

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS	CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	VERSIÓN	02
		FECHA	03/04/2017
		PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Lider de Calidad	

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): ANGIE NATHALIA APELLIDOS: ACOSTA VARGAS

NOMBRE(S): STEFANY KATHERINE APELLIDOS: ANGARITA CLAVIJO

NOMBRE(S): LINDA VALENTINA APELLIDOS: MUNOZ ROZO

FACULTAD: FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACION SOCIAL.

DIRECTOR:

NOMBRE(S): FÉLIX JOAQUÍN APELLIDOS: LOZANO CÁRDENAS

TITULO DEL TRABAJO (TESIS): HABITOS DE CONSUMO Y RELATOS DE MARCA EN EL

CENTRO COMERCIAL JARDIN PLAZA

Este proyecto de investigación nace como resultado de un macroproyecto de tres centros comerciales que tienen como propósito analizar los hábitos de consumo y relatos de marca de los usuarios de los centros comerciales Ventura Plaza, Unicentro y Jardín Plaza de la ciudad de Cúcuta. Al desarrollar este estudio se implementó un enfoque metodológico cuantitativo, con algunos complementos cualitativos, de tipo descriptivo, valiéndose de instrumentos para recolección de la información como la encuesta, la observación y el registro fotográfico, en aras de identificar los hábitos de consumo y relatos de marca más comunes de los usuarios del centro comercial mencionado. Esta propuesta pretende indagar sobre los dinamismos e interacciones de los usuarios en virtud del desplazamiento que, en las grandes y pequeñas ciudades colombianas, está teniendo la plaza pública hacia la plaza privada. Este proyecto pertenece a la línea de comunicación, lenguaje, discurso y poder, la cual sirvió para analizar el consumo cultural de los hábitos y relatos de marca de las personas que asisten a estos espacios. De esta manera se logró identificar estos elementos claves que motivan a los cucuteños al consumo, y cómo estos espacios se convierten en parte de la sociedad y de la cultura.

PALABRAS CLAVES:

Hábitos de consumo, Relatos de Marca, Centros comerciales, espacio de ocio, consumo cultural.

CARACTERISTICAS:

PAGINAS: 169 PLANOS: ___ ILUSTRACIONES: ___ CD ROOM: 1

HÁBITOS DE CONSUMO Y RELATOS DE MARCA EN EL CENTRO COMERCIAL
JARDÍN PLAZA DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

AUTORES

ANGIE NATHALIA ACOSTA VARGAS

STTEFANY KATHERINE ANGARITA

CLAVIJO

LINDA VALENTINA MUÑOZ ROZO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CÚCUTA-NORTE DE SANTANDER

2021

HÁBITOS DE CONSUMO Y RELATOS DE MARCA EN EL CENTRO COMERCIAL
JARDÍN PLAZA DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

AUTORES

ANGIE NATHALIA ACOSTA VARGAS

STTEFANY KATHERINE ANGARITA

CLAVIJO

LINDA VALENTINA MUÑOZ ROZO

DIRECTOR

FÉLIX JOAQUÍN LOZANO CÁRDENAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CÚCUTA-NORTE DE SANTANDER

2021

*ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

*FECHA: San José de Cúcuta, 3 de Noviembre de 2021
HORA: 18:00 horas
LUGAR: Plataforma Meet Google*

Título del trabajo de grado: HÁBITOS DE CONSUMO Y RELATOS DE MARCA EN EL CENTRO COMERCIAL JARDIN PLAZA "

*Director (a): FELIX JOAQUIN LOZANO CÁRDENAS
Comunicador Social Periodista
Magister Ciencias de la Comunicación y la Información
Doctor En Educación*

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L</i>
<i>LINDA VALENTINA MUÑOZ ROZO</i>	<i>1330937</i>	<i>3.8</i>	<i>APROBADA</i>
<i>ANGIE NATHALIA ACOSTA VARGAS</i>	<i>1330945</i>	<i>3.8</i>	<i>APROBADA</i>
<i>STTEFANY KATHERINE ANGARITA CLAVLJO</i>	<i>1330829</i>	<i>3.8</i>	<i>APROBADA</i>

Tatiana T. Bayona S.

TATIANA BAYONA SANABRIA

Olga L.

OLGA LUCIA HERNANDEZ

Erwin H. Jacome

ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA

Margarita R. Peñaloza

*MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social*

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	11
1. Problema	14
1.1 Título	14
1.2 Planteamiento del problema	14
1.3 Formulación del problema	16
1.4 Justificación	16
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo General	18
1.5.2 Objetivos Específicos	18
2. Marco referencial	19
2.1 Antecedentes	19
2.1.1. Antecedentes internacionales	19
2.1.2 Antecedentes nacionales	45
2.1.3 Antecedente local	58
2.2 Marco teórico y conceptual	59
2.2.1. Hábitos de consumo	63
2.2.2. El consumidor	72
2.2.3 Centros comerciales	84
2.2.4. Relatos de marca	98

2.4 Marco contextual	106
2.4.1. Jardín plaza	106
3. Diseño metodológico	110
3.1 Método y metodología	110
3.2 Tipo de investigación	110
3.3 Universo y muestra	111
3.4 Fuentes de recolección de información	111
4. Resultados	117
4.1 Hábitos de consumo en el centro comercial Jardín Plaza	121
4.1.1 Relación del género con otras variables	132
4.1.2 Análisis multivariado de relaciones	142
4.2 Relatos de marca en el centro comercial Jardín plaza	147
4.2.1. Relación del género con otras variables:	151
4.3 Apropriación del Centro Comercial Jardín Plaza	154
5. Conclusiones	157
6. Recomendaciones	159
Referencias bibliográficas	160