



UNIVERSIDAD EAN

ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS EN LOS HOGARES COLOMBIANOS.

AUTOR:

DIANA VALENTINA BARRERA RUIZ - NEGOCIOS INTERNACIONALES

MATEO FRANCO GAITAN - ECONOMÍA

TANIA CATALINA MORENO TRIANA -NEGOCIOS INTERNACIONALES

ACTUALIZADOR: PABLO CESAR OCAMPO VELEZ

BOGOTÁ, 2020

Abstract

This research work consists in the study of the analysis and the impact of the consumption of food products in the Colombian households during the pandemic (COVID - 19), considering the household incomes, market prices and consumption trends.

It should be noted that the research will be developed through approaches that determine the consequences of the pandemic caused by COVID-19, in terms of food, health and market trends; with the objective of identify the behavior of consumption and its effect or consequence on households and the market.

Throughout the investigation, different correlations between variables that can have a significant impact on spending and consumption decision-making during this time were carried out and analyzed. The selection of this group of variables was also made based on the answers obtained through the surveys carried out with the population, identifying the impact that these have on the purchase decision and trends according to the problem raised.

The information was obtained through various sources, such as surveys, articles, newsletters, literature reviews, academic books, and responses from consumers and residents.

The foregoing stimulated and helped the formulation of conclusions, which are to help to comprehend and understand which variables can generate an advantage or disadvantage in the face of the current problem and in the same way to know more in depth the needs of the consumer and the new preferences because of the pandemic (COVID-19). The objective of this research is to answer our research question and to be able to identify the most appropriate solution.

Key Words: Problems, pandemic, research, behavior, food, health, spending, consumption, households, trends, and market.

Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en el estudio del análisis y el impacto del consumo de productos alimenticios en los hogares colombianos durante la pandemia (COVID - 19), teniendo en cuenta los ingresos del hogar, los precios del mercado y las tendencias del consumo.

Cabe destacar que la investigación se desarrollará por medio de planteamientos que determinen las consecuencias de la pandemia provocada por el COVID-19, en cuanto a la alimentación, salud y tendencias del mercado; con el objetivo de identificar el comportamiento del consumo y su efecto o consecuencia en los hogares y el mercado.

A lo largo de la investigación, se realizaron y analizaron diferentes correlaciones entre variables que pueden tener un impacto significativo en la toma de decisiones de gasto y consumo durante esta época. También se realizó la selección de este grupo de variables basadas en las respuestas obtenidas por medio de las encuestas realizadas a la población, identificando el impacto que tienen estas para la decisión de compra y tendencia según la problemática planteada.

La información se obtuvo mediante diversas fuentes, como encuestas, artículos, boletines informativos, revisión de literatura, libros académicos y respuestas de los consumidores y habitantes.

Lo anterior favoreció para la formulación de conclusiones, las cuales pretenden ayudar a entender y comprender qué variables pueden generar una ventaja o desventajas frente a la problemática actual y de igual forma conocer más a profundidad las necesidades del consumidor y las nuevas preferencias como consecuencia de la pandemia (covid - 19). Con esta investigación se pretende dar respuesta a nuestra pregunta de investigación y poder identificar la solución más apropiada.

Palabras Clave: Problemática, pandemia, investigación, comportamiento, alimentación, salud, gasto, consumo, hogares, tendencia y mercado.

1. Introducción

Esta investigación se enfoca en establecer los efectos de la pandemia Covid-19 en la alimentación y la salud de los colombianos; igualmente indagar sobre las tendencias del mercado y de esta manera definir las tendencias del mercado y sus efectos en los hogares y en el mercado mismo. Planteado lo anterior, cabe el interrogante: ¿Cómo se afecta el consumo de los productos alimenticios pertenecientes a la canasta familiar debido a la pandemia actual, teniendo en cuenta los ingresos del hogar, los precios del mercado y las tendencias del consumo?

Temporalmente la investigación se ubica en el año 2.020, en el cual surgió la pandemia que no solo afecta a nuestro país, sino a los demás países del mundo, sin importar raza, ubicación, situación económica, religión, desarrollo económico y demás; al margen de esto cada país responde con sus recursos, ciencia, estrategias y políticas para impedir una mayor propagación del virus y un mayor impacto en la economía nacional y de cada hogar.

En general la investigación estuvo orientada a establecer como se afecta el consumo de alimentos de la canasta familia al partir del análisis de los ingresos, los precios y las tendencias alimenticias.

Se hará análisis de los ingresos familiares antes y después de la pandemia para establecer en efecto de esto en el tipo de alimentos y medicamentos que se consumían dentro de la canasta familiar y lo que se consumen ahora.

Se tendrán en cuenta Varias teorías de consumo como la Keynesiana, la de Franco Moigliani, la de Milton Friedman. También de definen términos como: Consumo, tendencia, mercado, alimentación saludable, ingreso, canasta familiar y pandemia.

Con respecto a la metodología debe decirse que el enfoque es cuantitativo, las variables se estudiarán por medio principalmente de una encuesta con una muestra al azar, sus resultados serán analizados con técnicas principalmente cuantitativas; las variables observadas fueron: Ingreso, consumo de alimentos, edad y género; los instrumentos para la recolección de la información fueron de carácter descriptivo tales como: Promedios, Porcentajes, Desviaciones estándar, Modas y Dispersión.

También como medio de investigación se utilizaron encuestas, las cuales, fueron distribuidas por los estudiantes pertenecientes al grupo de seminario de investigación de la Universidad EAN a su círculo de contactos cercano. La herramienta para realizar las encuestas fue la plataforma Google Forms dividida en varias secciones, cada una se enfocó en un tema específico y al final se destinó una sección para los datos de segmentación sociodemográfica del encuestado.

2. Problema de Investigación

Este año 2020 como consecuencia de la pandemia provocada por el COVID-19, se han producido diferentes cambios trascendentales en la vida cotidiana de los colombianos, lo que ha ocasionado múltiples daños en diferentes ámbitos económicos, sociales y psicológicos, entre otros. De esa manera impacta directamente a la economía colombiana; Lógicamente los efectos de esta pandemia no solo afectan a Colombia, si no que influye en todos los países y economías, exponiendo la falta de infraestructura hospitalaria y talento humano especializado, entre otras. (Pérez, Álvarez, & Rodríguez, 2020).

Los planes de contingencia desarrollados en el país fueron basados en implementar cuarentenas para evitar el flujo de personas y así la propagación del virus, estas cuarentenas obligan al comercio a reinventarse y generar nuevas estrategias para subsistir a esta incertidumbre de la economía mundial. El consumo que es el principal impulsor del producto interno bruto colombiano que en años pasados se vio afectado notándose un decrecimiento importante. (Camelo, 2020)

Ante la caída de los ingresos en los hogares colombianos debido a las altas cifras de desempleo que cada día crecen más, además los empleos informales de los que dependen millones de familias colombianas también se afectaron, por lo que el consumo en las familias se ha centralizado en la canasta familiar la cual según el Banco de la República (s.f) es el conjunto de bienes y servicios consumidos habitualmente por una “familia típica” con condiciones económicas medias , por lo que ante la situación actual se plantea la siguiente pregunta **¿Cómo se afecta el consumo de los productos alimenticios pertenecientes a la canasta familiar debido a la pandemia actual, teniendo en cuenta los ingresos del hogar, los precios del mercado y las tendencias del consumo?**

3. Objetivos.

3.1 Objetivo general.

Determinar si los ingresos de los hogares, los precios de los productos y las tendencias alimenticias del mercado, con base en la teoría Keynesiana, han afectado el consumo de alimentos de la canasta familiar, debido a la pandemia.

3.2 Objetivos específicos.

- Revisar el estado actual del tema de investigación para establecer para la evolución del mismo.
- Realizar un análisis bibliométrico, frente a las teorías de compra, y de los factores, ingreso, precio y tendencias alimenticias.
- Aplicar el instrumento investigativo basado en los factores identificados en el objetivo anterior.
- Diagnosticar los resultados del instrumento, con respecto a los factores mencionados.
- Generar un plan de acción para mitigar la problemática planteada.

4. Justificación

En un país donde se presenta tanta miseria, desempleo, corrupción, falta de educación, la población debiera tener procesos de formación social que le permitan a los cabezas de familia invertir en alimentos saludables y nutritivos. Creemos posible que en muchos hogares se empleen ineficientemente los escasos recursos comprando alimentos que posean muy poco aporte alimenticio y que solo disfrazan el hambre.

Hoy las personas incluyen en su canasta familiar productos de los que se tiene certeza científica que sea realmente preventivo o curativo y las familias gastan recursos importantes muchas veces en desmejora de la calidad de su alimentación y seguramente deteriorando su salud.

