios de inclusión. Al limitarse a una sola revista profesional abre la puerta a que se pierda objetividad al no incorporar literatura de otras fuentes, dentro o fuera del pensamiento estándar. En base a esto, los hallazgos de la investigación deben considerarse como preliminares y se concluye con las siguientes recomendaciones para futuras investigaciones:

- Extender la revisión para incorporar una mayor cantidad de años para documentar la evolución histórica de las tendencias discutidas.
- Eliminar criterios de exclusión basados en clasificaciones JEL para ampliar la muestra.
- Incorporar otras revistas académicas especializadas en economía
- Incorporar la recolección de datos primarios (cuestionarios, entrevistas, grupos focales con economistas) para analizar las tendencias discutidas.
- Para llevar a cabo un análisis más riguroso de la dirección que se mueve la disciplina, se recomienda incluir en futuras investigaciones la revisión de currículum, análisis de prontuarios, oferta de cursos, etc.

## **Referencias**

- Agarwal, Sumit, and Wenlan Qian. 2014. "Consumption and Debt Response to Unanticipated Income Shocks: Evidence from a Natural Experiment in Singapore." *American Economic Review*, 104 (12): 4205-30.
- Agarwal, Sumit, Jessica Pan, and Wenlan Qian. 2015. "The Composition Effect of Consumption around Retirement: Evidence from Singapore." *American Economic Review*, 105 (5): 426-31.
- Aizawa, Naoki, and You Suk Kim. 2018. "Advertising and Risk Selection in Health Insurance Markets." *American Economic Review*, 108 (3): 828-67.
- Akee, Randall, William Copeland, E. Jane Costello, and Emilia Simeonova. 2018. "How

*Ceteris Paribus V. 8 (2018)*

Does Household Income Affect Child Personality Traits and Behaviors?" *American Economic Review*, 108 (3): 775-827.

Bedre-Defolie, Özlem, and Gary Biglaiser. 2017. "Contracts as a Barrier to Entry in Markets with Nonpivotal Buyers." *American Economic Review*, 107 (7): 2041-71.

Beshears, John, Katherine L. Milkman, and Joshua Schwartzstein. 2016. "Beyond Beta-Delta: The Emerging Economics of Personal Plans." *American Economic Review*, 106 (5): 430-34.

Bidder, Rhys, and Ian Dew-Becker. 2016. "Long-Run Risk Is the Worst-Case Scenario." *American Economic Review*, 106 (9): 2494-2527.

Bils, Mark, Peter J. Klenow, and Benjamin A. Malin. 2018. "Resurrecting the Role of the Product Market Wedge in Recessions." *American Economic Review*, 108 (4-5): 1118-46.

Blundell, Richard, Luigi Pistaferri, and Itay Saporta-Eksten. 2016. "Consumption Inequality and Family Labor Supply." *American Economic Review*, 106 (2): 387-435.

Bowers, Jake, Nathaniel Higgins, Dean Karlan, Sarah Tulman, and Jonathan Zinman. 2017. "Challenges to Replication and Iteration in Field Experiments: Evidence from Two Direct Mail Shots." *American Economic Review*, 107 (5): 462-65.

Busse, Meghan R., Christopher R. Knittel, and Florian Zettelmeyer. 2013. "Are Consumers Myopic? Evidence from New and Used Car Purchases." *American Economic Review*, 103 (1): 220-56.

Carvalho, Leandro S., Stephan Meier, and Stephanie W. Wang. 2016. "Poverty and

Economic Decision-Making: Evidence from Changes in Financial Resources at Payday." *American Economic Review*, 106 (2): 260-84.

Chiappori, Pierre-André, Bernard Salanié, and Yoram Weiss. 2017. "Partner Choice, Investment in Children, and the Marital College Premium." *American Economic Review*, 107 (8): 2109-67.

Coibion, Olivier, Yuriy Gorodnichenko, and Gee Hee Hong. 2015. "The Cyclicity of Sales, Regular and Effective Prices: Business Cycle and Policy Implications." *American Economic Review*, 105 (3): 993-1029.

Cravino, Javier, and Andrei A. Levchenko. 2017. "The Distributional Consequences of Large Devaluations." *American Economic Review*, 107 (11): 3477-3509.

Dent, Robert C., Fatih Karahan, Benjamin Pugsley, and Ayşegül Şahin. 2016. "The Role of Startups in Structural Transformation." *American Economic Review*, 106 (5): 219-23.

Ellis, Andrew, and Michele Piccione. 2017. "Correlation Misperception in Choice." *American Economic Review*, 107 (4): 1264-92.

Ericson, Keith Marzilli, and Amanda Starc. 2015. "Measuring Consumer Valuation of Limited Provider Networks." *American Economic Review*, 105 (5): 115-19.

Gagnon, Etienne, David López-Salido, and Jason Sockin. 2017. "The Cyclicity of Sales, Regular, and Effective Prices: Business Cycle and Policy Implications: Comment." *American Economic Review*, 107 (10): 3229-42.

Gisbert, J. P., & Bonfill, X. (2004). ¿Cómo realizar, evaluar y utilizar revisiones sistemáticas y meta-análisis? *Gastroenterología y hepatología*, 27(3), 129-149.

