

Evolución científica de la conducta del consumidor y el consumo de hogares: un análisis bibliométrico (1969–2026)

Scientific developments in consumer behavior and household consumption: a bibliometric analysis (1969–2026)

- 1 Estiven Santiago Changó Tasinchano  <https://orcid.org/0009-0002-9784-6768>
Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), Latacunga, Ecuador. Licenciatura en Mercadotecnia
santiivip537@gmail.com
- 2 William Franklin Ortiz Paredes  <https://orcid.org/0000-0003-1569-3412>
Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), Latacunga, Ecuador.
william.ortiz9749@utc.edu.ec

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 14/05/2026

Revisado: 19/06/2026

Aceptado: 28/07/2026

Publicado: 18/08/2026

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v10i3.3734>

Cítese:

Changó Tasinchano, E. S., & Ortiz Paredes, W. F. (2026). Evolución científica de la conducta del consumidor y el consumo de hogares: un análisis bibliométrico (1969–2026). *Ciencia Digital*, 10(3), 118-149. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v10i3.3734>



Ciencia Digital
Editorial



CIENCIA DIGITAL, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://cienciadigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec.

Esta revista está protegida bajo una licencia *Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 International*. Copia de la licencia: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>.

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons en la 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Palabras claves:

Conducta del consumidor, consumo de hogares, bibliometría, producción científica, consumo sostenible.

Resúmen: **Introducción:** el comportamiento del consumidor y el consumo de los hogares han captado cada vez más la atención en economía, ciencias sociales y marketing, ya que las decisiones de compra influyen notablemente en el bienestar financiero de las familias. **Objetivo:** analizar la evolución científica de esta temática mediante un análisis bibliométrico de publicaciones indexadas en Scopus durante el período 1969–2026. **Metodología:** metodología PRISMA para la selección de documentos y las herramientas Bibliometrix y Biblioshiny para el procesamiento de la información, obteniéndose una muestra final de 76 artículos científicos. **Resultados:** los datos obtenidos evidencian una progresiva ampliación de la producción científica y una variedad de enfoques de investigación, observándose un tránsito desde enfoques con variables estrictamente económicas hacia enfoques sostenibles; el comportamiento de la compra y el bienestar económico, así como identificar a los principales autores, fuentes, países y estructuras de temas del sector. **Conclusión:** la afirmación de que esta línea de investigación se encuentra en proceso de consolidación y es relevante para futuros estudios sobre el consumo familiar y las condiciones de vida de los hogares. **Área de estudio general:** Administración de empresas. **Área de estudio específica:** Mercadotecnia. **Tipo de estudio:** Revisión bibliométrica.

Keywords:

Consumer Behavior, household consumption, bibliometrics, scientific production, sustainable consumption.

Abstract: **Introduction:** consumer behavior and household consumption have increasingly attracted attention in economics, the social sciences, and marketing, as purchasing decisions significantly influence the financial well-being of families. **Objective:** to analyses the scientific evolution of this subject area through a bibliometric analysis of publications indexed in Scopus during the period 1969–2026. **Methodology:** the PRISMA methodology was used for document selection, whilst the Bibliometrix and Biblioshiny tools were employed for data processing, resulting in a final sample of 76 scientific articles. **Results:** the data obtained show a gradual expansion in scientific output and a variety of research approaches, revealing a shift from approaches based on strict economic variables towards sustainable approaches; they also examine purchasing behaviour and economic well-being, as well as identifying the main authors, sources, countries and thematic structures within the sector. **Conclusion:**

this line of research is currently being consolidated and is relevant for future studies on household consumption and living conditions.

General Area of Study: Business Administration. **Specific area of study:** Marketing. **Type of study:** Bibliometric review.

1. Introducción

El presente artículo constituye un producto científico derivado del proyecto de investigación formativa “Análisis del consumo de marcas asociadas a los productos de la canasta familiar básica en los hogares de los cantones Latacunga y Ambato”, aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi mediante Resolución UTC-CAYE-CD-S. Ext. R. N. 5, de fecha (23-02-2026).

La conducta del consumidor constituye uno de los campos de investigación más relevantes dentro de las ciencias sociales, económicas y del marketing, ya que permite comprender cómo los individuos y los hogares toman decisiones relacionadas con la adquisición, uso y disposición de bienes y servicios, mientras que el consumo de los hogares representa un componente esencial de la actividad económica al reflejar la capacidad adquisitiva, las preferencias de consumo y las condiciones de vida de las familias.

Durante las últimas décadas, fenómenos como la globalización, la digitalización, los cambios demográficos y la creciente preocupación por la sostenibilidad han transformado los patrones de consumo, impulsando un crecimiento sostenido de la producción

científica y la incorporación de nuevos enfoques teóricos y metodológicos, lo que hace necesario analizar la evolución de este campo para identificar sus principales tendencias, autores, revistas, países y estructuras temáticas, aspectos que pueden examinarse mediante estudios bibliométricos (Donthu et al., 2021).

A pesar del incremento de investigaciones sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, la mayor parte de la literatura se ha orientado al análisis empírico de factores económicos, sociales y conductuales, mientras que son escasos los estudios que evalúan de forma integral la evolución científica de estas temáticas, situación que evidencia una brecha de conocimiento y justifica el desarrollo de investigaciones bibliométricas que permitan comprender la estructura y evolución del campo.

Asimismo, aunque indicadores como la canasta familiar básica son utilizados para evaluar el bienestar económico y las condiciones de consumo, la literatura científica incorpora además dimensiones relacionadas con el comportamiento del consumidor, el gasto familiar, la sostenibilidad y las decisiones de compra, ampliando la comprensión de los factores que influyen en las dinámicas de consumo y en las condiciones de vida de los hogares (Donthu et al., 2021). En este

sentido, el análisis bibliométrico de la producción científica permite obtener una visión integral sobre la evolución del conocimiento, identificar las principales líneas de investigación y las estructuras conceptuales que han orientado el desarrollo de este campo.

La literatura científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares ha experimentado un crecimiento significativo durante las últimas décadas, asimismo, diversos estudios han abordado la influencia de factores económicos, sociales y psicológicos sobre las decisiones de consumo de las familias.

A nivel internacional, las investigaciones han evolucionado desde enfoques centrados exclusivamente en el comportamiento individual del consumidor hacia perspectivas más amplias que incorporan el análisis del consumo de hogares, la sostenibilidad y el bienestar económico, esta evolución coincide con los resultados obtenidos en el presente análisis bibliométrico, donde se observa una transición temática desde el concepto de comportamiento del consumidor hacia el consumo de hogares y el consumo sostenible.

Conforme a la investigación de Morán et al. (2018) en el contexto ecuatoriano, el ingreso familiar mensual y el coste de la canasta familiar básica presentan una alta correlación. Por su parte, los autores Sánchez et al. (2019) realizaron el estudio de la evolución del coste de la canasta básica como de su relación con el ingreso familiar duran-

te el periodo correspondiente 1990–2017 y verificarían que el incremento en el ingreso familiar permite a los hogares acceder a los elementos básicos indispensables.

El objetivo de esta investigación fue analizar la evolución científica de la conducta del consumidor y el consumo de hogares mediante un análisis bibliométrico de publicaciones indexadas en Scopus durante el período 1969–2026, con el propósito de identificar tendencias de investigación, actores relevantes y estructuras intelectuales, conceptuales y sociales del campo. En específico, los objetivos del estudio fueron:

- Analizar la producción científica a lo largo de los años.
- Reconocer a los principales autores, revistas y países que desarrollan esta línea de investigación.
- Estudiar la estructura intelectual a través de las redes de co-citación.
- Estudiar la estructura conceptual mediante por redes de coocurrencia de palabras clave y evolución de temas
- Identificar a las principales tendencias emergentes de este campo de estudio.

1.1 Marco teórico

El bienestar económico se analiza a través del comportamiento del consumidor y el consumo de los hogares, ya que las decisiones de compra revelan la capacidad de las familias para satisfacer sus necesidades

básicas. La canasta básica familiar constituye un indicador clave en este contexto. Para comprender su evolución a lo largo del tiempo, se pueden utilizar herramientas bibliométricas que permitan identificar tendencias y patrones recurrentes en la investigación académica sobre el tema.

1.1.1 Conducta del consumidor

La conducta del consumidor constituye uno de los principales campos de estudio del marketing y se enfoca en analizar cómo las personas seleccionan, adquieren, utilizan y disponen de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades y deseos. Según Kotler & Keller (2012) el comportamiento del consumidor comprende los procesos mediante los cuales los individuos toman decisiones de compra influenciadas por factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

De manera complementaria, Solomon (2020) señala que la conducta del consumidor estudia los procesos involucrados cuando individuos o grupos seleccionan, compran, utilizan o desechan productos, servicios, ideas o experiencias.

El estudio de la conducta del consumidor ha evolucionado significativamente durante las últimas décadas. Inicialmente, las investigaciones se centraban en factores económicos relacionados con precios e ingresos, sin embargo, actualmente incorporan variables como percepción, satisfacción, sostenibilidad, bienestar y responsabilidad social.

1.1.2 Consumo de hogares

El gasto de los hogares es uno de los elementos clave de la actividad económica y se considera un indicativo esencial para poder medir el bienestar de la población. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2023) el consumo de los hogares es el que realizan las familias en bienes y servicios para la satisfacción de calibrar necesidades individuales y colectivas.

Desde la teoría económica, el consumo de los hogares está íntimamente vinculado a determinantes como la renta disponible, el empleo, la inflación y las expectativas económicas. Keynes (1936) sugirió que el nivel de consumo depende del ingreso de las familias, pero una explicación más reciente también reconoce la influencia de los factores sociales, culturales y psicológicos en las decisiones de gasto.

Los hogares distribuyen sus recursos entre diferentes categorías de consumo, como alimentación, vivienda, transporte, educación, salud y recreación. Ello implica que el análisis de los patrones de consumo permite conocer las condiciones de vida de la población y establecer si han existido cambios en el bienestar económico.

1.1.3 Consumo de hogares y bienestar económico: aproximación desde la canasta familiar básica

El análisis del consumo de los hogares se encuentra estrechamente vinculado con la evaluación del bienestar económico de la

población, en este contexto, la canasta familiar básica constituye uno de los principales indicadores utilizados para estimar la capacidad de los hogares para acceder a bienes y servicios esenciales, siendo calculada periódicamente por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) a partir de un conjunto de bienes y servicios indispensables para satisfacer las necesidades básicas de una familia promedio.