Razón por la cual es necesario pensamos que ayudar a debelar algunos mitos y creencias infundadas de las familias garantizará que al ir saliendo de la pandemia, ellas utilizaran mejor sus recursos económicos, adquirirán una mejor y menos costosa canasta familiar, que llevará al mejoramiento de sus estado de salud.

Desde el punto de vista científico podrá establecerse qué alimentos son realmente nutritivos, a qué edad se deben consumir y así evitar el consumo de gran cantidad de alimentos ultra procesados que finalmente gustan pero no alimentan, en cambio agostan los recursos económicos y no permiten tener una dieta balanceada.

Las conclusiones que se establezcan se deben comunicar a entidades como el Bienestar Familiar, los establecimientos educativos, los centros carcelarios, los hogares geriátricos entre otros.

5. Marco Teórico

5.1 Antecedentes

De acuerdo a la historia económica de Colombia, el mayor ente o institución encargada del sector económico es el Banco de la República, este Banco se creó mediante un contrato, vigente hasta el año 2072, como una sociedad por acciones regulada por éste y por sus Estatutos que, además, determinan el régimen jurídico interno y externo de la Institución. (Adolfo Meisel, 1990). Por lo que, gracias a esta entidad, anualmente se realiza un estudio para el análisis de las proyecciones de cada año. En este caso desde el año 2019 en el último trimestre se realizó una especulación de crecimiento económico para el año 2020 “se estaban formando las bases para iniciar un año con incrementos porcentuales significativos, se planeaban los presupuestos mundiales, nacionales y personales para que el año nuevo fuera productivo como los años anteriores.”(Vargas, F., 2020).

En materia de la alimentación, en Colombia se hace un gasto económico de la canasta familiar según los miembros que la conformen, ya sea semanal, mensual, trimestral o anual. Según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ENCV) elaborada por el Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE) y que corresponde a los años 1993, 1997, 2010 y 2014. Buscando encontrar un patrón de compra y de gasto en alimentos para obtener información de sus ingresos y gastos totales. “En los rubros semanales se identifican alimentos (carne: pollo, cerdo, pescado; granos y verduras: frijoles, arvejas, arroz, lentejas, garbanzos, zanahoria, etc.; leche y derivados: queso, kumis, yogurt; frutas: banano, guayaba; alimentos procesados, etc.) y otros productos de registro semanal (cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otros). Los productos mensuales son los artículos de aseo personal y otros bienes y servicios para el hogar. Entre los productos trimestrales se considera la ropa, calzado, libros. Por último, en los gastos reportados como anuales o adquiridos durante los últimos doce meses aparecen bienes durables como muebles, vajillas, nevera, etc.” Según los resultados de la encuesta (ENCV) en Colombia la proporción del gasto en alimentos en los hogares, durante el periodo analizado, se ha mantenido alta. En 1993 el promedio de la proporción del gasto en alimentos respecto al gasto total de los hogares colombianos fue 67,06 %, para 1997 fue 59,51 %, para el 2010 llegó a 63,05 % y para el 2014 la proporción fue 63,70 %. Así que es posible afirmar que más del 50 % del gasto de los hogares se destina a un tipo de consumo que busca satisfacer una necesidad básica y vital.¹

Dadas las nuevas tendencias que se han visto en los últimos años en consumo y alimentación, según un estudio llamado La revolución de los alimentos en América Latina, mostró que cerca del 70% de los colombianos quiere ver en los supermercados alimentos 100% naturales y más de la mitad, el 59%, busca alimentos bajos en azúcar. Estas nuevas tendencias “fitness” han dado un fuerte impacto de hábitos saludables en el mercado colombiano

buscando como resultado el cuidado de la salud y de la figura corporal, seleccionando alimentos que primero, sean amigables con el medio ambiente, sean bajos en azúcar y grasas,

¹ Torres Pabón, G. (2019). ¿En qué gastamos para comer y cuánto?: condiciones socioeconómicas y presupuesto para el consumo de alimentos (Colombia, 1993-2014). *Revista Colombiana de Sociología*, 42(2), 191-228. <https://doi.org/10.15446/rcs.v42n2.74809>

y que no tengan alteraciones químicas. Como resultado Colombia aumentó en un 4.2% el consumo de alimentos saludables.²

El Banco de la República en su última entrega con el Boletín Económico Regional, “revela un panorama optimista que se vio frenado completamente por las medidas de confinamiento impuestas para contener la propagación del COVID-19. El común denominador de la realidad del país muestra un sector agropecuario que gana mayor importancia, y mantiene un crecimiento a pesar de la economía; y actividades que tuvieron un freno abrupto como la construcción y la minería.”³

Nadie estaba preparado para lo que iba a suceder en el transcurso de este año y mucho menos se esperaba el suceso que ocurriría en diciembre de 2019, el cual, sería el detonante o la causa principal de un “cambio” a nivel mundial; el 12 de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud de Wuhan, en la República Popular de China, hizo público un reporte de 27 casos humanos quienes cursaron con una neumonía viral, de los cuales 7 pacientes se encontraban en condiciones críticas, la cual tenía como etiología un nuevo patógeno humano con alta capacidad zoonótica, conocido provisionalmente como Coronavirus novel 2019 (2019-nCoV), y unas semanas después como Enfermedad por Coronavirus 2019 (COVID-19) causada por el virus SARS-CoV-2.⁴

Como resultado, en menos de tres meses este virus se había esparcido por todo el mundo, había llegado a las principales capitales afectando a todas las personas expuestas y Colombia no fue la excepción convirtiéndose en Pandemia, a principios del mes de marzo llegó el primer paciente proveniente de un vuelo de Italia, Durante esa semana, “el ministro de Salud y Protección Social, se reunió con Secretarios de Salud del país, EPS, IPS, aseguradoras y agremiaciones para establecer el Plan de respuesta ante el ingreso del coronavirus al País, por lo cual todos los territorios a nivel nacional activaron planes de contingencia para enfrentar el virus”.⁵

El aislamiento obligatorio afectaría negativamente el crecimiento económico del país, dado que este restringió la mayoría de las actividades económicas presenciales y algunas podían continuar con teletrabajo, sin embargo, no contaban con las plataformas para hacerlo o simplemente su función laboral se debía realizar presencialmente, como por ejemplo las manufactureras, constructoras o empresas de producción de bienes; lo que hizo que unas empresas cerraran generando mayor desempleo en el país.

² America Retail - News. (2017, julio). *Estudios: Colombia aumentó en un 4.2% el consumo de alimentos saludables* (N.º 1). America Retail - News Santiago, Daily, Spanish.

[https://www-emis-](https://www-emis-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/search/doc?dcid=584295800&ebSCO=1)

[com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/search/doc?dcid=584295800&ebSCO=1](https://www-emis-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/search/doc?dcid=584295800&ebSCO=1)

³ Juan Felipe Vélez. (2020, Jun 27). El comportamiento de la economía colombiana antes de la pandemia. *CE Noticias Financieras* Tomado de:

<https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/docview/2417979522?accountid=34925>

⁴ Rodríguez-Morales, A. J., Sánchez-Duque, J. A., Botero, S. H., Pérez-Díaz, C. E., Villamil-Gómez, W. E., Méndez, C. A., & Balbin-Ramon, G. J. (2020). Preparación y control de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19) en América Latina.

⁵ Ministerio de salud Boletín 046 de 2020

5.2 Teorías

Antes de entrar en las teorías propuestas por varios economistas sobre el consumo necesitamos definirlo ya que según la RAE el consumo es la acción y efecto de consumir, lo cual no es una definición clara entonces ¿qué es el consumo? Consumo es la acción de utilizar un producto sin importar que sea un bien o servicio que atienda necesidades humanas. Mientras que en la economía el consumo es considerado como la etapa final del proceso de producción cuando el bien obtenido ya es capaz de servir de utilidad al consumidor (Javier Montes de Oca, 2015).

- **Teoría del consumo Keynesiana**

John Maynard Keynes economista británico y para muchos considerado uno de las economistas más influyentes de la historia con grandes aportes a la macroeconomía. Keynes en su estudio del consumo fue el primero en afirmar que el consumo depende del ingreso, si hay otras variables que afecten el consumo pero la más relevante es el ingreso. Keynes nos trae el término de la *propensión marginal al consumo* que en pocas palabras es el incremento del consumo ante un incremento en el ingreso como él lo afirma diciendo “*los hombres están dispuestos, por regla general y promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso*” (Keynes, John Maynard; 1992; pág. 93)

Sabiendo ya que para Keynes la variable que mejor explica el consumo es el ingreso. Sin embargo, el también reconoce que hay otros determinantes en el consumo los cuales el clasifica de esta manera.

