



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

FACTORES SOCIOCULTURALES CONDICIONANTES DEL
CONSUMISMO EN EL BARRIO TEODORO VITE DE LA CIUDAD DE
SANTA ROSA

MALLA NAGUA JHOEL ALEXANDER
SOCIÓLOGO

VANEGAS TANDAZO MARIA FERNANDA
SOCIÓLOGA

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

FACTORES SOCIOCULTURALES CONDICIONANTES DEL
CONSUMISMO EN EL BARRIO TEODORO VITE DE LA CIUDAD
DE SANTA ROSA

MALLA NAGUA JHOEL ALEXANDER
SOCIÓLOGO

VANEGAS TANDAZO MARIA FERNANDA
SOCIÓLOGA

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

TRABAJO TITULACIÓN
PROYECTO INTEGRADOR

FACTORES SOCIOCULTURALES CONDICIONANTES DEL CONSUMISMO EN EL
BARRIO TEODORO VITE DE LA CIUDAD DE SANTA ROSA

MALLA NAGUA JHOEL ALEXANDER
SOCIÓLOGO

VANEGAS TANDAZO MARIA FERNANDA
SOCIÓLOGA

ZAMBRANO CAMPOVERDE JORGE ARMANDO

MACHALA, 28 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
2021

Proyecto Integrador - Grado

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

7%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 5%

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, MALLA NAGUA JHOEL ALEXANDER y VANEGAS TANDAZO MARIA FERNANDA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado FACTORES SOCIOCULTURALES CONDICIONANTES DEL CONSUMISMO EN EL BARRIO TEODORO VITE DE LA CIUDAD DE SANTA ROSA, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

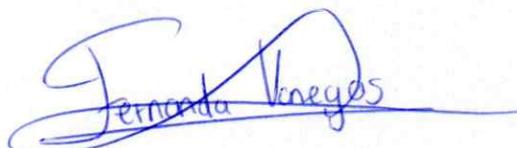
Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de abril de 2021



MALLA NAGUA JHOEL ALEXANDER
0705713600



VANEGAS TANDAZO MARIA FERNANDA
0750692204

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	8
1. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO	10
1.1 Planteamiento del Problema	10
1.1.1 <i>Sistematización del problema</i>	10
1.2 Justificación de la investigación.	11
1.3 Objetivos de la Investigación	12
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	12
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	12
1.4 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos	12
1.4.1 <i>Concepciones del problema objeto de estudio.</i>	12
1.4.1.1 <i>Teoría del Consumismo</i>	12
1.4.1.2 <i>El Consumismo</i>	14
1.4.2 <i>Normativa legal relacionada con el problema.</i>	25
1.4.3 <i>Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico.</i>	27
1.5 Descripción del proceso diagnóstico	27
1.5.1 <i>Tipo de investigación</i>	27
1.5.2 <i>Enfoque metodológico del proceso diagnóstico</i>	28
1.6 Análisis del contexto y desarrollo de la matriz de requerimientos	29
1.6.1 <i>Análisis del contexto</i>	29
1.6.2 <i>Resultados de la investigación empírica.</i>	31
1.6.3 <i>Matriz de requerimientos.</i>	50
1.6.4 <i>Selección y justificación del requerimiento a intervenir.</i>	50
2. PROPUESTA INTEGRADORA	52
2.1 Descripción de la propuesta	52
2.1.1 <i>Título.</i>	52
2.1.2 <i>Antecedentes.</i>	52
2.1.3 <i>Justificación de la propuesta.</i>	53
2.2 Objetivos de la propuesta	53
2.2.1 <i>Objetivo General.</i>	53

2.2.2 <i>Objetivos específicos.</i>	53
2.3. Componentes estructurales	54
2.3.1 <i>Fundamentación teórica de la propuesta.</i>	54
2.3.2 <i>Institución ejecutora de la propuesta.</i>	55
2.3.3 <i>Responsables de la ejecución de la propuesta.</i>	55
2.3.4 <i>Beneficiarios de la propuesta.</i>	55
2.3.5 <i>Planificación operativa.</i>	56
2.3.6 <i>Cronograma de ejecución de la propuesta.</i>	62
2.4 Fases de implementación de la propuesta	63
2.5 Estrategias de Evaluación de la propuesta	64
2.6 Recursos logísticos	64
2.6.1 <i>Recursos humanos.</i>	64
2.6.2 <i>Recursos materiales.</i>	64
2.6.3 <i>Equipos.</i>	64
2.6.4 <i>Presupuesto.</i>	65
2.6.5 <i>Financiamiento.</i>	66
3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD	67
3.1 Análisis de la dimensión Técnica de Implementación de la propuesta	67
3.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta	67
3.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta	67
3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de Implementación de la propuesta	67
CONCLUSIONES	68
Recomendaciones	69
BIBLIOGRAFÍA	70

RESUMEN

El propósito en el que se circunscribe el presente proyecto integrador consiste en analizar los factores socioculturales condicionantes del consumismo del barrio Teodoro Vite en el cantón Santa Rosa, debido a nuevas prácticas culturales vinculadas al consumismo han configurado distintos escenarios, como muestra tenemos las creencias y habilidades que pudieron haber existido en el territorio, puesto que los habitantes se han mantenido, o intentado conservar con menos ingresos la adquisición de la canasta alimentarias, impidiendo alcanzar una vida digna establecido en la (Constitución del Ecuador 2008), y, aunque resulte paradójico, dentro de sus hogares se visualiza gran cantidad de bienes consumistas.

A pesar de la cantidad de libros y papers sobre consumismo o cultura son abundantes, este enorme edificio bibliográfico son pocos los que se vinculan de forma directa y precisa en los factores socioculturales; a menester de ello, se ha considerado que, para el sustento sociológico, se recurrirá al libro “Vida de consumo” de Zygmunt Bauman, resultando conveniente por su rigor para abordar este tema de manera más detallada y, aún más, por el sentido programático de brindar una breve explicación sobre el fetichismo de la subjetividad, cuyo término básicamente se refiere a la compraventa subjetiva de intercambio de identidades.

Se ha identificado que el consumismo se ve como algo no de ellos si no como para marcar identidad, esperando que las demás personas los aprueben y que los tomen en cuenta en un lugar donde se crea estereotipos individualistas, causando efectos negativos para la identidad cultural.

Perdiendo el valor significativo que cada persona desarrolla dentro de la sociedad, el trabajo y el consumo de lo nuestro cada día es más bajo, lamentablemente por parte del estado ecuatoriano no crea mecanismos que generen rentabilidad al consumo del trabajo desarrollado de la mano de obra de todos los ecuatorianos.

Logrando así una mirada positiva del comunismo, ya que se canaliza las ideas innovadoras del ser humano, y hace que ese sueño se haga realidad deseando cada día más y viéndole cada detalle, cada color, cada forma creándolo de una manera valiosa y

que genera un buen impacto en la sociedad, haciendo que adquiriera siempre algo nuevo y por supuesto de marca.

De la misma forma, se determinará los factores socioculturales influyentes en los ámbitos consumistas mediante una exhaustiva investigación con enfoque racional-deductivo y la debida aplicación de métodos científicos, a través de la misma recopilar información, lo que resultará en interacción directa entre los investigadores y el objeto a investigar. Cuya técnica de investigación es la entrevista a las diferentes familias del sector.

Alrededor de los resultados de la investigación aplicada en territorio se estructuró una propuesta de intervención denominada programa cultural “Santa Rosa Soy Yo” al rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite, con tres fases de aplicación en conjunto con diferentes organismos gubernamentales.

Finalmente es importante señalar que el individuo se caracteriza por ser intuitivo y transformador por ende tiene la capacidad de analizar qué actividad o producto está en su apogeo en el mercado, para así entender la forma de consumo de la comunidad y cuáles serían las estrategias para llegar al mismo.

Palabras claves: Consumismo, cultura, sociedad, identidad, globalización

ABSTRACT

The purpose of this integrative project is to analyze the socio-cultural conditioning factors of consumerism in the Teodoro Vite neighborhood in the Santa Rosa canton, due to new cultural practices linked to consumerism, different scenarios have been established, as shown we have the beliefs and skills that could have existed in the territory, since the inhabitants have remained, or tried to preserve with less income the acquisition of the food basket, preventing them from achieving a dignified life established in the (Constitution of Ecuador 2008), and, although it is paradoxical, Inside their homes a large amount of consumer goods is displayed.

Despite the abundance of books and documents on consumerism or culture, this enormous bibliographic building is few that are directly and precisely linked to sociocultural factors; As a result, it has been considered that, for sociological support, the book "Life of Consumption" by Zygmunt Bauman will be used, being convenient for its rigor to address this issue in more detail and, even more, for the programmatic sense to provide a brief explanation about the fetishism of subjectivity, whose term basically refers to the subjective sale of identity exchange.

It has been identified that consumerism is already seen as something not theirs, but rather to mark identity, waiting for other people to approve and take them into account in a place where individualistic stereotypes are created, causing negative effects on identity. cultural.

Losing the significant value that each person develops within society, the work and consumption of what is ours is lower every day, unfortunately the Ecuadorian state does not create mechanisms that generate profitability for the consumption of the work developed by the workforce of all Ecuadorians.

Thus achieving a positive view of communism, since it channels the innovative ideas of the human being, and makes that dream come true wishing every day more and seeing every detail, every color, every shape creating it in a valuable way and that generates a good impact on society, making you always acquire something new and of course brand.

In the same way, the influential sociocultural factors in consumer areas will be determined through exhaustive research with a rational-deductive approach and the proper application of scientific methods, through which information is collected, which will

result in direct interaction between researchers and the object to be investigated. Whose research technique is the interview with the different families of the sector.

Around the results of the applied research in the territory, an intervention proposal called the "Santa Rosa Soy Yo" cultural program was structured to rescue values, customs and traditions in the Teodoro Vite neighborhood, with three phases of application in conjunction with different government agencies .

Finally, it is important to point out that the individual is characterized by being intuitive and transformative, therefore he has the ability to analyze what activity or product is at its peak in the market, in order to understand the community's way of consumption and results. the same.

Keywords: Consumerism, culture, society, identity, globalization.

INTRODUCCIÓN

El consumismo más allá de satisfacer las necesidades del ser humano y encontrarse en la pirámide de la economía, es el relacionarse dentro de la sociedad para la propia identidad, distinguirse y ubicarse en los distintos estratos sociales, de manera que, la apariencia llega a tener más peso que la realidad del consumidor; por tal razón, es insoslayable señalar que el consumismo a nivel global no es algo reciente, sino que, se encuentra intrínseco y avanzando cada vez más en la sociedad.

En la actualidad, el consumismo se encuentra en la palestra del diario vivir ciudadano, ya sea, en la compra de artículos textiles, joyas, tecnología o cosas para el hogar, absolutamente todo lo que un ser humano necesitaría bajo una concepción de felicidad material, y que las grandes potencias mundiales lo proporcionan. Es llamativo observar que, con el paso del tiempo y la evolución de la humanidad, factores a nivel micro han cambiado, dando paso a cambios significativos, para ejemplificar ello, se puede contemplar que, es cada vez más común encontrar cocinas de inducción en los hogares en lugar de las cocinas a gas o leña.

Cabe aclarar que el marketing es, ni más ni menos, que una faceta más del consumismo, percibiendo que, a través de diversas estrategias incitan a los usuarios a comprar o recibir bienes y servicios; lo mencionado se materializa en el mundo virtual, específicamente, las redes sociales, donde día a día se realizan anuncios de páginas de ropa online, venta de celulares, artefactos para el hogar, maquillaje y un sin número de productos que son visibles para cualquiera que se encuentre registrado.

Sin embargo, el problema no son los bienes y servicios, sino más bien, cómo el consumismo va encajando en las distintas Naciones, y a consideración de Rodríguez (2012) creando desigualdad y colocando en tela de juicio lo que se conoce como identidad cultural:

Esto es algo sobre lo que conviene reflexionar al haber triunfado, en las últimas décadas, un estilo materialista y egoísta que ha acabado por ocasionar un agravamiento de la desigualdad social y que ha sido, con toda probabilidad, una de las causas de una crisis que, para algunos, no es solamente de carácter económico, sino también una crisis cultural, de valores. (Rodríguez Díaz, 2012, pág. 3)

Esto significa que la cultura a lo largo del tiempo ha sido el escenario de distintos cambios, erradicando, modificando o implantando en todos los países. Por lo general los países desarrollados o de primer mundo son los que más se ven que han sufrido grandes cambios culturales, así mismo se podría decir que dentro de cada país, algunos pueblos aún se mantienen con ciertos rasgos.

En lo que respecta a las identidades culturales, se puede visualizar un límite casi invisible entre lo que era y lo que es; absolutamente todo rasgo cultural, bien ha cambiado o se ha modificado. Claramente las nuevas prácticas sociales vinculadas al consumo son evidentes, dentro de ello se observan nuevas formas de influencia, las distintas maneras de relacionarse, las diversas maneras de comunicación o de dar afecto, donde estas últimas se centran estrictamente en las redes sociales, la educación se encuentra atravesando un cambio sin precedentes debido a la pandemia del Coronavirus, pero su modificación ya venían desde un tiempo anterior, incluso, la vestimenta ahora es juzgada por el uso de prendas de último modelo, Tradiciones de otros países, como es el caso del carnaval, Halloween, navidad, día de los difuntos y un sin número de factores socioculturales forman parte de las prácticas del país.

Por lo tanto, el objetivo general de la presente investigación reside en determinar los factores socioculturales influyentes en los ámbitos consumistas mediante técnicas de investigación para la elaboración del proyecto integrador, mientras que los objetivos específicos se basan en establecer los aspectos que caracterizan los factores socioculturales sobre el consumismo, determinar las causas estructurales que subyacen en la existencia de la pobreza socioeconómica, establecer la relación existe entre el consumismo y la pobreza socioeconómica en el medio, identificar los factores socioculturales que inciden a las familias al consumismo material y por último, determinar las consecuencias en la calidad de vida de las familias pobres generadas por el consumismo material

El método a utilizar es cuanti-cualitativa, recabando información tanto de campo mediante encuestas y entrevistas, como en la búsqueda bibliográfica de papers, artículos científicos e información de internet.

1. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 *Sistematización del problema*

El consumismo es asumido como una forma de aberración inducida a través de las campañas agresivas de marketing que se caracteriza por la compra o acumulación de bienes y servicios considerados no prioritarios para la vida de las personas y familias.

En América Latina particularmente en Ecuador los cambios culturales en determinados espacios urbanos-marginales con asentamiento poblacional ocasionado por las invasiones tienen una realidad diferente a la de la urbe. La mayoría de las familias destinan parte de su dinero a la compra de ciertos artefactos con tecnología de punta o con servicios de internet, compra de vestimenta, calzado y accesorios de reconocidas marcas posicionadas en el mercado internacional, dejando en suspenso la cobertura de aspectos importantes para la calidad de vida, como: vivienda, educación, alimentación y salud.

Este es el caso de las familias asentadas en el populoso barrio Teodoro Vite de la ciudad de Santa Rosa, sector caracterizado por la pérdida de identidad cultural, el factor sociocultural es visible dentro de cada hogar, puesto que tienen viviendas con materiales de construcción poco duraderos, existe una inadecuada distribución de los espacios físicos interiores que generan hacinamiento y promiscuidad, escasa dotación de servicios básicos y de amueblamiento que limitan el confort hogareño, pero en contraste, con disponibilidad familiar de teléfonos, televisores y equipos de sonido con tecnología inteligente y con vestimenta de reconocidas marcas.

Este hecho es testimonio de una situación de alienación consumista de la gente inducida desde el marketing comercial que ahonda el problema de los factores socioculturales de las familias residentes en el sector antes mencionado, y que además, amerita el inicio de un proceso de investigación diagnóstica a profundidad, debido que las tendencias culturales actuales señalan que los estándares de calidad de vida están por debajo de los distintos aspectos que el individuo adquiere para de alguna u otra manera ser bien visto en la sociedad mediante la adquisición de bienes y servicios no necesarios para la satisfacción de necesidades básicas, de acuerdo a la pirámide de Maslow.

1.1.1.1 Problema Central

- ✓ ¿De qué forma los factores socioculturales influyen en los hábitos consumistas de los pobladores?

1.1.1.2 Problemas Complementarios

- ✓ ¿Qué aspectos caracterizan los factores socioculturales sobre el consumismo en las familias del barrio Teodoro Vite?
- ✓ ¿Cuáles son los elementos que intervienen dentro de la distribución económica de las diferentes familias del barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa?
- ✓ ¿De qué manera impactó negativamente el uso de la tecnología, como condicionante del consumismo, en el barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa?

1.2 Justificación de la investigación.

La presente investigación se enfocara en investigar los factores socioculturales influenciados por el consumismo, puesto que este escenario se ha caracterizado por ser un mercado interesante en el intercambio de identidades culturales, en el barrio Teodoro Vite las antiguas actividades culturales han tenido gran contrastes con las actuales, tal efecto se lleva a cabo con prácticas traídas de otros países, la celebración de sus fiestas, la vestimenta, la incorporación de tecnología de último modelo, la acumulación de bienes no necesarios entre otros factores, hacen que la mayoría de la población tenga un desequilibrio en cuanto a inversión y gasto, de tal manera afecta directamente a la economía familiar.