Diversas investigaciones han destacado la utilidad de este indicador para analizar la relación entre ingreso familiar, gasto y bienestar económico, Morán et al. (2018) encontraron una relación significativa entre el ingreso familiar mensual y el costo de la canasta familiar básica en Ecuador, evidenciando que la capacidad de consumo de los hogares depende en gran medida de la evolución de sus ingresos.

De manera similar, Sánchez et al. (2019) concluyeron que el acceso a la canasta familiar básica presentó mejoras progresivas durante el período 1990–2017, especialmente después de la dolarización de la economía ecuatoriana, señalando que la evolución de los ingresos familiares constituye un factor determinante para garantizar el acceso a bienes y servicios esenciales.

1.1.4 Bibliometría como herramienta para el análisis científico

La bibliometría es una metodología cuantitativa que permite evaluar la producción científica mediante indicadores estadísticos aplicados a publicaciones académicas, con el propósito de analizar la evolución del co-

nocimiento, identificar tendencias de investigación y reconocer a los principales actores que contribuyen al desarrollo de un campo científico.

Según Aria & Cuccurullo (2017) la bibliometría facilita la exploración sistemática de grandes volúmenes de información científica mediante herramientas computacionales especializadas que permiten identificar autores influyentes, revistas relevantes, redes de colaboración y estructuras temáticas presentes en la literatura académica, mientras que Donthu et al. (2021) destacan que esta metodología se ha consolidado como una herramienta ampliamente utilizada para sintetizar el conocimiento científico y comprender la evolución de las disciplinas.

Entre los análisis bibliométricos más utilizados se encuentran la producción científica anual, el análisis de citas, las redes de coautoría, las redes de co-citación y la co-ocurrencia de palabras clave, procedimientos que permiten comprender tanto la estructura intelectual como la estructura conceptual de un campo de investigación.

2. Metodología

La presente investigación se llevó a cabo bajo un diseño cuantitativo, descriptivo y bibliométrico. En efecto, los trabajos de investigación bibliométrica permiten analizar la evolución de la producción científica mediante indicadores estadísticos aplicados a las publicaciones académicas, lo cual permite también identificar tendencias, autores, revistas, países y estructuras temáticas dentro de un campo de conocimiento.

El estudio tuvo un carácter retrospectivo debido a que examinó la evolución de la literatura científica publicada entre 1969 y 2026 sobre conducta del consumidor y consumo de hogares. Asimismo, se aplicó la metodología *PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses)* para garantizar la transparencia y reproducibilidad del proceso de selección documental.

2.1 Fuente de información

La información utilizada en esta investigación fue obtenida de la base de datos Scopus, seleccionada por su amplia cobertura multidisciplinaria, la calidad de su indexación y la disponibilidad de metadatos estandarizados para el análisis bibliométrico. Igualmente, la compatibilidad con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny ayudan en el análisis de la producción científica, análisis de redes de colaboración y evolución temática (Donthu et al., 2021). Como limitación, el uso exclusivo de la base de datos Scopus puede excluir publicaciones indexadas en otras bases de datos científicas.

2.2 Estrategia de búsqueda

La investigación documental se llevó a cabo en junio 2026 mediante el sistema de búsqueda avanzado de Scopus, teniendo el intervalo temporal 1969–2026, que agrupa los documentos indexados y recuperados hasta dicha fecha, utilizando la estrategia de búsqueda de los términos *consumer behavior* y *household consumption* añadiendo en ello filtros en el área de *Economía (ECON)*, *Negocios, Gestión y Contabilidad (BUSI)*

y *Ciencias Sociales (SOCI)*, considerando únicamente los artículos de carácter científico.

La ecuación de búsqueda utilizada fue la siguiente:

- TITLE-ABS-KEY (consumer behavior.AND "household consumption")
- AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, .ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, .econ"))
- OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "busi") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "soci"))

La aplicación de estos criterios ha implicado la recuperación de una muestra final de 76 artículos científicos, que han compuesto la base documental para el análisis bibliométrico desarrollado mediante Bibliometrix y Biblioshiny.

2.3 Criterios de inclusión

Se incluyeron los documentos que cumplieron los siguientes criterios:

- Artículos científicos indexados en Scopus.
- Publicaciones recuperadas mediante la ecuación de búsqueda definida para el estudio.
- Documentos publicados entre 1969 y junio de 2026.

- Estudios publicados en idioma inglés y español.
- Investigaciones relacionadas con la conducta del consumidor y el consumo de hogares.
- Registros con información bibliográfica completa y suficiente para el análisis bibliométrico.
- Estudios alineados con el objetivo general de la investigación.

2.4 Criterios de exclusión

Se excluyeron los siguientes tipos de documentos:

- Actas de congresos.
- Editoriales.
- Notas técnicas.
- Capítulos de libros.
- Registros con información bibliográfica incompleta.
- Estudios sin relación directa con el objetivo de investigación.

La **Tabla 1** describe los criterios de inclusión y exclusión utilizados para seleccionar los documentos, lo que ayuda a garantizar que los estudios incluidos en el análisis bibliométrico fueran relevantes, de alta calidad y consistentes.

2.5 Proceso de selección de documentos

El proceso de selección documental se desarrolló siguiendo las directrices de la declaración PRISMA 2020 con el propósito de garantizar la transparencia y reproducibilidad del procedimiento metodológico (Page et al., 2021). La búsqueda bibliográfica se realizó en Scopus durante junio de 2026, por lo que el período 1969–2026 corresponde a los documentos indexados hasta la fecha de recuperación de la información.

Inicialmente se identificaron 147 registros, tal como se muestra en la **Tabla 2** de los cuales se excluyeron 26 por no cumplir los criterios metodológicos establecidos, posteriormente los 121 documentos restantes fueron evaluados mediante la revisión de títulos, resúmenes y palabras clave, excluyéndose 45 registros por su escasa relación con el objeto de estudio, obteniéndose una muestra final de 76 artículos científicos procesados mediante Bibliometrix y Biblioshiny para el análisis bibliométrico.

La **Figura 1** presenta el proceso de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión de los documentos analizados. De los 147 registros inicialmente recuperados en Scopus, 26 fueron excluidos en la etapa de depuración preliminar. Posteriormente, 121 registros fueron evaluados mediante la revisión de títulos, resúmenes y palabras clave, de los cuales 45 fueron excluidos por no presentar una relación suficiente con el objetivo de investigación. Como resultado final, se seleccionaron 76 artículos científicos para el análisis bibliométrico. Este procedimien-

Tabla 1: Criterios de inclusión y exclusión aplicados en la selección documental

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Artículos científicos indexados en Scopus.	Actas de congresos.
Publicaciones recuperadas mediante la ecuación de búsqueda definida para el estudio.	Editoriales.
Documentos publicados entre 1969 y junio de 2026.	Notas técnicas.
Estudios publicados en idioma inglés y español.	Capítulos de libros.
Investigaciones relacionadas con la conducta del consumidor y el consumo de hogares.	Documentos duplicados.
Registros con información bibliográfica completa y suficiente para el análisis bibliométrico.	Registros con información bibliográfica incompleta.
Estudios alineados con el objetivo general de la investigación.	Estudios sin relación directa con el objetivo de investigación.

Tabla 2: Resumen del proceso de selección documental según PRISMA 2020

Etapas del proceso	Descripción	Número de registros
Identificación	Registros recuperados en Scopus	147
Depuración preliminar	Registros excluidos por criterios documentales, inconsistencias o tipo de publicación no pertinente.	26
Cribado	Registros evaluados mediante título, resumen y palabras clave.	121
Elegibilidad	Registros excluidos por baja pertinencia temática o falta de relación directa con el objeto de estudio.	45
Inclusión	Documentos incluidos en el análisis bibliométrico final.	76

Nota: en base en el proceso de selección documental.

to permitió delimitar una muestra coherente con el objetivo del estudio y fortalecer la rigurosidad metodológica de la investigación.

2.6 Procesamiento y análisis de datos

Los registros seleccionados fueron exportados desde Scopus en formato CSV y procesados mediante Bibliometrix y su interfaz Biblioshiny en RStudio versión 4.6.0, herramientas que permiten realizar análisis bibliométricos y construir mapas científicos a

partir de metadatos bibliográficos estandarizados (Aria & Cuccurullo, 2017).

El mismo procesamiento ha permitido obtener, desde la productividad científica en el sentido más amplio, los niveles del impacto mediante las citas, los autores más relevantes, las revistas con más citas, los países más significativos o los documentos más relevantes y las leyes de Lotka y Bradford.

También permitía realizar análisis de coocu-

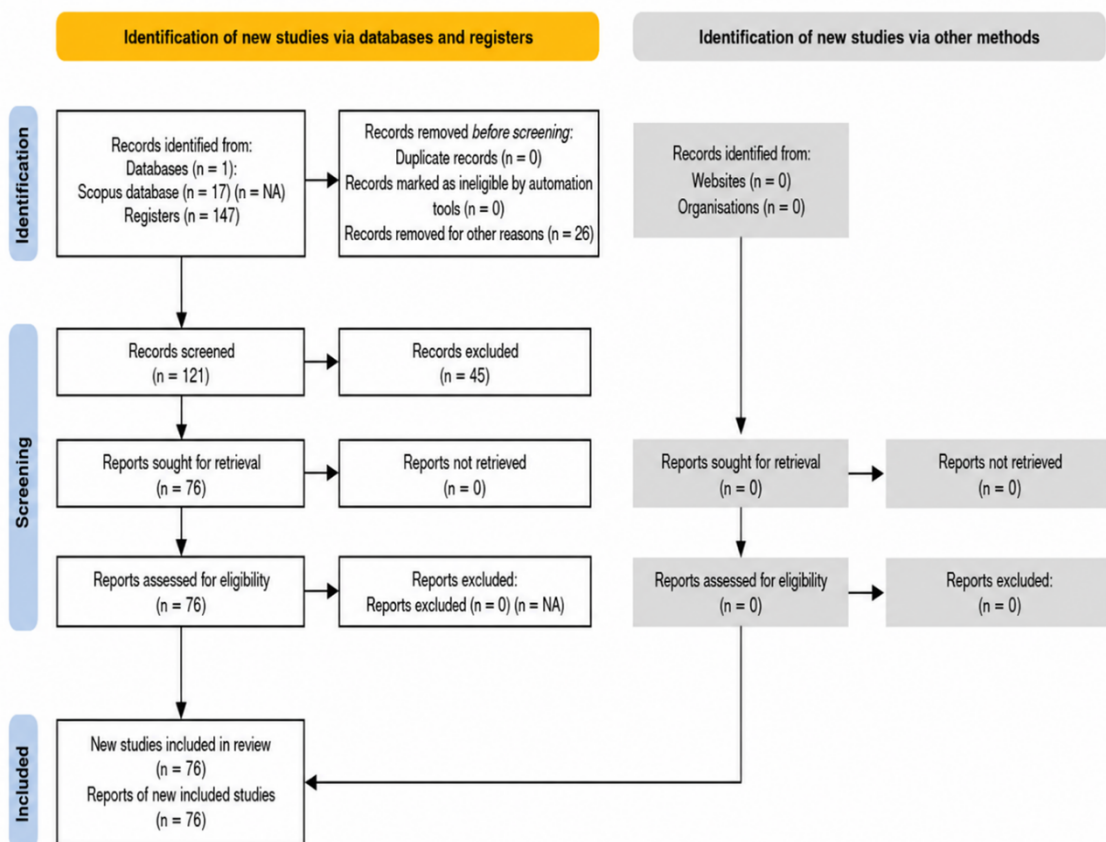


Figura 1: Proceso de identificación

rencia de palabras clave, mapas temáticos, evolución temática o diagramas de los tres campos para evidenciar las grandes tendencias del campo de estudio.