1. “*Un cambio en la unidad de salarios*” Cambio en el nivel de ingresos.
2. Cambio en la diferencia entre ingreso e ingreso neto.
3. Cambios imprevistos en el valor de los bienes de capital.
4. Cambios en la tasa de interés.
5. Cambios en la política fiscal (cambios en los impuestos).
6. Cambios en las expectativas acerca de la relación entre el nivel presente y el nivel futuro y el futuro del ingreso.

Aparte de estos Keynes también menciona otros determinantes del consumo como lo son el ahorro el cual el los divide en precaución el cual es el ahorro para protegerse ante contingencias futuras y previsión que es ahorrar con el objetivo de afrontar mejores necesidades futuras. También habla sobre orgullo que está vinculado al objetivo de lograr una fortuna y la **AVARICIA**.

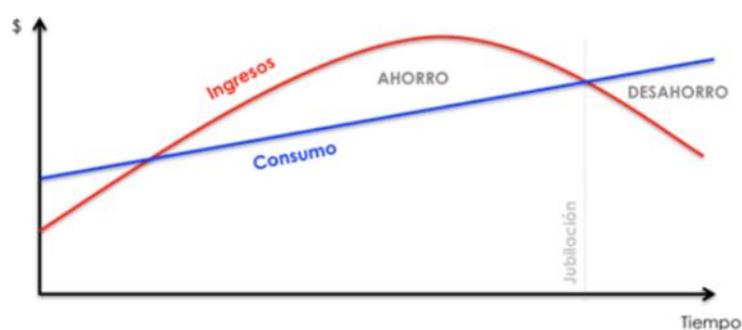
Figura 1. Función consumo Keynesiano



Fuente: Mankiw, N (2006) Macroeconomía. pág. 657 (elaboración propia)

- **Teoría de franco Modigliani**

Figura. 2 Teoría del ciclo de la vida



Tomado de: revista espacios, Hipótesis del ingreso permanente: fundamentos y evaluación a nivel local

Franco Modigliani fue un economista ítaloo - estadounidense premio nobel en economía en el año 1985. Modigliani desarrolló el modelo que llamo ciclo vital el cual pretende explicar los errores de la teoría keynesiana ya que Modigliani se basa que los consumidores pretenden poseer un nivel constante de calidad vida a lo largo de su existencia, esto quiere decir que las personas mediante el consumo logran atender sus satisfacciones y mantener un estatus durante su existencia, por lo que las personas solo reciben ingresos durante la etapa de su vida activa y para mantener su nivel de consumo en su vida pasiva las personas ahorran durante su vida activa.

- **Teoría de Milton Friedman**

Milton Friedman fue un economista estadounidense influyente, creador de la escuela económica de chicago y ganador de un premio nobel en economía en 1976. Friedman nos divide el consumo en dos partes llamadas consumo permanente y consumo temporario y esto proviene porque el habla sobre dos tipos de ingresos el permanente el cual es en el que los consumidores esperan que no varíe en el futuro y por el otro lado el ingreso temporario que es la porción del ingreso de un consumidor que él considera que no se mantendrá en el

tiempo. Por lo que Milton Friedman plantea que el ingreso permanente es el que tiene influencia en el consumo ya que según Friedman los consumidores también gastan de su ingreso temporal, lo hacen en una proporción mucho menor a la del ingreso permanente ya que la temporal en su gran mayoría se ahorra. (M. Friedman & S. Kuznets; 1954)

Ante esta teoría Milton Friedman dice que Keynes se equivocaba ya que el suponía que el consumo solo dependía del ingreso actual y que ese error explicó su contradicción en sus estudios empíricos.

5.3 Conceptos

- **Consumo**

Intercambio de bienes y servicios entre personas. El intercambio puede consistir en la venta, trueque, alquiler o préstamo, puede ser gratuito, de pago monetario o basado en un acuerdo entre las partes. (Bulchand, J., & Melián, s.f.)

En Colombia la mayor parte de consumo de sus habitantes es hacia la canasta familiar, siendo esta una necesidad básica, asimismo en ropa y calzado para solventar las necesidades básicas. Adicionalmente está el consumo por parte de gustos, estos generalmente no se incluyen como necesidad sino por ocio, pueden ser promociones, rebajas u ofertas. Todo esto teniendo en cuenta los ingresos y como se deben distribuir hacia el consumo y la demanda de los mismos. Se considera que el consumo “es parte de la demanda agregada y depende del ingreso disponible.” (Jiménez, 2006).

- **Tendencia**

En las últimas décadas se han desarrollado nuevos enfoques que dan respuesta a las necesidades de los clientes actuales, que son cada día son más demandantes. Según el mercado (Ph. D McCarthy E., 2001). Estos enfoques se han visto reflejados en el mercado, día a día, creando un nuevo patrón entre gustos, preferencias y necesidades impulsando así el consumo y el gasto de los consumidores; obligándolos a estar atentos a los cambios de estas tendencias o enfoques gracias a la globalización.

En general se puede decir que se trata de un patrón social de comportamiento de los elementos que conforman un determinado entorno durante un periodo de tiempo. Desde un punto de vista técnico, el concepto de tendencia simplemente se refiere al rumbo y la dirección a la que se dirigen los mercados. (A, Yirda., 2020). Dada la pandemia en Colombia, como resultado llegó la tendencia de gastar menos y un estilo de vida más saludable “fitness”, por lo que las personas gastan en alimentos, pero optan por comidas sin químicos, bajas en azúcar y preferiblemente sin grasas.

- **Mercado**

Se define mercado relevante como el producto o grupo de productos, y el área geográfica en la cual, un bien es producido o vendido tal que, una firma hipotética que maximiza ganancias no sujeta a regulación de precios, que fuese la única presente en el mercado impusiese por lo menos un aumento en el precio, pequeño pero significativo y no transitorio (U.S Department of Justice and Federal Trade Commission, 1992).

Es decir, es aquel mercado que incluye todos los productos y firmas entre los cuales existe una competencia cercana. En este sentido, se reconocen dos dimensiones dentro de un mercado relevante: de producto y espacio geográfico. (Ramírez, M., 2019). Es un lugar destinado para la comunidad o sociedad en el que se encuentran vendedores y compradores para comercializar o tener una relación comercial, para esto se debe poseer el dinero y el interés para realizar la transacción. El término sirve para hacer referencia a aquel sitio en el que se dispensan productos, donde la persona va a hacer sus compras y este ofrece productos al mayor y al detal.

- **Alimentación Saludable**

De acuerdo al Ministerio de Salud la alimentación saludable “es aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación, lactancia, desarrollo y crecimiento adecuado.” (Min. Salud 2020).

“La alimentación es una cadena de hechos que comienza en el cultivo, selección, preparación del alimento, hasta las formas de presentación y el consumo de un grupo de ellos. Una alimentación saludable se logra combinando varios alimentos en forma equilibrada, lo cual satisface las necesidades nutritivas para un correcto crecimiento y desarrolla las capacidades físicas e intelectuales”. (Hernández, I., González, I., 2004).

- **Ingreso**

Los ingresos son “entradas de dinero al hogar, ocurridas con cierta periodicidad, dentro de un lapso de tiempo determinado, que permiten establecer y mantener un determinado nivel de gasto del hogar” (DANE, s.f)

Durante mucho tiempo América Latina se ha caracterizado por tener una alta desigualdad de ingresos, especialmente Colombia al ser uno de los países con uno de los más altos coeficientes de Gini. Una de las principales razones para que esto suceda es debido a la alta concentración del ingreso, es decir que para el 2010 el 1% de la población captó el 20,1% de los ingresos totales, este 1% representa esa población dueña del capital. (Alvaredo & Londoño, 2014)

Por otro lado, hoy en día debido a la pandemia de Covid 19 los ingresos en Colombia se han visto afectados en diferentes ámbitos. El sector servicios, especialmente restaurantes ha tenido una alta disminución de sus ingresos, gracias a las medidas propuestas por el gobierno. Otro sector afectado es el turístico donde la disminución de los ingresos a aumentado a más de 950.000 millones de pesos. Pero en quienes ha repercutido principalmente ha sido en las personas con trabajos informales o independientes, que no han podido continuar con su trabajo, debido al aislamiento que ha propuesto el gobierno y que por obvias razones sus ingresos cada vez son menores. (Contreras & Velásquez, 2020).

