



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2590>

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital

Economic Psychology: a discipline linked to the behavior of the Internet user and the digital transition

Psicologia Econômica: uma disciplina ligada ao comportamento do usuário da Internet e a transição digital

Marcelo Javier Mancheno-Saá^I
mj.mancheno@uta.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8381-0791>

Jenny Margoth Gamboa-Salinas^{II}
jennymgamboa@uta.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9507-6144>

Jacqueline del Pilar Hurtado-Yugcha^{III}
jacquelinedhurtado@uta.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9367-3367>

Correspondencia: mj.mancheno@uta.edu.ec

***Recibido:** 02 de enero 2022 ***Aceptado:** 27 de enero de 2022 * **Publicado:** 17 de febrero de 2022

- I. Magister en Administración de Empresas Mención Planeación, Master Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico, Ingeniero Comercial con Mención en Marketing, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- II. Diploma Superior en Finanzas, Magister en Gerencia Financiera Empresarial, Diploma Superior en Tecnologías para la Gestión y Práctica Docente, Licenciada en Ciencias Administrativas, Doctora en Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- III. Magister en Gerencia Financiera Empresarial, Ingeniera de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objeto la revisión cronológica, relaciones y desempeño de la ciencia de psicología económica, para lo cual se realizó una búsqueda exhaustiva de documentos de carácter académico a través del Software de Publish o Perish en su versión 6, el cual accedió a Google Scholar de manera automatizada revisando material referencial publicado de la misma desde 1922, aparte de esto se ha considerado los autores más representativos considerando el número de citas y la localización geográfica donde se genera. El término de búsqueda como psicología económica se lo toma como objeto de estudio a través de Google Trends de tendencias digitales con el fin de ver su comportamiento actual en los buscadores.

Palabras Clave: Psicología; Psicología Económica; Conducta del consumidor

Abstract

The present research work was aimed at the chronological review, relationships and performance of the science of economic psychology, for which an exhaustive search of academic documents was carried out through Publish or Perish Software in version 6, which accessed Google Scholar in an automated way, accessing referential material published from the same since 1922, apart from this, the most representative authors have been considered considering the number of citations and the geographical location where it is generated. The search term as economic psychology is taken as an object of study through Google Trends of digital trends in order to see its current behavior in search engines.

Keywords: Psychology; Economic Psychology; Consumer Behavior

Resumo

O objetivo deste trabalho de pesquisa foi a revisão cronológica, relações e atuação da ciência da psicologia econômica, para a qual foi realizada uma busca exaustiva de documentos acadêmicos por meio do Software Publish or Perish em sua versão 6, que acessou o Google Scholar de forma automatizada. maneira de revisar o material de referência publicado a partir dele desde 1922, além disso, os autores mais representativos foram considerados considerando o número de citações e a localização geográfica onde é gerado. O termo de busca como psicologia econômica é tomado como

objeto de estudio através do Google Trends de tendências digitais a fim de ver seu comportamento atual nos mecanismos de busca.

Palavras-chave: Psicologia; Psicologia Econômica; Comportamento do consumidor

Introducción

En mundo tan cambiante el término de psicología económica es aquel que se preocupa de todas las variables que pueden llegar a incidir en la conducta económica del consumidor, sea esta vista desde una manera individual o colectiva con sus respectivas variaciones. El objeto de estudio se da en varios contextos referenciando los aspectos interactivos simbólicos y también los estructurales. (Denegri, M., Palavecinos, A., Ripoll, M., & Delval, 2005)

El estudio se centra en todos aquellos factores que de una u otra forma pueden llegar a incidir en la decisión de compra de una persona, considerando percepción, motivación, asignación de recursos, hasta aquellos de responsabilidad social, empresarial y ecológica como el reciclaje. (Heredia-Gamboa, 2022). El término tiene un enfoque direccional lo que complica la concepción del mismo, donde se estudia el comportamiento para ver su afectación sobre la economía, y por otro lado se estudian los factores económicos con el fin de ver cómo afecta este a la conducta económica. (Lea, S. E., Lea, S. E., Lea, S. E., Lea, S., Tarpy, 1987)