Y se utilizó, además, el programa Microsoft Excel que sirvió para organizar y depurar los datos bibliográficos, y también para validar la coherencia de la información durante el análisis.

2.7 Indicadores bibliométricos analizados

Con el propósito de cumplir los objetivos planteados, se analizaron diferentes indica-

dores bibliométricos agrupados en dimensiones de productividad científica, impacto científico, estructura intelectual, estructura conceptual y estructura social. La **Tabla 3** resume los principales indicadores considerados en el estudio y su contribución al análisis de la evolución científica de la conducta del consumidor y el consumo de hogares.

3. Resultados

La **Figura 2** presenta el proceso de selección documental realizado conforme al protocolo PRISMA 2020. A partir de la búsqueda en Scopus se identificaron 147 registros, de los cuales se excluyeron 26 por no cumplir

Tabla 3: Dimensión de análisis

Dimensión de análisis	Indicador bibliométrico	Descripción
Productividad científica	Producción científica anual.	Permite identificar la evolución temporal de las publicaciones relacionadas con conducta del consumidor y consumo de hogares.
Productividad científica	Autores más productivos.	Identifica los investigadores con mayor número de publicaciones dentro del campo de estudio.
Productividad científica	Revistas científicas más relevantes.	Determina las principales fuentes de difusión del conocimiento científico.
El impacto científico	Total, la cantidad de citas recibidas.	Muestra la intensidad acumulativa de las publicaciones analizadas.
Impacto científico	Promedio de citas por documento.	Evalúa el impacto medio alcanzado por cada publicación.
Impacto científico	Promedio de citas por año.	Mide la evolución de la intensidad científica que logra cada publicación a lo largo del tiempo
Estructura intelectual	Red de co-citación de autores.	Identifica autores más citados, junto con la fundamentación teórica del campo de investigación.
Estructura conceptual	Red de coocurrencia de términos.	Permite identificar temas principales de la literatura científica, así como sus relaciones.
Estructura conceptual	Evolución de temas.	Analiza la evolución temática de la investigación.
Estructura social	Producción científica por países.	Mide la distribución geográfica de la producción científica.
Estructura social	Colaboración científica internacional.	Mide el grado de cooperación entre investigadores y países.

Nota: indicadores generados mediante Bibliometrix y Biblioshiny.

los criterios metodológicos o presentar inconsistencias documentales.

Posteriormente, los 121 registros restantes fueron evaluados mediante la revisión de títulos, resúmenes y palabras clave, excluyéndose 45 documentos por su escasa relación con el objeto de estudio. Como resultado, la muestra final quedó conformada por 76 artículos científicos, garantizando un proceso de selección sistemático y transparente.

3.1 Caracterización general de la muestra

La muestra estuvo conformada por 76 documentos publicados entre 1969 y 2026. Se identificaron 64 fuentes de publicación, 177 autores y 214 palabras clave.

La **Figura 3** señala los principales indicadores descriptivos del conjunto bibliográfico examinado. La muestra estuvo constituida por 76 documentos publicados entre 1969 y 2026 en 64 fuentes científicas. Participaron 177 autores en total, con una media de 2,42 autores/doc. lo que pone de manifiesto una

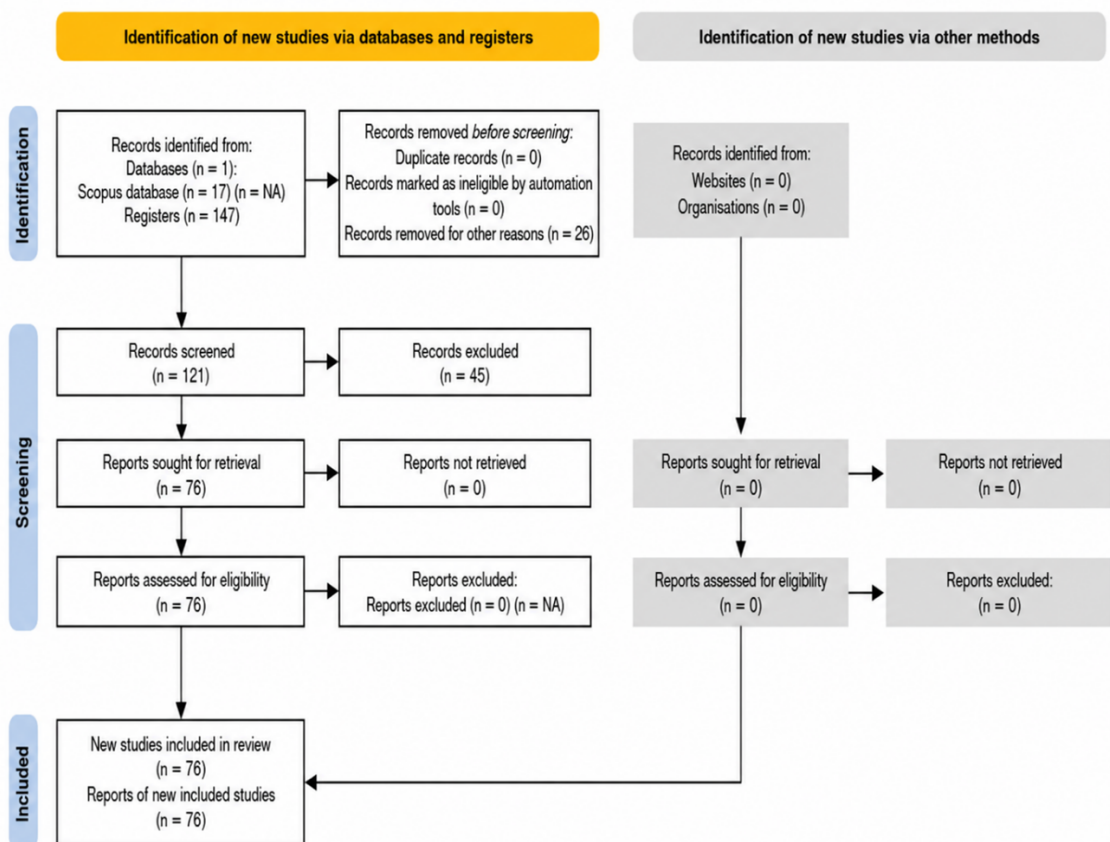


Figura 2: Diagrama de flujo PRISMA

tendencia hacia el trabajo colaborativo.

La colaboración internacional fue del 18,42 %, lo que significa un nivel bajo de colaboración entre investigadores de diferentes países. Por otro lado, la colección contiene 214 palabras clave de autor que demuestran una gran diversidad temática con relación a la conducta del consumidor, al consumo en los hogares y a otras áreas conectadas.

El total de la colección se eleva a 3.100 referencias bibliográficas y 19,29 citas promedio por documento en el que se hace referencia a una antigüedad media de 11,8 años. En este sentido, las dos cifras anteriores ha-

cen creer que la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares es un campo incipiente, con heterogeneidad temática y un interés constante de su desarrollo científico.

3.2 Evolución de la producción científica

La producción científica mostró un crecimiento progresivo durante las últimas décadas, especialmente a partir de 2010.

La **Figura 4** presenta los principales indicadores descriptivos de la colección bibliográfica analizada, la muestra estuvo conformada por 76 documentos publicados en-



Figura 3: Información general de la colección bibliográfica

Nota. Generado con R

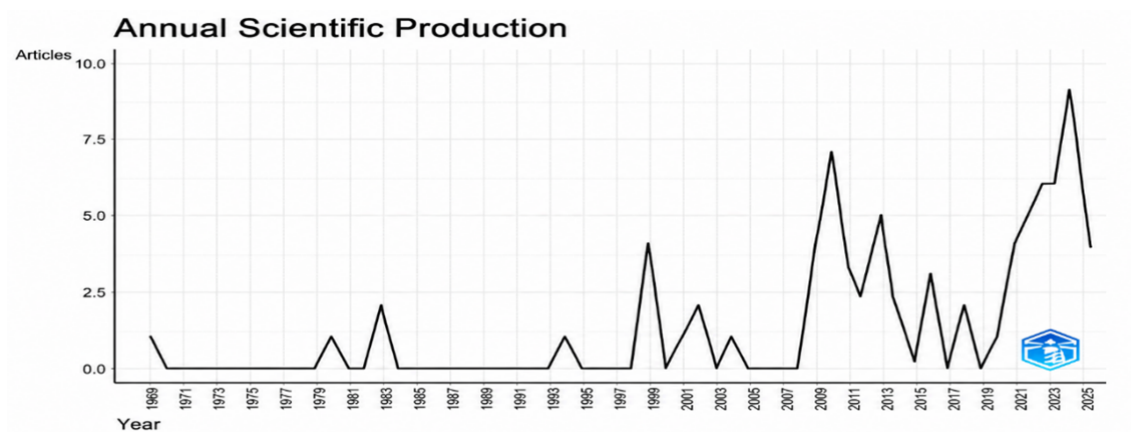


Figura 4: Producción científica anual

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

tre 1969 y 2026, distribuidos en 64 fuentes científicas, lo que permite observar la evolución de la producción científica sobre la conducta del consumidor y el consumo de hogares a lo largo de casi seis décadas, además, la producción fue desarrollada por 177 autores, con un promedio de 2,42 autores por documento, reflejando una tendencia hacia el trabajo colaborativo característica de las investigaciones multidisciplinares.