- **Canasta familiar**

De acuerdo con Banco de la República (S.f) la canasta familiar la conforma un grupo de productos y/ o servicios, que son consumidos por la familia promedio de manera usual. La cantidad de bienes o servicios que se encuentran dentro de la Canasta Familiar puede variar dependiendo del país. En Colombia esta canasta está compuesta por alrededor de unos 400 productos y servicios.

En Colombia poco a poco se han aumentado los impuestos que tienen los alimentos pertenecientes a la canasta familiar como con el proyecto de ley 197 de 2018 “por la cual se expiden normas de financiamiento para el establecimiento del equilibrio del presupuesto nacional y se dictan otras disposiciones” se buscaba incrementar los impuestos (IVA) de la mayoría de los alimentos pertenecientes a la canasta familiar, siendo estos los bienes con más bajos o nulos impuestos que permiten a las personas de bajos recursos tener acceso a ellos. Este proyecto generaría problemas de nutrición en todo el territorio colombiano. (López et al, 2019)

- **Pandemia**

La OMS (2010) define pandemia “a la propagación mundial de una nueva enfermedad. Se produce una pandemia de gripe cuando surge un nuevo virus gripal que se propaga por el mundo y la mayoría de las personas no tienen inmunidad contra él”.

Colombia desde marzo del 2020 empezó a sufrir con la pandemia por Covid-19, El sector salud fue golpeado fuertemente por este flagelo, pues Colombia no cuenta con los respiradores, las camas y los especialistas, suficientes para tratar a esta cantidad tan alarmante de personas contagiadas. Desde otro punto de vista la pandemia también viene afectando el sector económico y el sector social. Gran cantidad de empresas se han visto en la necesidad de cerrar, despidiendo a sus empleados y así creando una tasa de desempleo del 12,5%; sin mencionar a aquellas personas con trabajos informales que por estas mismas circunstancias no pueden seguir desarrollado su labor. (Bischoff & Torres, 2020)

6. Diseño Metodológico

6.1. Enfoque, diseño de la investigación y alcance o tipo de estudio

El enfoque a usar en este proyecto será cuantitativo, la cual se define como el estudio de las variables por medio de una población muestra, escogida al azar, que representará el comportamiento de la población total. Dentro de esta metodología también se encuentran las técnicas de recolección de datos cuantitativos y técnicos de análisis cuantitativo. (Hueso & Cascant, 2012)

La técnica de recolección que se utilizó en esta investigación fue la encuesta, está fue realizada de manera escrita a través de la plataforma Forms; de esta manera se envió el link a cada persona para que esta la respondiera. En cuanto a las preguntas, estas fueron redactadas de tipo cerradas y unas pocas semi abiertas con múltiple respuesta. Adicionalmente se realizaron pruebas piloto en las cuales se corrigieron las preguntas correspondientes y se estableció un tiempo de realización de la encuesta de 10 a 15 minutos aproximadamente. El total de preguntas puede variar dependiendo de las respuestas del sujeto a evaluar, sin embargo, la cantidad está alrededor de las 40 a las 60 preguntas.

Así mismo este será un estudio de tipo correlacional, en el que se realizará una medición de variables, y un análisis de datos con métodos estadísticos, que permitirán comprobar o rechazar la hipótesis planteada. Adicionalmente se establecerá la relación entre diferentes variables con el fin de determinar aquellas que tienen gran influencia sobre el consumo.

6.2. Definición de Variables

A continuación, se presentan las variables tenidas en cuenta en el momento del análisis de datos.

- Ingreso: En esta variable se tuvo en cuenta el nivel de ingreso semanal en pesos y su variación en porcentaje durante la cuarentena. Esto con el fin de determinar su relación con cada una de las otras variables.
- Consumo de alimentos: Esta variable está constituida por la variación del consumo de verduras, carnes, frutas, lácteos, granos, cereales y postres y su frecuencia de compra.
- Edad: Para esta edad se definió el rango desde los 18 a 70 años, con el fin de determinar si a mayor edad será mayor el ingreso.
- Género: En este caso esta variable se delimitó exclusivamente para hombres y mujeres.

6.3. Población y muestra

Se define la población como el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (Pineda, 1994:108) y la muestra: es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. La muestra es una parte representativa de la población.

Los tipos de muestreos seleccionados son:

1. Probabilísticos, Muestreo por cuotas: En este tipo de muestreo se divide a la población en subgrupos de acuerdo a determinadas características: "edad", "ocupación", "nacionalidad", etc.
2. No probabilísticos, Muestreo intencionado: En este tipo de muestreo el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos de la población, lo cual requiere de un conocimiento previo de la comunidad que se investiga para poder determinar los elementos o categorías que se puedan considerar para obtener la muestra.

En el estudio realizado la población elegida son personas, hombres y mujeres mayores de edad (18 años) y hasta los 86 años; que sean independientes y cuenten con ingresos. Asimismo, que durante el tiempo de la pandemia hayan tenido un cambio en su manera de alimentación o hábitos de consumo como consecuencia de la situación actual.

Con los resultados del estudio realizado mediante una encuesta a través de la plataforma Forms, se seleccionó la información necesaria o fundamental que nos ayudará a dar respuesta a la pregunta planteada. Dado que la investigación se está realizando en Colombia, delimitamos las respuestas a ciudadanos colombianos, hombres y mujeres, con cierto límite de edad; desde los 18 años hasta los 86 años, ya que al ser mayor de edad cumple con los requisitos mínimos para trabajar legalmente. También que sean independientes y cuenten con ingresos, puesto que esto

representa un factor importante en el análisis del comportamiento de la alimentación como también lo son los hábitos de consumo.

Esta delimitada información nos ayudará a determinar cómo ha sido impactado el consumo en cuanto a sus hábitos, los cambios que han atravesado los precios del mercado, las tendencias del consumo y la coyuntura de la economía (ingresos) dada la situación actual (covid - 19) por la que se encuentran atravesando los ciudadanos colombianos.

6.4. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Como metodología a utilizar se realizará un análisis descriptivo. Los instrumentos que se utilizaron en la medición de las variables son herramientas de medición, ya que estas nos permiten observar y analizar el comportamiento de cada una de las variables previamente definidas, tales como:

- Promedios
- Porcentajes
- Desviaciones estándar
- Modas
- Dispersión

También como herramientas estadísticas y de análisis se utilizaron los programas de: EViews y Excel.

6.5. Medición de variables

Para realizar la medición de variables estudiadas, el método realizado fue un análisis descriptivos, ya que esta metodología da un enfoque por el que se confecciona un resumen de información que dan los resultados de la muestra de las variables de la encuesta incluyendo herramientas de medición para observar y analizar el comportamiento de estas.

5.1 Edad

Tabla. 1 análisis de la variable edad

Edad	
Promedio	36.27
Desviacion s	12.24
Moda	25
Dato mayor	86
Dato Menor	18
Total datos	4005

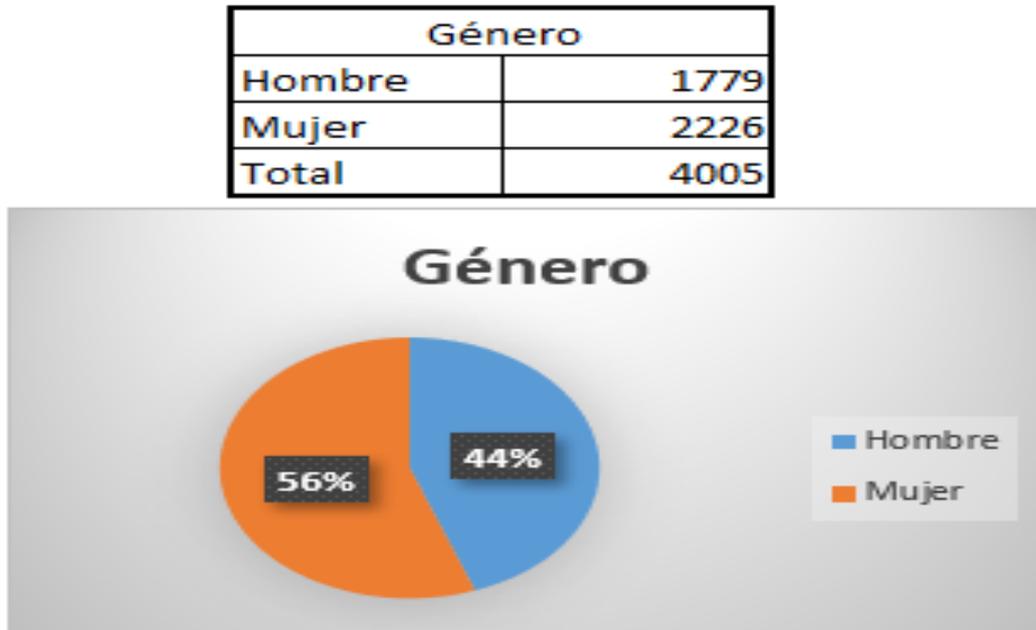
Fuente: propia

La primera variable estudiada fue la edad, ya que en esta se encuentran distintos rangos que muestran que tipo de personas se están estudiando mostrando que del total de la muestra fueron 4005 personas, de estas se encontró que la edad promedio es de 36.27 años; la desviación

estándar fue de 12.24, esta medida de dispersión indica que tan dispersos están los datos del promedio; La moda, es decir, la edad más frecuente en la muestra fue de 25 años teniendo en cuenta que dentro de la muestra la persona menor tiene 18 años y la mayor 86.

