

	<b>GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS</b>		<b>CÓDIGO</b>	FO-GS-15
			<b>VERSION</b>	02
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>		<b>FECHA</b>	03/04/2017
			<b>PAGINA</b>	7 de 10
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>		
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

**AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS**

**NOMBRE(S): DANIELA**

**APELLIDOS: HORTUA SAENZ**

**NOMBRES (S): JAIRO MARIO**

**APELLIDOS: BURGOS RICO**

**FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DIRECTORA:**

**NOMBRE(S): FÉLIX JOAQUÍN**

**APELLIDOS: LOZANO CÁRDENAS**

**TÍTULO DEL PROYECTO: HÁBITOS DE CONSUMO Y RELATOS DE MARCA EN EL CENTRO COMERCIAL UNICENTRO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA**

### RESUMEN

Al analizar las medidas impuestas por el gobierno nacional en los centros comerciales tanto externa como internamente se puede tener una idea más clara sobre cuál es la situación durante el desarrollo de la pandemia del COVID-19. De acuerdo a lo anterior, las limitaciones y medidas impuestas han ocasionado un cambio importante en el comportamiento de las personas que tienden a consumir, se han visto obligados en cierta medida a generar nuevas tendencias y hábitos de consumo que terminan afectando de manera directa o indirecta el normal y buen funcionamiento de los centros comerciales y que serán desarrollados en la presente propuesta de investigación. En este estudio abordó la línea de investigación de comunicación, lenguaje discurso y poder el cual nos permite dar respuesta a los objetivos planteados haciendo uso del análisis de contenido por medio de una metodología cualitativa con algunos componentes cuantitativos de tipo descriptivo. Cúcuta, es la capital del departamento y por su área metropolitana circula alrededor del 80% de la economía de la región, puesto que conecta directamente con el país de Venezuela.

**PALABRAS CLAVES:**

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

**CARACTERÍSTICAS:**

**PAGINAS:** 173 **PLANOS:** \_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_ **CD ROOM:** 1 \_\_\_

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

AUTORES

DANIELA HORTUA SAENZ

JAIRO MARIO BURGOS RICO

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 UNICENTRO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

AUTORES

DANIELA HORTUA SAENZ

JAIRO MARIO BURGOS RICO

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 UNICENTRO"**

**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>DANIELA HORTUA SÁENZ</i>	<i>1330941</i>	<i>3.8</i>	<i>APROBADA</i>
<i>JAIRO MARIO BURGOS RICO</i>	<i>1330929</i>	<i>3.8</i>	<i>APROBADA</i>

  
*OLGA LUCIA HERNANDEZ*

  
*TATIANA BAYONA SANABRIA*

  
*ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA*

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

## Tabla de contenido

Introducción	10
1. Problema	13
1.1 Título	13
1.2 Planteamiento del problema	13
1.3 Formulación del problema	15
1.4 Justificación	16
1.5 Objetivos	17
1.5.1 Objetivo General	17
1.5.2 Objetivos Específicos	17
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	59
2.2.1 Hábitos de consumo	62
2.2.2 Relatos de marca	84

2.2.3 Centros comerciales	91
2.3 Marco Contextual	101
2.3.1 Unicentro	101
3. Diseño metodológico	107
3.1 Método y metodología	107
3.2 Tipo de investigación	107
3.3 Universo y muestra	108
3.4 Fuentes de recolección de información	108
3.5 Sistematización de la información	110
4. Resultados	120
4.1 Hábitos de consumo en los usuarios del centro comercial	121
4.2 Variables multivariadas estudiadas	145
Conclusiones	150
Recomendaciones	154
Referencias bibliográficas	155