La colaboración internacional alcanzó el 18,42 %, evidenciando un nivel moderado

de cooperación entre investigadores de distintos países y oportunidades para fortalecer las redes de investigación, asimismo, la colección registra 214 palabras clave de autor, lo que refleja una importante diversidad temática y la coexistencia de distintos enfoques relacionados con la conducta del consumidor, el consumo de hogares, la sostenibilidad y el bienestar económico.

La colección analizada acumula 3.100 referencias bibliográficas, presenta un promedio de 19,29 citas por documento y una an-

tigüedad media de 11,8 años, evidenciando la presencia de estudios clásicos y recientes que permiten apreciar la evolución conceptual y metodológica del campo, en conjunto, estos indicadores muestran que la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares constituye un área en crecimiento y consolidación, caracterizada por una creciente diversidad temática, la colaboración académica y un interés sostenido por comprender los factores que influyen en las decisiones de consumo y el bienestar de los hogares.

3.3 Impacto científico

El análisis de citas permitió identificar los períodos con mayor nivel de citación dentro de la literatura relacionada con conducta del consumidor y consumo de hogares.

La **Figura 5** presenta la evolución del promedio de citas recibidas por los documentos publicados sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, este indicador permite analizar la visibilidad e influencia académica de las publicaciones a lo largo del tiempo e identificar los períodos que han generado mayor atención dentro de la comunidad científica, observándose que durante las primeras décadas del período analizado el promedio de citas se mantuvo en niveles relativamente bajos, situación que puede asociarse con la reducida cantidad de publicaciones y el desarrollo aún incipiente de esta línea de investigación.

A partir del 2000 hay un aumento general de la tasa de citación, si bien, hay ciertas fluctuaciones de un año a otro, siendo entre los

años 2017 a 2024 donde se da la tasa de citación más elevada, lo que pone de manifiesto que los artículos publicados ganaron mayor visibilidad e impacto en la comunidad académica. En la misma línea, se considera que hay un incremento en el interés reflejando temas relacionados con la conducta del consumidor, el consumo de hogares y la sostenibilidad.

Generalmente, la evolución del promedio de citas pone de manifiesto un aumento progresivo en la atención académica hacia esta línea de investigación, que reside en una mayor difusión de los estudios, así como en una mayor presencia del tema en el seno de la producción científica; y aunque las variaciones observadas deben interpretarse con precaución, puesto que los niveles de citación vienen también determinados por el propio tiempo de exposición que cada publicación ha tenido en el seno de la literatura científica.

3.4 Revistas más relevantes

Se identificaron las principales revistas científicas que han contribuido a la difusión del conocimiento sobre conducta del consumidor y consumo de hogares.

La **Figura 6** presenta las revistas científicas con mayor número de publicaciones dentro de la muestra analizada, los resultados muestran que *International Journal of Consumer Studies* lidera la producción científica con cuatro documentos, seguida por *Finance Research Letters* con tres publicaciones, mientras que *Applied Economics*, *Applied Economics*, *Economic Sys-*

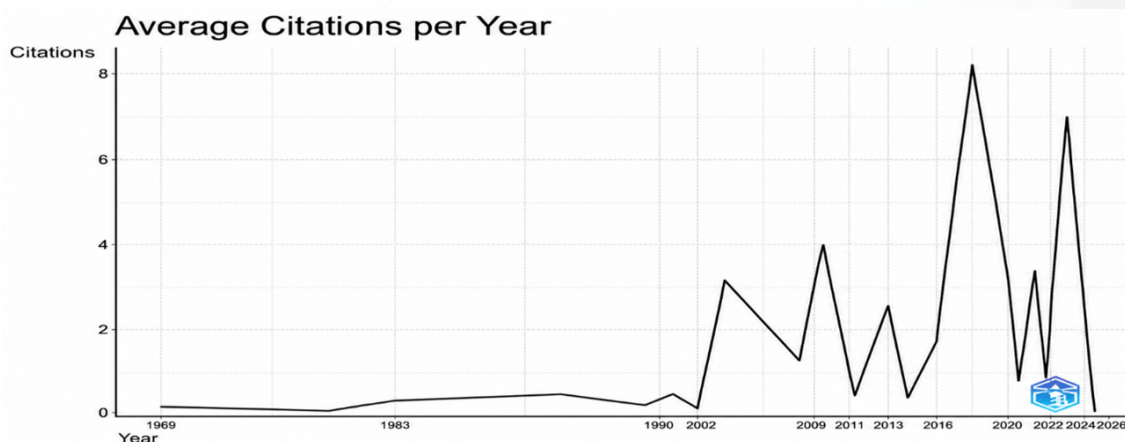


Figura 5: Promedio de citas por año

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

tems Research, Emerging Markets Review, Journal of Industrial Ecology, Journal of Urban Economics y *Sustainability* registran dos documentos cada una.

La distribución de las fuentes permite vislumbrar que la investigación sobre conducta del consumidor-consumo de los hogares es de carácter multidisciplinario, en tanto que reúne revistas especializadas sobre comportamiento del consumidor, economía, econometría y sistemas económicos, lo que remarca en sí el interés por conocer tanto los procesos de decisión de compra como las dinámicas del consumo de los hogares, también, la presencia de revistas que tienen que ver con la sostenibilidad o la ecología industrial hace aflorar distintas dimensiones en el ámbito económico, social y ambiental.

En conjunto, la distribución relativamente equilibrada de publicaciones entre distintas revistas refleja que el conocimiento científico sobre conducta del consumidor y consumo de hogares se transmite no sólo en-

tre diferentes áreas disciplinares, sino que también se pone de manifiesto con el amplio rango temático del área, la participación de diferentes comunidades académicas y el cambio en la investigación hacia modalidades cada vez más integradas.

3.5 Autores más relevantes

Los resultados indican una distribución relativamente equilibrada de la producción científica entre los investigadores localizados en la muestra.

La **Figura 7** presenta los autores con mayor productividad científica dentro de la muestra analizada sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, los resultados muestran que Voytenkov (2026) y Minjun & Yan (2009) lideran la producción académica con tres publicaciones cada uno, seguidos por Voytenkov & Demidova (2025), Li & Li (2025) y Zhang & Paolacci (2026) quienes registran dos documentos respectivamente, mientras que el resto de los autores identi-

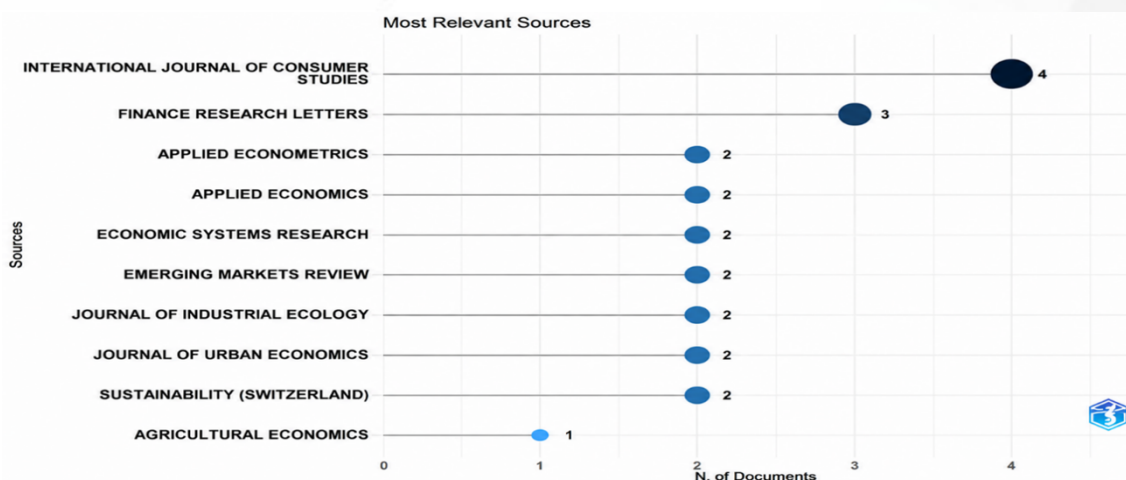


Figura 6: Fuentes más relevantes

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

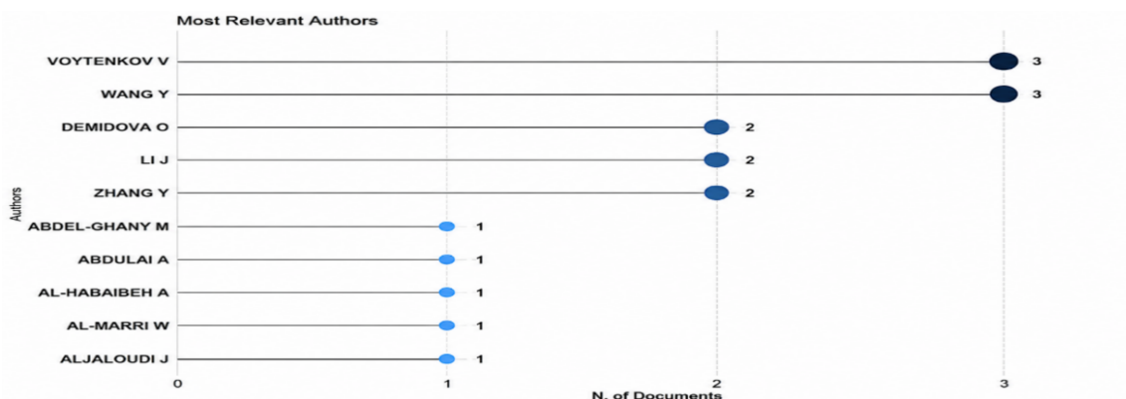


Figura 7: Autores más relevantes

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

cados cuenta con una publicación dentro de la colección analizada.

La distribución observada muestra una concentración moderada de la producción científica, ya que no hay una diferencia significativa entre cada uno de los autores comparativamente con el resto de los autores, lo cual implica una amplia participación de los investigadores en la construcción de la temática y que esta ha sido construi-

da mediante las aportaciones de diferentes académicos, esto es, no se ha dado el predominio de un único autor ni de un grupo de investigación.