Para poder entender la complejidad del término se debe entender el mismo como un todo, no solo comportamiento humano, a través de características, o contexto y no solo conducta económica a través de estadísticas descriptivas que denoten una tendencia. (. Garzon Medina, 2015) Cada decisión involucra gustos, preferencias y la capacidad adquisitiva, factor utilizado para diferenciar entre gusto y demanda, a este último se unen términos de origen económico como el ahorro o gasto, que llegan a ser determinantes al momento de establecer un desempeño económico o empresarial. (Sánchez Moncayo, 2021). El costo de oportunidad también entra en la ecuación, así cualquier cosa que se deje de hacer por tener un beneficio futuro estará presente en la percepción al momento de establecer la vinculación del mismo. (Mancheno-Saá, 2019)

Existen algunas determinantes que llegan a influenciar las decisiones económicas, en las cuales influyen varios contextos referentes a la sociedad, a la cultura, las situaciones y a los temas económicos en general que pueden llegar a inhibir o potenciar la misma. (Díaz Herrera, 2021). Todos aquellos que se conocen como factores personales son aquellos ligados al estilo de vida de la persona,

sus normas, sus valores y la personalidad del individuo. Los factores socioeconómicos están ligados a la pertenencia, al sistema político y a las expectativas sociales de la persona. (Kunreuther, 1978)

Al hablar de factores situacionales se consideran circunstancias que limita el accionar económico de la persona referenciando, tamaño de su hogar, ingreso, mercado y oferta. Los factores económicos generales, están relacionadas con valoración política, tasa de inflación y percepción pesimista u optimista sobre el ahorrar e invertir. (Hands, 2010)

La psicología económica nace a través de una evolución compleja y su surgimiento se da a finales del siglo 18 y principios del siglo 19. Con el tiempo, los estudiosos se dan cuenta que es imposible separar el enfoque de la economía con la percepción psicológica que le engloba a la misma, en los inicios de la disciplina, se ha hecho presente la escuela austriaca, donde aparecen términos específicos como el marginalismo, el cual estudio fenómenos específicos de la conducta económica, Gabriel Tarde es el primero en publicar temas vinculados a la psicología económica como ciencia, sin embargo no se volvería una disciplina científica hasta que George Katona publicó aspectos referentes a los mismos. (Cruz, 2010)

Uno de los seguidores de Bentham, Carl Menger referencia al término de una manera más científica, es así que lo ancla con la actividad de introspección, indicando que el mencionado término representa mucho para la escuela marginalista y también para la escuela austriaca. Posteriormente a esto Von Weiser, Walras Jevons y Bohn Barew (Mises, L., 2007), enfrentados a una corriente denominada marginalismo establecen una ideología que se llamará con el tiempo la teoría subjetiva de valor, el concepto marginal o de marginalidad se refiere a la cantidad de satisfacción por una última cantidad consumida. En estas instancias se puede indicar que a través del comportamiento del ser humano se puede producir dolor o placer. (Kirchler, 2007)

Jevons, indica que un bien puede psicológicamente satisfacer a una persona, a lo cual complementa Gossen indicando que cada bien tiene un valor subjetivo medido por la percepción, y también indica que mientras más hay de un bien la satisfacción irá decreciendo, explicitando la relación existencia - ineficacia. (Richins, 1994)

Uno de los iniciadores más grandes que han existido en el término de psicología económica es Gabriel Tarde quien entre 1841 y 1931 crea leyes de invención, oposición e imitación, todas estas direccionadas a la interacción social. Desde esta perspectiva se puede observar que la economía olvida la psicología de las cosas, ese aspecto subjetivo propio de la naturaleza misma, sin embargo todos aquellos que quisieron medirlo terminaron solo midiendo al individuo. (Wärneryd, 2008)

En los Estados Unidos después de la segunda guerra mundial se forman dos escuelas perceptualmente abstractas como menciona Reynau, así nacen los neo marginalistas, quienes defienden de una manera dura la economía pura y los realistas que son aquellos que tienen un sentimiento o una concepción en contra de los excesos de abstracción. Para poder definir la psicología económica a priori se debe indicar que la base de la misma es la psicología social, para lo cual Ditcher y Katona conceptualizan la psicología y realizan su metodología. (Hosseini, 2011)

El análisis de conducta económica se da por George Katona, quien menciona que cualquier conclusión debe ser basada en hechos reales, este cree que la metodología debe tener un control, y hace una inferencia indicando que los métodos numéricos y las matemáticas no siempre pueden explicar un fenómeno, así refirió la inflación en la Alemania Nazi cuyo crecimiento era exponencial, y no podía ser explicado a través de una fórmula. El autor descarta la percepción por juicios de valor y expresa que todo debe estar enmarcado por hechos. (Kunreuther, 1978)

