

Firma Autor: Diego Andrés Martínez S.  
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)=

u.co/bitstream/10985/2280/10/02\_Atribucion-NoComercial.jpg



La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**  
Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

**Usted es libre de:**

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra  
hacer obras derivadas

**Bajo las condiciones siguientes:**



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

**EL CONSUMO DEL INDIVIDUO Y LA SOCIEDAD ANTES DURANTE Y  
DESPUÉS DEL COVID 19**

Diana Marcela Martínez Salgado

Código: 351746

Ensayo presentado como requisito para optar al título de Especialista en Formulación y Evaluación  
Social y Económica de Proyectos

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA  
ESPECIALIZACION EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN SOCIAL Y  
ECONÓMICA DE PROYECTOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAYO 2020**

## EL CONSUMO DEL INDIVIDUO Y LA SOCIEDAD ANTES DURANTE Y DESPUÉS DEL COVID 19

**Diana Marcela Martinez Salgado**

### RESUMEN

---

En este ensayo reflexivo se expresarán algunas opiniones, sobre el impacto que puede generar la crisis sanitaria causada por el Covid-19, en la manera el individuo colombiano consume, invierte y gasta en bienes y servicios, de cara a la gran influencia que las nuevas tecnologías tienen en las formas de vivir y convivir en la sociedad, teniendo en cuenta que la sociedad colombiana en el transcurso de la historia ha modificado dichas formas, conforme a las necesidades que el entorno le va a imponiendo.

**Palabras Clave:** Sociedad de Consumo; Covid 19, Realización humana, Consumo digital.

### ABSTRACT

---

In this reflective essay some opinions will be expressed, about the impact that the health crisis caused by Covid-19 can generate, in the way the Colombian individual consumes, invests and spends on goods and services, facing the great influence that the new technologies have in the ways of living and living in society, taking into account that Colombian society in the course of history has modified these forms, according to the needs that the environment is imposing on it.

**Key Words:** Consumer Society; Covid 19, Human Realization, Digital Consumption,.

## INTRODUCCION

El ser humano en el transcurso de la historia se ha enfrentado a la gran tarea de suplir sus necesidades, que van desde las más elementales como; techo, alimentación, vestuario y trabajo, hasta las sociales, que de forma directa influyen en la manera en la que el individuo concibe su felicidad, así pues, se puede pensar que las transformaciones en los hábitos de consumo del individuo, no varía de acuerdo con sus necesidades si no en los medios y mecanismos utilizados para satisfacerlos.

El presente ensayo, tiene como objetivo realizar una mirada a las consecuencias que el Covid-19 dejara en los hábitos de Consumo del ser humano, de la mano con la era tecnológica en la que actualmente vivimos.

Así pues; en un primer punto se realizará un recuento histórico sobre las transformaciones de la manera de consumir en la sociedad colombiana, en un segundo punto se presentarán algunos de los aspectos mas relevantes del consumo antes del Covid-19 en el país, en un tercer punto, se revisará la reacción del consumo generado por el confinamiento causado por la crisis sanitaria, en un cuarto punto se plantearán un escenario post Covid-19 y finalmente se realizarán algunas conclusiones.

### **Historia del consumo en la sociedad Colombiana**

Las comunidades indígenas que habitaban el territorio colombiano, antes de la conquista, principalmente utilizaban el trueque como mecanismo de intercambio, para poder satisfacer sus necesidades individuales y colectivas, puesto que su rica dotación de recursos naturales les permitió generar un importante excedente, con el que pudieron realizar intercambios en ferias y centros de mercado de otros territorios y pobladores. El surgimiento de estos excedentes también permitió sostener a grupos de artesanos especializados y a otros grupos no artesanales, favoreciendo el desarrollo de actividades productivas distintas a la agricultura de subsistencia (Lleras, 1986).

El choque entre culturas generado en época de conquista, trajo consigo la adopción de la moneda y la generación de una economía que se construyó sobre los cimientos de una

agricultura criolla de haciendas en expansión y una minería del oro basada en el esclavismo, por otro lado el derroche de recursos de los españoles trajo como consecuencia la generación de tributos, por lo cual los criollos en aras de poder pagarlos fomentaron el comercio de la artesanía, como una fiel reproducción traída de Europa, permitiendo traer a colación dos fenómenos: La copia y el concepto supuesto lo que es del exterior es elegantísimo y de calidad (Mora, 2010).