En conjunto, los resultados ponen de manifiesto la diversidad de enfoques que podemos encontrar en esta materia científica, con aportaciones de marketing, economía, finanzas, sostenibilidad y ciencias sociales, lo que refuerza la constatación de que exis-

te una comunidad académica de la que se extraen diversos enfoques que contribuyen al ámbito y a una mejor comprensión de las razones que influyen en el comportamiento del consumidor y las dinámicas de consumo de los hogares.

3.6 Países líderes

La producción científica se distribuye entre diversos países, evidenciando una participación internacional en el desarrollo del conocimiento sobre conducta del consumidor y consumo de hogares.

La **Figura 8** muestra la distribución geográfica de la producción científica relacionada con la conducta del consumidor y el consumo de hogares, los resultados evidencian la participación de investigadores provenientes de América, Europa, Asia, África y Oceanía, lo que refleja el interés académico que esta temática ha despertado en diferentes regiones del mundo, destacando China como el país con mayor producción científica, seguida por Estados Unidos, ambos consolidados como los principales contribuyentes al desarrollo de este campo.

La representación gráfica pone de manifiesto la participación de un gran número de países europeos, con más representación de los países como: Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y España; también la participación de otros países de otras partes del mundo, con lo cual podemos comprobar que la investigación sobre comportamiento del consumidor y consumo de los hogares se desarrolla en contextos geográficos diferentes, y se nutre de diferentes vertientes académi-

cas y socioeconómicas.

La distribución observada indica que la producción científica de la conducta de los consumidores y el consumo de los hogares se distribuye ampliamente por el mundo y forma parte geográficamente de una amplia diversidad, favoreciendo el intercambio del saber, la colaboración entre investigadores y la consolidación de un campo de investigación.

3.7 Documentos más citados

Los documentos más citados permiten identificar las publicaciones que han ejercido mayor influencia dentro de la evolución científica de la conducta del consumidor y el consumo de hogares.

La **Figura 9** presenta los documentos con mayor número de citas globales dentro de la muestra analizada, este indicador permite identificar las publicaciones que han ejercido mayor influencia en el desarrollo de la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, destacando el trabajo de Tukker et al. (2010) como la contribución más influyente con 210 citas globales, seguido por los estudios de Girod & De Haan (2010) con 133 citas, Al-Marri et al. (2018) con 114 citas, Ye & Yue (2024) con 105 citas, y Newton & Meyer (2013) con 104 citas.

Asimismo, investigaciones desarrolladas por Nelson & Consoli (2010), Karlsson et al. (2004), Amicarelli et al. (2022), Kamura & Mazzon (2013) y Wolff & Schönherr (2011) presentan niveles importantes de reconocimiento académico, con valores de ci-

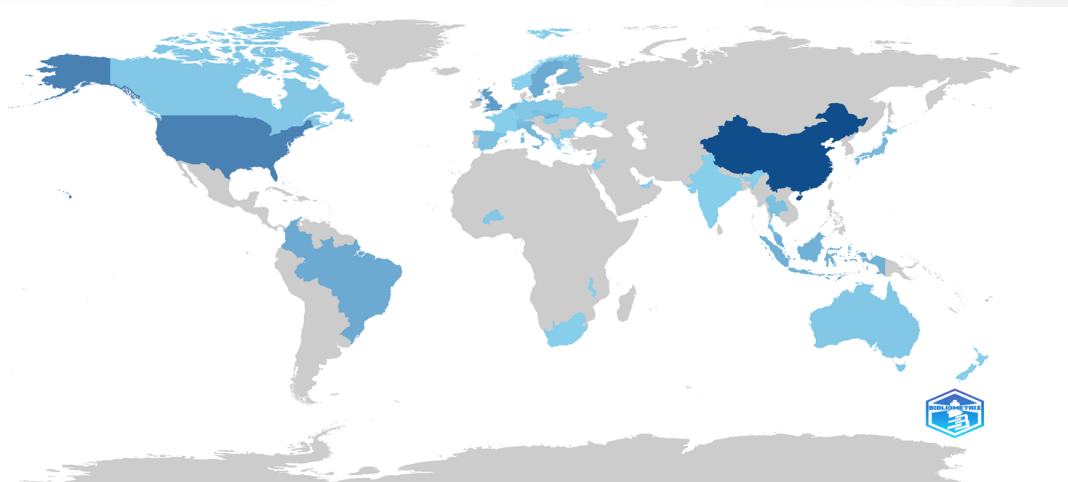


Figura 8: Producción científica por países

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

tación entre 57 y 92 citas globales, evidenciando la diversidad de enfoques empleados para analizar el comportamiento del consumidor, el consumo de los hogares, la sostenibilidad y sus implicaciones económicas y sociales, además, varios de los trabajos más citados se centran en sostenibilidad y consumo responsable, lo que refleja la incorporación progresiva de dimensiones ambientales dentro de este campo de estudio.

En conjunto, los documentos con mayor número de citas constituyen una base de conocimiento fundamental para el desarrollo de la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, su elevado impacto evidencia su relevancia en la evolución conceptual del campo y en la consolidación de las principales líneas de investigación que han orientado la literatura científica durante las últimas décadas.

3.8 Ley de Lotka

La Ley de Lotka permite analizar la distribución de la productividad científica de los autores e identificar la concentración de la producción académica dentro de un campo de investigación.

La **Figura 10** presenta la distribución de la productividad de los autores que conforman la muestra analizada utilizando la Ley de Lotka como modelo de referencia, este análisis permite identificar la proporción de investigadores según el número de documentos publicados, mostrando que la mayor parte de los autores registra una única publicación, representando aproximadamente el 97 % del total, mientras que una proporción considerablemente menor alcanza dos publicaciones y solo un grupo reducido registra tres documentos.

Esta distribución evidencia una alta concentración de autores ocasionales y una limi-

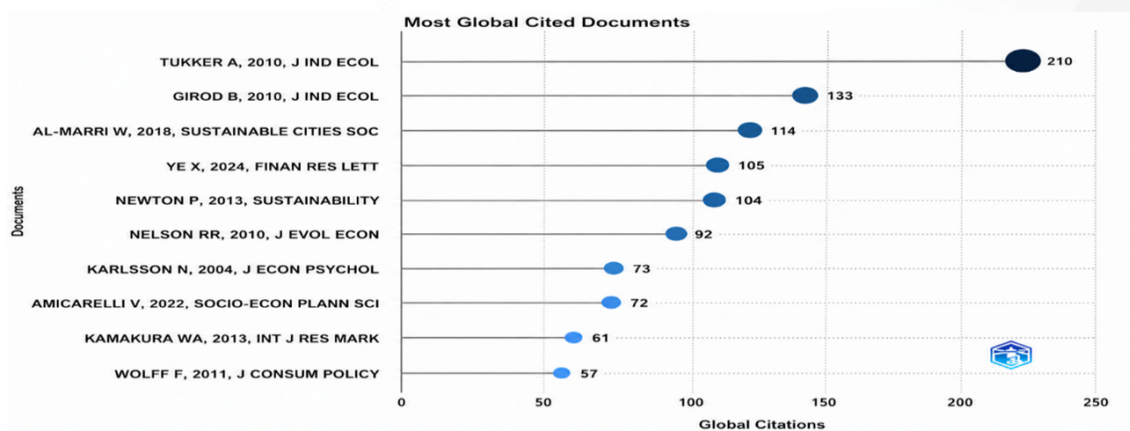


Figura 9: Documentos más citados a nivel global

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

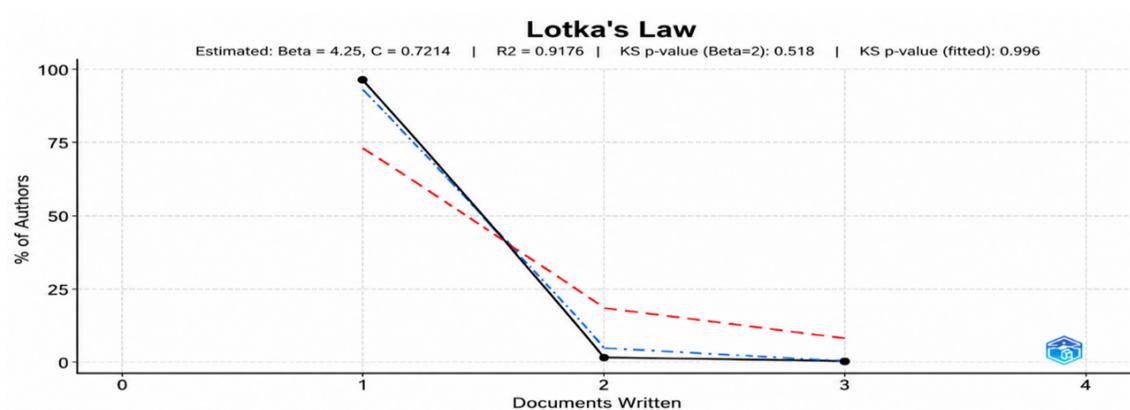


Figura 10: Distribución de autores según la Ley de Lotka

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

tada presencia de investigadores altamente productivos, comportamiento consistente con los principios de la Ley de Lotka, la cual establece que en la mayoría de los campos científicos un elevado número de autores contribuye con pocas publicaciones, mientras que un grupo reducido concentra una mayor productividad académica, además, el elevado ajuste entre los datos empíricos y el modelo teórico ($R^2 = 0,9176$) confirma que la productividad observada sigue el patrón esperado en la literatura científica.

En términos generales, el uso de la Ley de Lotka permite concluir que la investigación en conducta del consumidor y consumo de las familias tiene unas características de participación elevada de autores que contribuyen de forma individual y con una concentración reducida de investigadores muy productivos, lo que pone de manifiesto la naturaleza multidisciplinaria y diversa de esta línea de investigación.

3.9 Ley de Bradford

La Ley de Bradford permite la identificación de la concentración de la producción científica en las fuentes de publicación, permitiendo determinar cuáles de ellas constituyen el núcleo fundamental para la difusión del conocimiento a la hora de investigar un campo.