El contexto económico que se forma en la percepción es aquel que crea la conducta social, esta debe estar enmarcada en el trabajo para edificación social y en el ahorro para edificación económica, dejando de lado problemas y actitudes como el despilfarro. (Mancheno-Saá M. J.-S.-S.-Y., 2021). La investigación de las motivaciones se dio por Ernest Dichter, quien a través de entrevistas pudo inferir la conducta del consumidor y el comportamiento de compra subconsciente asociándolo al psicoanálisis. Ante el mencionado análisis se infiere que el ser humano muchas veces se porta de forma irracional, a lo que se presume que cada individuo se refleja en algunos de los signos distintivos de producto. Su aporte fue muy bueno sin embargo toda su investigación carecía de metodología científica. (Gries, 2010)

La psicología Económica como ciencia en sí, presentó algunos problemas que marcaron el accionar de la ciencia, es así que se considera la primera que esta no podía actuar sola sino que tenía que estar vinculada a la investigación de mercados, formando una parte importante dentro de la comunicación social, estudia por qué de los términos cuantitativos. La Psicología Económica está dentro de un plano social y humano referenciando el deseo del consumidor. (Twomey, 1998)

El Desarrollo de la Psicología Económica fue largo y complejo, se ha convertido en una disciplina dinámica que con el pasar de los años ha tomado fuerza y se ha ligado al conocimiento, para establecer temas desatendidos por las demás ciencias, los métodos de la mencionada ciencia se establecieron en USA, indicando a través de Keynes que el comportamiento o la conducta individual a través de una

abstracción podía ser Global. Esta disciplina llama la atención porque le interesa más el ahorro que el ahorrador, o a su vez el consumo que el consumidor. (Knight, 1925)

En Francia en la época de posguerra se lanza al público la ley psicológica fundamental, la cual indica que mientras más es la renta más se logra ahorrar, pasaría el tiempo para darse cuenta que la ley mencionada tendría algunas variantes. Reynaud indica que es imprescindible huir del reduccionismo econométrico, que el comportamiento humano es irracional y que la modelización incrementa el peso cualitativo. (Reynaud, 1981). En el instituto Rene Descartes, se trató de establecer la conducta económica a través de los aspectos micro es decir todos aquellos que se encuentren en la conducta psico económica. Stringer y Wall se enfocaron de manera distinta en sus estudios al referir la industria del turismo. (Caporaël, 2001)

El Panorama actual de la psicología Económica ha evolucionado desde una solidez teórica hasta organizar toda la materia existente entendiéndose esta como un área de especialización. Estas áreas evolucionaron hasta tener una validez propia desde la psicología económica hasta la conducta del consumidor, para que esta última se diversifique a través de la psicología del marketing y el comportamiento humano expuesto ante los estímulos de la publicidad. (Quintanilla, 2005)

La Psicología económica es una ciencia compleja, para referirla es imprescindible tomar el concepto de Santiago Ramón y Cajal en 1924 (Anaya-Reig, 2017) quien menciona que observar sin pensar es tan peligroso como pensar sin observar. El gran problema de esta ciencia es que mide el comportamiento del ser humano y este después de la segunda guerra mundial ha quedado empobrecido y resentido Emilio Mira y López en 1957 (Sosa, 2001)

La Psicología científica es una disciplina que aspira a ser objetiva sin embargo cae todavía en ciertos aspectos subjetivos referentes a la formulación de problemas, se ha fundamentado en el método científico por lo cual se puede considerar una ciencia, sin embargo el tiempo ha hecho que quede subordinada, entendiéndose una diferencia entre la percepción social y la percepción de mercado (Analuisa, 2018). Los principales hechos que permiten que esto suceda es un avance exponencial de las ciencias económicas en Europa y en el mundo, y la tentación del imperialismo disciplinar expresada por Paul Albou. (Albou, 1982)

Eiser (1982), Al momento de investigar la teoría suele ser imprescindible, definir al management científico como mecanización del ser humano y considera a la sociedad como simbólica compuesta, con interacciones supuestas concéntricas (Blumer, 1969)