En la época de la Nueva Granada, se puede decir que la economía en gran medida era “natural”, en la cual cada productor atendía penosamente su propia subsistencia, con un sector minero que proveía parte importante de la riqueza y del excedente del virreinato. En el resto de actividades económicas los arrendatarios y aparceros de las haciendas producían pequeños excedentes, al igual que los indígenas tributarios y los esclavos, los artesanos y los transportistas que guiaban recuas de mulas o llevaban la carga a sus espaldas. El producto transado en los mercados internacionales y como circulante fue el de la producción de oro a cambio de bienes de lujo y otros más necesarios como molinos, trapiches, medios de transporte y armas. (Kalmanovitz Krauzer, Salomón, 2015).

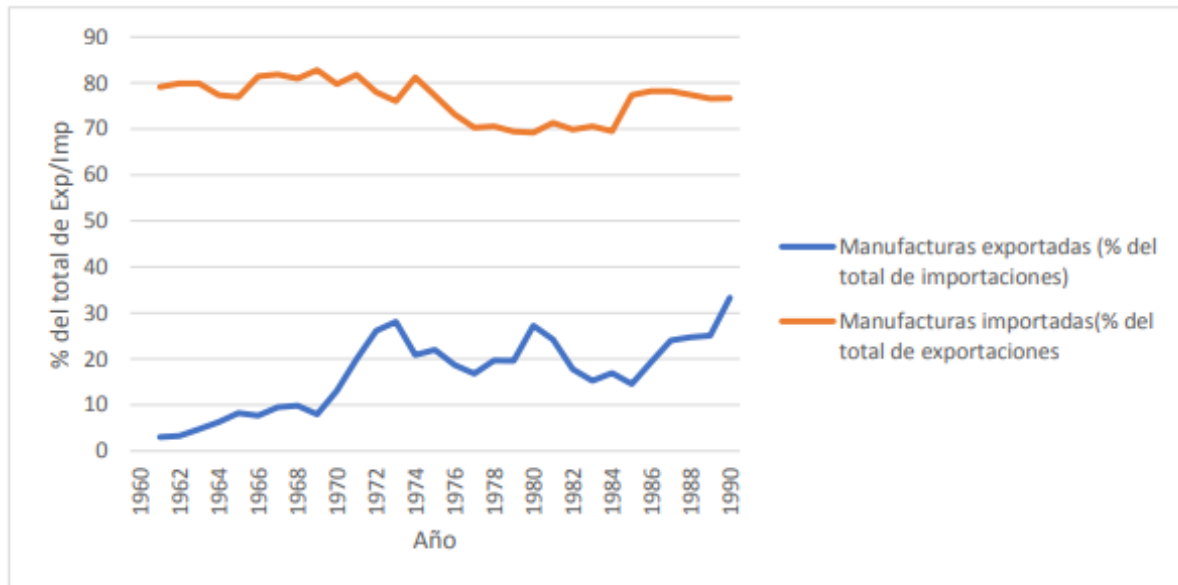
Durante los años de 1853 a 1886, la política nacional se enfrenta a diferentes cambios en todos los niveles, ya que como indican Gonzales y Morales *“se da inicio al federalismo y con ello surge la constitución de 1853, la cual eliminó la esclavitud, lo que da paso a los conceptos de trabajo y profesión libre, y con ello le permite a Colombia dar los primeros pasos para garantizar la libertad de actividades, proporcionando a las personas fundamentos de peso para comenzar a entender el verdadero significado de trabajar”*, con base en esto el individuo recibe cierta remuneración por su trabajo y logra independencia en la decisión los bienes y servicios a consumir.