A pesar que el sector sea marginal, las clases sociales son indiscutibles, lo que es peor que exactamente el estrato social bajo es el que está más inclinado al consumismo, cabe recalcar que la pobreza no es causa del consumismo, todo lo contrario, la ausencia de valores, educación e invasiones provocan estas situaciones. Por eso es necesario iniciar con la debida investigación para la recopilación de información, para que de alguna u otra manera a través del proyecto Integrador, proponer alternativas de solución o motivación para los habitantes de este sector, de tal manera que, al reducir la influencia del consumo en la cultura, también se estaría orientando a las personas con bajos recursos a priorizar bienes y servicios ineludibles y de acorde a las necesidades básicas.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar los factores socioculturales influyentes en los ámbitos consumistas, mediante técnicas de investigación para la elaboración del proyecto integrador en los pobladores del Barrio Teodoro Vite en el Cantón Santa Rosa, 2020.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los factores socioculturales que intervienen como condicionante del consumismo, mediante la aplicación de instrumentos de investigación en el barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa.
- ✓ Determinar cuáles son los elementos que intervienen dentro de la distribución económica de las diferentes familias del barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa.
- ✓ Analizar el impacto negativo del uso de la tecnología, como condicionante del consumismo, en el barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa.

1.4 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos

1.4.1 Concepciones del problema objeto de estudio.

1.4.1.1 Teoría del Consumismo

La teoría del consumismo tiene como representante a Zigmunt Bauman (1925-2017) Es necesario comprender el pensamiento del mismo para poder entender sus ideas, primero que todo, este sociólogo, filósofo y ensayista británico contemplaba sus escritos en torno a la sociedad, su vida en ella, las influencias, su funcionalidad y lo que la mantenía en constante cambio cada día. Las clases sociales, la globalización, la modernidad líquida y un sinnúmero de obras que prácticamente han sido el todo de la sociedad, y que deplorablemente no ha sido cuestionada por los que habitan en ella.

El mundo sin duda desde su eterna existencia hasta la actualidad vive en constante cambio, tanto en factores sociales, políticos, económicos, ambientales y culturales, cabe recalcar que el cambio de cada uno dependerá del otro. Su grandiosa obra literaria “La vida consumista” es la columna vertebral de esta investigación, puesto que sus pensamientos plasmados en libros, a lo largo de la historia han ido tomando posición dentro de la realidad actual.

Bauman al hablar de consumismo, se refería a los cambios que han tenido gran impacto dentro de la sociedad y sobre todo que de alguna u otra manera siguen evolucionando con el paso del tiempo, a esto se refería como lo líquido y lo sólido, entonces a lo líquido se refería aquello que se escurre, pasa, escabulle a través de pequeños orificios y absolutamente no hay nada que lo detenga, mientras que lo sólido es lo que perdura, se mantiene, sin embargo, si se modifica.

Se contempla como un claro ejemplo las relaciones sentimentales, en tiempos remotos la manera adecuada de conquistar a una mujer era mediante, flores, serenatas, cartas, formalizando la relación, pidiendo la mano, era tan normal ver parejas que perduran toda su vida juntos hasta la vejez, mientras que en la actualidad la manera de involucrarse sentimentalmente con otra persona radica en las redes sociales, su forma de mostrar afecto es virtual, existe mayor comunicación por internet que de manera personal.

Así mismo Bauman relaciona al consumismo con las clases sociales, y manifiesta que dentro de las mismas, quien tiene que hacer más méritos es la clase social baja, debido que los estereotipos están por encima de cualquier cosa sin duda alguna la mayoría de las personas pertenecientes a este grupo reflejan una apariencia de lujos dentro de la sociedad para ser bien vista e involucrarse en el círculo del estrato social alto, lo que es peor, son los que más consumen, sin darse cuenta que en el dinero mal gastado prácticamente es tiempo invertido de trabajo, dicho de otra manera, el dinero con el que pago fue a cambio por las horas de trabajo que realizo.

“La vida Consumista” muestra distintas realidades en contextos diferentes, exactamente abarca cada tema de manera particular, adentrándonos en un mundo con interrogantes. Sin embargo basando el libro al objeto de investigación, se observa una línea delgada entre lo que fue y lo que es, una cultura naciendo convirtiéndose en lo que ahora es, el proceso de globalización conlleva grandes cambios y modificaciones dentro de una nación, simplemente en la actualidad la cultura es compartida a nivel mundial y a su vez arrasando con: tradiciones, festividades, comidas, vestimentas, educación, salud, tecnología y un sin número de identidades culturales que ya se han puesto en práctica en distintos países, es preciso señalar que ser humano es un ladrillo que se agrega a una estructura en construcción, para que poco a poco esa gran infraestructura se culmine, ocasionando un colapso cultural.

1.4.1.2 El Consumismo

✓ Aspectos conceptuales del consumismo

Se define al consumismo como la obtención de bienes y servicios no necesarios para el diario vivir, dicho de otra manera, el consumismo aborda dos ámbitos el primero se enfoca en un consumismo que se agota de inmediato, como es el caso de los alimentos, mientras que el otro va más allá de lo posible, un claro ejemplo podría ser comprar un celular de último modelo.

En las nuevas formas actuales de gobierno el consumismo se refleja como una actividad cíclica, puesto que las grandes potencias producen para consumir, y este consumo genera más producción, es decir, “Los entornos tienden a ser digitales y la comunidad global, luego las reglas de juego están cambiando bastante”(Sanchez, 2017, pág. 8). De cierta manera el hombre es cómplice de estas nuevas formas de producción, además que busca satisfacer no solo las necesidades presentes, sino también las necesidades futuras.

David García (2019) en su artículo científico "Lo que debe interesarnos es el consumo como relación social", manifiesta lo siguiente.

La premisa tácita parecía ser que el consumo era un tema menor o de segundo orden; algo que solo empezaría a cambiar a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990, cuando un grupo de intelectuales y académicos latinoamericanos propuso una nueva premisa: el consumo sirve para pensar. (pág. 3)”

En otras palabras, hasta hace unos años el consumo no era considerado un problema de la sociedad, puesto que en ese entonces aún estaba en proceso de ampliación como una forma de globalización, así mismo el autor indica que el consumismo antes sólo servía para pensar, debido que es una decisión del diario vivir, la idea de elegir por una cosa y dejar otra se torna algo complicado y por ende antes de actuar se prioriza.

Para finalizar es necesario enfatizar que el consumismo también se encuentra vinculado al medio ambiente, cada día millones y millones de objetos son desechados a los distintos contenedores de basura, otros arrojados al mar, afectando a la vida marina. Además, las grandes industrias contaminan el aire, provocando la extinción continua de las aves. Todo y absolutamente cada cosa depende de otra en la sociedad.

1.4.1.3 La sociedad del Consumo

Tipos de consumo

✓ *Consumismo Racional:*

Según (RAITERI, 2016) manifiesta que, “los sujetos cada vez están menos dispuestos a consumir productos estándares, esto supone la aparición de la planificación de la obsolescencia del consumo, donde los productos no quedan obsoletos porque pierdan su valor funcional, sino porque dejan de ser atractivos” (pág. 6).

Se lo define como una compra racional con anticipación, realizando listas de comparación, ya sea de precio, cantidad, prioridad y sobre todo si realmente es necesario en el momento que vaya a adquirir los productos. Básicamente se la considera como una forma de organización para solo ir por el producto y no estar mirando qué más cosas comprar o hacen falta. Muchas veces, las personas al momento de realizar las compras para el hogar, no recuerdan que es lo que falta y por ende tienden a realizar una obtención excesiva de artículos innecesarios.

Incluso a la hora de elegir qué prenda de vestir comprar es una decisión que muchas veces debe de ser racional, ya que, al momento de adquirir un vestido brillante, es casi imposible que lo utilice para el diario. Por tal motivo es preferible estar organizado y sobre todo consciente de lo que va a buscar a la hora de hacer las compras.

✓ *Consumo Sugestionado:*

Según (Millán, 2020) citando a (Barrullas, 2016) manifiestan que, “La llegada de las nuevas tecnologías de la información (TIC) ha provocado un cambio en el comportamiento del consumidor. Nos encontramos ante un nuevo consumidor que está mucho más informado y que gracias a Internet y las redes sociales puede conocer multitud de opiniones sobre los productos que quiere comprar y aportar la suya” (pág. 7).

Este tipo de consumo se vincula con los anuncios que aparecen en distintas plataformas, ya sea en una red social, periódicos o papeles pegados o que se entregan en las calles. Esta herramienta influye directamente al receptor provocando la compra de tal producto, cabe recalcar que este consumo no es en cantidad, sino más bien de comparar precios en distintas tiendas online o físicas.

✓ *Consumo Impulsivo:*

Este consumo es el que más peso tiene dentro de la sociedad, puesto que aquí el sujeto no mide precio, tampoco compara o menos aún prioriza necesidades, todo lo que ve, lo quiere y lo compra, es un acumulador excesivo de bienes y servicios atribuidos no necesarios, Este tipo causa severas afectaciones a la mente del individuo consumista.

Behar (2019) Indicó:

Consiste en un estilo cognitivo que predispone a reaccionar inesperada, súbita y desproporcionadamente frente a eventos amenazantes del entorno o ante estímulos internos individuales, sin reflexionar sobre las consecuencias de las actuaciones, incluyendo los comportamientos agresivos, asociados incluso a riesgo vital, hasta conductas antisociales, predominando la baja tolerancia a la frustración y al estrés. (pág. 3)

✓ *Consumismo Experimental:*

Según (GUERRA, CORTES, & VALLEJO, 2019) citando a Gómez (1996) manifiestan que, “Las personas no solo se conforman con adquirir un artículo o servicio para sentirse bien, o para cubrir sus necesidades básicas, lo hacen más para de cierta manera ocupar un espacio en la sociedad, por esto, adquieren artículos innecesarios e incurrir en endeudamientos” (pág. 12).

Se refiere estrictamente a la compra de novedades de último modelo, es decir que son innovadores o prácticos. Este grupo está inclinado más con lo afectivo, la motivación de probar un producto y quizás lo reemplace con otro.

✓ *Consumismo indiferente:*

Se enfoca en que realmente cumpla la función que necesita, sin importar la marca, precio o en muchos casos los anuncios aquí se puede especular mucho la conformidad, sin embargo, este grupo al no centrarse en la marca, tienden a ser estafados con réplicas, y aunque no parezca grave, las réplicas son hechas con material que en muchos casos resultan dañinos, como es el caso del maquillaje, cremas para la piel e incluso fármacos.

1.4.1.4 Causas y consecuencias del consumismo

a) Causas estructurales del consumismo

Las olas del consumismo son tan fuertes que ningún país se salva, afectando los distintos factores que constituyen la sociedad.

Los factores económicos, políticos, sociales, humanistas, religiosos, etc. Se oponen a las formas culturales prevalecientes en la edad media, anuncian la irrupción y utilización de tecnología, aún de las resistencias, prejuicios, costumbres, hábitos, tradiciones y cosmovisiones de los grupos sociales (García & Romero, 2019, pág. 3).

Es interesante reconocer que los medios masivos son los que más influyen, puesto que se vive en una sociedad que aparte de ser consumista, también se ha vuelto dependiente de las redes sociales y es exactamente allí donde más se interactúa, prácticamente el mundo es virtual.

Lo que ocasionó este gravísimo problema, sin duda alguna fue la globalización, la era digital, las campañas agresivas de marketing, las grandes potencias, entre ellas: China quien es pionero de la venta en mayor cantidad de ropa, calzado, tecnología, cosas para el hogar, piensan absolutamente en todo, desde un soporte para ponerse las medias, hasta un celular de última tecnología, este país produce a gran escala su intención es llegar a cada uno de los rincones del planeta tierra, claramente si la sociedad no consume ellos no generan dinero.

El factor cultural se encuentra caminando en un tablón directamente al abismo, y es que prácticamente el mundo se está transformando en una sola cultura, es decir las personas adoptan culturas extranjeras y las más influyentes como siempre son de los países subdesarrollados.

b) Consecuencias de consumismo

✓ Ambiental

Absolutamente cada innovación es hecha con recursos naturales renovables y no renovables, esto significa que para amoblar una casa necesitan de al menos 15 árboles para la cama, sofá, ropero y silla. Y sin añadir que cada tipo de árbol tiene madera

diferente, el exceso de la tala indiscriminada ha ocasionado un gran efecto en el medio ambiente, reduciendo cada vez las hectáreas de árboles e impidiendo la oxigenación para el ser humano. “En tal sentido, los tallos son una de las más impresionantes construcciones mecánicas de la naturaleza, y hacen de los árboles, los seres vivos más grandes que han poblado la Tierra” (Gustavo, 2019, pág. 3).

Por otra parte, las especies acuáticas y terrestres están siendo extinguidos de la faz de la tierra, como el pájaro carpintero imperial, el delfín de agua dulce, rinoceronte negro occidental, todos estos animales tenían algo en común, ser exóticos y con una belleza peculiar, sin embargo, en la actualidad, lo que extinguirá a ciertos animales será la basura arrojada a las diferentes fuentes hidrográficas o a lugares donde existe una biodiversidad diversa, siendo el principal causante la mano del hombre.

✓ *Económica*

Es importante señalar que el intercambio de mercadería nació desde hace varios años atrás con el trueque estrategia implementada para dar una cosa y recibir otra, sin que tenga que intervenir el dinero. Pero, así como la tierra que está en constante cambio el ser humano también y fue aprendiendo tácticas que influyó ya en producir nuevas cosas a un costo, eso hizo que el ser humano tenga rentabilidad económica.

Mejorar las condiciones de vida es una de las garantías que el estado debe brindar a todos los ciudadanos, permitiendo así reducir las brechas de desigualdad que aún están presentes por las diferentes clases sociales. Pero la propensión consumista se ha visto presente por el poder mediático que día a día se encuentran presentes en los diferentes medios de comunicación. Mejia, Rodas, & Rizo (2018) afirman:

Las tarjetas de crédito y el pago a plazos, que permiten la compra, incluso, sin disponibilidad económica inmediata. Una lógica del exceso en áreas cada vez más amplias de consumidores, segmentando el mercado, favoreciendo el crédito, reduciendo los ciclos de vida de los productos. (pág. 22)

La adquisición de bienes u objetos muchas veces son insignificantes para quien los obtiene, esto hace que el poder mediático día a día y las franjas publicitarias que se encuentran al salir de casa inciden en el hombre a querer tenerlo o hacer todo lo posible por ese determinado bien.

✓ *Social*

Una de las consecuencias más importante en el área social, según Carpintero (2017) menciona:

El dinero es la representación más genérica del valor como equivalente universal, de una relación social que toma la forma de cosa. Una relación social que inclusive ‘desaparece’ bajo la forma de cosa, puesto que es la cosa la que se presenta ella misma con atributos y poderes sociales. (pág. 3)

Como ya lo hemos mencionado anteriormente y los cambios que han producido los mismos, en la actualidad esto ha ido cambiando permitiendo diferenciar a los sectores sociales. Una de las investigaciones afirma que el consumo suntuario tiene que ver con el valor de cambio esto significa que mucha gente va a dejar de adquirir productos que de verdad necesiten o se los utilice para las necesidades básica “en modo ahorro” para ir a visitar ese lugar que tanto anhela o comprarse el carro del año entre otro, sin embargo, lo que no se dan cuenta es que le dan mucha importancia a la clase alta.

Por otro lado, aumenta el nivel de desigualdad en los diferentes sectores sociales. Ya que al existir cómodas cuotas o garantías para que el comprador pueda adquirir un producto como el crédito hace que el hombre tenga más posibilidades de endeudarse, lo malo de todo esto es que muchas de las veces no son cosas necesarias, sino para quedar bien con terceras personas.

✓ *Política*

La globalización forma parte fundamental en este contexto, la política es una de las cosas claves en la economía y el capital de un estado, por ello se creó normativas para el libre mercado con diferentes países de todo el mundo. Esto permitió que la presencia de la TICs haga que cada país esté siempre conectado, de igual manera la importación y exportación de productos nacionales o extranjeros.

Aprender a consumir de manera responsable y sostenible; disponer de un derecho de la competencia, no para tutelar a la figura del consumidor incapaz, sino para capacitarse en la exigibilidad de sus derechos y fomentar un trato de equidad y autonomía, etc. (Sanchez, Fuente, & Garcia, 2018, pág. 19)

Las políticas son garantías que tienen los ciudadanos de un estado, las mismas que ayudan a garantizar derechos en cualquier ámbito: político, cultural, económico, social, ambiental, entre otros. La globalización desde sus inicios hasta la actualidad que vendría ser la post globalización hablamos ya de otro concepto que es el capital digital, la compra en línea es otro vicio que diariamente va incrementando.

✓ *Cultural*

La industria cultural es el medio más adictivo del ser humano, lo ven como una competencia de adquirir más bienes u objetos más que el otro. Creando un ambiente de manipulación e inventando necesidades innecesarias. Por ello el mercado crea estrategias para que el hombre consuma todo lo que se encuentre a su alcance en muchas veces esto hace que se adquiera otra identidad ya que al dejar a un lado las cosas que tienen su origen y su significado, hacen todo lo posible por traer cosas de otro país contaminando de manera visual, auditiva hasta física, tomando posesión en el hogar.