5.2 Género

Tabla. 2 Análisis de la variable género.

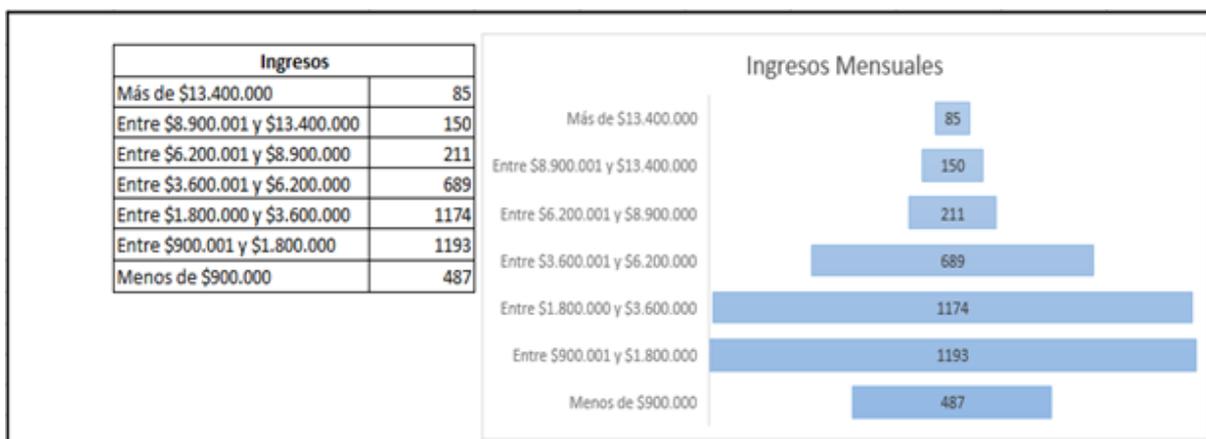


Fuente: Propia

De la muestra que se decidió estudiar se presenta un gráfico de pastel que permite observar fácilmente la relación en cuanto a los géneros, observando que el 56% personas son mujeres y el excedente correspondiente al 44% son hombres.

5.3 Nivel de ingresos

Tabla. 3 Análisis de la variable Ingresos

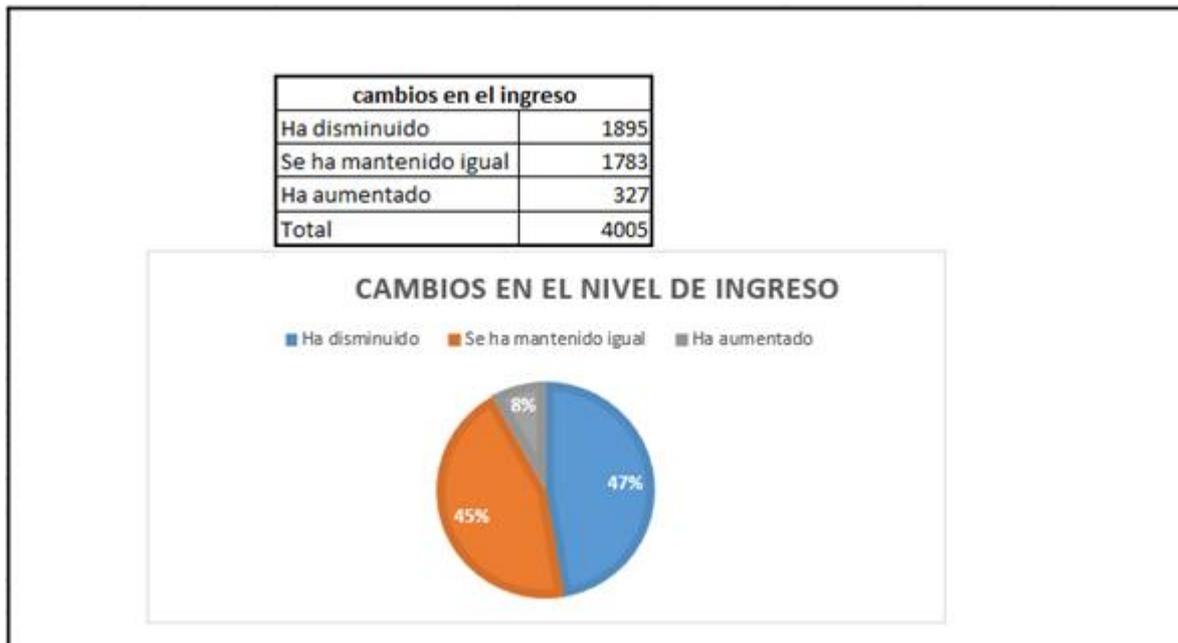


Fuente: Propia

El papel de los niveles de ingresos es fundamental ya que estos muestran que tanto les ingresa mensualmente y de este ingreso cuanto consumen sabiendo que por lógica entre más ingreso se tiene mayor es el consumo. Ante esto realizamos un gráfico de embudo, allí se observa en donde se concentra más el nivel de ingresos de la muestra, observando que donde hay una mayor concentración de los niveles de ingresos son \$900.001 pesos y \$1.800.000 pesos, siguiendo este resultado el segundo nivel de ingresos con mayor concentración esta entre \$1.800.001 pesos y \$3.600.000 peso. Por último, el ingreso que menos concentración de la muestra tiene, es el de las personas que generan más \$13.400.000 pesos.

5.4 Cambios en el ingreso

Tabla. 5 Análisis del cambio de ingresos



Fuente: Propia

La pandemia no solo genera problemas en la salud, también detiene el mundo, generando incertidumbre en la vida monetaria y golpea demasiado fuerte a los sectores privados de la economía mundial. Al observar esto a una escala menor, en la encuesta realizada se preguntó si durante la pandemia tuvieron cambios en su ingreso debido a esta situación coyuntural, obteniendo como resultado que de las 4005 personas estudiadas, el 47% de ellas personas sufrieron una disminución en sus ingresos, el 45% pudieron mantener sus salarios y tan solo el 8% tuvieron un cambio positivo en su ingreso.