Así las cosas, hasta mediados del siglo XX la sociedad colombiana tenía una economía basada en el comercio de café y materias primas y un consumo asentado en la agricultura y el comercio de bienes fabricados de manera artesanal, lo cual se transformó de manera transversal con la llegada de la revolución industrial que se tradujo en el país el modelo de sustitución de importaciones ISI, planteado por la CEPAL:

*“Las tres principales justificaciones para la industrialización sustitutiva se plantearon en la primera formulación de la CEPAL a fines del decenio de 1940 y durante el de 1950. Primero, la restricción externa al crecimiento se atribuía a la caída de precios del intercambio para los productos primarios y las barreras de acceso al mercado para las manufacturas, que necesitaban una fuente interna de crecimiento. Segundo, se advirtió la necesidad social de aumentar rápidamente el empleo para absorber la fuerza de trabajo creciente y ofrecer mejores oportunidades a la fuerza de trabajo subempleada de la agricultura campesina, lo que los sectores primarios de exportación no podían lograr. Tercero, la industrialización bajo la dirección del Estado fue vista como la única forma de generar rápidamente progreso tecnológico, porque los beneficios en aumento de la productividad en el sector primario de exportación serían percibidos por los importadores y no por los exportadores”. (Fitzgerald, 1998,)*

En este sentido dicho proceso de industrialización, debía ser un proceso progresivo y a su vez paralelo, pero como menciona (Escobar, 2018) debe partir de productos menos elaborados a bienes mucho más complejos que se vayan construyendo a la vez. Para ello, la condición necesaria es que la industria absorba mano de obra y que mejore los ingresos de la población, solo de esta manera puede darse una mejora progresiva del mercado. Condición que no se dio en Colombia debido a (problema agrario, violencia e intereses de la elite económica), lo que conllevó a la conformación de un mercado pequeño y a una reducida demanda interna.

Así pues, el consumo del ciudadano colombiano hasta finales del siglo XX se encontraba dirigido principalmente a productos primarios y a bienes principalmente importados, debido a la falta de industrialización de las manufacturas nacionales, tal como se evidencia en la siguiente gráfica, extraída de (Escobar, Nicolás-2018)



Fuente: Datos Banco Mundial 2017

En este periodo de tiempo, surgían unas nuevas necesidades y hábitos, gracias a las nuevas tecnologías que se volvieron asequibles entre ellas; el automóvil, aparatos de entretenimiento (VHS y televisores) y electrodomésticos caseros que disminuían el trabajo en el hogar. Todo esto acompañado con la figura de centros comerciales, la cual ponía al alcance los objetos susceptibles al deseo del individuo.

En el mandato del presidente Gaviria y con la nueva constitución de 1991, sobre la base de que el modelo ISI se había vuelto un obstáculo al desarrollo económico y con el objetivo de lograr una mayor y mejor inserción del país al escenario internacional, se adoptó el modelo de “apertura económica” en el cual se planteó la liberalización de importaciones y la promoción de Acuerdos de Integración Comercial. Además, se comenzó un proceso de privatización de servicios y empresas estatales, se permitió el acceso directo e igualitario a la inversión extranjera, se flexibilizó la actividad financiera y se iniciaron reformas al mercado de trabajo y de capitales. No obstante, la liberalización no fue absoluta pues paradójicamente, las medidas regulatorias aumentaron un 47%,92 sin embargo, se logró un significativo crecimiento económico del país. (Gómez,2016).

En consecuencia, y de la mano con el gran auge e influencia de la televisión, el individuo fue bombardeado con gran variedad de bienes y servicios, distintos estilos de vida extranjeros, que le generaron al individuo en el subconsciente nuevas carencias y necesidades.