La globalización forma parte de este proceso, ya que al existir el conocimiento de nuevas tradiciones o nuevas formas de vestir hacen que más personas quisieran ser igual que otras. Águila (2020) menciona que “Nuestra cultura ha legitimado el consumo no sólo como motor económico sino como el código cultural de las sociedades contemporáneas por excelencia, el recurso clave en la construcción de la identidad y de las relaciones con los otros” (pág. 4).

El consumismo comparte las culturas ajenas, las suplantando, modifican o en su peor caso las elimina, prácticamente el mundo globalizado de manera literal es un solo país. Las habilidades, creencias, vestimentas, comportamiento, música y un sin número de factores se ven implantados dentro de la sociedad.

1.4.1.5 Factores socioculturales y consumismo

✓ *Sociedad y Cultura*

Según (Korstanje, 2008) citando a (Zigmunt Bauman; 2007) manifiesta que;

“Una sociedad de consumidores se caracteriza por una falta de nitidez entre el objeto consumido y quien lo consume. En la sociedad de consumidores, nadie puede (dice Bauman) transformarse en sujeto sin haberse hecho producto

primero. En otros términos, la esencia del sujeto es ser vendible, y convertirse en un elemento más del fetichismo de la subjetividad”.

El consumismo en las sociedades es más que un momento en la cadena de actividades económicas, es una manera de relacionarse con los demás y de construir su propia identidad. En las sociedades dominadas como avanzadas, el consumo, en especial el derroche en mercancías innecesarias, se ha convertido en una actividad central, hasta un límite de que se puede hablar de una sociedad consumista. En las últimas décadas las sociedades se han convertido en materialistas y egoístas, el cual ha ocasionado un agravamiento en la desigualdad social, y que ha sido una de las causas de la crisis para algunas sociedades, no es solamente de carácter económico, sino también una crisis cultural y de valores.

Según (Bruneau, Mello, & Vieira, 2009) citando a (ARNOLD; THOMPSON, 2005) manifiesta que, “la cultura del consumo denota un apego social en que las relaciones entre cultura vivenciada y recursos sociales, entre las formas de vida significativa y los recursos simbólicos y materiales, son mediadas a través de los mercados” (pág. 14). El consumismo es también considerado como un fetichismo ya que la idea de la persona es más libre que nunca para elegir entre todas las opciones evidenciadas en el mercado.

Es necesario comprender el consumismo como un atributo de la sociedad misma, más que del individuo. Se trata de un mecanismo por medio del cual le es extraída a éste su querer o deseo en general para transformarlo en una fuerza externa que sirva de impulso para el funcionamiento y las operaciones de la sociedad.

La sociedad de ahora está más enfocada en lo que es las marcas de ropa, el marketing, la cultura entre otros. Se vive en un mundo tercermundista ya que se dejan llevar por los países de grandes potencias mundiales como China, Rusia, Estados Unidos, los cuales no quieren ver que el país crezca y que pueda ser una competencia más para ellos. Se cambia la forma de vestir de hablar y se consume cosas innecesarias para el hogar pudiendo vivir en una sociedad con todos los servicios básicos y vivir una vida digna, así dejando de consumir productos innecesarios.

✓ *Globalización y cultura*

El fenómeno de la globalidad se debe comprender desde una perspectiva multicausal, porque no se refiere solo a una reorganización del sistema económico o de mercado, sino que con ello se generan otros cambios en la esfera política, social y sobre todo cultural.

La mundialización de las sociedades no ha sido de igual beneficio para todos los países del mundo, dividiendo a los países desarrollados y países en desarrollo, la globalización transforma directamente los sistemas de relaciones sociales, culturales, políticos y económicos; en ese sentido, a los países menos avanzados les corresponde adaptarse a estos sistemas para subsistir, pero en este proceso de adaptación no siempre se alcanzan los resultados esperados, debido a que en su mayoría estos no se encuentran preparados estructuralmente para asumir determinados cambios o influencias.

Según (Berroterán, 2019) citando a (Hopenhayn; 1994) dicen que, “no hay identidades que resisten en estado puro más de unas horas ante la fuerza de estímulos que provienen de todos los rincones del planeta” (pág. 101). Esto supone que debido al mundo globalizado al que está sometida toda sociedad, resulta difícil encontrar identidades no contaminadas por el exterior o por las mismas influencias locales.

Latinoamérica enfrenta grandes desafíos de integración y desarrollo debido a las inminentes influencias de la globalización en todos sus escenarios (económico, político, social, cultural y religioso), estos cruces sociales y culturales han ido redefiniendo y reformando la identidad latinoamericana, el asentamiento de una modernidad producto de la globalización ha ido visibilizando los problemas reales de las sociedades, dejando en la marginalidad histórica a las mayorías excluidas, se puede pensar en una globalización excluyente y desigual entre un país y otro.

Se puede decir que la globalización es un fenómeno multidimensional y que genera cambios de vida en las sociedades, pero que también es constructora y transformadora de identidades culturales, debido a la gran influencia de los diversos mecanismos que la constituyen en los últimos años. Este proceso es fundamental para comprender la evolución de las identidades culturales, principalmente en América Latina, además, es preciso comprender que la globalización no se ha esparcido de forma simultánea o igualitaria en todos los países, por lo que en América Latina se observa una aparente modernidad.

1.4.1.6 Factores socioculturales coadyuvantes al consumismo

✓ *Moda*

La moda es una de las creaciones que aparece por ciertas circunstancias puede ser: por temporada, estación año, o simplemente por una festividad. Esto hace que el ser humano tenga alternativas de elección y de adquirir cosas que estén a la “moda” o estén al top por ese momento, como medida de consumo y no por una sostenibilidad. Cordenons & Verri , (2016) afirman: “La moda resulta entonces un producto cultural ligado al consumo y la validación social; que tiene un ciclo de vida determinado y acotado por las necesidades del mercado, que puede estar más o menos asociado a la velocidad de flujos” (pág. 2).

Sin embargo, la moda tiene un objetivo claro que es atraer a sus clientes a elegir sus diferentes propuestas que estén exponiendo en esa temporada, lamentablemente no se dan cuenta que se están transformando en víctimas del consumismo, por ende, mientras vayan innovando las cosas dará un impacto negativo. Escobar Guanoluisa (2017) “La sociedad consumista contribuyó a la generación de un sistema de moda insostenible, caracterizado por la producción, el desarrollo masivo y el abuso de los recursos finitos del planeta” (pág. 5).

✓ *Tecnología*

La tecnología es uno de los avances que a partir del siglo XX evolucionó, actualmente tenemos un mundo totalmente globalizado por los diferentes instrumentos tecnológicos que hacen que cada día estemos más cerca de zonas que muchas de las veces no hay contacto alguno.

La sustentabilidad es un desafío de innovación, en el modelo de negocio y en los productos. Tienes que pensar en diferentes tecnologías para confeccionar tus productos y en diversos materiales. Se trata de incorporar la sustentabilidad en el proceso de diseño, para lo cual fusionamos los equipos de sustentabilidad y de innovación. (Cordenons & Verri , 2016, pág. 6)

✓ *Alimentación*

Otro hecho social de mayor impacto es la alimentación, recurso principal para la vida y dar energía al ser humano. Según Medina, Aguilar, & Fornons (2015) “La alimentación,

aun siendo una parte muy importante del consumo familiar, no se observa ni se valora al mismo nivel que el consumo de otros bienes y servicios” (pág. 6).

La prioridad de consumo no solo se evidencia en las cosas materiales sino también en la comida, en la cantidad de alimentos que se ingiere descartando si son saludables o no, es ahí donde se crea costumbre de comida rápida o hasta en mucho de los casos comida de clase alta, satisfaciendo en mucho de los casos a la familia o amigos.

✓ *Religión*

Uno de los factores claves del comportamiento del ser humano es la religión; ya que, al basarse en una creencia en un ser divino hace que tenga más personas en ese camino. Es como despertar religioso que se basa en acontecimientos de fe y eso hace como un don de dominación para atraer y consumir más de este acto. SÁNCHEZ BAYÓN, (2016) afirma:

La religión se presenta como el vínculo trascendental, cuyas manifestaciones pueden ser en forma de factor y esfera social (con sus reglas e instituciones propias), constructo condensador del imaginario colectivo y su capital simbólico (con sus mitos, roles, etc.), metámero de la realidad social (con sus cosmovisiones sintéticas, asequibles y sostenibles), etc. (pág. 15)

✓ *Educación*

Una educación sin adoctrinamiento sería un ser humano sin control, por si el hombre tiene la capacidad de razonar antes de actuar, pero en mucho de los casos se inclina a seguir prototipos de consumos que hace que todo lo que se tiene en él ahora se lo intenta crear a un futuro como medio de consumo y que todo el mundo se vea obligado a tomarlo.

Una educación previa para predisponer al sujeto hacia ese modo de consumir y esa nueva forma de alineación. Hay que facilitar la socialización de la población dentro de la citada sociedad de consumo, adoctrinando al futuro consumidor desde su más tierna infancia para que pueda desempeñar la función acrítica que el modelo económico le exige. (Arroyo Ilera, 2016, pág. 11)

Sin descartar que el objetivo principal de la educación es enseñar y aprender, con ello uno puede aplicar la empatía con las demás personas, entiendo que el rol del ser humano es servir, ser resiliente y entender cada dinámica de la sociedad.

✓ *Migración.*

La migración es un fenómeno social que todos los países del mundo lo han vivido, entendemos que son varios factores como: políticos, económicos, ambientales, sociales, culturales, entre otros que intervienen en que los seres humanos migran ya sea de manera voluntaria o forzada a este cambio.

La escasez se traduce en inflación, el agotamiento de recursos naturales aparece como un problema político a través del desempleo, que se manifiesta a su vez en migraciones del campo a la urbe y así sucesivamente. O el estrés demográfico se traduce en tensiones políticas y restricción de movimientos migratorios, que para unas naciones son voluntarios y para otras resultan forzados (Salazar Ortiz, 2018, pág. 6)

1.4.2 *Normativa legal relacionada con el problema.*

Según la Constitución de la República del Ecuador en la Sección novena de personas usuarias y consumidoras manifiesta que (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. Mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. (pág. 39).

✓ *Dominios y líneas de investigación de la UTMACH*

Los dominios y líneas de investigación de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH) plantea en el: Concepto macro estructural sociedad y cultura; dominio desarrollo social/comportamiento humano:

- a) **Sociedad y cultura:** Aborda la realidad social, económica, política, comunicacional y cultural en el contexto local, zonal, regional, nacional. Valora los procesos humanos y organizacionales para generar sinergias que caracterizan las dinámicas sociales mejorando la calidad de vida de los involucrados.
- b) **Comportamiento humano:** La línea pretende mitigar el comportamiento disfuncional mediante el control de sus agentes causales y el desarrollo de estrategias que fortalezcan estilos de vida saludable. (Centro de investigaciones UTMACH, 2017, págs. 53,66)

✓ *Líneas genéricas de investigación para la carrera de Sociología y Ciencias Políticas*

- Movilidad humana en la provincia de El Oro.
- Asentamientos humanos en zonas urbanas y rurales de riesgo.
- Uso del suelo urbano y rural.

- Crecimiento urbano y dotación de servicios básicos.
- Estructura y dinámica social de la sociedad urbana y rural.
- La identidad cultural en la revalorización de los territorios locales.
- Construcción del Buen Vivir desde los GADs cantonales y parroquiales.
- Formas de gestión pública para el desarrollo territorial local.
- Estilos de liderazgo político en los GADs cantonales y parroquiales.
- Construcción de espacios de participación ciudadana.
- Organización social para la seguridad ciudadana.
- Operatividad del sistema político a nivel provincial.
- Sociología, ciudadanía y género.
- Organización social-comunitaria y desarrollo local.
- Planificación del desarrollo territorial.
- Capacidad de gestión de los GADs cantonales y parroquiales.
- Construcción social del espacio urbano y rural.
- Desarrollo endógeno y exógeno local.
- Población y actividad laboral en El Oro.
- Desarrollo humano local.
- Economía popular y solidaria en El Oro.
- Transformación de la matriz productiva en El Oro.
- Sociedad de la información, sociedad de la comunicación y globalización planetaria.
- Sociedad del conocimiento y civilización humana.
- Inteligencia artificial y sociedad humana.
- Sociedad del conocimiento y economía del conocimiento. (Centro de investigaciones UTMACH, 2017, págs. 53,66)

1.4.3 *Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico.*

El enfoque epistemológico se direcciono al racional-deductivo, en este método según Patricio Yanez (2018) “Se concibe como producto del conocimiento científico el diseño de sistemas abstractos dotados de un alto grado de universalidad que imitan los procesos de generación y de comportamiento de una cierta realidad” (pág. 9).

Prácticamente este método es direccionado a una realidad ya vista, donde se crean ideas y el razonamiento prima en este sentido, así mismo los métodos hipotéticos se apoyan en distintas teorías o suposiciones aventureras acerca del modo en que una parte de la realidad se desarrolla y se sostiene a través de los comportamientos.

Por lo tanto, en la debida investigación se ha tomado en consideración los factores causales de las manifestaciones provocadas a raíz de la existencia del fenómeno, las técnicas de investigación que se utilizaron fueron investigación bibliográfica, encuestas y entrevistas, las cuales los resultados están expresados en cuadros y gráficos estadísticos.

1.5 Descripción del proceso diagnóstico

1.5.1 Tipo de investigación

Los tipos de investigación utilizados en el estudio fueron descriptiva, explicativa y propositiva para establecer definiciones concluyentes que tengan relación con los objetivos previamente delimitados en el diseño.

- a) Descriptiva: Describe los datos recogidos desde el campo de acción, obteniendo información cuantificable que permita la interpretación de los datos empíricos cuantitativos a través de gráficos estadísticos (encuesta).
- b) Explicativa: Establece las causas y consecuencias que se generan a partir del problema y la relación entre variables para identificar los factores socioculturales que inciden al consumismo material de las familias; para encontrar alternativas de solución.
- c) Propositiva: Evalúa las teorías y se realiza el respectivo diagnóstico a través de técnicas de investigación, es decir se pretende dar una iniciativa o alternativas de solución al problema, mediante una propuesta, donde las autoridades pertinentes la puedan implementar y alcanzar el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

1.5.2 Enfoque metodológico del proceso diagnóstico

El presente proyecto se constituye en dos tipos de investigación cualitativa y cuantitativa. En lo que respecta la investigación cualitativa según (Sánchez & Suárez, 2018) manifiestan que;

Es aquella actividad humana orientada a la búsqueda de respuestas, así como solucionar los problemas del entorno que los rodea. Se fundamenta en la observación, indagación y análisis de los distintos fenómenos de la naturaleza, y mediante un procedimiento sistemático y lógico se espera alcanzar la verdad sobre un tema determinado (pág. 17).

El método cualitativo es relevante en la investigación científica, ya que se enfoca en los fenómenos sociales los cuales son difíciles de obtener numéricamente, por esa razón es que se utiliza, textos como: libros, revistas bibliográficas, papers, entre otras fuentes, de esta manera poder comprender la vida social desde una perspectiva holística, y así tratar de entender las cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno.

De la misma manera según (Cadena, y otros, 2017) manifiesta que;

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de las asociaciones o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para ser inferencia en una población. Los métodos cualitativos para la recopilación de datos tienen una función muy importante en la evaluación de impacto, ya que proporcionan una valiosa información para comprender los procesos que existen tras los resultados (pág. 5).

La investigación cuantitativa es la que se aplica adecuadamente las técnicas para desarrollar los análisis de acuerdo a los conocimientos científicos, mediante la medición y valores numéricos que logran datos fiables, con el único propósito de investigar explicaciones fundamentadas en el campo de la estadística.

Lo que dio paso a la selección de:

a) Unidades de investigación

- ✓ Muestra representativa del total de población del sitio.
- ✓ Características del contexto.

b) Técnicas de investigación

- ✓ Encuesta (se dirigió a una muestra representativa del total del universo investigativo, siendo 96 habitantes analizando, interpretando y representando estadísticamente).

1.6 Análisis del contexto y desarrollo de la matriz de requerimientos

1.6.1 Análisis del contexto

✓ *Ubicación*

La ciudadela Teodoro Vite se encuentra ubicada en la ciudad de Santa Rosa, en la Provincia de El Oro. El presidente de la ciudadela Sr. Alfredo Castro, los barrios

cercanos son, Las Palmeras, Vite coronel, y la calle principal que conectan con el barrio es: Loja y como calles secundarias Olga Morla, Hipatia Castro, José Coronel, Calle K, Calle L, Calle Decima Primera, Lilia Iralda, Marlene Nieto



✓ *Población.*

Cuenta con aproximadamente 164 habitantes según los datos del último censo realizado por el INEC en el año 2010. Esta cifra indica que el barrio ha crecido demográficamente desde el año 1994

✓ *Origen del barrio.*

Las tierras donde actualmente está ubicado el barrio Teodoro Vite y otros barrios aledaños como Jesús Coronel, Vite Coronel, eran propiedades de la familia Vite Coronel, de allí sus nombres en honor al padre e hijo.