La **Figura 11** presenta la distribución de las fuentes científicas que conforman la muestra analizada mediante la aplicación de la Ley de Bradford, con el propósito de identificar el nivel de concentración de la producción académica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, los resultados muestran que la literatura se distribuye en tres zonas de productividad, donde el núcleo o *Core* está conformado por 14 fuentes que concentran una parte importante de las publicaciones, mientras que la Zona 2 y la Zona 3 agrupan 25 fuentes cada una, caracterizadas por una menor frecuencia de publicación.

La distribución observada demuestra que la producción científica no se distribuye homogéneamente entre las revistas, sino que se concentra en una serie restringida de fuentes de especialización, hecho que resulta coherente con los postulados de la Ley de Bradford, además, el ajuste obtenido para el modelo ($R^2 = 0,8693$) indica una buena aproximación para explicar la correspondencia entre los datos observados y el patrón teórico, suponiendo que la difusión del conocimiento responde a una estructura propia de la disciplina científica que incluye revistas

núcleo y un conjunto de revistas altamente complementarias.

La existencia de un núcleo del mismo modo permite identificar las principales revistas que concentran esta difusión del conocimiento científico, mientras que la existencia de muchas fuentes en las zonas de *periphery* dan cuenta del carácter multidisciplinar del tema al incluir aportaciones del marketing, de la economía, de la sostenibilidad y de las ciencias sociales, lo que da lugar a una amplia difusión del conocimiento científico y este a su vez también enriquece la diversidad temática y metodológica del campo.

3.10 Mapa temático

El mapa temático permite identificar la estructura temática de un campo de investigación a partir de la relación entre la centralidad y la densidad de los temas. La centralidad refleja el grado de importancia de un tema dentro de la red de conocimiento, mientras que la densidad indica su nivel de desarrollo interno.

La **Figura 12** presenta la distribución de los principales temas identificados en la literatura científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, organizados en cuatro cuadrantes: temas motores, temas básicos, temas especializados y temas emergentes o en declive, permitiendo identificar el nivel de desarrollo y la importancia relativa de cada área dentro del campo de investigación.

En el cuadrante de los temas motores se identifican los clústeres asociados a

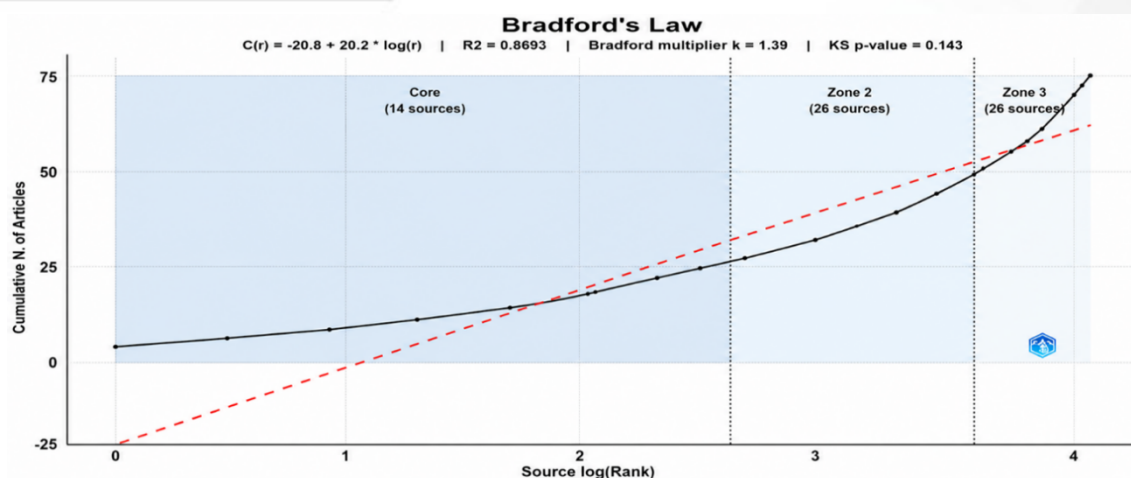


Figura 11: Distribución de revistas según la Ley de Bradford

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

consumer behavior, sustainable consumption, household survey, household, article y *quantitative analysis*, además del grupo conformado por *climate change, carbon footprint* y *behavioural change*, los cuales presentan elevados niveles de centralidad y densidad, evidenciando que constituyen las líneas de investigación más consolidadas y con mayor influencia dentro de la literatura, especialmente por la creciente integración entre comportamiento del consumidor y sostenibilidad.

En el cuadrante de los temas básicos se ubican conceptos como *consumption behavior, household expenditure* y *socioeconomic status*, caracterizados por una alta centralidad y un menor desarrollo interno, lo que indica que continúan siendo la base conceptual de numerosas investigaciones, mientras que en los temas especializados aparecen *sustainable development, input-output analysis* y *energy*, los cuales presentan un alto grado de desarrollo, aunque con una conexión más

limitada con el resto de la red temática.

Finalmente, el cuadrante de los temas emergentes o en declive incluye conceptos relacionados con *household consumption, consumer behaviour, income, inflation* y *household life cycle*, cuya baja centralidad y densidad sugieren procesos de transformación o consolidación, en conjunto, el mapa temático evidencia que la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares ha evolucionado hacia enfoques multidimensionales donde convergen aspectos económicos, sociales y ambientales, manteniendo variables tradicionales como el ingreso y el gasto junto con un creciente interés por la sostenibilidad y el cambio climático.

3.11 Three Fields Plot

El *Three Fields Plot* permite visualizar las relaciones existentes entre las referencias más citadas, los autores de la muestra y las principales palabras clave utilizadas en la

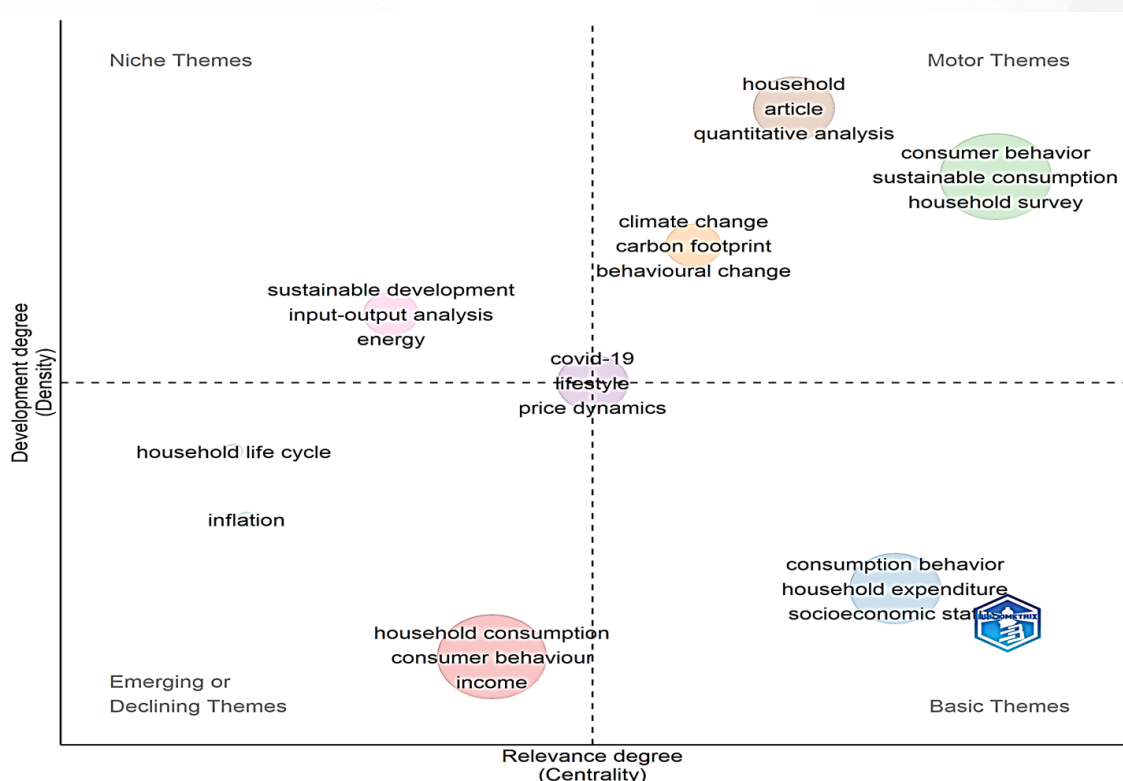


Figura 12: Mapa temático de la investigación

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

literatura científica. Este análisis facilita la comprensión de la estructura intelectual y temática del campo de investigación.

La **Figura 13** muestra la interacción entre las referencias más citadas (CR), los autores incluidos en la muestra (AU) y las principales palabras clave identificadas (KW_Merged), permitiendo visualizar cómo determinados trabajos de referencia influyen en la producción científica y en la construcción de los principales temas investigados, destacando referencias relacionadas con consumo, gasto de los hogares, comportamiento del consumidor, incertidumbre económica e inflación, las cuales constituyen una base teórica relevante para el desa-

rollo de este campo.

Al respecto de los autores, puede notarse la implicación de investigadores como Voytenkov (2026), Minjun & Yan (2009), Voytenkov & Demidova (2025), Li & Li (2025), Zhang & Paolacci (2026) y otros investigadores previamente identificados como los más productivos de la muestra, cuyas conexiones evidencian que la producción científica se sustenta en múltiples referencias teóricas y en la implicación de diversos investigadores, mostrando así la existencia de una estructura de conocimiento amplia y colaborativa.