- Gourio, François, and Leena Rudanko. 2014. "Can Intangible Capital Explain Cyclical Movements in the Labor Wedge?" *American Economic Review*, 104 (5): 183-88.
- Grubb, Michael D., and Matthew Osborne. 2015. "Cellular Service Demand: Biased Beliefs, Learning, and Bill Shock." *American Economic Review*, 105 (1): 234-71.
- Gul, Faruk, Wolfgang Pesendorfer, and Tomasz Strzalecki. 2017. "Coarse Competitive Equilibrium and Extreme Prices." *American Economic Review*, 107 (1): 109-37.
- Hassan, Tarek A., and Thomas M. Mertens. 2017. "The Social Cost of Near-Rational Investment." *American Economic Review*, 107 (4): 1059-1103.
- Hendel, Igal, and Aviv Nevo. 2013. "Intertemporal Price Discrimination in Storable Goods Markets." *American Economic Review*, 103 (7): 2722-51.
- Ito, Koichiro. 2014. "Do Consumers Respond to Marginal or Average Price? Evidence from Nonlinear Electricity Pricing." *American Economic Review*, 104 (2): 537-63.
- Janssen, Maarten, and Sandro Shelegia. 2015. "Consumer Search and Double Marginalization." *American Economic Review*, 105 (6): 1683-1710.
- Johnson, Justin P. 2017. "Unplanned Purchases and Retail Competition." *American Economic Review*, 107 (3): 931-65.
- Kehoe, Patrick, Virgiliu Midrigan, and Elena Pastorino. 2016. "Debt Constraints and the Labor Wedge." *American Economic Review*, 106 (5): 548-53.
- Krajbich, Ian, Bastiaan Oud, and Ernst Fehr. 2014. "Benefits of Neuroeconomic Modeling: New Policy Interventions and Predictors of Preference." *American Economic Review*, 104 (5): 501-06.

*Ceteris Paribus V. 8 (2018)*

Kranton, Rachel E. 2016. "Identity Economics 2016: Where Do Social Distinctions and Norms Come From?" *American Economic Review*, 106 (5): 405-09.

Lee, Robin S. 2013. "Vertical Integration and Exclusivity in Platform and Two-Sided Markets." *American Economic Review*, 103 (7): 2960-3000.

Li, Hao, and Xianwen Shi. 2017. "Discriminatory Information Disclosure." *American Economic Review*, 107 (11): 3363-85.

Meca, J. S. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula abierta*, 38(2), 53-64.

Mitman, Kurt. 2016. "Macroeconomic Effects of Bankruptcy and Foreclosure Policies." *American Economic Review*, 106 (8): 2219-55.

Nishimura, Hiroki, Efe A. Ok, and John K.-H. Quah. 2017. "A Comprehensive Approach to Revealed Preference Theory." *American Economic Review*, 107 (4): 1239-63.

Ok, Efe A., Pietro Ortoleva, and Gil Riella. 2015. "Revealed (P) Reference Theory." *American Economic Review*, 105 (1): 299-321.

Parker, Jonathan A., Nicholas S. Souleles, David S. Johnson, and Robert McClelland. 2013. "Consumer Spending and the Economic Stimulus Payments of 2008." *American Economic Review*, 103 (6): 2530-53.

Ponce, Alejandro, Enrique Seira, and Guillermo Zamarripa. 2017. "Borrowing on the Wrong Credit Card? Evidence from Mexico." *American Economic Review*, 107 (4): 1335-61.

Ray, Debajyoti, Matthew Shum, and Colin F. Camerer. 2015. "Loss Aversion in Post-

*Ceteris Paribus V. 8 (2018)*

Sale Purchases of Consumer Products and Their Substitutes." *American Economic Review*, 105 (5): 376-80.

Roesler, Anne-Katrin, and Balázs Szentes. 2017. "Buyer-Optimal Learning and Monopoly Pricing." *American Economic Review*, 107 (7): 2072-80.

Sánchez-Meca, J. (2008). Meta-análisis de la investigación. *MA Verdugo, M. Crespo, M. Badía y B. Arias (Coords.), Metodología en la investigación sobre discapacidad. Salamanca: Publicaciones del INICO*, 121-140.

Sánchez-Meca, J., & Botella, J. (2010). Revisión sistemática y meta-análisis: Herramientas para la práctica profesional. *Papeles del psicólogo*, 31(1).

Shah, Anuj K., and Jens Ludwig. 2016. "Option Awareness: The Psychology of What We Consider." *American Economic Review*, 106 (5): 425-29.

Tetlock, Philip E., Barbara A. Mellers, and J. Peter Scoblic. 2017. "Sacred versus Pseudo-sacred Values: How People Cope with Taboo Trade-Offs." *American Economic Review*, 107 (5): 96-99.

Thomassen, Øyvind, Howard Smith, Stephan Seiler, and Pasquale Schiraldi. 2017. "Multi-category Competition and Market Power: A Model of Supermarket Pricing." *American Economic Review*, 107 (8): 2308-51.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*, 14(3), 207-222.

Wolff, R. D., & Resnick, S. A. (2012). *Contending economic theories: neoclassical, Keynesian, and Marxian*. MIT Press.

*Ceteris Paribus V. 8 (2018)*

Zhou, Jidong. 2014. "Multiproduct Search and the Joint Search Effect." *American Economic Review*, 104 (9): 2918-39.