La primera persona en llegar al barrio Teodoro Vite fue la señora Elsa Bustamante el 12 de noviembre de 1994, después de ella llegaron el Sr. Carlos Cueva, Sr. Manuel Ordoñez, Sr. Salvador Díaz y el Sr. Julio Castillo. Juntos trataron de sacar adelante al barrio y así vivir una vida digna, tuvieron la ayuda del cuartel general BI2 Imbabura, puesto que cada vez realizan mingas de limpieza siempre contaban con el apoyo. Para poder tener agua, luz y alcantarillado, los gastos realizados para tener sus beneficios salieron del bolsillo de cada habitante del sector, esto se debió al abandono que sufrieron los moradores por parte del GAD Municipal de Santa Rosa.

Los habitantes del barrio Teodoro Vite son muy unidos ya que al momento de gestionar o realizar alguna actividad se juntan todas las personas para trabajar y obtener beneficio que de igual manera favorece a todos, cabe recalcar que, si no hubieran realizado gestiones o hubieran contado con el apoyo de la población, no estarían disfrutando de los servicios básicos existentes.

✓ *Infraestructura*

En el periodo de Zoila Ollague decidieron levantar una iglesia en el barrio las palmeras, pero por falta de espacio para la construcción no lo hicieron, ya que ese terreno que tenían era del MIES y lo tenían para construir una guardería. Sin embargo, con la ayuda del Sacerdote Anselmo y el Ing. Mosquera lograron levantar la iglesia en el barrio Teodoro Vite, puesto que la donación del material por parte del sacerdote y con la mano de obra de la población no hubieran logrado construir la iglesia, lo mismo pasó con la construcción de la casa comunal, el alcalde de aquel periodo colaboró con todos los materiales y como era de esperarse, nuevamente la mano de obra fue por parte de los moradores.

✓ *Costumbres y Tradiciones.*

El 9 de diciembre realizaban la fiesta a la Virgen Narcisa de Jesús la cual celebraban actividades como: vaca loca, castillos, juegos tradicionales para los niños, bailes folclóricos, asistían personas de barrios aledaños del cantón Santa Rosa, hacían la misa la tercera semana de cada mes y también la novena a la Virgen del Cisne en el mes de mayo y agosto, así mismo en el mes de octubre la novena a la Virgen del Pilar la patrona de la comunidad.

El 22 de enero de cada año, hacían sus fiestas del sector que tenía como actividad la elección de la reina, los bailes públicos, juegos tradicionales y actividades para la recolección de fondos para el barrio y así poder ayudar algún morador del lugar en algún caso de emergencia. Con el pasar del tiempo todas esas fiestas culturales y tradicionales, se fueron terminando poco a poca, ya que la última vez que realizaron sus festividades fue hace 5 años y la cultura, las tradiciones, la religión, se ha terminado en el barrio ya que antes llegaba multitud de gente a la misa, pero ahora ni los mismos moradores asisten.

1.6.2 Resultados de la investigación empírica.

1.6.2.1 Resultados de la encuesta

Se obtuvieron los siguientes resultados, tras la aplicación de la presente técnica de investigación a una muestra probabilística de 96 personas del total de población universo.

Pregunta 1. ¿La vivienda en la que habita es?

Cuadro #1

¿La vivienda en la que habita es?		
a) Arrendada	24	25
B) Propia	70	73
C) Otro.	2	2
TOTAL	96	100
Fuente: Investigación Directa Elaborado por: Equipo de investigación.		

Gráfico # 1



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

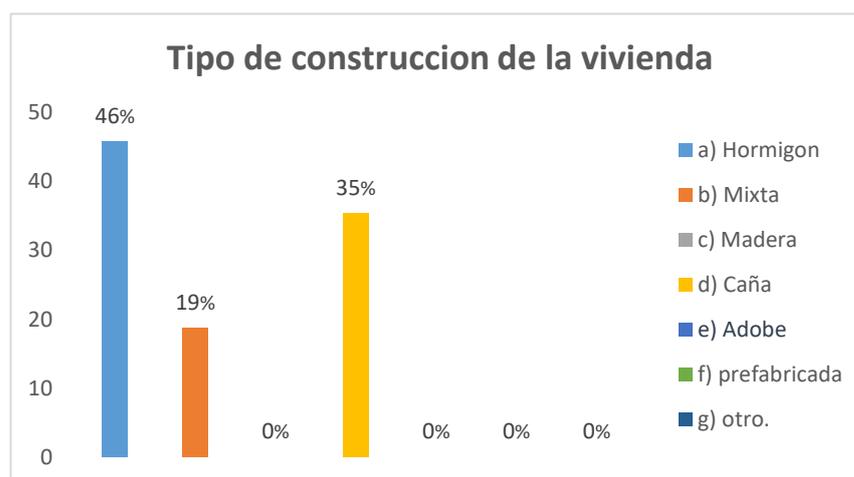
Según la población encuestada el 73% manifestó que la mayoría de los pobladores cuentan con casa propia mientras que el 25% arriendan. Cabe recalcar que el barrio y barrios vecinos iniciaron por la migración nacional forzosa, esto quiere decir que personas procedentes de Loja y otras partes iniciaron mediante invasiones una nueva vida en la ciudad de Santa Rosa.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de construcción es su vivienda?

Tabla N°2

Tipo de construcción de la vivienda		
a) Hormigón	44	46
b) Mixta	18	19
c) Madera	0	0
d) Caña	34	35
e) Adobe	0	0
f) prefabricada	0	0
g) otro.	0	0
TOTAL	96	100

Gráfico N°2



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

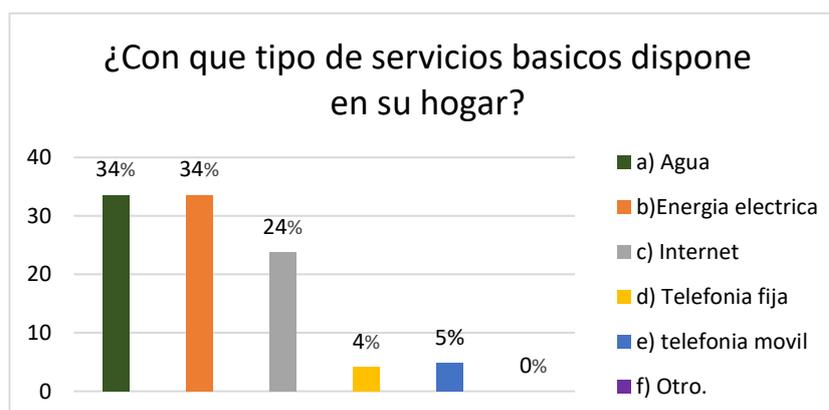
Según la población encuestada el 46% de las viviendas son de hormigón mientras que el 35% es de caña y, por último, pero no menos importante el 19% mixta. Cabe recalcar que a inicios del barrio la mayoría de las viviendas eran de caña, con el pasar del tiempo la infraestructura de cada casa ha ido cambiando y en otros casos modificando, considerada vivienda mixta.

Pregunta 3: ¿Con qué tipo de servicios básicos dispone en su hogar?

Tabla N°3

¿Con que tipo de servicios básicos dispone en su hogar?		
a) Agua	96	34
b) Energía eléctrica	96	34
c) Internet	68	24
d) Telefonía fija	12	4
e) telefonía móvil	14	5
f) Otro.	0	0
TOTAL	286	100

Gráfico N°3



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

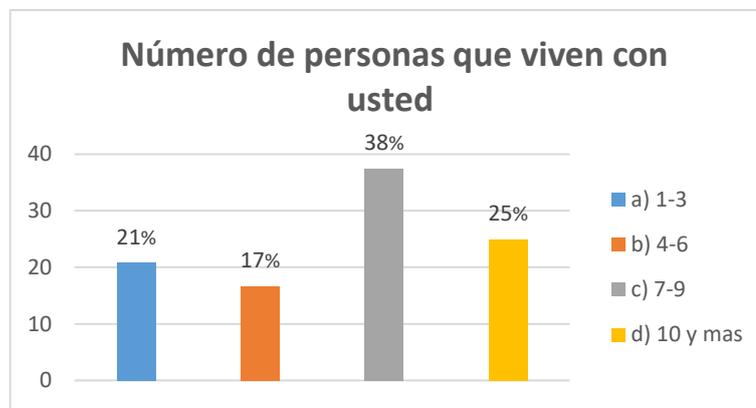
El 34% de la población encuestada dispone tanto del servicio básico de Agua y Energía eléctrica, esto debido a la primera autoridad del comité barrial que realizó una serie de gestiones dirigidas al GAD Municipal cuyo fin era la obtención del sistema de servicios Básicos, así mismo el 24% de la población dispone de internet, puesto que la población restante en su mayoría son adultos mayores.

Pregunta 4: Número de personas que viven con usted

Tabla N°4

Número de personas que viven con usted		
a) 1-3	20	21
b) 4-6	16	17
c) 7-9	36	38
d) 10 y mas	24	25
TOTAL	96	100

Gráfico N°4



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

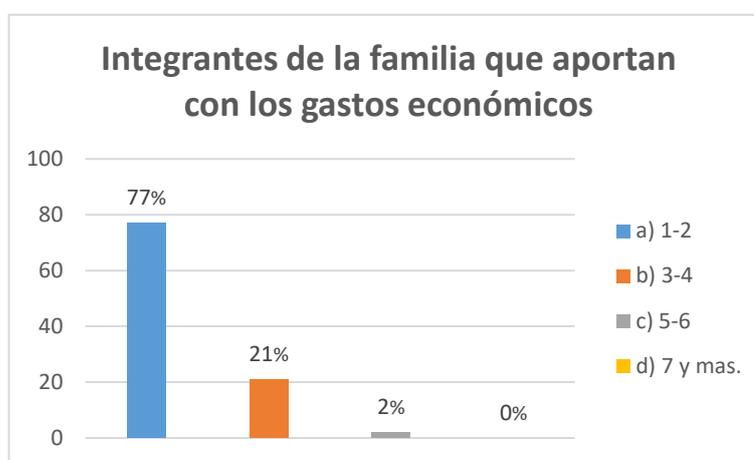
Se preguntó a la población el número de personas que viven en el hogar y la mayoría de las familias son extensas ya que viven de 7-9 personas con un porcentaje del 38% y de la misma manera con un porcentaje menor que es el 17% la cual viven de 4-6 personas.

Pregunta 5: ¿Cuántos integrantes de la familia aportan con los gastos económicos?

Tabla N°5

Integrantes de la familia que aportan con los gastos económicos		
a) 1-2	74	77
b) 3-4	20	21
c) 5-6	2	2
d) 7 y más.	0	0
TOTAL	96	100

Gráfico N°5



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

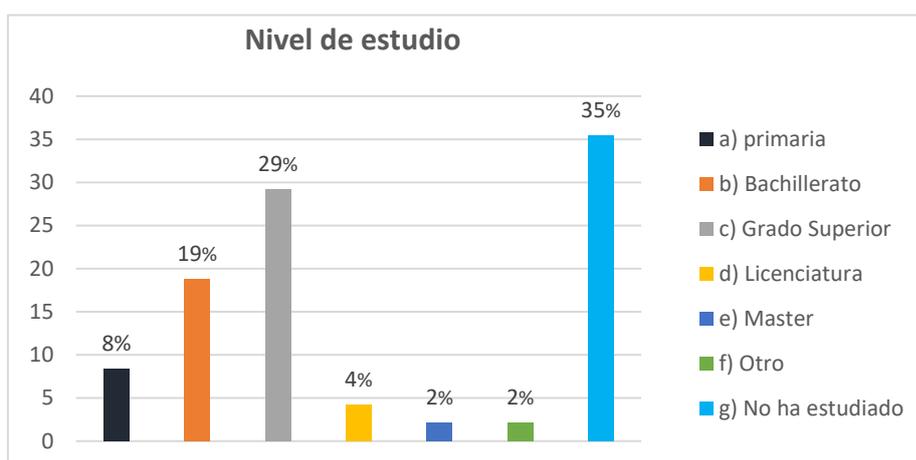
El número de personas que aportan con los gastos del hogar se refleja mediante el 77% de la población encuestada, esto quiere decir que, aunque el tipo de familia extensa sobresale en el barrio, solo 2 integrantes de cada hogar aportan económicamente, de la misma forma el 2% que se referiría a un grupo de amigos de nacionalidad venezolana que aportan económicamente.

Pregunta 6: ¿Hasta qué nivel de estudio curso?

Tabla N°6

Nivel de estudio		
a) primaria	8	8
b) Bachillerato	18	19
c) Grado Superior	28	29
d) Licenciatura	4	4
e) Master	2	2
f) Otro	2	2
g) No ha estudiado	34	35
TOTAL	96	100

Gráfico N°6



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

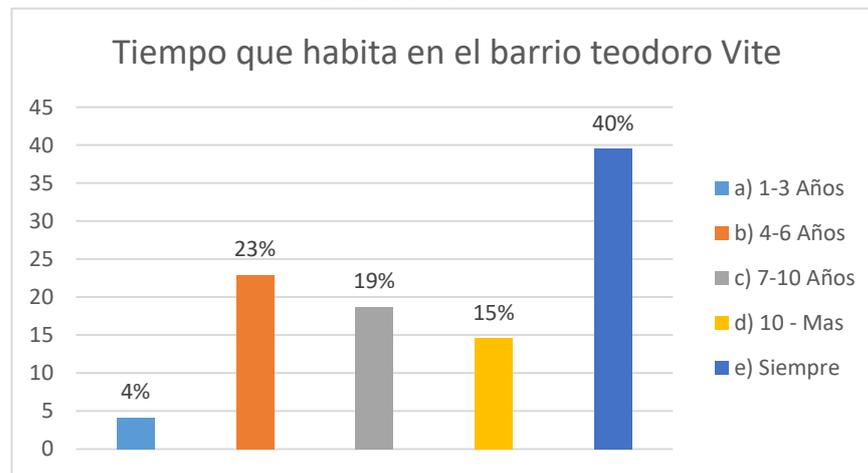
Según los habitantes del barrio Teodoro Vite, manifestaron que el 35% de encuestados no son estudiados ya que son personas que toda su vida han trabajado en el campo y no han tenido un estudio adecuado, mientras que la persona con un grado superior se refleja en 29% y con el menor porcentaje del 2% es el masterado y otro lo que se considera que ha seguido alguna academia o algún curso aparte.

Pregunta 7: ¿Desde qué tiempo usted habita en el barrio Teodoro Vite?

Tabla N°7

Tiempo que habita en el barrio Teodoro Vite		
a) 1-3 Años	4	4
b) 4-6 Años	22	23
c) 7-10 Años	18	19
d) 10 - Más	14	15
e) Siempre	38	40
TOTAL	96	100

Gráfico N°7



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

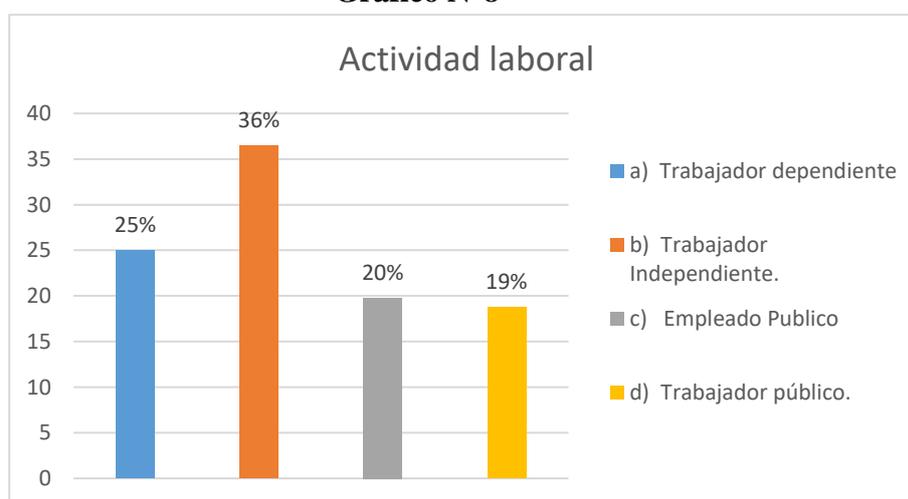
Según las personas encuestadas del barrio Teodoro Vite, manifiestan con un 40% que siempre han vivido en el sector desde el día en que se fundó, así mismo con un porcentaje del 23% son las personas que viven de 4-6 años y con un menor porcentaje que es 4% son las personas que viven de 1-3 años, además que no cuentan con casa propia y se encuentran arrendando.

Pregunta 8: ¿A qué actividad laboral se dedica?