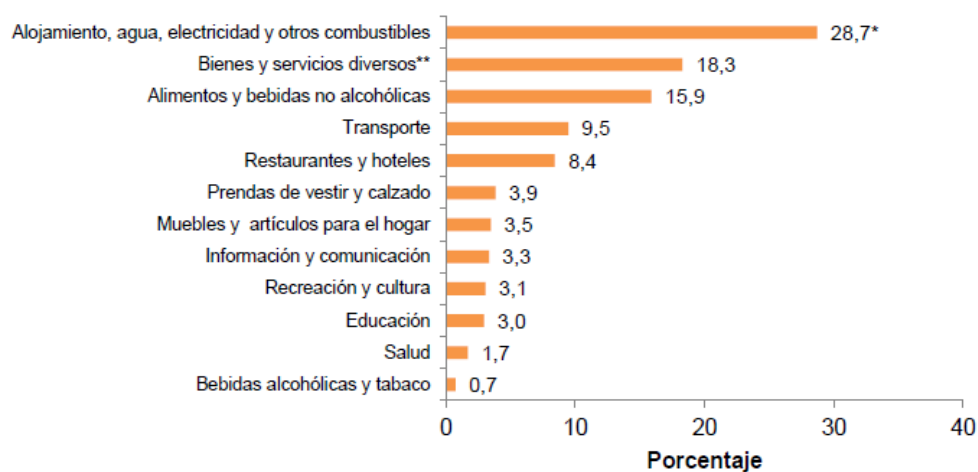
Gracias a la era de la globalización y de la tecnología, las personas tienen a su alcance todo tipo de productos desde los más básicos hasta los más sofisticados, y en este sentido, pareciera que se es más feliz en la medida en que se adquiere más, sin tener en cuenta que por defecto se desecha más, generando una alta producción de basuras y desechos, lo cual trae consigo unos impactos ambientales catastróficos, gestando insostenibilidad a largo plazo.

## El Consumo Antes Del Covid -19

Para determinar en qué gastaban los colombianos antes del Covid 19, se tomó como base el estudio realizado por el DANE referente a la Encuesta Nacional de Presupuestos en Hogares para el periodo 2016-2017, se presentaron los siguientes resultados:

2016 - 2017

**Gráfico 1. Composición del gasto de los hogares según clasificación COICOP  
Total nacional  
ENPH 2016-2017**



Fuente: DANE, ENPH.

\*Tiene en cuenta la estimación del arriendo de vivienda propia

\*\*Bienes y servicios diversos: cuidado personal, efectos personales, protección social, seguros y servicios financieros.



Así las cosas, se puede identificar que el 59% de los gastos de los colombianos, se encontraban destinados a suplir las necesidades básicas (alojamiento, agua, electricidad y otros combustibles, alimentos y bebidas no alcohólicas, transporte, educación y salud), por otro lado, el 41% se encuentra destinado a suplir necesidades secundarias, es decir *“necesidades que aprendemos en respuesta a nuestro ambiente y cultura, como las necesidades de autoestima, prestigio, afecto, poder”* (Shiffman y Kanux, 2005)

### El Consumo durante el Covid -19

A partir del mes de febrero se empezó a ver más próxima la amenaza que podría generar la aparición del Covid-19 en el país, en el mes de marzo es declarada la emergencia sanitaria, que fue seguida del confinamiento, pérdida de empleos y gran incertidumbre que invadió a la sociedad colombiana, lo cual ha generado unos profundos impactos en la manera de consumir. Según conferencia realizada por RADDAR Consumer Knowledge Group, organización dedicada a la medición del consumo de los hogares, en estos meses, se ha presentado el siguiente comportamiento:

	feb-20	mar-20	abr-20
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	25,5%	31,1%	34,8%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	4,0%	4,0%	4,2%
VESTUARIO Y CALZADO	2,8%	1,5%	1,6%
VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	19,8%	20,8%	22,8%
EQUIPAMIENTO Y MANTENCIÓN DEL HOGAR	3,5%	3,5%	3,4%
SALUD	4,7%	5,4%	6,0%
TRANSPORTE	14,9%	11,8%	6,4%
COMUNICACIONES	1,7%	2,0%	2,1%
RECREACIÓN Y CULTURA	3,1%	1,1%	1,2%
EDUCACIÓN	5,7%	5,0%	6,0%
RESTAURANTES Y HOTELES	6,9%	5,1%	2,5%
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	7,3%	8,6%	8,9%

Recuperado de <https://raddar.net/video/consumer-report-en-tiempos-del-gran-confinamiento/>

De acuerdo con lo anterior, se puede estimar que en el mes de febrero el consumo de bienes y servicios primarios (Alimentos de alimentos y bebidas no alcohólicas, vivienda y

servicios básicos, salud, transporte, educación) se encontraba aproximadamente en un 70%, para el mes de marzo en un 74%, y en el mes de abril en un 75%, lo cual evidencia que la inversión en gastos secundarios ha disminuido considerablemente.