Respecto a las palabras clave, sobresa-

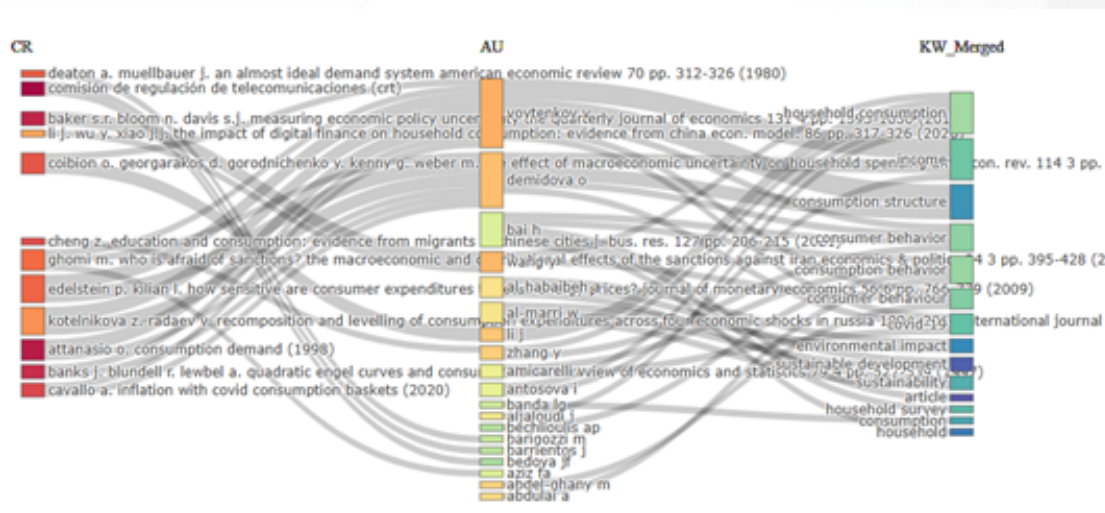


Figura 13: Three Fields Plot de la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

len términos como *household consumption*, *consumer behavior*, *consumption structure*, *environmental impact*, *sustainability*, *household survey*, *COVID-19* y *consumption*, confirmando que la investigación integra enfoques económicos, sociales y ambientales, además de mostrar una estrecha relación entre el comportamiento del consumidor, la sostenibilidad, el impacto ambiental y el bienestar económico.

Conjuntamente, el *Three Fields Plot* manifiesta que la producción científica acerca de la conducta del consumidor y el consumo de los hogares se articulan en virtud de la interacción entre fundamentos teóricos ya consolidados, por medio de autores que están activos y una amplia variedad de temas de investigación, evidenciando el carácter multidisciplinario del campo y la convergencia de los aportes que llegan desde la economía, el marketing, la sostenibilidad y las ciencias sociales.

3.12 Estructura conceptual

La red de coocurrencias identificó los principales núcleos temáticos que definen la estructura conceptual de la investigación de la conducta del consumidor y del consumo de los hogares.

La **Figura 14** presenta la red de coocurrencia de palabras clave identificadas en la literatura científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares, este análisis permite visualizar la estructura conceptual del campo mediante la identificación de los temas más estudiados y las relaciones existentes entre ellos, los resultados evidencian la presencia de varios clústeres temáticos diferenciados, donde el tamaño de los nodos representa la frecuencia de aparición de las palabras clave.

El clúster central, representado por los nodos de mayor tamaño y conectividad, concentra los conceptos directamente relacio-



Figura 14: Red de coocurrencia de palabras clave

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

nados con la conducta del consumidor y los patrones de consumo de los hogares, evidenciando que constituyen el núcleo conceptual sobre el cual se desarrolla gran parte de la producción científica, asimismo, se identifican grupos temáticos vinculados con sostenibilidad, comportamiento de compra, decisiones económicas y bienestar de los hogares.

La alta densidad de conexiones entre diferentes nodos pone en evidencia la existencia de relevantes relaciones conceptuales entre los principales temas de investigación al mismo tiempo que pone en consideración la amplitud temática del propio campo, mientras que la aparecen nodos periféricos puede poner de manifiesto la existencia de temas que con frecuencia relativa inferior que podríamos considerar como oportunidades para futuras investigaciones nuevas líneas de desarrollo científico.

La red de coocurrencia pone de manifiesto que la investigación sobre conducta del

consumidor y el consumo de los hogares tiene una estructura conceptual interdisciplinaria, que integra las dimensiones de la investigación de las ciencias del marketing, la economía, la sostenibilidad y las ciencias sociales para explicar la conducta del consumidor.

3.13 Evolución temática

La evolución temática permite visualizar el cambio que operan los enfoques conceptuales más relevantes que han orientado la investigación sobre conducta del consumidor y el consumo de los hogares a lo largo del tiempo.

La **Figura 15** presenta la evolución temática de la producción científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares durante tres períodos temporales: 1969–2009, 2010–2016 y 2018–2026, este análisis permite identificar los cambios en los enfoques conceptuales y las principales líneas de investigación que han caracterizado el desa-

rollo del campo científico, evidenciando una evolución progresiva hacia perspectivas más amplias e interdisciplinarias.

Durante el primer período (1969–2009), la literatura se concentró principalmente en los conceptos *consumer behavior* y *consumption behavior*, con énfasis en el estudio del comportamiento de compra y las decisiones individuales de los consumidores, mientras que en el segundo período (2010–2016) se observa una importante diversificación temática, manteniéndose el interés por el comportamiento del consumidor e incorporándose con mayor fuerza conceptos como *household consumption* y *sustainable consumption*, lo que refleja una ampliación del análisis hacia el consumo de los hogares y las dimensiones socioambientales.

En el periodo más reciente (2018–2026) la *household consumption*, resulta uno de los principales temas de investigación al mismo tiempo que la *consumption behaviour* sigue vigente, creándose además investigaciones sobre el consumo sostenible e integrando las dinámicas del consumo, mostrando un mayor nivel de especialización temática e integración de enfoques económicos, sociales y medioambientales. La evolución de la investigación refleja un deslizamiento desde las investigaciones fijas en el comportamiento individual del consumidor a investigación del consumo de los hogares con un análisis multidimensional del mismo, reflejando una diversificación conceptual y una incorporación de enfoques interdisciplinarios para estudiar las dinámicas del consumo.

3.14 Estructura intelectual

La estructura intelectual del campo fue analizada mediante una red de co-citación de autores, técnica que permite identificar los referentes teóricos más influyentes dentro de la literatura científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares.

La **Figura 16** presenta la red de co-citación de autores identificada en la muestra analizada. Este tipo de análisis permite reconocer las referencias académicas que son citadas conjuntamente por los investigadores y que constituyen parte de la base intelectual sobre la cual se desarrolla el campo de estudio.

Los hallazgos sugieren una red protagonizada por varios grupos de autores interconectados que se asocian, entre otros, a Friedman (1957), Taylor et al. (2018), Pasinetti (1983), Edelstein & Kilian (2009), Kok et al. (2006), Wang & Do (2023) y Yue et al. (2022) el hecho de encontrarse citas de estos autores indica que el trabajo revisado se fundamenta en contribuciones que son de diferentes etapas históricas y depende de diferentes perspectivas de investigación.

Igualmente, la configuración de la red da cuenta de la coexistencia de citas clásicas y contemporáneas en el campo, ya que ciertos autores reflejan fundamentos conceptuales que han sido desarrollados y revisados en décadas anteriores, mientras que otros citan contribuciones actuales, es decir, esto pone de manifiesto que la investigación sobre consumo y comportamiento del consumidor está constantemente actualizándose.

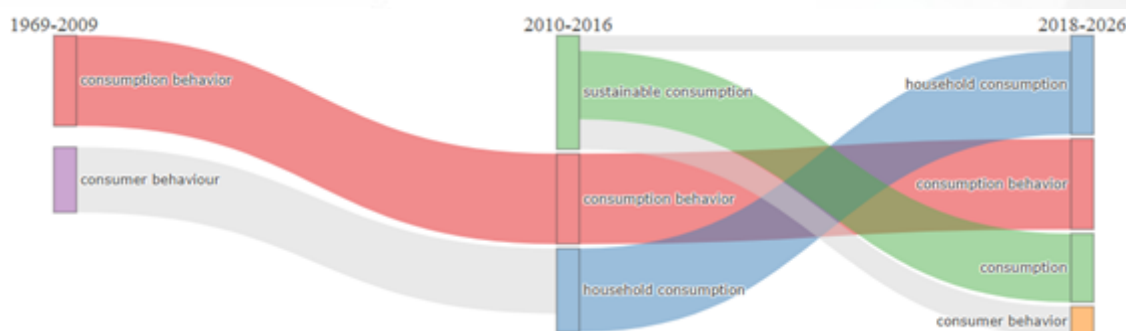


Figura 15: Evolución temática

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.



Figura 16: Red de co-citación

Nota. Indicadores generados con herramientas como Bibliometrix y Biblioshiny.

La distribución manifestada indica una estructura intelectual relativamente variable porque varios autores ofrecen elementos teóricos y metodológicos para poder comprender las dinámicas de consumo de los hogares. No obstante, la escasa concentración de autores con gran co-citación indica que esta búsqueda no se encuentra impelida por una única referencia intelectual, es decir, que aquí se recogen aportaciones de diferentes enfoques académicos.

En líneas generales, la red de co-citación permite evidenciar tanto las principales bases intelectuales del corpus teórico analizado como la diversidad de las referencias analizadas para investigar la conducta del

consumidor y el consumo de hogares.

4. Discusión

Los resultados evidencian una evolución progresiva de la producción científica sobre conducta del consumidor y consumo de hogares durante el período 1969–2026, confirmando que esta temática ha adquirido una relevancia creciente dentro de las ciencias económicas, sociales y del marketing, comportamiento que coincide con lo señalado por Donthu et al. (2021) quienes sostienen que las investigaciones sobre comportamiento del consumidor se han expandido debido a la creciente complejidad de los mercados y a la necesidad de compren-

der las dinámicas de consumo en contextos cambiantes.

La evaluación de impacto científico determinó que los documentos más influyentes están enmarcados dentro de investigaciones enfocadas en el ámbito del consumo sostenible, la economía del consumo y el bienestar de los hogares, siendo destacadas las publicaciones de Tukker et al. (2010) y Girard & De Haan (2010) cuyas aportaciones dejan de manifiesto que el propio estudio del consumo se ha desarrollado para incorporar dimensiones ambientales y también sociales, amén de las económicas, de forma que el aprendizaje del consumo se produzca de manera más integral.

Desde la perspectiva de la productividad científica, la ley de Lotka mostró una gran concentración de autores con una sola publicación y una pequeña proporción de investigadores muy productivos, mientras que la ley de Bradford nos permitió detectar un grupo de revistas que concentraban gran parte de la producción científica, resultados que validan la multidisciplinariedad del campo y la presencia de distintas disciplinas como el marketing, la economía, la sostenibilidad y las ciencias sociales.

El análisis de la estructura conceptual mostró que *consumer behavior*, *sustainable consumption* y *household survey* constituyen los principales temas motores de investigación, mientras que *household expenditure* y *socioeconomic status* continúan desempeñando un papel fundamental como temas básicos que sustentan gran parte de los es-

tudios desarrollados en esta área.