5.5 Consumo de alimentos y bebidas

Tabla. 6 Análisis de del consumo de alimentos y bebidas

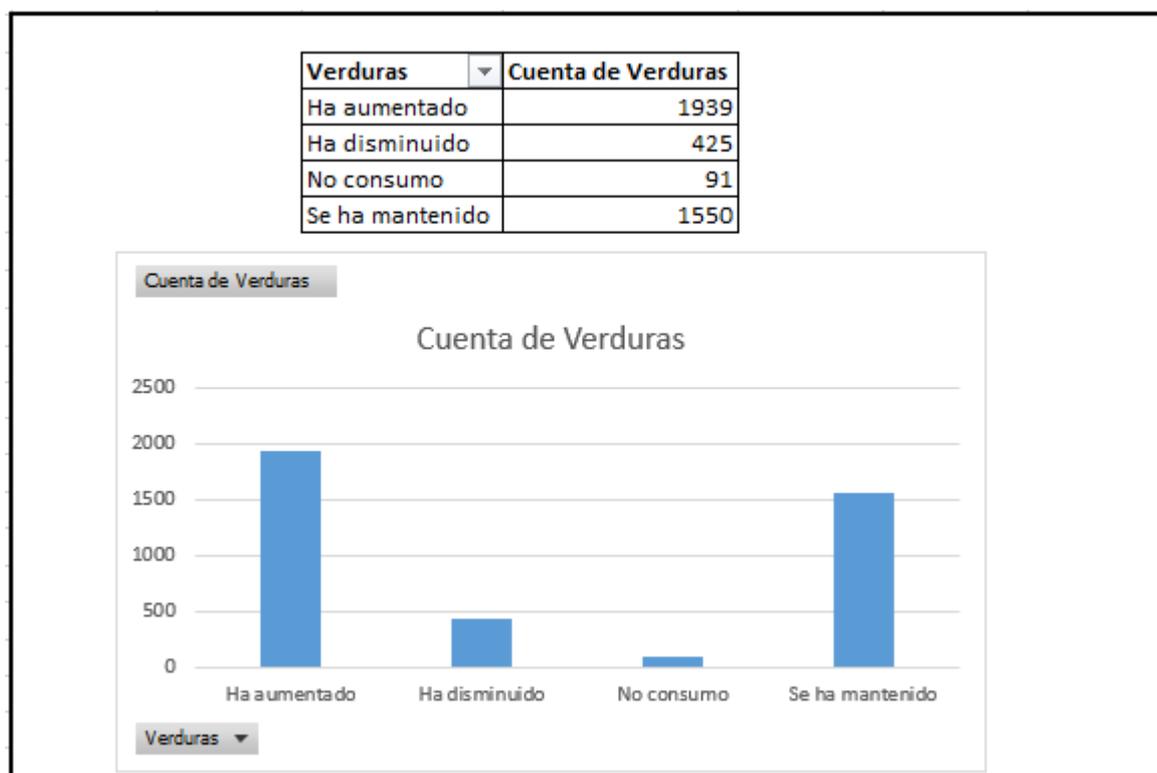


Fuente: Propia

En el siguiente análisis se puede observar otros comportamientos que explican que el consumo en los bienes primarios ha aumentado, dado que de la muestra el 60% ha tenido un incremento en la compra de alimentos y bebidas y tan solo un 17% disminuyó su consumo en estos, lo cual puede estar explicado por la caída en sus ingresos.

5.6 Consumo de alimentos

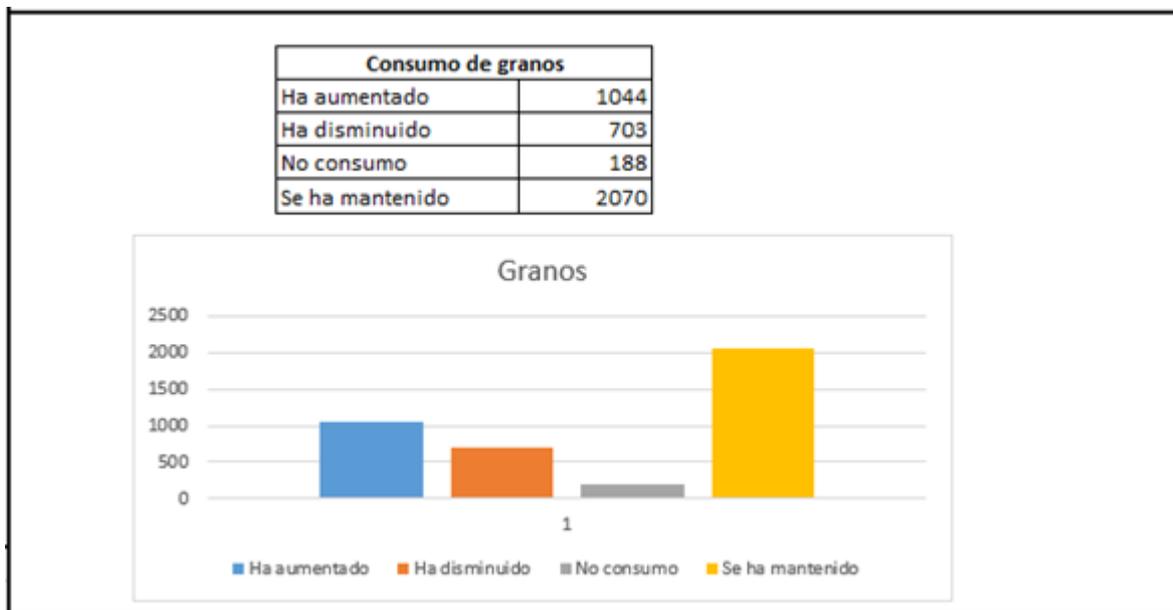
Tabla. 7 Análisis del consumo de verduras



Fuente: Propia

Para el caso de las verduras, siendo parte de la canasta familiar, se puede observar que se mantuvo y que aumentó el consumo de estas, observando que el 10.6% del total de la muestra, por el contrario si ha disminuido el consumo de verduras.

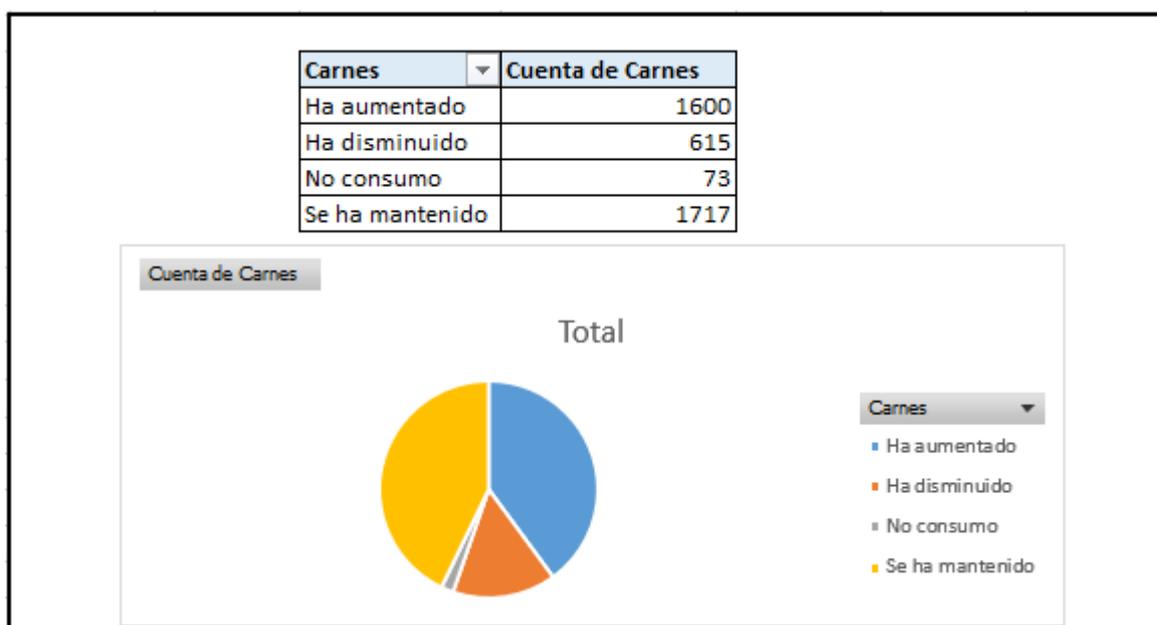
Tabla.8 Análisis del consumo de granos



Fuente: Propia

Los granos son elementos que se comen a diario en cualquier cocina colombiana, de estos podemos destacar el frijol, las lentejas, garbanzos, entre otros. En los resultados se observa que en la mayoría de personas se ha mantenido el consumo, evidenciado un disminución de solo 17%.

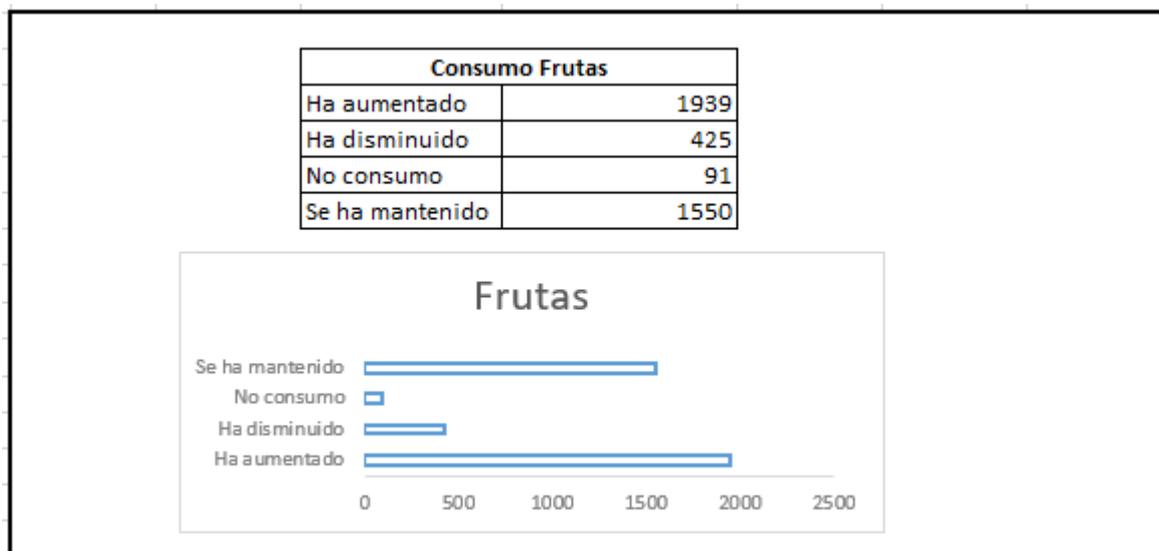
Tabla. 9 Análisis del consumo de carnes



Fuente: Propia

Por el lado de consumo de carnes se observa que durante la cuarentena en su mayoría se mantiene, su otra gran parte ha aumentado y por último, en el 15% de la muestra disminuyó el consumo.