Tabla N°8

Actividad laboral		
a) Trabajador dependiente	24	25
b) Trabajador Independiente.	35	36
c) Empleado Publico	19	20
d) Trabajador público.	18	19
TOTAL	96	100

Gráfico N°8



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

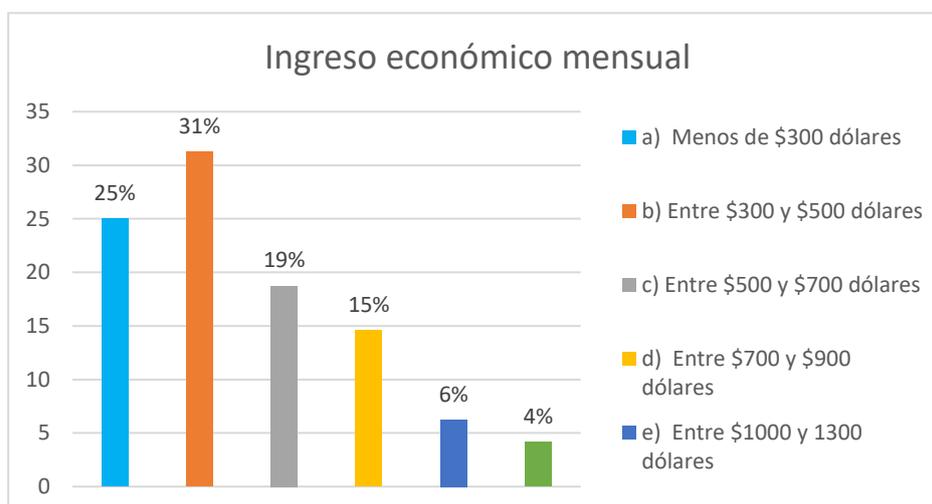
Basándose en los datos estadísticos en el barrio Teodoro Vite el 36% de la población encuestada se dedican al trabajo independiente, es decir tienen su propio negocio como tiendas, mecánicas y vulcanizadora o también se dedican a la pesca o al comercio, así mismo el 25% de encuestados señalaron ser trabajadores dependientes, en este caso su trabajo radica en haciendas o fincas, ya sean camaroneras, bananera, etc., mientras que el 19% indicaron ser empleados públicos.

Pregunta 9: ¿Aproximadamente a cuánto asciende su ingreso económico mensual?

Tabla N°9

Ingreso económico mensual		
a) Menos de \$300 dólares	24	25
b) Entre \$300 y \$500 dólares	30	31
c) Entre \$500 y \$700 dólares	18	19
d) Entre \$700 y \$900 dólares	14	15
e) Entre \$1000 y 1300 dólares	6	6
f) Otros	4	4
TOTAL	96	100

Gráfico N°9



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

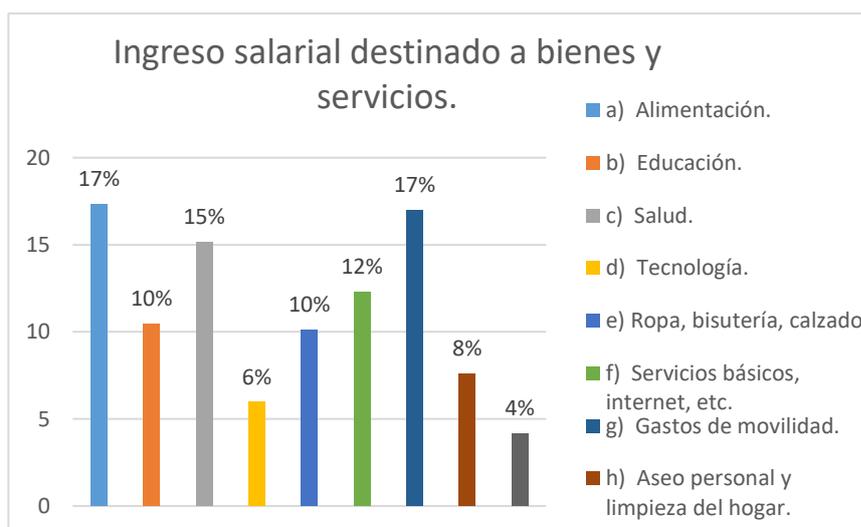
En la encuesta aplicada el 31% de los encuestados de barrio Teodoro Vite respondieron que su ingreso económico mensual es de 300 y 500 dólares, esto quiere decir que gran parte de la población encuestada tiene un sueldo equivalente al salario básico unificado, mientras que el 25% tiene un ingreso menos de 300\$ dijeron que su sueldo es menos de 300 dólares ya que son comerciantes y su sustento es las ganancias del día y con un porcentaje bajo que es el 4% manifestaron que su salario es más de \$1300.

Pregunta 10: ¿Su ingreso salarial específicamente a qué clase de bienes y servicios va destinado?

Tabla N°10

10. Ingreso salarial destinado a bienes y servicios		
a) Alimentación.	96	17
b) Educación.	58	10
c) Salud.	84	15
d) Tecnología.	33	6
e) Ropa, bisutería, calzado.	56	10
f) Servicios básicos, internet, etc.	68	12
g) Gastos de movilidad.	94	17
h) Aseo personal y limpieza del hogar.	42	8
i) Mejoras para el hogar.	23	4
TOTAL	554	100

Gráfico N°10



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

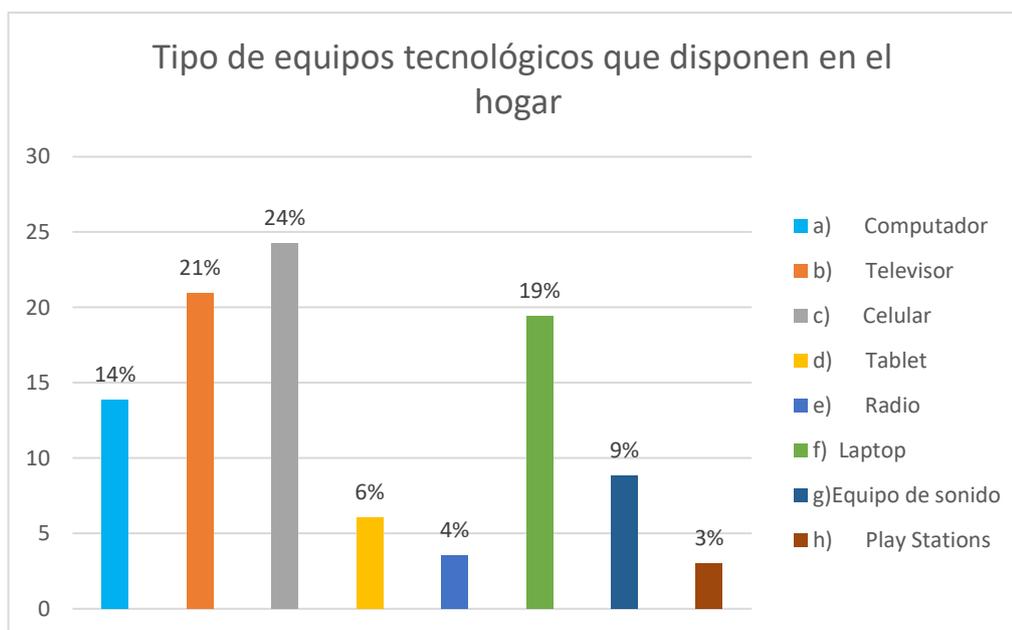
Los bienes y servicio a los que van destinados sus ingresos es en alimentación y en movilidad ya que son gastos muy importantes del día a día tiene un porcentaje de 17%, siguiendo con un 15% de los encuestados manifestaron que su ingreso va destinado a la salud ya que los gastos en enfermedad no son frecuentes, el 4% que es el más bajo de los encuestados manifestaron que lo gastan en mejoras para el hogar.

Pregunta 11: ¿Con qué tipo de equipos tecnológicos dispone usted en su hogar?

Tabla N°11

Tipo de equipos tecnológicos que dispone en el hogar		
a) Computador	55	14
b) Televisor	83	21
c) Celular	96	24
d) Tablet	24	6
e) Radio	14	4
f) Laptop	77	19
g) Equipo de sonido	35	9
h) Play Stations	12	3
TOTAL	396	100

Gráfico N°11



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

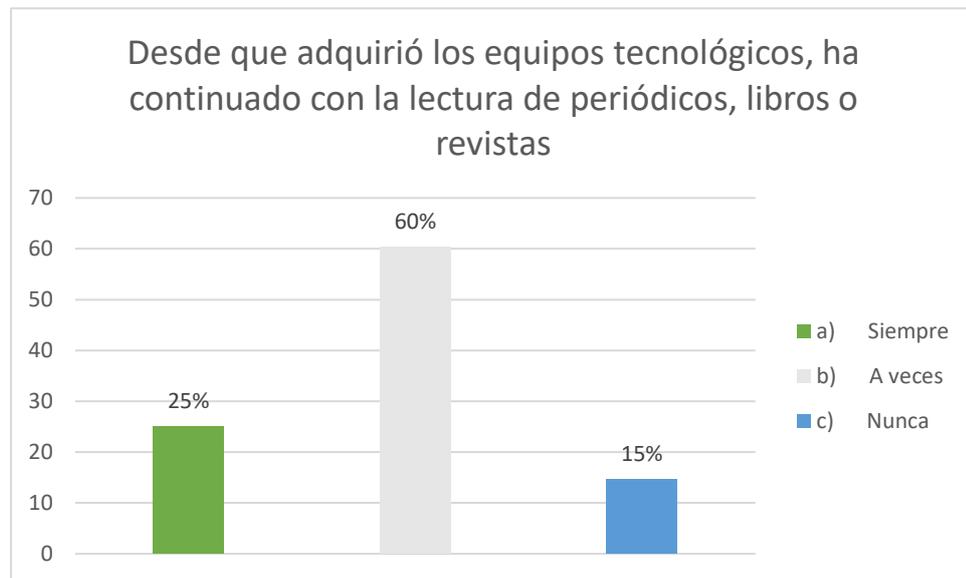
Las personas encuestadas señalaron que los equipos tecnológicos que disponen en su casa es el celular con un porcentaje de 24%, ya que nos manifestaron que en la actualidad es muy importante para alguna emergencia, con el 21% manifestaron que es el televisor y con el 3% que es el menor porcentaje es el Play stations.

Pregunta 12: ¿Desde que adquirió los equipos tecnológicos, ha continuado con la lectura de periódicos, libros o revistas?

Tabla N°12

Desde que adquirió los equipos tecnológicos, ha continuado con la lectura de periódicos, libros o revistas			
a)	Siempre	24	25
b)	A veces	58	60
c)	Nunca	14	15
TOTAL		96	100

Gráfico N°12



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

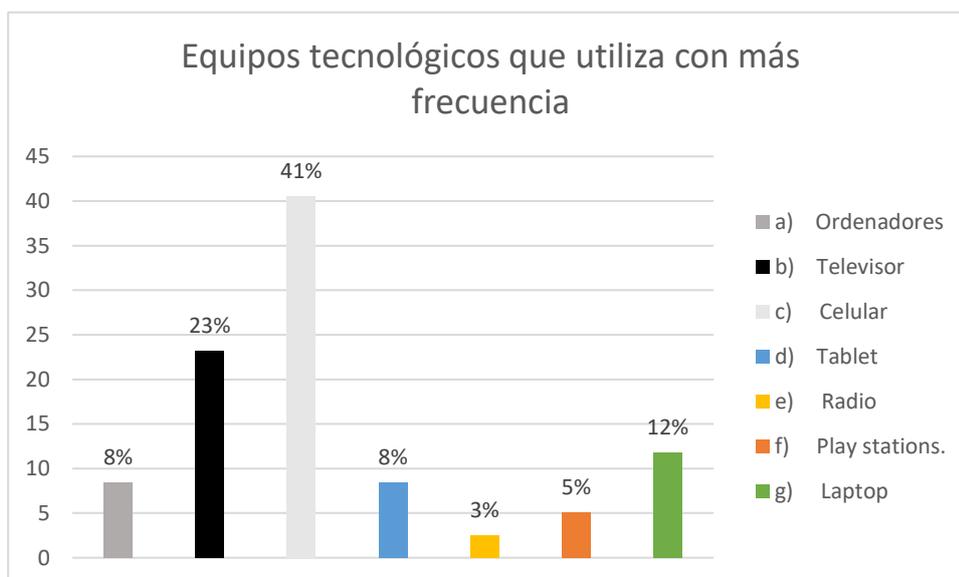
Con la tecnología se ha perdido la costumbre de leer los periódicos, revistas o libros manifestaron las personas encuestadas del barrio Teodoro Vite, el 60% de las personas ya no compran periódicos a diario ni leen todos los días revistas o libros físicos ya que mediante el celular puede obtener cualquier información que requiere, el 25% manifestaron que, sí leen, pero ya no como en la antigüedad y con el 15% que ya no leen nada.

Pregunta 13: ¿Cuál de los siguientes equipos tecnológicos utiliza con más frecuencia en su hogar?

Tabla N°13

Equipos tecnológicos que utiliza con más frecuencia		
a) Ordenadores	20	8
b) Televisor	55	23
c) Celular	96	41
d) Tablet	20	8
e) Radio	6	3
f) Play stations.	12	5
g) Laptop	28	12
TOTAL	237	100

Gráfico N°13



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

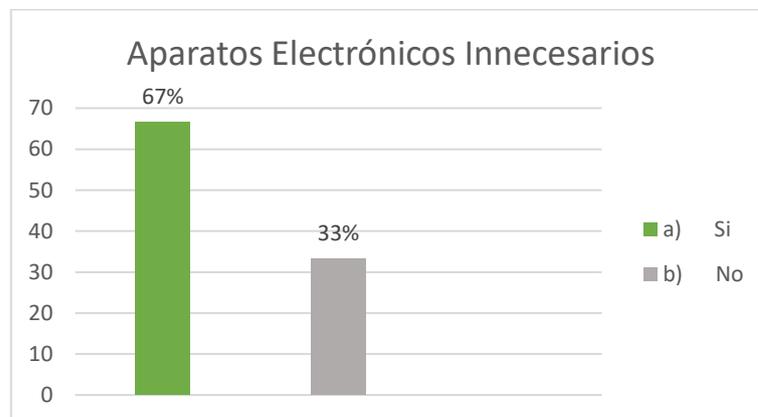
Las personas encuestadas manifestaron que, el celular es uno de los aparatos que más usan en el hogar con el 41% porque es fácil y rápido de manipular para alguna emergencia o para poder obtener alguna información necesaria, el 23% indicaron que el televisor también es el aparato que más lo utilizan para ver noticias y canales nacionales o internacionales, el menor porcentaje que es el 3% siguen utilizando radio por lo que son personas adultas y su costumbre es escuchar ya sea música o noticias por este aparato.

Pregunta 14: ¿Usted dispone de aparatos electrónicos innecesarios?

Tabla N° 14

Aparatos Electrónicos Innecesarios		
a) Si	64	67
b) No	32	33
TOTAL	96	100

Gráfico N°14



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

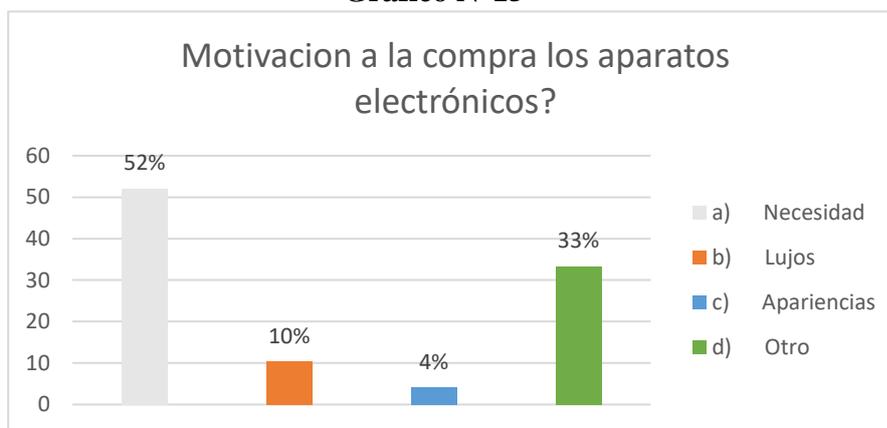
En lo que respecta a la siguiente pregunta, la mayoría selecciono que, si contaban con aparatos electrónicos Innecesarios, lo que supieron explicar fue que, en un inicio de comprar estos aparatos electrónicos, fue porque realmente necesitaban de ellos, pero luego con el pasar del tiempo dejaron de un lado estos objetos como computadora, televisor, celulares no avanzados para cambiarlos por unos mejores, y a su vez, dejándolos de un lado a convertirse en no usados.

Pregunta 15. ¿Qué le motivó a comprar los aparatos electrónicos?