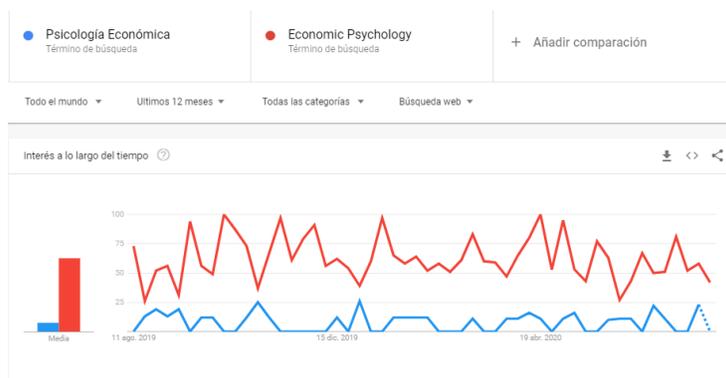
La Psicología Económica estudia el comportamiento desde el punto de vista del universo clasificado, la posible interacción marcada refiere expectativas y símbolos, muy específica del marketing conversacional (Ortiz-Quispe, 2020), personas en contextos similares reaccionan de manera diferente, a estas primeras se las puede clasificar con un calificativo, mientras que el comportamiento es el resultante de la creación de roles, y a su vez las estructuras sociales y estos últimos van cambiando de una manera dinámica en el tiempo. (Arocas, 1995)

La Psicología económica desde las representaciones sociales está delimitada como un conjunto de ideas, prácticas regidas por valores con dos funciones, la primera establecer un orden social y material , y la segunda establecer una comunicación entre la comunidad, además indica que la representación social es una manera de pensar y representar la realidad cotidiana. (QUINTANILLA, 2002)

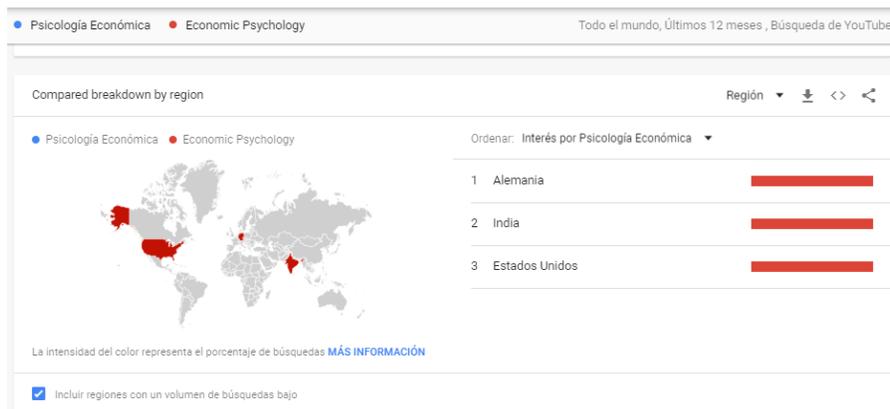
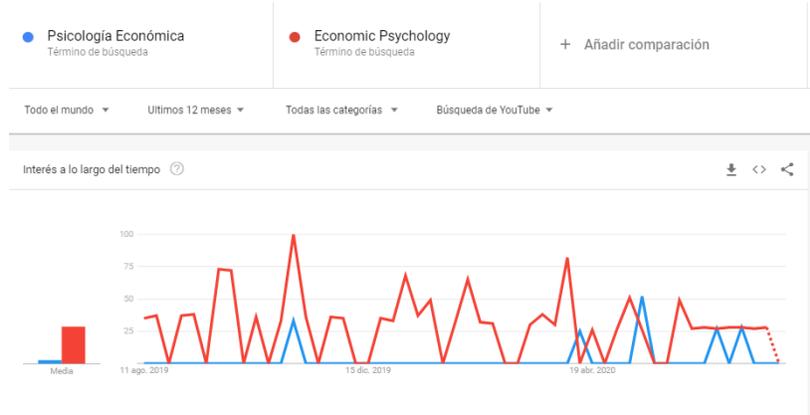
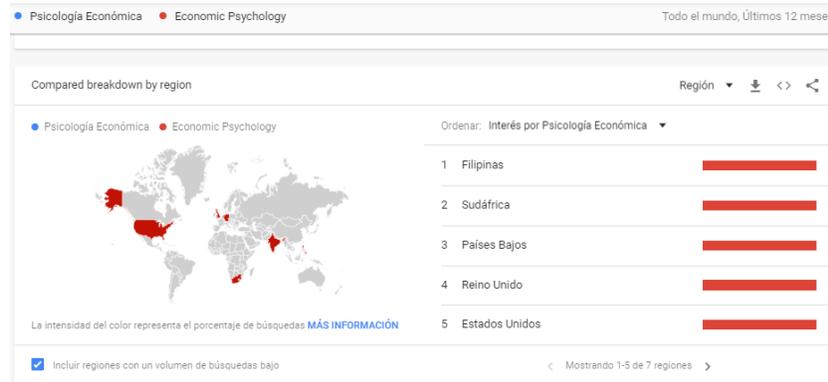
Metodología