La progresión de la temática examina una evolución que va del análisis centrado en el comportamiento individual de consumo hacia el análisis de consumo de los hogares, la sostenibilidad, el cambio climático y los efectos socioeconómicos en relación con el consumo, lo que pone de manifiesto una progresivamente creciente diversificación temática y la respuesta a los desafíos contemporáneos en relación con el bienestar económico y la calidad de vida.

Por otra parte, el *Three Fields Plot* mostró conexiones relevantes entre las referencias más citadas, los autores más productivos y las principales palabras clave, evidenciando que la producción científica se apoya en una base teórica consolidada y en la interacción de diferentes corrientes de investigación, donde convergen el comportamiento del consumidor, el consumo de los hogares y la sostenibilidad como ejes centrales del campo.

En conjunto, los hallazgos confirman que la investigación sobre conducta del consumidor y consumo de hogares continúa en proceso de crecimiento y consolidación, aportando una base conceptual para futuras investigaciones sobre bienestar económico y calidad de vida, aunque los resultados deben interpretarse considerando que el estudio se realizó únicamente con publicaciones indexadas en Scopus y una estrategia de búsqueda basada en los términos *consumer behavior* y *household consumption*, además de que el año 2026 incluye únicamente los

documentos recuperados hasta junio.

5. Conclusiones

- La presente investigación ha permitido el análisis científico de la conducta del consumidor y el consumo de hogares, manifestando un crecimiento paulatino de la producción académica en el área temática, especialmente en la última década, lo que pone de manifiesto el creciente interés por comprender las dinámicas del consumo y las decisiones económicas de los hogares en contextos sociales, en contextos económicos y en contextos ambientales.
- En relación con la estructura científica del campo, se identificó una comunidad investigativa caracterizada por la diversidad de autores, fuentes y países, además, la aplicación de la Ley de Lotka mostró una elevada concentración de autores con una única publicación, mientras que la Ley de Bradford permitió reconocer un núcleo reducido de revistas que concentra una parte importante de la producción científica, evidenciando el carácter multidisciplinario de esta temática.
- En lo que se refiere a la estructura conceptual, la red de coocurrencias de las palabras clave, la evolución y el mapa temáticos evidencian un cambio del enfoque centrado en el comportamiento individual del consumidor hacia el consumo de hogares, la sostenibilidad y el bienestar económico, llegando a establecerse *consumer behavior*, *household consumption* y *sustainable consumption* como ejes temáticos principales de la investigación.
- Los documentos con mayor impacto científico también son aclaradores, poniendo de manifiesto la relevancia de los estudios de consumo sostenible, de las dinámicas de consumo de los hogares y del bienestar social y ambiental; lo que pone de manifiesto que la investigación contemporánea aborda el consumo desde una vertiente holística que incluye dimensiones económicas, sociales y ecológicas.
- Finalmente, los resultados revelan que la indagación en el ámbito de la conducta del consumidor y el consumo de los hogares sigue en fase de crecimiento y de diversificación temática, ofreciendo una visión sistematizada del dominio y una base conceptual para futuras indagaciones vinculadas con el bienestar económico, la calidad de vida y el consumo de los hogares

6. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

7. Derechos de autor (copyright)

Los autores son los titulares de los derechos de autor (patrimoniales y/o de explotación) de los contenidos de la revista (copyright).

8. Declaración de contribución de los autores

Los autores declaran haber participado de manera equitativa y sustancial en la realización de esta investigación, bajo las responsabilidades según la Taxonomía CRediT (<https://credit.niso.org/>) para describir las contribuciones individuales de cada autor al trabajo.

Estiven Santiago Changó Tasinchano realizó la conceptualización de la investigación, organización y ejecución del ensayo, recopilación y curación de los datos, revisión del análisis estadístico, interpretación de los resultados, elaboración del borrador original, preparación de tablas y figuras, revisión crítica del contenido y aprobación de la versión final del manuscrito.

William Franklin Ortiz Paredes realizó la supervisión académica y metodológica de la investigación, brindó orientación durante el desarrollo del ensayo, revisó el análisis y la interpretación de los resultados, efectuó la revisión crítica del manuscrito, realizó la corrección científica y académica y aprobó la versión final para su publicación.

8.1 Divulgación de la delegación a la IA generativa

La responsabilidad del manuscrito final recae íntegramente en los autores. Las herramientas GAI no figuran como autores y no asumen responsabilidad por los resultados finales. Declaración presentada por: Estiven Santiago Changó Tasinchano

9. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

10. Referencias

Al-Marri, W., Al-Habaibeh, A., & Watkins, M. (2018). An investigation into domestic energy consumption behaviour and public awareness of renewable energy in Qatar. *Sustainable Cities and Society*, 41, 639-646. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.06.024>

Amicarelli, V., Lagioia, G., Sampietro, S., & Bux, C. (2022). Has the COVID-19 pandemic changed food waste perception and behavior? Evidence from Italian consumers. *Socio-Economic Planning Sciences*, 82(101095), 101095. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101095>

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. *Journal of Busi-*

- ness Research (133), 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Edelstein, P., & Kilian, L. (2009). How sensitive are consumer expenditures to retail energy prices? *Journal of Monetary Economics*, 56(6), 766-779. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2009.06.001>
- Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton University Press. https://ia800508.us.archive.org/11/items/in.ernet.dli.2015.136983/2015.136983.A-Theory-Of-The-Consumption-Function_text.pdf
- Girod, B., & De Haan, P. (2010). More or better? A model for changes in household greenhouse gas emissions due to higher income. *Journal of Industrial Ecology*, 14(1), 31–49. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9290.2009.00202.x>
- Kamakura, W., & Mazzon, J. (2013). Socioeconomic status and consumption in an emerging economy. *International Journal of Research in Marketing*, 30(1), 4-18. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2011.12.001>
- Karlsson, N., Dellgran, P., Klingander, B., & Gärling, T. (2004). Household consumption: Influences of aspiration level, social comparison, and money management. *Journal of Economic Psychology*, 25(6), 753-769. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.07.003>
- Keynes, J. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Macmillan. <https://www.marxists.org/reference/subject/economics/keynes/general-theory/>
- Kok, R., Benders, R. M. J., & Moll, H. C. (2006). Measuring the environmental load of household consumption using some methods based on input-output energy analysis: A comparison of methods and a discussion of results. *Energy Policy*, 34(17), 2744-2761. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2005.04.006>
- Li, J., & Li, J. (2025). Does climate risk impact household consumption? Evidence from China. *Economic Modelling*, 152. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2025.107270>
- Minjun, S. H. I., & Yan, W. (2009). Energy Requirement Induced by Urban Household Consumption in China. *Resources Science*, 31(12), 2093-2100. <https://www.resci.cn/EN/Y2009/V31/I12/2093>
- Morán Molina, G. G., Vega, F. Y., & Mora, R. A. (2018). Análisis de la relación entre el ingreso familiar mensual y el costo de la canasta básica en el Ecuador. Periodo 1982 – 2017. *Revista espacios*, 39(47), 17-23. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/18394736.html>
- Nelson, R. R., & Consoli, D. (2010). An evolutionary theory of household consumption behavior. *Journal of Evolutionary Economics*, 20(5), 665–687. <https://doi.org/10.1007/s00191-010-0050-0>

doi.org/10.1007/s00191-010-0171-7

Newton, P., & Meyer, D. (2013). Exploring the attitudes-action gap in household resource consumption: does “environmental lifestyle” segmentation align with consumer behaviour? *Sustainability*, 5(3), 1211-1233. <https://doi.org/10.3390/su5031211>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD]. (2023). How Green is Household Behaviour? Sustainable Choices in a Time of Interlocking Crises. OECD Studies on Environmental Policy and Household Behaviour. <https://doi.org/10.1787/2bbbb663-en>

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., . . . Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *International Journal of Surgery (London, England)*, 88(105906), 105906. <https://doi.org/10.1016/j.ijjsu.2021.105906>

Pasinetti, L. L. (1983). Structural change and economic growth: a theoretical essay on the dynamics of the wealth of nations. *PhilPapers*. <https://philpapers.org/rec/PASSCA>

Sánchez Giler, S. E., Marcillo, A., Barreto Macias, A., & Moran, E. (2019). Análisis

del costo de la canasta básica en Ecuador y su relación directa con el ingreso familiar, período 1990-2017. *Espacios*, 40(38), 1-8. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n38/19403814.html>

Solomon, M. (2020). Consumer behaviour: buying, having and being. Pearson Education Limited. https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject-catalogue/marketing/Consumer-behaviour-buying-having-being-13e-Solomon.html

Taylor, L., Foley, D. K., & Rezai, A. (2018). Demand drives growth all the way. *wu vienna university of economics and business. Ecological Economic Papers No. 20*. https://research.wu.ac.at/ws/portalfiles/portal/19000885/WP_20.pdf

Tukker, A., Cohen, M. J., Hubacek, K., & Mont, O. (2010). The impacts of household consumption and options for change. *Journal of Industrial Ecology*, 14(1), 13-30. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9290.2009.00208.x>

Voytenkov, V. (2026). Impact of the crises on household consumption patterns: an analysis of Russian regions. *Emerging Markets Review*, 73(101482), 101482. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2026.101482>

Voytenkov, V. A., & Demidova, O. A. (2025). The role of subjective assessments of well-being in changing the consumption structure of Russian households in 2022—2023. *Voprosy Ekono-*

miki, (12), 116-133. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2025-12-116-133>

Wang, M., & Do, M. H. (2023). Reported shocks, households' resilience and local food commercialization in Thailand. *Journal of Economics and Development*, 25(2), 153-170. <https://doi.org/10.1108/jed-10-2022-0204>

Wolff, F., & Schönherr, N. (2011). The impact evaluation of sustainable consumption policy instruments. *Journal of Consumer Policy*, 34(1), 43-66. <https://doi.org/10.1007/s10603-010-9152-3>

Ye, X., & Yue, P. (2024). What matters to reshaping consumption patterns in China? Digital inclusion and supply chain. *Finance Research Letters*, 59(104804), 104804. <https://doi.org/10.1016/j.fr1.2023.104804>

Yue, P., Korkmaz, A. G., Yin, Z., & Zhou, H. (2022). The rise of digital finance: Financial inclusion or debt trap?. *Finance Research Letters*, 47(102604), 102604. <https://doi.org/10.1016/j.fr1.2021.102604>

Zhang, Y., & Paolacci, G. (2026). More correlations signal causation: the effect of correlational scope on perceived causality. *Journal of Consumer Research*, 1-21. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucag005>