Tabla N°15

Motivación a la compra de aparatos electrónicos			
a)	Necesidad	50	52
b)	Lujos	10	10
c)	Apariencias	4	4
TOTAL		96	100

Gráfico N°15



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

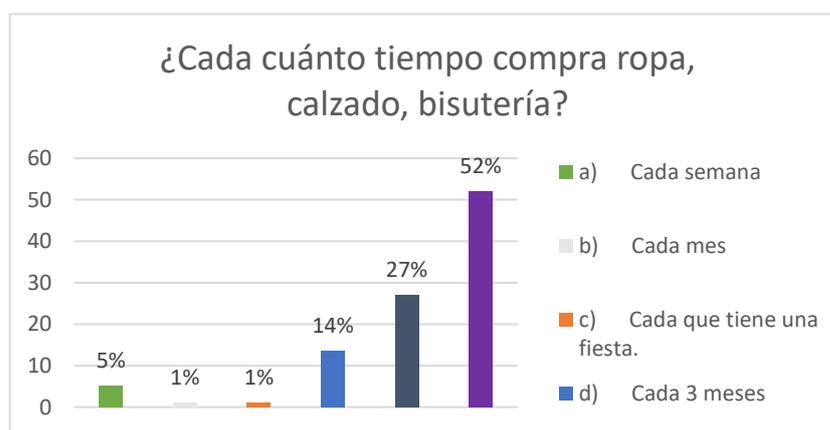
La mayoría de los encuestados manifestaron que los aparatos electrónicos lo compraron por necesidad el cual equivale al 52%, ya que en la actualidad hay que adaptarse a lo que se va creando poco a poco, el 10% manifestaron que fue por lujos y el 4% para aparentar lo que tiene.

Pregunta 16: ¿Cada cuánto tiempo compra ropa, calzado, bisutería?

Tabla N°16

16. ¿Cada cuánto tiempo compra ropa, calzado, bisutería?		
a) Cada semana	5	5
b) Cada mes	1	1
c) Cada que tiene una fiesta.	1	1
d) Cada 3 meses	13	14
e) Cada 6 meses	26	27
f) Cada Año.	50	52
TOTAL	96	100

Gráfico N°16



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

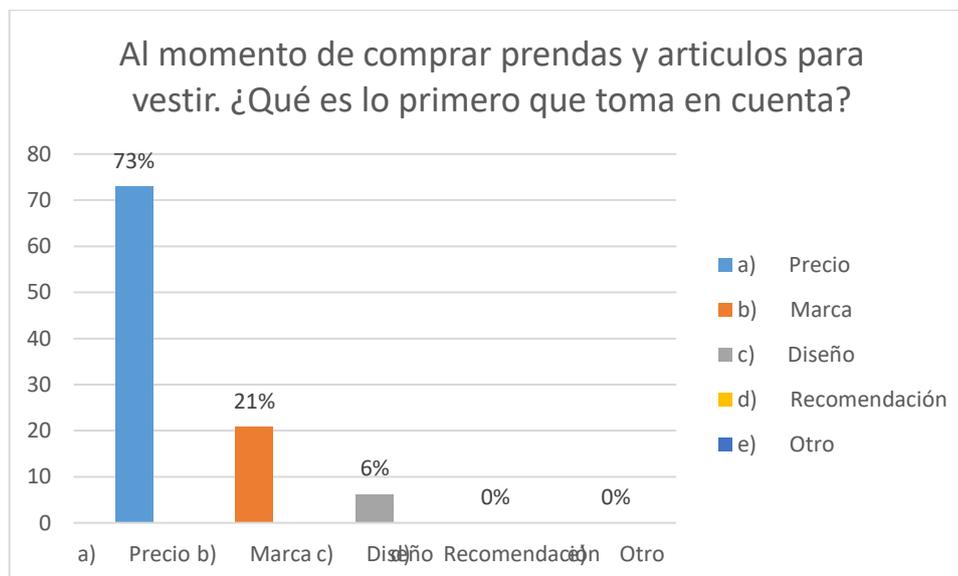
Las encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite señalan que la ropa el calzado y la bisutería compran cada año con un porcentaje del 52%, manifestando que se está en un tiempo de crisis y no se puede gastar en lujos, con el 26% dicen que cada 6 meses compran ropa, calzado y bisutería, y con el 1% nos dicen que compran cada que tiene una fiesta y cada mes.

Pregunta 17: Al momento de comprar prendas y artículos para vestir. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

Tabla N°17

Al momento de comprar prendas y artículos para vestir. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?		
a) Precio	70	73
b) Marca	20	21
c) Diseño	6	6
d) Recomendación	0	0
e) Otro	0	0
TOTAL	96	100

Gráfico N°17



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

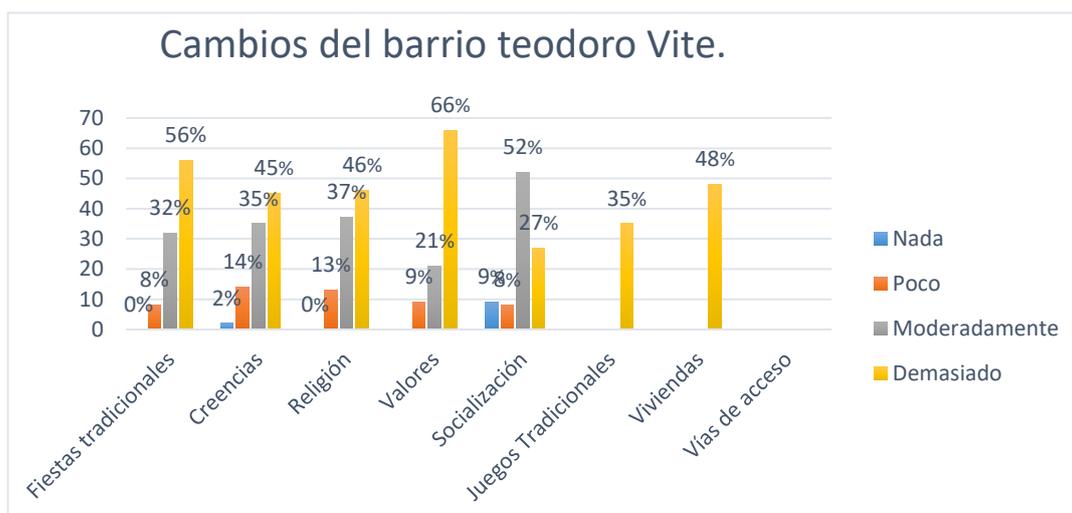
La población encuestada indicó con un 73% que al momento de comprar prendas y artículos de vestir lo primero que toman en cuenta es el precio, mientras que el resto prefiere la marca con el 21% y diseño de 6%, esto quiere decir que, a pesar de la situación socioeconómica de cada familia, como prioridad al momento de comprar una prenda es el precio, puesto que su contexto no está para gastar en lujos.

Pregunta 18: Desde el tiempo que usted tiene viviendo en el barrio Teodoro Vite, en qué cosas cree usted que ha cambiado seleccione del 1 al 5.

Tabla N°18

CAMBIOS DEL BARRIO TEODORO VITE					
	1	2	3	4	Total
	Nada	Poco	Moderadamente	Demasiado	
Fiestas tradicionales	0	8	32	56	96
Creencias	2	14	35	45	96
Religión	0	13	37	46	96
Valores		9	21	66	96
Socialización	9	8	52	27	96
Juegos Tradicionales				35	35
Viviendas				48	48
Vías de acceso					0

Gráfico N°18



Autores: Fernanda Vanegas, Jhoel Malla

Fuente: Encuestas realizadas en el barrio Teodoro Vite

Análisis

Según las encuestas que se realizó a los habitantes del barrio Teodoro Vite, manifiestan que los valores es el cambio que más ha tenido el barrio con el 66%, siguiéndole con el 56% que son las fiestas tradicionales, con el 48% el gran cambio que han tenido con las viviendas ya que antes viviendas en casa de caña y tabla, mientras que ahora ya la mayoría tiene casa de hormigón, con un 52% ha tenido un cambio moderado lo que es la socialización, la creencia y la religión han cambiado con un 37% de los encuestados del barrio.

1.6.3 Matriz de requerimientos.

Problema	Situación actual	Situación Objetivo	Requerimiento
Déficit de valores, costumbres, tradiciones en las familias del barrio Teodoro Vite.	Pérdida de valores culturales, costumbres, tradiciones en las familias del barrio Teodoro Vite.	Rescate cultural de las costumbres y tradiciones del barrio Teodoro Vite.	Programa cultural “Santa Rosa soy yo” para el rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite.
Carencia de conciencia social en las familias del barrio Teodoro Vite ante la crisis económica.	Escasa conciencia social en las familias del barrio Teodoro Vite ante la crisis económica.	Conciencia social en las familias del barrio Teodoro Vite ante la crisis económica	Taller de concientización sobre el consumismo en las familias del barrio Teodoro Vite ante la crisis económica
Bajo nivel de lectura, por la adquisición de equipos tecnológicos en las familias del barrio Teodoro Vite	Reducido nivel de lectura por la adquisición de equipos tecnológicos en las familias del barrio Teodoro Vite	Elevar el nivel de lectura en las familias del barrio Teodoro Vite	Capacitación de herramientas de aprendizaje y comprensión de la lectura, en las familias del barrio Teodoro Vite.

1.6.4 Selección y justificación del requerimiento a intervenir.

La elaboración de la matriz de requerimientos, metodológicamente está sustentada por los resultados adquiridos en territorio, específicamente de las 96 familias del barrio Teodoro Vite. Logrando así realizar un análisis global del problema objeto de estudio, determinando tres requerimientos para combatir e identificar los factores socioculturales influyentes en el consumismo, de las familias del Barrio Teodoro Vite en el Cantón Santa Rosa. Dichos requerimientos son:

- ✓ Programa cultural “Santa Rosa soy yo” para el rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite.
- ✓ Taller de concientización sobre el consumismo en las familias del barrio Teodoro Vite ante la crisis económica
- ✓ Capacitación de herramientas de aprendizaje y comprensión de la lectura, en las familias del barrio Teodoro Vite.

Se procedió a seleccionar como un requerimiento a realizar un *Programa cultural “Santa Rosa soy yo” para el rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite*. El argumento central que sustentó esta elección es que de la investigación realizada se evidencia una carencia de cultura, rescatando que era un sector muy religioso, donde contaban con varias actividades que resaltan las costumbres y tradiciones del territorio.

Finalmente, mediante la presente propuesta se detallará una planificación acorde a la demanda establecida. La misma que permitirá la operatividad de todas las actividades, de igual manera varios requisitos que le permitirá tener un control y orden así la comunidad en general podrá disfrutar del mismo.

2. PROPUESTA INTEGRADORA

2.1 Descripción de la propuesta

2.1.1 *Título.*

Programa cultural al rescate de valores, costumbres y tradiciones “Santa Rosa soy yo” en el barrio Teodoro Vite.

2.1.2 *Antecedentes.*

En la actualidad la práctica de los valores se está deteriorando, es necesario que los organismos competentes, realicen programas dirigidos a reactivar las costumbres y tradiciones de su localidad. Resaltando así las diferentes acciones que nuestros ancestros lo han dejado plasmado.

Para efectuar la siguiente propuesta se ha analizado la información recabada en territorio mediante las encuestas, estableciendo como medida de solución a la problemática principal es desarrollar un programa cultural “Santa Rosa soy yo” desde un enfoque de cultura y valores al rescate de sus costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite, incentivando a retomar y revitalizar las diferentes prácticas culturales.

Actualmente el mundo entero está atravesando una pandemia donde varias prácticas culturales que estábamos acostumbrados a disfrutar y observar cómo festividades, aniversarios, casa abierta, festivales culturales han sido suspendidas entre otros, no se han podido llevar porque simplemente está prohibido la aglomeración de personas como medida para evitar la propagación de contagios de COVID-19.

Las prácticas direccionadas al desarrollo histórico cultural en materia de cultura en el cantón han recibido poco apoyo por parte de las autoridades, sin embargo, es importante mencionar que el cantón cuenta con uno de los eventos más galardonados como son las fiestas patronales en honor a “Santa Rosa de Lima” a pesar de que las autoridades aportan a esta festividad no resaltan el verdadero significado histórico de las fiestas patronales

Por esto y mucho más es que la sociedad debe de insistir en las manifestaciones culturales para conservar y promover su identidad cultural e involucrarse en la promoción y difusión de valores que lleven una línea paralela dentro de la formación de nuestros hijos y las futuras generaciones. No obstante, la educación cumple un

papel importante en fortalecer las costumbres y tradiciones, buscando los mecanismos necesarios para que nunca se pierdan y se cultiven a través de la historia.

2.1.3 *Justificación de la propuesta.*

Las manifestaciones culturales se han interpretado como un conjunto de rasgos y acciones que se encuentran en una constante creación y recreación, en la mayoría de los casos las diferentes estructuras sociales son las que establecen ciertos rasgos que la hacen especial y diversa.

El rescate cultural es uno de los puntos clave de esta propuesta y a su vez resalta cuán significativo es para las diferentes familias del barrio Teodoro Vite y sus visitantes, debido que se promueve la cultura y da paso a actividades económicas dependientes; para ello es importante el compromiso de las autoridades y de la comunidad en general, para la difusión de los valores y cultura.

Es importante mencionar que esta propuesta investigativa es innovadora y accesible a todos los santarroseños, aunque ya se han llevado actividades para el rescate cultural, pero no en territorio de estudio, por consiguiente, se trataría de sostener el respeto y la diversidad cultural, a través de los diferentes medios de comunicación, medios accesibles para toda ciudadanía.

Finalmente, el impacto que genera esta propuesta es relevante, debido a que permite cumplir con los objetivos de la investigación; por ello un programa cultural aportaría de manera positiva y trascendente en el rescate de las prácticas culturales del barrio Teodoro Vite y de todo el cantón Santa Rosa.

2.2 Objetivos de la propuesta

2.2.1 *Objetivo General.*

- ✓ Desarrollar un programa cultural desde un enfoque de cultura y valores al rescate de sus costumbres y tradiciones “Santa Rosa soy yo” en el barrio Teodoro Vite.

2.2.2 *Objetivos específicos.*

- ✓ Diseñar un programa cultural, mediante un plan de actividades que permita el rescate y conservación de costumbres y tradiciones de las familias del barrio Teodoro Vite, del cantón Santa Rosa.

- ✓ Vincular a los diferentes actores comunitarios en las actividades de socialización, difusión, promoción del programa cultural al rescate de valores, costumbres y tradiciones “Santa Rosa soy yo” en el barrio Teodoro Vite.

2.3. Componentes estructurales

2.3.1 Fundamentación teórica de la propuesta.

✓ Cultura

Muchas de las veces al hablar de cultura se basan en un marco valores, principios, creencias entre otros, a su vez permite un intercambio de conocimientos destacando las diferentes destrezas y habilidades que tiene el ser humano. Para así poder estimular el aprendizaje y el poder organizativo. Marulanda, López, & López (2016) afirma:

La cultura determina los comportamientos relacionados con el conocimiento, es decir, las personas y los grupos sociales de la organización en su conjunto; igualmente afecta de manera crítica la decisión acerca de cuándo, dónde y con quién debe ser cambiado un tipo de conocimiento. (pág. 2)

Se puede entender la cultura como un conjunto de prácticas culturales y valores que hace que el hombre quiera formar parte de este círculo, por ello desde la dinámica social es importante que a través de la educación se fundamente nuestras costumbres e hitos históricos.

✓ Valores

Dentro del siglo XXI se ha evidencia una pérdida de valores en el hombre, aunque esta formación inicia desde la familia forjando diferentes actitudes. Según Ruiz Massieu (2017) “valores son como construcciones individuales, basados en las preferencias individuales y del comportamiento” (pág. 5). Lastimosamente la sociedad impone diferentes actividades que de una u otra manera influyen en el comportamiento del ser humano

El contexto, el medio cultural hace que el niño, niña, adolescente que se está formando adquiera nuevas culturas que hacen que tome cosas que no son nativas del sitio y las haga suyas. Por ello el tema de la identidad cultural es tan importante para el rescate de la igualdad.

Los valores constituyen experiencias humanas del diario vivir relacionadas con la capacidad de evaluar el mundo que nos rodea y preferir jerárquicamente en él lo que consideramos más estimado dentro de una gama de posibilidades, guiando por un cierto sentimiento hacia lo más apreciable. Esta disposición de dentro de una escala valorativa da sentido a la vida humana, matiza la cultura, modos de ver nuestro derredor y nuestra vida y brinda, además, la posibilidad de construir mundos deseables y utopías. (Fresno Chávez, 2017, pág. 12)

✓ **Costumbres y tradiciones**

Según investigaciones se ha evidenciado que una de las causas de la pérdida de costumbres es el consumismo, la misma que olvidan la importancia de consumir lo nuestro ya adquieren nuevas actividades, nuevas tradiciones de otros países o provincias. “Los usos sociales, rituales y actos festivos en el Ecuador constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y estimados por muchos de sus miembros” (Torres Jara, Ullauri, & Lalangui, 2018, pág. 1)

Esto explica un sinnúmero de determinantes que influyen dentro de una comunidad, por ello las costumbres y tradiciones se estructuran en base a un cierto grupo que forma diferentes actividades que permitan recordar y compartir todas las acciones con cada uno de sus miembros.

2.3.2 Institución ejecutora de la propuesta.

- ✓ La carrera de Sociología y Ciencias políticas de la Facultad Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala.

2.3.3 responsables de la ejecución de la propuesta.