Tabla. 10 Análisis del consumo de Frutas



Fuente: Propia

Por último en cuanto al consumo de frutas se evidencia que la mayoría de las personas aumentó el consumo de estas durante cuarentena y la menor parte disminuyó la compra de estas en un 10%.

Como balance general en el consumo de estos alimentos de la canasta familiar se puede establecer que hay una fuerte tendencia a mantener e incrementar el consumo en este tipo de bienes primarios, ya que son indispensables para las personas a pesar de que los ingresos hayan disminuido. Se observa que siempre la variable de “Ha disminuido” fue la de menor votación sin tener en cuenta el no consumo.

6.6. Procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico EViews donde se realizaron regresiones lineales, técnica estadística que se usa para modelar e investigar relaciones entre variables.

También dentro de estos modelos se utilizaron variables dicótomas, que son variables cualitativas que solo pueden tener dos valores posibles.

Y por último la forma de rechazar los modelos fue por medio del T-estadístico, sabiendo que al rechazar el modelo este debe ser estadísticamente significativo.

6.1 Salario- edad y disminución de los ingresos

La primera regresión que se decidió estudiar fue: qué relación tiene la edad, los ingresos y si estos disminuyeron debido a la pandemia, suponiendo que las personas al ser mayores tienen

mayor experiencia y vida profesional que una persona joven y recién ingresada al mundo laboral, para esto se obtuvo el siguiente resultado.

Tabla. 11

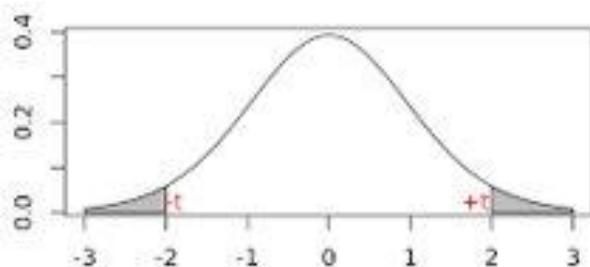
Dependent Variable: INGRESO_PROMEDIO				
Method: Least Squares				
Date: 10/18/20 Time: 18:46				
Sample: 1 4005				
Included observations: 4005				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1902419.	224526.9	8.473011	0.0000
EDAD	63737.73	5730.605	11.12234	0.0000
DISMINUYO	-985364.3	140483.2	-7.014109	0.0000
R-squared	0.038901	Mean dependent var		3747979.
Adjusted R-squared	0.038421	S.D. dependent var		4513560.
S.E. of regression	4426003.	Akaike info criterion		33.44464
Sum squared resid	7.84E+16	Schwarz criterion		33.44936
Log likelihood	-66969.89	Hannan-Quinn criter.		33.44631
F-statistic	80.99219	Durbin-Watson stat		0.081468
Prob(F-statistic)	0.000000			

Fuente: Propia

Al realizar esta primera regresión por medio del programa EVIEWS donde se observa que la variable dependiente es el ingreso de la muestra y su variable independiente es la edad.

Con el objetivo de analizar que tanto influye la edad sobre el ingreso se determinó que la hipótesis en este caso sería que si a mayor edad mayor ingreso. De la muestra estudiada se obtuvo un R-squared (r^2) de 3.89%, este porcentaje explica las variables independientes y la dependiente. Sin embargo, el modelo es estadísticamente significativo ya que por medio del t-statistic (estadístico T) el intercepto fue de 8.47, el de la edad fue de 11.122 Y por último de la variable dicótoma ,si disminuyo el salario durante la pandemia, fue de -7.014

Para estudiar los números que arroja la regresión y poder interpretarlos es necesario recurrir a la regla del 2 del t estadístico. En este caso los números al ser mayores a 2 y a -2 se puede rechazar la hipótesis nula y decir que este modelo es estadísticamente significativo, por lo que para la primera regresión si se está cumpliendo la primera hipótesis y se puede afirmar según esta muestra que ha mayor edad mayor ingreso y por ende a un mayor ingreso un mayor consumo. sin embargo, vemos que debido a la pandemia la disminución en los salarios si fue estadísticamente significativa.



La imagen muestra cómo se comporta el estadístico t y se observa como los resultados obtenidos dan por encima de 2 y por debajo de menos dos, entrando a lo que se denomina las zonas de rechazo que permiten afirmar que el modelo es estadísticamente significativo.

6.2 Consumo- edad e ingreso

Tabla. 12

Dependent Variable: CONSUMO
 Method: Least Squares
 Date: 10/18/20 Time: 19:36
 Sample: 1 4005
 Included observations: 4005

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.601898	0.024625	24.44266	0.0000
INGRESO	4.79E-09	2.96E-09	1.618226	0.1057
EDAD	-0.000482	0.000646	-0.746870	0.4552
R-squared	0.000700	Mean dependent var		0.599251
Adjusted R-squared	0.000201	S.D. dependent var		0.490111
S.E. of regression	0.490062	Akaike info criterion		1.412180
Sum squared resid	961.1246	Schwarz criterion		1.416896
Log likelihood	-2824.891	Hannan-Quinn criter.		1.413852
F-statistic	1.401510	Durbin-Watson stat		0.002405
Prob(F-statistic)	0.246346			

Fuente: Propia

Por otro lado, en cuanto al estudio del comportamiento del consumo, se tomaron como variable dependiente el consumo de las personas durante la cuarentena y como variables independientes el ingreso y la edad de las personas. Tomando como principio, que según el nivel de ingresos y un aumento o disminución de este podría afectar directamente el nivel de consumo. También, la edad ya que como se evidencio en la regresión pasada se pudo afirmar que hay una relación entre la edad y el nivel de ingresos, además en el análisis estadístico descriptivo se vio que a pesar de que la media o promedio de la edad era 36, la moda fue de 25 años y dada esta edad se observa que la concentración en cuanto a los niveles salariales no pertenecen a los salarios altos. Por lo que ya dentro del modelo estadístico se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa siendo un modelo estadísticamente significativo en cuanto a la variable C que es el intercepto. Sin embargo, las variables ingreso y edad no son en este caso estadísticamente significativas, ya que se puede ver que a pesar de haber una disminución en los ingresos como se había mostrado anteriormente en el análisis descriptivo, y según la teoría económica Keynesiana que dice que a mayor ingreso mayor consumo y viceversa dadas las cuarentenas las personas focalizaron su consumo en lo que se está investigando, lo cual es el aumento del consumo frente a los alimentos.

Por lo que cabe resaltar que a pesar de haber una disminución en los ingresos dada la pandemia hubo un aumento en el consumo de los alimentos de primera necesidad convirtiendo este grupo de bienes en lo que se denomina bienes inelásticos, que a pesar de aumentos o disminuciones

en los precios de estos o en el nivel de ingreso de las personas, igualmente se necesitan seguir demandando este tipo de bienes.

7. Conclusiones

La situación que se está viviendo en la actualidad debido a la pandemia por el COVID-19 ha dado casos de estudio en cuanto al consumo mostrando en resultados estadísticos que a pesar de una disminución en general de los ingresos, las personas han focalizado su consumo en los bienes y servicios de primera necesidad, se observó que el consumo disminuyó dado que se implementó la cuarentena en el país, lo que llevó a los negocios a una transformación donde se han reducido costos y por ende ha aumentado el desempleo, para que los negocios puedan sobrevivir a este cisne negro de la economía mundial.

Por lo que esta situación coyuntural ha demostrado que a pesar de las disminuciones salariales las personas no han dejado de consumir y en resultados se ha demostrado un aumento del consumo, rompiendo las teorías Keynesianas en cuanto la propensión marginal a consumir.

Respondiendo a la pregunta problema, se evidenció una relación inversa a la que se esperaba, pues el resultado hallado fue que, aunque los ingresos disminuyesen, los alimentos de la canasta familiar al ser una necesidad básica, encontrarse en cuarentena, y al haber pocos lugares abiertos al público, el consumo de estos aumenta. Todo lo anterior nos permite concluir que la pandemia influyo de manera positiva en el consumo de alimentos de la canasta familiar.