La Investigación corresponde a una investigación no conclusiva, ligada a la revisión de literatura de manera sistemática cronológica, la investigación se trabaja bajo un enfoque retrospectivo donde se revisa las publicaciones de Google Scholar desde el año de 1922 hasta el presente año 2020 pre pandemia, entendiendo que los años de la misma representan un comportamiento anormal de la sociedad, a priori se establece una comparación del interés de los términos de búsqueda tanto para español como para inglés en Google Trends tanto para búsqueda web libre como para la red social de YouTube correspondiente a videos , a través del software especializado Publish or Perish 6 se establecen las 10 obras de mayor citación tanto para español como para inglés y se realiza la evolución cronológica del termino en los últimos 100 años.

Resultados



Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital



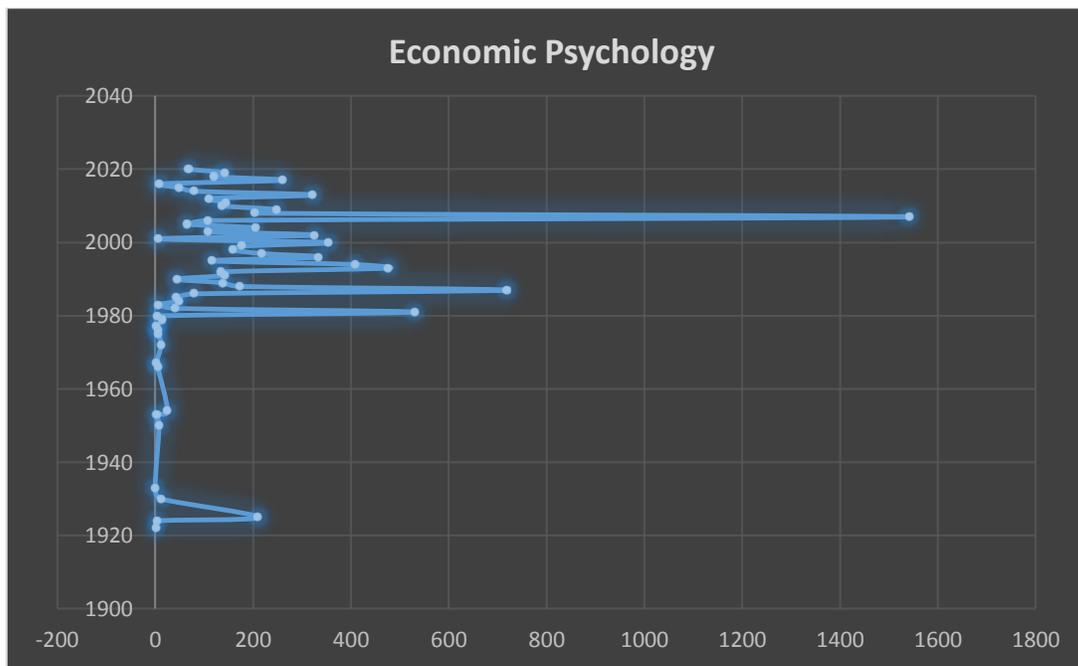
Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital

Title words	Economic Psychology
Keywords:	Economic Psychology
Results	Help
Publication years:	1922-2020
Citation years:	98 (1922-2020)
Papers:	440
Citations:	8911
Cites/year:	90.93
Cites/paper:	20.25
Authors/paper:	1.58
h-index:	44
g-index:	88
hI,norm:	36
hI,annual:	0.37
Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:	103,62,27,9,2