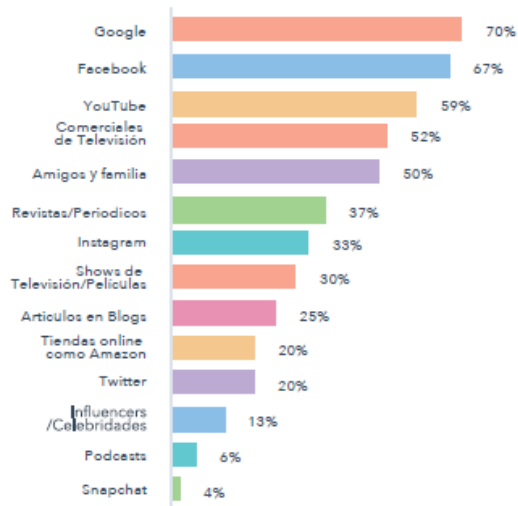
Por otro lado, la manera de pagar y utilizar el dinero en efectivo también ha presentado un enorme cambio, pues según estudio realizado por Mastercard *“Durante el primer trimestre de 2020, cuando muchos países impusieron las restricciones necesarias para la distancia social, un número creciente de consumidores en América Latina y el Caribe (ALC) recurrió a los pagos sin contacto para hacer sus compras necesarias. Según un nuevo estudio de Mastercard, el 19% en Colombia indican que han aumentado su uso de pagos sin contacto, citando como ventajas la simplicidad, la seguridad y la higiene.” (Mastercard,, 2020)*

Internet por su parte, ha adquirido con el transcurrir de los años un nuevo escenario para realizar negocios, promocionar, vender y comprar, gracias al gran desarrollo tecnológico que se ha presentado en cuanto a cobertura de conexión e incremento de dispositivos electrónicos disponibles y accesibles para los individuos, y como consecuencia influenciar de manera transversal la toma de decisiones en materia de consumo.

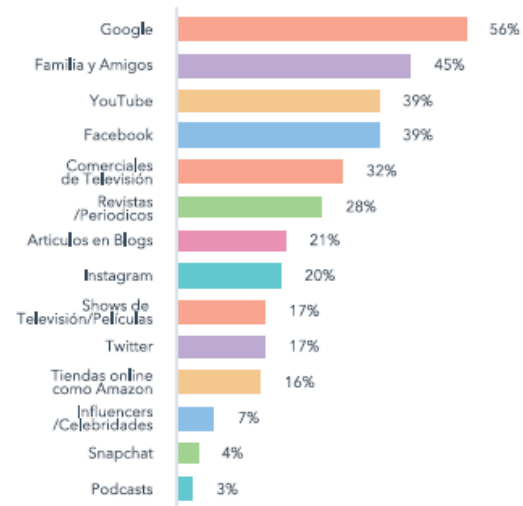
Según estudio sobre la evolución digital del consumidor en Colombia realizado por Hubspot, las personas pasan en promedio 135 minutos al día en las redes sociales. Ya no son solo redes para interactuar socialmente o compartir fotos y actualizaciones con familiares o amigos. Hoy las personas se mantienen informadas a través de las redes sociales y es a través de ellas que descubren contenido y nuevas tendencias.

En dicho estudio se pudo identificar los canales de descubrimiento de nuevos productos y en cuales fuentes confía más a la hora de descubrir un nuevo producto o empresa:

### ¿En qué canales o plataformas descubre nuevos productos o empresas?



### ¿En qué fuentes confía cuando descubre un nuevo producto o empresa?



Fuente: HUBSPOT Research- la evolución del consumidor digital en Colombia+ Una guía clave para entender y aumentar tu audiencia en la nueva era digital.2019

## El Consumo después del Covid-19

Después que el individuo pueda salir a la calle a retomar sus actividades, se verá enfrentado a unas nuevas preferencias y comportamientos de consumo como consecuencia de los hábitos adquiridos durante el periodo de tiempo que se encontró en cuarentena, en los cuales muy seguramente pudo identificar que muchos de los bienes y servicios normalmente consumidos son superfluos e innecesarios.