En cuanto a las tendencias, como se evidenció en el marco teórico para el año pasado, estas estaban inclinadas hacia un estilo de vida saludable, donde se buscaban alimentos naturales y sin azúcar. Tendencia que se vio afectada, de acuerdo a la investigación, de manera negativa pues las necesidades de las personas cambiaron y aumento el consumo de alimentos perteneciente a la canasta básica.

Referencias

- Adrián, Yirda. (Última edición: 23 de agosto del 2020). Definición de Tendencia. Recuperado de: [//conceptodefinicion.de/tendencia/](http://conceptodefinicion.de/tendencia/). Consultado el 17 de septiembre del 2020.
- Alvaredo, F., & Londoño, J. (2014). *Altos ingresos e impuestos de renta en Colombia 1993-2010*. Revista de economía Institucional, 16(31), 157-194.
- American Retail - News. (2017, julio). *Estudios: Colombia aumentó en un 4.2% el consumo de alimentos saludables* (N.º 1). America Retail - News Santiago, Daily, Spanish. <https://www-emis-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/search/doc?dcid=584295800&ebSCO=1>
- Banco de la República. (s.f). *Canasta familiar*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de Banco de la República: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Canasta_familiar
- Bischoff Rodríguez, I. F. & Torres Cuervo, L. M. (2020). Causas y efectos de la pandemia en la economía colombiana. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia.
- Bulchand, J., & Melián, S. (s. f.). *la revolución de la economía colaborativa* (1.ª ed., Vol. 1). LID.
- Camelo, J. (2020). *La pandemia de COVID-19, una visión desde las ciencias sociales y humanidades*. México: ECOFRAN. Tomado de: https://www.ecorfan.org/libros/La_pandemia_de_COVID-19/La_pandemia_de_COVID-19.pdf#page=15
- Contreras, R., & Velásquez, N. (7 de Junio de 2020). *Los efectos de la pandemia: El Coronavirus en Colombia*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24665/1/LOS%20EFECTOS%20DE%20LA%20PANDEMIA%2c%20EL%20CORONAVIRUS%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Colombia, S. P. S. D. M. Y. (s. f.). *¿Qué es una alimentación saludable?* Ministerio de Salud. Recuperado 19 de septiembre de 2020, de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>
- Correa-Cuadros, J. P., & Muñoz-Rodríguez, M. A. (2020). SARS-CoV.2/COVID-19 en Colombia: tendencias, predicciones y tensiones sobre el sistema sanitario. *Revista de Salud Pública*, 22(2), 1-9. <https://doi.org/10.15446/rsap.v22n2.86614>

- DANE. (s.f). *Glosario- ingresos gastos*. Obtenido de DANE:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/glosario-ingresos-y-gastos>
- Friedman, Milton (1954). *Income from independent profesional practice*. National Bureau of Economic Research Inc.
<https://core.ac.uk/download/pdf/6877021.pdf>
- Gómez, H. A. L. (2020, 10 junio). *El compromiso de los colombianos frente al reto del coronavirus*. Universidad Santo Tomas.
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/24032>
- HERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ; BAPTISTA 1994 *Metodología de la investigación*, Colombia. Ed. Panamericana Formas e Impresos.
- Izquierdo Hernández, Amada, Armenteros Borrell, Mercedes, Lancés Cotilla, Luisa, & Martín González, Isabel. (2004). Alimentación saludable. *Revista Cubana de Enfermería*, 20(1), 1. Recuperado en 20 de septiembre de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012&lng=es&tlng=es.
- Juan Felipe Vélez. (2020, Jun 27). El comportamiento de la economía colombiana antes de la pandemia. *CE Noticias Financieras* Tomado de:
<https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/docview/2417979522?accountid=34925>
- López, S., Jaramillo, Á., Cadavid, M., Gaitan, D., Álvarez, L. E., & del Castillo, S. (1 de Febrero de 2019). *Impuesto al valor agregado (IVA) a los alimentos de la canasta familiar en Colombia: proyecto de ley 197 de 2018*. *Revista chilena de nutrición*, 46(1). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182019000100081&script=sci_arttext&tlng=p
- Keynes, John Maynard (1943). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*; 2° edición. Fondo de cultura económica. Buenos Aires.
<http://biblio.econ.uba.ar/opactmpl/bootstrap/Textocompleto/Teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20ocupaci%C3%B3n,%20el%20inter%C3%A9s%20y%20el%20dinero%20-%20John%20Maynard%20Keynes.pdf>
- MANKIW, N. Gregory (1999). *Macroeconomía*. 8° edición. Antoni Bosch. Barcelona.
<file:///C:/Users/57302/Downloads/Macroeconom%C3%ADa%20-%20N.%20Gregory%20Mankiw.pdf>
- Mayra Alejandra Ramírez Monroy, 2019. "Definición del mercado relevante en la venta minorista de gasolina en la ciudad de Bogotá D.C," Documentos CEDE 017139, Universidad de los Andes - CEDE.
- Minsalud. (2020, May 15). Fortalecer el cuidado en hogares para prevenir transmisión de chagas durante la pandemia de covid-19. *CE Noticias Financieras* Tomado de:

<https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/docview/2403683643?accountid=34925>

- Meisel-Roca, A. (1990, 1 junio). *El Banco de la República: antecedentes, evolución y estructura*. Banco de la República.
<https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9542>
- Modigliani, F., y R. Brumberg (1980), "Utility and Aggregate Consumption Functions: An Attempt at Integration", en A. Abel (ed.), *The Collected Papers of Franco Modigliani*, MIT Press, Cambridge.
- Pabón, G. T. (2019). What food do we buy and how much do we spend on it? socioeconomic conditions and budget for food consumption (colombia, 1993-2014). [¿En qué gastamos para comer y cuánto?: Condiciones socioeconómicas y presupuesto para el consumo de alimentos (Colombia, 1993-2014)] Scopus Revista Colombiana De Sociología, 42(2), 191-228. doi:10.15446/rcs.v42n2.74809
- Pérez, Mariana. (Última edición:25 de junio del 2020). Definición de Mercado. Recuperado de: [//conceptodefinicion.de/mercado/](http://conceptodefinicion.de/mercado/). Consultado el 20 de septiembre del 2020
- Pérez, M., Álvarez, N., & Rodríguez, A. (2020). Repercusión psicológica y social de la pandemia COVID-19. *Revista Electrónica Medimay*. Tomado de: http://medimay.sld.cu/index.php/rcmh/article/view/1663/pdf_263
- PINEDA, Beatriz; DE ALVARADO, Eva Luz; DE CANALES, Francisca 1994 Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de person al de salud, Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington.
- Quevedo, C. H. O. (2020, 1 julio). *Quebrantar la Ley de Say en un modelo simple de economía de mercado | Ortiz Quevedo | Cuadernos de Economía*. EBSCO.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/70883>
- Rodríguez Pinzón, É. (2020). Colombia. Impacto económico, social y político de la COVID-19. *Análisis Carolina*, 2-45. https://doi.org/10.33960/ac_24.2020
- Saldarriaga Ríos, J. G. (2008). Gestión humana: tendencias y perspectivas. *Estudios Gerenciales*, 24(107), 137-159. Scopus. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(08\)70040-8](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(08)70040-8)
- Sánchez Ramos, K. J. (2020). Impacto Económico del COVID-19 en Colombia Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia.
- Torres Pabón, G. (2019). ¿En qué gastamos para comer y cuánto?: condiciones socioeconómicas y presupuesto para el consumo de alimentos (Colombia, 1993-2014). *Revista Colombiana de Sociología*, 42(2), 191-228. EBSCO
<https://doi.org/10.15446/rcs.v42n2.74809>
- Universidad de los Andes - Facultad de Economía. (2019, enero). *Definición del mercado relevante en la venta minorista de gasolina en la ciudad de Bogotá D.C.* (N.º 5).

ISSN 1657-7191 Edición electrónica.

https://economia.uniandes.edu.co/components/com_booklibrary/ebooks/dcede2019-05.pdf

Universidad Nacional de Colombia. (2020, abril). *IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19 SOBRE LA ECONOMÍA COLOMBIANA. UNA PANDEMIA TEMPORAL CON EFECTOS PERMANENTES* (N.º 108). Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas.

<http://fce.unal.edu.co/media/files/CentroEditorial/documentos/documentosEE/documentos-economia-108.pdf>

Vargas, F., Amaya, A., (2020). TITULO ENSAYO: CAUSAS Y EFECTOS COMERCIALES, ECONOMICOS Y FINANCIEROS DE LAS PANDEMIAS.

Repositorio Universidad Católica. Tomado de:

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24970/1/TRABAJO%20FINAL%20DE%20GRADO.pdf>