Economic psychology			
Cites	Authors	Title	Year
1423	E Kirchler	The economic psychology of tax behaviour	2007
705	SEG Lea, SE Lea, SEG Lea, S Lea, RM Tarpy...	The individual in the economy: A textbook of economic psychology	1987
403	WF Van Raaij	Economic psychology	1981
269	SEG Lea, P Webley, RM Levine	The economic psychology of consumer debt	1993
260	ML Richins, FW Rudmin	Materialism and economic psychology	1994
259	A Lewis, C Mackenzie	Morals, money, ethical investing and economic psychology	2000
204	G Antonides	Psychology in economics and business: an introduction to economic psychology	1996
185	P Webley, C Burgoyne, S Lea, B Young	The economic psychology of everyday life	2002

Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital

Cites	Year	Cites	Year	Cites	Year	Cites	Year
2	1922	530	1981	217	1997	322	2013
4	1924	40	1982	158	1998	79	2014
210	1925	6	1983	176	1999	49	2015
13	1930	49	1984	354	2000	8	2016
0	1933	43	1985	6	2001	260	2017
8	1950	79	1986	326	2002	119	2018
3	1953	719	1987	108	2003	142	2019
25	1954	173	1988	205	2004	68	2020
5	1966	138	1989	65	2005		
2	1967	44	1990	107	2006		
12	1972	142	1991	1542	2007		
6	1975	134	1992	204	2008		
5	1976	476	1993	248	2009		
2	1977	409	1994	135	2010		
14	1979	116	1995	145	2011		
4	1980	334	1996	109	2012		



Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital

Title words:

Keywords:

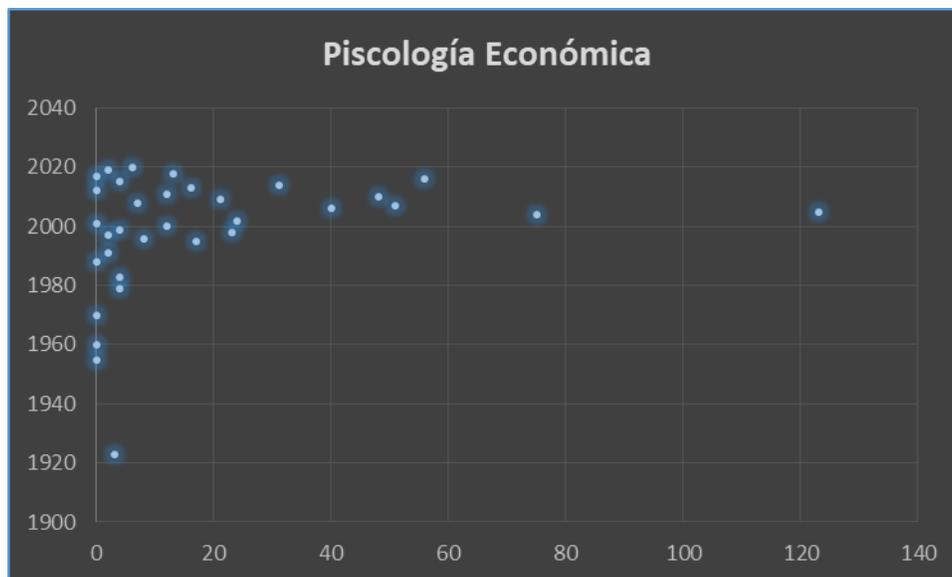
Results [Help](#)

Publication years: 1923-2020
 Citation years: 97 (1923-2020)
 Papers: 113
 Citations: 606
 Cites/year: 6.25
 Cites/paper: 5.36
 Authors/paper: 1.45
 h-index: 13
 g-index: 23
 hI,norm: 12
 hI,annual: 0.12
 Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:
 15,9,3,1,0

Cites	Authors	Title	Year
120	M Denegri, A Palavecinos, M Ripoll, M Delval	Introducción a la psicología económica	2005
56	RH Thaler	Todo lo que he aprendido con la psicología económica: el encuentro entre la economía y la psicología, y sus implicaciones para los individuos	2016
39	A Gil Juárez, J Feliu i Samuel-Lajeunesse	Psicología económica y del comportamiento del consumidor	2004
37	M Denegri, R Gempp, C Del Valle, S Etchebarne...	El aporte de la psicología educacional a las propuestas de educación económica: los temas claves	2006
35	MD Coria, GM Toro, SE López	La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de psicología económica	2007
29	M Denegri Coria	Introducción a la psicología económica	2010
24	I QUINTANILLA	Daniel Kahneman y la psicología económica	2002
20	J Ramos, JM Peiró	La Psicología del trabajo y las organizaciones en tiempos de crisis económica	2014
19	M Denegri, D Cabezas, A Páez...	Alfabetización económica en estudiantes de la carrera de Psicología.	2009

Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta y a la transición digital

Cites	Year	Cites	Year	Cites	Year
3	1923	0	2001	56	2016
0	1955	24	2002	0	2017
0	1960	75	2004	13	2018
0	1970	123	2005	2	2019
4	1979	40	2006	6	2020
4	1983	51	2007		
0	1988	7	2008		
2	1991	21	2009		
17	1995	48	2010		
8	1996	12	2011		
2	1997	0	2012		
23	1998	16	2013		
4	1999	31	2014		
12	2000	4	2015		



Discusión

La comparación entre los términos de psicología económica en los dos idiomas se puede ver una distancia considerable a favor del término de habla inglesa, considerando que la investigación está direccionada mayormente en este idioma.

Existen varios sectores donde se hacen búsquedas web a través de los buscadores, estas sean directas y relacionales del término de psicología económica indican que los picos más altos están representados por Filipinas, Sudáfrica y Países bajos.

Para búsquedas en YouTube el término presenta una relación más cercana de los mismos, haciendo que en los últimos periodos estudiados sean muy parecidos, los sectores referenciales para este tipo de búsquedas son Alemania, India y Estados Unidos

El término Economic Psychology presenta 98 años de estudio verificado a través de las citaciones, cuenta con 440 papers en Google Scholar y 9811 citas a lo largo de los mismos.

Los autores más representativos del término en inglés son: E Kirchler, SEG Lea, WF Van Raaij, P Webley, RM Levine, ML Richins, FW Rudmin, A Lewis, C Mackenzie, G Antonides, C Burgoyne, B Young , con 1423 citas como obra mayormente citada.

En el idioma inglés se enmarca un gran interés evidenciándose puntos muy altos en los años de 1981, 1987 y 2007

Para el estudio del término de Psicología Económica se presentan 97 años desde 1923, 113 artículos y 606 citas, considerando que aunque ha tenido una evolución importante es difícil comparar al de habla inglesa.

Los autores más representativos de esta ciencia en habla hispana son : M Denegri, A Palavecinos, M Ripoll, M Delval, RH Thaler, A Gil Juárez, J Feliu i Samuel-Lajeunesse, R Gempp, C Del Valle, S Etchebarne , MD Coria, GM Toro, SE López, I QUINTANILLA, J Ramos, JM Peiró, D Cabezas, A Páez, con 120 citas en la obra mayormente citada.

Se ve un aumento en el interés en el estudio del término en habla hispana en las dos primeras décadas del siglo 21, mostrando puntos altos entre el año 2000 y 2020.

Conclusiones

Las Variables que están ligadas a las decisiones económicas suelen generar índices de satisfacción, y estas a su vez réditos económicos generando un ciclo creando un término de naturaleza compleja que llega a representar mucho al momento de explicar el porqué de la conducta del consumidor.

La Psicología Económica es una ciencia dinámica de desarrollo exponencial que con el tiempo ha dejado de ser subjetiva para adoptar los métodos de otras ciencias, llegando a estar representada en la comunidad y al ser mayormente estudiada como la psicología del consumo.

La tendencia de Neuromarketing ligada a la investigación de mercados pretende establecer las variables correlacionales con el factor consumo con el fin de que la psicología económica y el marketing puedan ser muy objetivas en un futuro.