- ✓ Los autores de la propuesta:
 - * Maria Fernanda Vanegas Tandazo
 - * Jhoel Alexander Malla Nagua

2.3.4 Beneficiarios de la propuesta.

- ✓ Beneficiarios directos: Familias del barrio Teodoro Vite, del Cantón Santa Rosa
- ✓ Beneficiarios indirectos: Población en general del Cantón Santa Rosa

2.3.5. Planificación operativa

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO					
Objetivo: Difundir todas las actividades a realizarse dentro del plan cultural, a través de los medios de comunicación, para la promoción y transmisión de las mismas.					
1 Actividad		Tema: Rueda de prensa			
Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<u>Rueda de prensa</u> <ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de las actividades ● Invitación a los medios de comunicación ● Multicanal ● Radio infinito, benemérita, FM estéreo, Tv Oro ● Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Invitación a los medios de comunicación ✓ Confirmación de asistencia ✓ Entrega del plan cultural “Santa Rosa, Soy Yo” ✓ Rueda de prensa. ✓ Ronda de preguntas . 	Humanos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de comunicación ○ Equipo de comunicación del GAD SR ○ Población en general ○ Casa de la cultura. ○ Grupos folclóricos. Materiales: <ul style="list-style-type: none"> ○ Laptop ○ Proyector ○ Trípticos ○ Amplificación 	Responsables: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Autores de la propuesta. ❖ Comité comunitario. ❖ 	Mes: Diciembre Duración: 1 hora Semanas: 01/12/2021 al 03/12/2021	<ul style="list-style-type: none"> ● Las familias del barrio Teodoro Vite en conjunto con el comité pro mejoras y el gobierno autónomo descentralizado del cantón promocionan todas las actividades culturales en honor a Narcisa de Jesús.

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO

Objetivo: Promover la creación y difusión artística, ecológica y de emprendimientos locales, mediante la exposición de sus productos, para fortalecer la participación ciudadana.

2 Actividad		Tema: Casa abierta			
Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<p><u>Casa Abierta</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de emprendimientos locales, arte, cultura, gastronomía, entre otros. ● Invitación a los medios de comunicación: Multicanal, Radio infinito, benemérita, FM estéreo, Tv Oro. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Invitación a los medios de comunicación ✓ Confirmación de asistencia de los participantes ✓ Autoridades vinculadas a la actividad cultural. ✓ Presentaciones artísticas, danza, arte y cultura. 	<p>Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de comunicación ○ Equipo de comunicación del GAD SR ○ Participantes de la casa abierta ○ Población en general <p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Laptop ○ Proyector ○ Trípticos ○ Amplificación ○ Mesas ○ Sillas 	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Autores de la propuesta. 	<p>Mes: Diciembre</p> <p>Duración: 3 Horas</p> <p>Semanas: 01/12/2021 al 03/12/2021</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción de las diferentes actividades artísticas, ecológicas y de emprendimientos locales, mediante la exposición de sus productos, fortaleciendo así la participación ciudadana.

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO

Objetivo: Establecer un espacio comunitario y celebración de fe, a través de la novena en honor a la santa Narcisa de Jesús, para la reflexión y meditación de la comunidad en general.

3 Actividad **Tema:** Novena en honor a la Santa Narcisa de Jesús

Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<p><u>Novena en honor a la Santa Narcisa de Jesús</u></p> <p>✓ Invitación a los medios de comunicación: Multicanal, Radio infinito, benemérita, FM estéreo, Tv Oro.</p> <p>✓ Novena</p>	<p>✓ Confirmación de los medios de comunicación</p> <p>✓ Misa en honor a la Santa Narcisa de Jesús</p> <p>✓ Refrigerio</p>	<p>Humanos:</p> <p>✓ Medios de comunicación</p> <p>✓ Equipo de comunicación del GAD SR</p> <p>✓ Población en general</p> <p>Materiales:</p> <p>✓ Laptop</p> <p>✓ Proyector</p> <p>✓ Boletín de la novena</p> <p>✓ Amplificación</p> <p>✓ Sillas</p> <p>✓ Hojas A4</p>	<p>Responsables:</p> <p>✓ Autores de la propuesta.</p> <p>✓ Equipo eclesiástico</p>	<p>Mes: Diciembre</p> <p>Duración: 1 Hora</p> <p>Semanas: 04/12/2021 al 11/12/2021</p>	<p>✓ Se estableció un espacio comunitario en celebración de fe, a través de la novena en honor a la santa Narcisa de Jesús, para reflexionar y meditar a toda la comunidad en general.</p>

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO

Objetivo: Fomentar áreas artísticas y culturales, a través del festival cultural “Santa Rosa, Soy Yo”, para fortalecer espacios en pro de las tradiciones y costumbres del cantón Santa Rosa.

4 Actividad	Tema: Festival cultural artístico “Santa Rosa, Soy Yo”				
Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<p><u>Festival cultural artístico “Santa Rosa, Soy Yo”</u></p> <p>✓ Medios de comunicación: Multicanal, Radio infinito, benemérita, FM estéreo, Tv Oro.</p> <p>✓ Participantes y artistas del festival</p>	<p>✓ Invitación a los medios de comunicación</p> <p>✓ Invitación a los participantes y artistas del festival</p> <p>✓ Confirmación de participantes y artistas del festival</p> <p>✓ Intervención artística, folclórica.</p>	<p>Humanos:</p> <p>✓ Medios de comunicación</p> <p>✓ Equipo de comunicación del GAD SR</p> <p>✓ Participantes y artistas del festival</p> <p>✓ Población en general</p> <p>Materiales:</p> <p>✓ Laptop</p> <p>✓ Proyector</p> <p>✓ Amplificación</p> <p>✓ Sillas</p> <p>✓ Hojas A4</p>	<p>Responsables:</p> <p>✓ Autores de la propuesta.</p> <p>✓ Departamento de cultura del GAD SR</p>	<p>Mes: Diciembre</p> <p>Duración: 4 Horas</p> <p>Semanas: 13/12/2021 al 17/12/2021</p>	<p>✓ Se fomentó las áreas artísticas y culturales, a través del festival cultural “Santa Rosa, Soy Yo”, fortaleciendo así todos los espacios en pro de las tradiciones y costumbres del cantón Santa Rosa.</p>

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO

Objetivo: Establecer un espacio comunitario y celebración de fe, a través de la misa de cierre de festividades en honor a la santa Narcisa de Jesús, para la reflexión y meditación de la comunidad en general

5 Actividad		Tema: Misa de cierre de festividades en honor a Santa Narcisa de Jesús”			
Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<p><u>Misa de cierre de festividades en honor a la Santa Narcisa de Jesús”</u></p> <p>✓ Medios de comunicación: Multicanal, Radio infinito, benemérita, FM estéreo, Tv Oro.</p> <p>✓ Misa de cierre</p>	<p>✓ Invitación a los medios de comunicación</p> <p>✓ Misa de cierre de festividades en honor a la Santa Narcisa de Jesús</p> <p>✓ Refrigerio</p> <p>✓ Presentaciones artísticas</p>	<p>Humanos:</p> <p>✓ Medios de comunicación</p> <p>✓ Equipo de comunicación del GAD SR</p> <p>✓ Población en general</p> <p>Materiales:</p> <p>✓ Laptop</p> <p>✓ Proyector</p> <p>✓ Amplificación</p> <p>✓ Sillas</p> <p>✓ Hojas A4</p>	<p>Responsables:</p> <p>✓ Autores de la propuesta.</p> <p>✓ Equipo eclesiástico</p>	<p>Mes: Diciembre</p> <p>Duración: 1 Hora</p> <p>Semanas: 20/12/2021 al 24/12/2021</p>	<p>✓ Se estableció un espacio comunitario y celebración de fe, a través de la misa de cierre de festividades en honor a la santa Narcisa de Jesús, para la reflexión y meditación de la comunidad en general.</p>

FESTIVAL CULTURAL ARTÍSTICO “SANTA ROSA, SOY YO

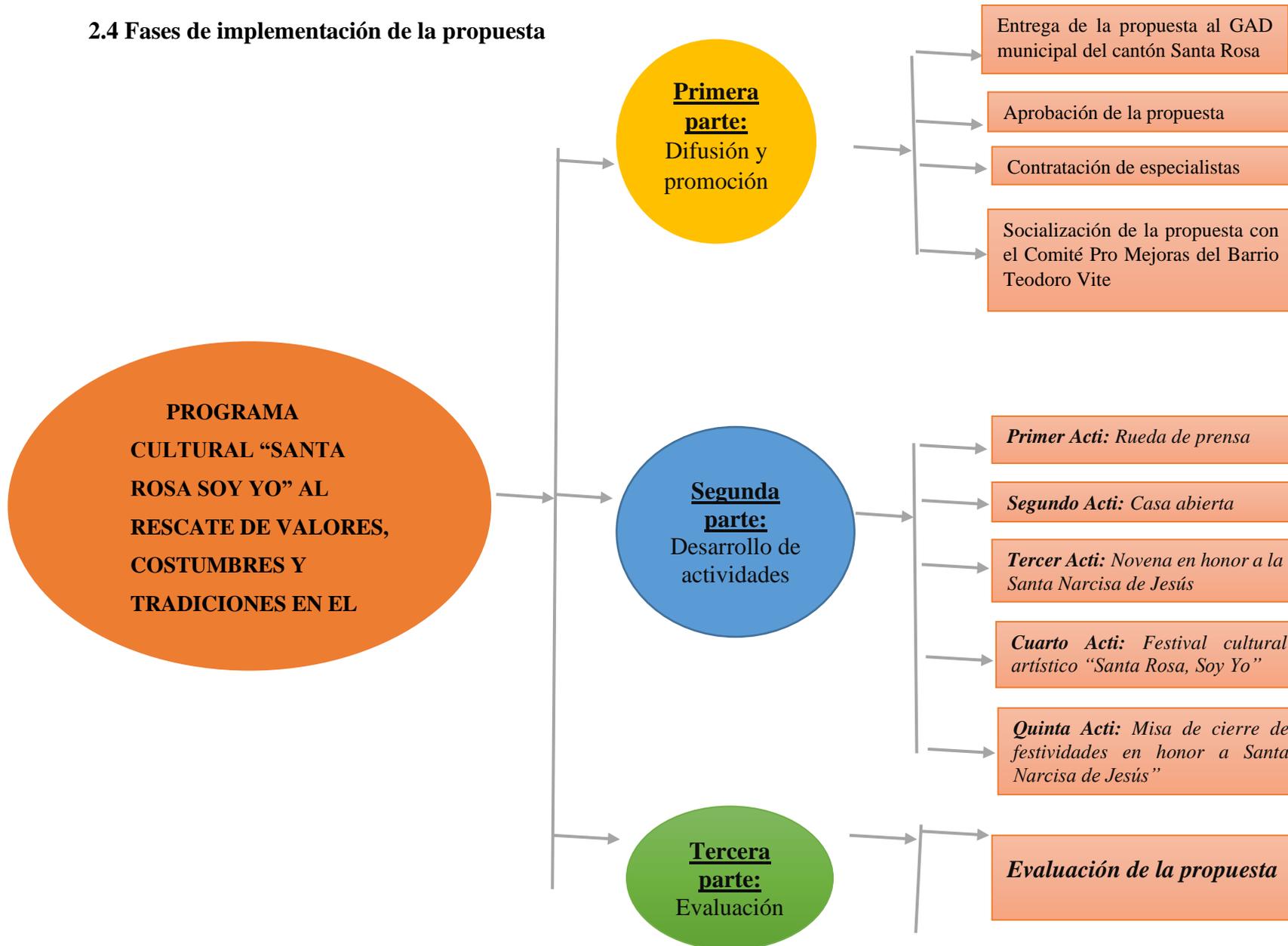
Objetivo: Evaluar todas las actividades realizadas dentro del programa cultural “Santa Rosa, Soy Yo” para el rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite, del cantón Santa Rosa.

6 Actividad		Tema: Evaluación			
Contenido	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
<p><u>Evaluación</u></p> <p>✓ Instrumento de evaluación</p>	<p>✓ Evaluación de la propuesta</p> <p>✓ Entrega de material evaluativo.</p>	<p>Humanos:</p> <p>✓ Autores de la propuesta</p> <p>✓ Comité pro mejoras del barrio Teodoro Vite</p> <p>Materiales:</p> <p>✓ Hojas A4</p> <p>✓ Lapiceros</p> <p>✓ Proyector</p> <p>✓ Laptop</p>	<p>Responsables:</p> <p>✓ Autores de la propuesta.</p>	<p>Mes:</p> <p>Diciembre</p> <p>Duración:</p> <p>1 Hora</p> <p>Semanas:</p> <p>27/12/2021 al 29/12/2021</p>	<p>✓ Se evaluó todas las actividades realizadas dentro del programa cultural “Santa Rosa, Soy Yo” para el rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite, del cantón Santa Rosa.</p>

2.3.6 Cronograma de ejecución de la propuesta.

ACTIVIDADES POR SEMANAS Y MESES DEL AÑO 2021								
ACTIVIDADES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Entrega de la propuesta al GAD municipal del cantón Santa Rosa	■							
2. Aprobación de la propuesta por parte del GAD municipal del cantón Santa Rosa		■						
3. Difusión y socialización comunitaria de la propuesta.			■					
4. Contratación de especialistas.			■					
5. Reproducción de material didáctico				■				
6. Primer Acti. Rueda de prensa					■			
7. Segundo Acti: Casa abierta					■			
8. Tercera Acti: Novena en honor a la Santa Narcisa de Jesús					■	■		
9. Cuarto Acti: Festival cultural artístico “Santa Rosa, Soy Yo”							■	
10. Quinta Acti: Misa de cierre de festividades en honor a Santa Narcisa de Jesús							■	
11. Evaluación de la propuesta								■

2.4 Fases de implementación de la propuesta



2.5 Estrategias de Evaluación de la propuesta

2.6 Recursos logísticos

2.6.1 Recursos humanos.

- ✓ 1 coordinador
- ✓ 2 promotores
- ✓ 1 secretaria – Digitadora

2.6.2 Recursos materiales.

- ✓ Escritorio
- ✓ Mesas de trabajo
- ✓ Sillas plásticas
- ✓ Archivador
- ✓ Pizarra líquida
- ✓ Papel bond (resmas)
- ✓ Esferos (caja)
- ✓ Cartulina A4
- ✓ Marcadores (caja)
- ✓ Papel periódico
- ✓ Cinta adhesiva

2.6.3 Equipos.

- ✓ Laptop
- ✓ Proyector
- ✓ Impresora
- ✓ Equipo de amplificación

2.6.4 Presupuesto.

PROGRAMA CULTURAL “SANTA ROSA SOY YO” AL RESCATE DE VALORES, COSTUMBRES Y TRADICIONES EN EL BARRIO TEODORO VITE.				DURACION: Un mes	
A – RECURSOS HUMANOS					
Denominación	Tiemp/mes	Costo/mes	Total USD	Aporte externo	Aporte Estudiantes
1 Coordinador	2	450,00	900,00	900,00	
2 Promotores	1	400,00	800,00		800,00
1 Secretaria - Digitadora	2	250,00	250,00	250,00	
SUBTOTAL			1.950,00	1.150,00	800,00
B – RECURSOS MATERIALES					
3Componentes	Nº Unid.	Costo/U	Total USD	Aporte	Contraparte
Laptop	4	800,00	3.200,00	1.600,00	1.600,00
Proyector	1	300,00	300,00	300,00	
Impresora	1	500,00	500,00	500,00	
Escritorios	2	250,00	500,00	500,00	
Mesa de Trabajo	5	60,00	300,00	300,00	
Sillas Plásticas	50	5,00	250,00	250,00	
Archivador	2	5,00	10,00		10,00
Pizarra Liquida	1	200,00	200,00	200,00	
Equipo de Amplificación	1	150,00	150,00	150,00	
Papel Bond (resmas)	5	3,00	15,00		15,00
Esferos – cajas	3	5,00	15,00	15,00	
Marcadores – cajas	4	5,00	20,00	20,00	
Papel periódico	25	3,00	75,00	75,00	
Refrigerio	50	5,00	250,00	250,00	
Cinta adhesiva	5	5,00	25,00	25,00	
SUBTOTAL					
C – OTROS					
Componente	Nº/Unid	Costo/U	Total USD	Aporte	Contraparte
Movilización			300,00	300,00	
Alimentación (refrigerios)			500,00	500,00	
Comunicación por celular	6	20,00	120,00		120,00
Material informativo			50,00		50,00
SUBTOTAL			970,00	800,00	170,00
TOTAL					
D - IMPREVISTOS 5 % A-B-C					
TOTAL GENERAL					

2.6.5 Financiamiento.

La propuesta de intervención del Programa cultural “Santa Rosa, Soy Yo” al rescate de valores, costumbres y tradiciones en el barrio Teodoro Vite, se financiará con el aporte del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Santa Rosa, con el apoyo de la casa de la cultura Benjamín Carrión, núcleo El Oro Y personas representativas de la ciudad.

3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD

3.1 Análisis de la dimensión Técnica de Implementación de la propuesta

El análisis de la dimensión técnica es parte principal dentro de la valoración de factibilidad, donde se analiza si los medios tecnológicos, el recurso humano, físico y técnico cumplen para que se desarrolló con efectividad la propuesta integradora, de igual forma otros requerimientos necesarios.

La propuesta denominada Programa al rescate de valores, costumbres y tradiciones culturales “Santa Rosa, Soy Yo” en el barrio Teodoro Vite, cuenta con todo un equipo técnico y herramientas necesarias, para que se desarrolló con total normalidad, logrando conseguir el rescate cultural histórico de territorio de estudio.