Por otro lado, los empresarios claramente deberán reinventarse y transformar sus estrategias y modelos de negocios, pues sus consumidores se encontrarán en un replanteamiento de necesidades secundarias, bienestar físico y emocional y sin lugar a duda, con una nueva cultura de ocio, en donde la interacción con los demás seres humanos se reducirá considerablemente.

El tema ambiental podrá adquirir una mayor importancia, pues con la desaceleración del consumo se pudo evidenciar que el planeta pudo respirar y probablemente se genere una conciencia en cada uno de los individuos en aras de poder adquirir mayores índices de

sostenibilidad ambiental, en cuanto a reducción de emisiones de carbono y basuras desenfrenadas.

## CONCLUSIONES

En el entendido que las necesidades del individuo reflejan las carencias que se satisfacen a través de la adquisición y consumo de bienes y servicios, se puede identificar que la economía va multiplicando y diversificando los productos y servicios que ofrece y que dicha economía genera día a día cada vez más variedad de estos con el fin de satisfacer, pero al mismo tiempo generar más necesidades y más deseos, tal como se puede evidenciar en el recuento histórico en la manera de consumir de la sociedad colombiana.

La pandemia del COVID-19 es la causante de una de las peores crisis de salud, así como económica en la historia de la humanidad, es probable, además, que la crisis cambie para siempre nuestra manera de consumir bienes y servicios, relacionarnos con los otros, así como la relación con la naturaleza.

El tiempo que el individuo ha estado confinado, unos con más carencias que otros, sin lugar a duda, impactará en el replanteamiento de prioridades y hábitos.

## BIBLIORAFIA

DANE, (2018), “Boletín técnico Encuesta Nacional de Presupuestos de los Hogares (ENPH)2016 – 2017”. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enph/boletin-enph-2017.pdf>

Escobar, Nicolás. (2018), “Limitantes sociales y políticos de la industrialización por sustitución de importaciones en Colombia 1950-1980”. En Escanógrafos Escuela de Economía FCE - CID N° 119, Recuperado de <http://www.fce.unal.edu.co/publicaciones/images/econografos/documentos-econografos-economia-119.pdf>

Fitzgerald, V. (1998) "La CEPAL y la teoría de la industrialización" En: revista de la CEPAL, Numero extraordinario octubre 1998, recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/37962-revista-la-cepal-numero-extraordinario-cepal-cincuenta-anos>

Gómez, Ana. (2016) “Globalización y Desarrollo Económico, Colombia como caso de Estudio” Volumen 7, 02, Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ejil/article/view/4579>

González Serrano, Andrés; Morales Vargas, Edna Milena.(2010) “El Trabajo a Través de la Historia. 1810 -1991”, en Prolegomenos, Volumen XIII - No. 25 Recuperado de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/dere/article/view/2447>

HUBSPOT Research, (2019) “La evolución del consumidor digital en colombia+ Una guía clave para entender y aumentar tu audiencia en la nueva era digital.2019”, Recuperado de <https://offers.hubspot.es/evolucion-consumidor-digital-colombia>

Kalmanovitz Krauzer, Salomón (2015) "Breve historia economica de colombia", recuperado de [https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field\\_attached\\_file/pdf-breve\\_historia\\_economica\\_de\\_colombia\\_ultimo\\_-\\_24-11-15.pdf](https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-breve_historia_economica_de_colombia_ultimo_-_24-11-15.pdf)

Lleras, Roberto (1986) “La economía en la Colombia prehispánica”. En: Nueva Frontera, N° 597, Bogotá

Mora, C. H. (2010). “Consumiendo: Introducción al consumo y al consumidor colombiano” (1 ed.). Bogotá: Alfa Omega.

Mastercard, (2020) recuperado de <http://thestandardcio.com/2020/05/14/consumidores-aceleran-uso-de-pagos-sin-contacto-para-evadir-suciedad-del-dinero/>

Razeto M. Luis (2009) “El debate sobre las necesidades, y la cuestión de la "naturaleza humana". En Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 8.

Raddar consumer, knowledge group, (2020) recuperado de <https://raddar.net/video/consumer-report-en-tiempos-del-gran-confinamiento/>

Schiffman, Leon G.; Kanuk, Leslie. 2005 “Comportamiento del consumidor”, en Edición 8