Referencias

1. Albou, P. (1982). Pierre-Louis Reynaud (1908-1981). *Journal of Economic Psychology*, 2(1), 33-38.
2. Analuisa, D. A., Sánchez, R. Z., & Saá, M. J. M. (2018). Emprendimiento social en Ecuador: análisis del enfoque social vs. enfoque de mercado. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 3(12), 336-350..
3. Anaya-Reig, N., & Romo, M. (2017). Cajal, Psychologist of Science. *The Spanish Journal of Psychology*, 20.,
4. Arocas, R. L. (1995). Los estilos de compra y la satisfacción del consumidor en el contexto de la psicología económica (Doctoral dissertation, Universitat de València).
5. Blumer, H. (1969). The methodological position of symbolic interactionism. *Symbolic interactionism: Perspective and method*, 1-60.
6. Caporael, L. R. (2001). Evolutionary psychology: Toward a unifying theory and a hybrid science. *Annual review of psychology*, 52(1), 607-628.
7. Cruz, J. E. (2010). Psicología económica. Artículos en PDF disponibles desde 1994 hasta 2013. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/sumapsicol, 8(2), 213-236.
8. Denegri, M., Palavecinos, A., Ripoll, M., & Delval, M. (2005). Introducción a la psicología económica. *Marketing*, 16, 172-178.
9. Díaz Herrera, K. D., & Salguero Baldes, J. A. (2021). La transición digital como solución a las nuevas necesidades de comercialización del sector minorista frente a la pandemia Covid 19 en la Zona 3 del Ecuador (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.).
10. Garzon Medina, C., Rangel Jimenez, S., & Parra Jimenez, O. Toma de decisiones económicas bajo condiciones de riesgo e incertidumbre: una mirada desde la teoría económica neoclásica y la psicología económica..
11. Gries, R. (2010). Ernest Dichter and motivation research. S. Schwarzkopf (Ed.). New York: Palgrave Macmillan.

12. Hands, D. W. (2010). Economics, psychology and the history of consumer choice theory. *Cambridge Journal of Economics*, 34(4), 633-648.
13. Heredia-Gamboa, D. A., del Pilar Hurtado-Yugcha, J., Gamboa-Salinas, J. M., & Mancheno-Saá, M. J. (2022). Administración del reciclaje, tendencia económica post pandemia que se suma a la transición digital de la oferta. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 375-393.
14. Hosseini, H. (2011). George Katona: A founding father of old behavioral economics. *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 977-984.
15. Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
16. Knight, F. H. (1925). Economic psychology and the value problem. *The quarterly journal of economics*, 39(3), 372-409.
17. Kunreuther, H., & Slovic, P. (1978). Economics, psychology, and protective behavior. *The American Economic Review*, 68(2), 64-69.
18. Lea, S. E., Lea, S. E., Lea, S. E., Lea, S., Tarpy, R. M., & Webley, P. M. (1987). *The individual in the economy: A textbook of economic psychology*. CUP Archive.
19. Mancheno-Saá, M. J., Bermúdez-Santana, D. J., & del Rocío Pérez-Barrionuevo, A. (2019). De la teoría científica a la de criticabilidad auto organizada: Un entorno que exige cambios sustanciales en la administración. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 4(4), 595-612.
20. Mancheno-Saá, M. J., Gamboa-Salinas, J. M., Quisimalin-Santamaría, H. M., & del Pilar Hurtado-Yugcha, J. (2021). Innovación un fundamento en la creación de valor perceptual del turista. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 543-562.
21. Mises, L. (2007). *The historical setting of the austrian school of economics*. Ludwig von Mises Institute.
22. Ortiz-Quispe, R. A., & Mancheno-Saá, M. J. (2020). Aproximación teórica al marketing conversacional: cadena evolutiva, interacción empresa-usuario y chat online. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(5), 223-241.,
23. QUINTANILLA, I. (2002). Daniel Kahneman y la psicología económica. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 18(1), 95-108.

24. Quintanilla, I., Martín, T. B., & Pardo, I. Q. (2005). *Psicología y economía* (Vol. 78). Universitat de València.
25. Reynaud, P. L. (1981). *Economic psychology*. Praeger Publishers
26. Richins, ML (1994). Las posesiones especiales y la expresión de los valores materiales. *Revista de investigación del consumidor* , 21 (3), 522-533.
27. Sánchez Moncayo, G. K. (2021). El impacto económico y el uso de la transición digital como innovación en el sector minorista de comercios especializados y no especializados frente a la pandemia COVID–19 en la zona centro del país (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Organización de Empresas).
28. Sosa, J. J. S., & Valderrama-Iturbe, P. (2001). Psychology in Latin America: Historical reflections and perspectives. *International Journal of Psychology*, 36(6), 384-394.
29. Twomey, P. (1998). Reviving Veblenian economic psychology. *Cambridge Journal of Economics*, 22(4), 433-448.
30. Wärneryd, K. E. (2008). The psychological underpinnings of economics: Economic psychology according to Gabriel Tarde. *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), 1685-1702.