3.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta

De acuerdo a la dimensión económica de la propuesta de estudio cumple con los parámetros establecidos de factibilidad, la misma que permite una articulación con la institución pública el apoyo de autoridades del cantón, personas representativas para su total financiamiento, así cumplir con los objetivos propuestos dentro de la investigación.

3.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta

En concordancia con la dimensión social implementada en la propuesta es favorable ya que el alcance de la investigación busca el rescate cultural que se ha venido desapareciendo por varios factores, esto hace que las familias del barrio Teodoro Vite con el apoyo de las autoridades competentes se suman al compromiso de priorizar actividades que permitan una verdadera identidad cultural, en beneficio del cantón Santa Rosa.

3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de Implementación de la propuesta

De acuerdo al análisis de la dimensión ambiental la implementación de la propuesta provocará un nivel muy bajo de contaminación, debido que el equipo técnico cuenta con las herramientas necesarias para evitar la contaminación ambiental del sector.

De igual modo, estará bajo todos los protocolos de bioseguridad emitido por el ministerio de salud, debido a la pandemia que se está llevando. Sin embargo, es importante mencionar que las actividades estarán bajo la conducción de un personal profesional en la cual se cubrirá todos los eventos por los diferentes medios de comunicación, como una medida para evitar la propagación del virus y evadir la aglomeración de personas.

CONCLUSIONES

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación (encuesta) se determina la siguiente conclusión:

- ✓ La investigación determina que uno de los factores socioculturales que intervienen como condicionantes del consumismo es la pérdida de identidad cultural, insertando tradiciones extranjeras y artículos no por necesidad si no por querer complacer a una cierta parte de la población. Dando como resultado la desvalorización del producto ecuatoriano y la pérdida de costumbre y tradiciones en territorio.
- ✓ Se evidencia que uno de los elementos claves que intervienen dentro de la distribución económica de las familias del barrio Teodoro Vite es la priorización de los servicios básicos (agua, energía eléctrica, seguridad). Por otro lado, la adquisición de artículos tecnológicos u otros bienes solo se los realiza en base a una necesidad y no por lujo, permitiendo así una solvencia económica en la familia.
- ✓ En concordancia con la investigación se revela que la adquisición de artículos tecnológicos ha generado un impacto negativo en el área intelectual, donde se ha reducido el interés por la lectura y ya la mayoría prefiere pasar hora revisando un medio tecnológico que leer un libro, informe u artículo que permita fortalecer y desarrollar sus conocimientos, habilidades y destrezas.

- Conclusiones en relación a los objetivos de la propuesta

La propuesta de intervención de la investigación, presenta las siguientes conclusiones:

- ✓ Siendo un factor sociocultural de gran impacto ocasionado por el consumismo, se ha diseñado un programa cultural que permitirá a través de un plan de actividades el rescate y conservación de costumbres y tradiciones en las diferentes familias del barrio Teodoro Vite del Cantón Santa Rosa.
- ✓ Se vinculó con los diferentes actores comunitarios dentro de las actividades de socialización difusión, promoción del programa cultural mediante los diferentes medios de comunicación (prensa escrita, televisiva, radial) en territorio, para así promover el interés por la comunidad en general y de las

autoridades, por el rescate de costumbres y tradiciones del barrio Teodoro Vite de la ciudad de Santa Rosa.

Recomendaciones

- ✓ Promover el rescate de valores, costumbres, tradiciones a través de programas y proyectos y el compromiso de las autoridades competentes en ejecutarlo, como estrategia al rescate histórico cultural del objeto de estudio
- ✓ Concientizar a la ciudadanía en la priorización de gastos ante la crisis económica mundial dentro de las familias del barrio Teodoro Vite, promoviendo el ahorro como medio útil para poder sobrellevar alguna necesidad a futuro.
- ✓ Promover estrategias didácticas que promuevan el interés por la lectura, ya que es importante para el proceso de formación del ser humano y es el único medio donde el hombre puede salir de la ignorancia.

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, C. (2020). Mindfulness y educación: ¿consumismo, tecnología o práctica transformadora? *Multidisciplinar de educación*, 11.
- Arroyo Ilera, F. (2016). Educación, Tecnocracia y Consumismo: Una reflexión sobre nuestro modelo educativo. *UAM*, 19.
- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: registro oficial.
- Behar, R. (2019). La mujer moderna y el comprar compulsivo. *Scielo*, 11.
- Berroterán, J. Y. (2019). Globalización: Identidad, Cultura latinoamericanismo e integración. *Universitaria de Desarrollo Científico*, 101.
- Bruneau, J., Mello, C. M., & Vieira, F. G. (2009). : Una Reflexión sobre los Aspectos de la Cultura del Consumo. *redalyc*, 14.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Cruz, F. d., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 5.
- Carpintero, E. (2017). El consumismo domestica al sujeto a través de las mercancías. *Topia*, 5.
- Centro de investigaciones UTMACH. (2017). <http://investigacion.utmachala.edu.ec>. Obtenido de <http://investigacion.utmachala.edu.ec>: <https://drive.google.com/file/d/1sOnBAAtwhF22pZ17NgwTZqUDFxiQela6F/view>
- Cordenons, N., & Verri , M. (2016). LA DIMENSIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL EN LOS SISTEMAS DE LA MODA. *Universidad Nacional de la Plata*, 8.
- Cordenons, N., & Verri , M. (2016). LA DIMENSIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL EN LOS SISTEMAS DE LA MODA. *Universidad Nacional de la Plata*, 8.
- Escobar Guanoluisa, T. (2017). LA TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA DE LA MODA EN ECUADOR. *PUCESA*, 11.
- Fresno Chavez, C. (2017). *La formación de valores: resto del siglo XXI*. La Habana: Universitaria, calle 23 No. 565 e/F y G, Vedado, La Habana, Cuba.
- García González, D. (2019). "Lo que debe interesarnos es el consumo como relación social. *Redalyc*, 12.
- Garcia, & Romero. (2019). La racionalidad tecnológica como dispositivo social y pedagógico en la educación mexicana. *RedCA*, 17.
- Gustavo, V. (2019). Biomecanica de los arboles: crecimiento, anatomía y morfología. *Redalyc*, 19.
- Korstanje, M. (2008). VIDA DE CONSUMO EN ZYGMUNT BAUMAN. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 3.
- Marulanda, C., López, M., & López , F. (2016). La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia. *Scielo*, 8.

- Medina, F. X., Aguilar, A., & Fornons, D. (2015). Alimentación, cultura y economía social. Los efectos de la crisis socioeconómica en la alimentación en Cataluña (España). *UFG*, 10.
- Mejia, R., Rodas, A., & Rizo, M. (2018). *El consumismo en la población rural*. Nicaragua: UNAN-MANAGUA.
- Rodríguez Díaz, S. (2012). CONSUMISMO Y SOCIEDAD: UNA VISIÓN CRÍTICA DEL HOMO CONSUMENS. *REDALYC*, 23.
- Ruiz Massieu, A. (2017). Importancia de los Valores Humanos en la Educación. *Raites*, 12.
- Salazar Ortiz, V. H. (2018). SOBREPOBLACIÓN Y CONSUMISMO, PRINCIPALES RETOS PARA UN DESARROLLO REGIONAL SUSTENTABLE. *UNAM*, 15.
- SÁNCHEZ BAYÓN, A. (2016). PRISMA HOLÍSTICO PARA UNA TEORÍA SOCIAL POSGLOBALIZATORIA: PAPEL DE LA RELIGIÓN Y SU RELACIÓN CON EL RESTO DE ESFERAS SOCIALES. *CAURIENSIA. REVISTA ANUAL DE CIENCIAS ECLESIASTICAS*, 22.
- Sanchez, A., Fuente, C., & Garcia, G. (2018). Plan de acción frente al consumismo global de la Nueva Economía: Revelaciones sobre economía, empresa y consumo del s. XXI. *Empresa y humanismo*, 26.
- Sánchez, C. L., & Suárez, L. A. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *Editorial UTMACH*, 17.
- Sanchez, F. C. (2017). Plan de acción frente al consumismo global de la Nueva Economía: Revelaciones sobre economía, empresa y consumo del s. XXI. *REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO*, 26.
- Torres Jara, G., Ullauri, N., & Lalangui, J. (2018). Las celebraciones andinas y fiestas populares como identidad ancestral del Ecuador. *Scielo*, 2.
- yanez, p. (2018). Estilos de pensamiento, enfoques epistemológicos y la generación del conocimiento científico. *espacios*, 11.

ANEXO 1: Memorias Fotográficas: Aplicación de Encuestas



ANEXO 2. Evidencias de la actual situación del Barrio Teodoro Vite.



ANEXO 4. Técnicas de investigación.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

CARERA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL BARRIO “TEODORO VITE”

TEMA DEL PROYECTO: factores socioculturales condicionantes del consumismo en el Barrio Teodoro Vite de la Ciudad De Santa Rosa.

OBJETIVO DEL PROYECTO: Determinar los factores socioculturales influyentes en los ámbitos consumistas de los pobladores, en el barrio Teodoro Vite.

INSTRUCCIONES:

1. *Si desea guardar el anonimato, no registre nombre, dirección ni teléfono.*
2. *Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo académico de graduación.*
3. *Lea detenidamente cada pregunta, antes de escribir la respuesta.*
4. *En cada pregunta marque con una (X) el número de opciones que se solicita. No deje ninguna pregunta sin responder.*

1. ¿Hasta qué nivel de estudio curso?

- a) Primaria
- b) Bachillerato
- c) Grado Superior
- d) Licenciatura
- e) Master
- f) No ha estudiado
- g) Otro _____

2. ¿Hace que tiempo usted habita en el barrio Teodoro Vite?

- a) 1-3 Años
- b) 4-6 Años
- c) 7-10 Años
- d) 10 – Mas
- e) Siempre

3. ¿A qué actividad laboral se dedica?

- a) Trabajador dependiente
- b) Trabajador independiente.
- c) Empleado Publico
- d) Trabajador público.
- Cual es _____

4. ¿Cuántos integrantes de la familia aportan con los gastos económicos?

- a) 1 – 2
- b) 3-4
- c) 5-6
- d) 7 y mas

- 5. ¿Aproximadamente a que asciende su ingreso económico mensual?**
- a) Menos de \$300 dólares
 - b) Entre \$300 y \$500 dólares
 - c) Entre \$500 y \$700 dólares
 - d) Entre \$700 y \$900 dólares
 - e) Entre \$1000 y 1300 dólares
 - f) Otros _____
- 6. ¿Su ingreso salarial a qué clase de bienes y servicios va destinado?**
- a) Alimentación.
 - b) Educación.
 - c) Salud.
 - d) Tecnología.
 - e) Ropa, bisutería, calzado.
 - f) Servicios básicos, internet, etc.
 - g) Gastos de movilidad.
 - h) Aseo personal y limpieza del hogar.
 - i) Mejoras para el hogar.
- 7. ¿Con que tipo de equipos tecnológicos dispone usted en su hogar?**
- a) Computador
 - b) Televisor
 - c) Celular
 - d) Tablet
 - e) Radio
 - f) Laptop
 - g) Equipo de sonido
 - h) Plays Station
- 8. ¿Ha continuado con la lectura desde que adquirió equipos tecnológicos?**
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 9. ¿Indique cuál de los siguientes objetos usted utiliza a menudo en su hogar?**
- a) Ordenadores
 - b) Televisor
 - c) Libros
 - d) Celular
 - e) Tablet
 - f) Radio
 - g) Periódico
 - h) Play stations.
 - i) Laptop
- 10. ¿Con qué tipo de servicio dispone?**
- a) Agua
 - b) Energía eléctrica
 - c) Internet
 - d) Telefonía fija
 - e) Telefonía Moví
 - f) Otros. _____

11. ¿Qué utiliza al momento de realizar tareas?

- a) Ordenador
- b) Libros
- c) Celular
- d) Laptop
- e) Periódico
- f) Revistas.
- g) Tablet.

12. ¿Usted dispone de aparatos electrónicos innecesarios? ¿Cuáles Son? (SI -14 ; NO-15)

- a) Si
 - b) No
- Cuales_____

13. ¿Qué le motivo a comprar esos aparatos electrónicos?

- a) Necesidad
- b) Lujos
- c) Apariencias
- d) Otro_____

14. ¿Cada cuando compra ropa, calzado, bisutería?

- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada 3 meses
- d) Cada 6 meses
- e) Cada Año.

15. La ropa, calzado, bisutería entre otros. ¿Dónde las compra?

- a) Boutique
- b) Bahía
- c) Online
- d) Paca
- e) Internacional.
- f) Otros_____

16. Al momento de comprar prendas para vestir. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?

- a) Precio
- b) Marca
- c) Diseño
- d) Otro_____

17. ¿Al comprar una prenda de vestir que marca utiliza?

- a) Nike
- b) Adidas
- c) Puma
- d) Levis
- e) Tommy Hilfiger.
- f) Polo

- g) Lacoste.
- h) Otros. _____

18. ¿La vivienda en la que habita es?

- a) Arrendada
- b) Prestada
- c) Propia
- d) Otro _____

19. ¿Qué tipo de construcción es su vivienda?

- a) Hormigón
- b) Ladrillo o bloque
- c) Adobe
- d) Madera
- e) caña
- f) Otro. _____

20. ¿Cree usted que el barrio Teodoro Vite ha tenido un cambio significativo sobre las fiestas tradicionales?

- a) Nada
- b) Moderadamente
- c) Extremadamente.

21. Del 1 al 5 desde el tiempo que usted tiene viviendo en el barrio Teodoro Vite, en que cosas cree usted que ha cambiado

	1 Nada	2 Poco	3 Moderadamente	4 Demasiado	5 Extremadamente
Fiestas tradicionales					
Creencias					
Religión					
Valores					
Socialización					
Juegos Tradicionales					
Viviendas					
Vías de acceso					

22. ¿En los últimos 2 años ha realizado algunos de las siguientes actividades artísticas culturales?

- a) Danza
- b) Teatro
- c) Canto
- d) Artesanía

ANEXO 5. Matriz de problema central, pregunta central, objetivo general

Descripción del Problema	Sistematización del Problema (Preguntas)	Objetivos de Investigación
Problema Central	Pregunta Central	Objetivo General
<p>El consumismo dentro de los hogares del barrio Teodoro Vite es reflejado mediante la adopción de tecnologías, prendas textiles, calzado entre otros. Generando cierta contradicción con la realidad y la apariencia que estas familias generan, Es por esto que el factor sociocultural es un punto clave para obtener resultados precisos sobre esta investigación, puesto que la sociedad es influyente y dentro de ella está el consumismo que ha ido creciendo a pasos agigantados e involucrándose en las actitudes y valores, acerca de los estilos de vida, el cual es el responsable que las personas compren productos sin ni siquiera cuestionarse si realmente es un bien atribuido que sea necesario para la realidad en la que viven.</p>	<p>¿De qué forma los factores socioculturales influyen en los ámbitos consumistas de los pobladores?</p>	<p>Determinar los factores socioculturales influyentes en los ámbitos consumistas, mediante técnicas de investigación para la elaboración del proyecto integrador en los pobladores del Barrio Teodoro Vite en el Cantón Santa Rosa, 2020.</p>
Problemas Complementarios	Preguntas Particulares	Objetivos Específicos
<p>Si bien es cierto, el barrio Teodoro vite como muchos otros barrios del cantón Santa Rosa, en la actualidad carecen de identidad cultural tradicional, generando factores socioculturales vinculados al consumismo, puesto que.</p>	<p>¿Qué aspectos caracterizan los factores socioculturales sobre el consumismo en las familias del barrio Teodoro Vite?</p>	<p>Establecer los aspectos que caracterizan los factores socioculturales sobre el consumismo en las familias del barrio Teodoro Vite</p>
<p>Las familias del barrio Teodoro Vite, a lo largo de los años, se han conformado con la estructura y características de sus viviendas, demostrando que no es lo prioritario, frente al interés de</p>	<p>¿Cuáles son los elementos que intervienen dentro de la distribución económica de las diferentes familias del barrio Teodoro Vite</p>	<p>Determinar cuáles son los elementos que intervienen dentro de la distribución económica de las</p>

<p>adquirir artículos de última tecnología para su entretenimiento y diversión, como televisión, celulares, Tablet, computadora, entre otros.</p>	<p>de la Ciudad de Santa Rosa?</p>	<p>diferentes familias del barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa.</p>
<p>Las condiciones socioeconómicas de las familias con escasos recursos son fácilmente atraídas por el consumismo, dentro de sus hogares es demasiado evidente encontrar bienes que contrastan con su realidad económica, puesto que, al satisfacer sus necesidades, la compra de productos tiene gran demanda, ignorando las condiciones de decadencias.</p>	<p>¿De qué manera impacto negativamente el uso de la tecnología, como condicionante del consumismo, en el barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa?</p>	<p>Analizar el impacto negativo del uso de la tecnología, como condicionante del consumismo, en el barrio Teodoro Vite de la Ciudad de Santa Rosa.</p>