

TRANSICIÓN DIGITAL Y COVID-19: APROXIMACIÓN AL CONSUMO DIGITAL EN BOLIVIA DURANTE LA PANDEMIA

Andrés Laguna-Tapia y Laura Rivera-Tapia

RESUMEN

En este artículo se estudia nuevos patrones de consumo digital en Bolivia, desarrollados a raíz de las medidas de confinamiento y distanciamiento social dictaminadas para lidiar con la pandemia de Covid-19, además de analizar las dificultades y las oportunidades que se presentaron, tanto para los consumidores como para los comerciantes. Este es un estudio de naturaleza exploratoria y preponderantemente cualitativo. La recolección de la información se realizó utilizando fuentes documentales, una encuesta a usuarios de los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, así como entrevistas a profundidad a expertos. Se realizó un análisis de los resultados del cuestionario, confrontándolos con la información obtenida de las otras fuentes. Se concluyó que la pandemia fue un acelerador de cambios estructurales de consumo y modelos de negocios en el país, pero que estos fueron afectados por una baja cultura digital, por las grandes brechas de acceso tecnológico, por los prejuicios y aspectos psicosociales de consumo y por variables demográficas propias de Bolivia.

Palabras Clave: Consumo Digital, Covid-19, Comportamiento del Consumidor, Nuevas Tecnologías, Modelos de Negocio.

DOI: 10.23881/idupbo.022.2-5e