

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS  
POLÍTICAS**

# **Propuesta de Modelo de investigación para el Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa**

**Autora.-**  
Lila Yenila Torres González

Trabajo final para la obtención del Título Ingeniero en Gestión y Negocios  
Internacionales

Guayaquil, Enero del 2016.

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS  
POLÍTICAS**

Subtítulo:

**PROYECTO DE  
APLICACIÓN  
PROFESIONAL**

**Autora.-**

Lila Yenila Torres González

Equipo de Trabajo  
Enrique Rojas  
Laura Luisa Cordero

Trabajo final para la obtención del Título Ingeniero en Gestión y Negocios  
Internacionales

Guayaquil, Enero del 2016.

## **ABSTRACT**

El presente documento se basó en una investigación documental de tipo cualitativo sobre los ejes temáticos y subtemas, búsqueda y análisis de documentos académicos y finalmente proponiéndose temas de investigación a futuro relacionados con los subtemas. El problema de esta investigación es identificar los factores que influyen en las personas en su actitud negativa frente a sus sueños y metas. El propósito es ser una plataforma de responsabilidad social, sustentando académicamente los contenidos del Instituto Vive tus Sueños para comunicar un mensaje adecuado hacia la audiencia de Ecuavisa y logren cumplir sus sueños.

Los resultados según los documentos revisados revelan que la actitud principalmente se forma desde el hogar y la escuela, también indican que existe un gran interés por las redes sociales y el internet y que los jóvenes más que todo disfrutan aprender por estos medios.

Este documento expone las limitaciones que se presentaron al llevar a cabo la investigación, de la misma manera las fuentes académicas donde se obtiene la información y propondrá otras investigaciones que serán realizadas en el futuro.

## **Agradecimientos**

*A Dios por brindarme salud y la bendición de tener la oportunidad de estudiar la carrera que tanto soñé. A mis papas, abuela, esposo y familia por ser mi luz, mi motor, mi inspiración en cada paso que doy día a día.*

*A mis maestros por compartir sus conocimientos, por su paciencia, guía e increíble amistad.*

*A mi mejor amiga, por ser el mejor equipo de trabajo que pude tener en toda mi carrera universitaria y su apoyo incondicional en todo este camino*

*A todos por haber hecho de esta etapa de mi vida divertida, única e imborrable. ¡GRACIAS INFINITAS!*

## Contenido

Antecedentes.....	6
El “Mal del ño” .....	7
Acuerdo entre Universidad Casa Grande y Ecuavisa.....	7
Descripción general del proyecto .....	8
Objetivo del proyecto .....	8
Límites y alcances del proyecto .....	9
Participantes.....	9
Población Objetivo: .....	10
Aristas del proyecto .....	11
Investigación de contenidos.....	13
Objetivos de la investigación de contenidos.....	13
Objetivo General: .....	13
Objetivos Específicos: .....	13
Acciones realizadas en la investigación de contenidos .....	13
Ejes temáticos y temas relacionados .....	16
Resultados .....	17
Conclusiones y recomendaciones para nuevas investigaciones.....	24
Anexos .....	25
Reflexión individual.....	26
Bibliografía .....	27

## Antecedentes

En el año 2014, Ecuavisa realizó una investigación interna que reveló que 9 de cada 10 ecuatorianos no cumplen sus sueños, basándose en tres premisas: “No puedo hacerlo”, “No sé hacerlo” y “No tengo el dinero para hacerlo” (Material audiovisual interno Ecuavisa, 2015). Esta información inspiró su campaña “Vive tus sueños”. En su primera fase, la campaña tuvo promocionales protagonizados por los talentos de pantalla, desde periodistas hasta presentadores del canal, bailando e interpretando una canción original compuesta para la campaña sobre el cumplimiento de los sueños y romper la barrera entre querer y poder.

En la segunda fase durante la época navideña el canal invitó a sus televidentes a enviar videos cantando la canción y subirlos al sitio web oficial de Ecuavisa, con el objetivo de crear interacción con sus televidentes y mostrar en pantalla videos promocionales protagonizados por ellos mismos en un collage en forma de árbol navideño. Como complemento de la campaña, el canal se comprometió a cumplir algunos de los sueños de sus colaboradores y televidentes, que a través de la web podían enviar cuál era el sueño que deseaban cumplir.

## **El “Mal del ño”**

En el 2015, Ecuavisa emprende otra etapa de su campaña “Vive tus sueños” bajo el concepto creativo del “Mal del ño”, un supuesto virus de negativismo que afecta a las personas evitando que estas cumplan sus sueños y que a través de elementos de vínculos emocionales y el humor busca resolver esta problemática. La campaña va dirigida a hombres y mujeres de 18 a 30 años, sin excluir comunicacionalmente a adolescentes y adultos mayores, debido al carácter familiar del canal. Las principales herramientas para la campaña son la presencia en pantalla, la interacción en redes sociales y la página web de Ecuavisa. (Arias, L. et al, 2015)

## **Acuerdo entre Universidad Casa Grande y Ecuavisa**

A través del departamento de Innovación se acordó con Ecuavisa crearle una plataforma de responsabilidad social que permita capacitar y generar espacios para el público televidente brindando un sustento social y propositivo al concepto de la campaña de Ecuavisa: “Vive tus sueños”. Esta plataforma funciona a través de internet, como micrositio vinculado a la página web de Ecuavisa.

Este proyecto fue encargado a un grupo de estudiantes para que hagan un Proyecto de Aplicación Profesional como su trabajo de titulación. El trabajo consiste en el desarrollo creativo y de contenido del “Instituto Vive Tus Sueños” de Ecuavisa. Un centro virtual dedicado a la producción y generación de contenidos y eventos en torno a

temáticas de empoderamiento personal y emprendimiento. (Arias, L. et al, 2015).

Dentro del marco teórico del Instituto Vive tus Sueños, se definen cinco palabras claves para la investigación del proyecto: Instituto, se lo caracteriza un espacio oficial que ofrece un servicio en particular; Emprendimiento, como la acción de cambio donde las personas explotan sus oportunidades y el emprendedor se convierte una fuente en un recurso; Empoderamiento, se relaciona con la voluntad y el poder que tiene cada persona en cambiar su vida; Autoestima, como cada persona se aprecia, evalúa y valida sus acciones en su vida; Sueños, en este caso haciendo referencia a la aspiración y deseo que tiene cada ser humano a nivel personal o profesional y se compromete a vivirlo; Responsabilidad Social, lo que busca involucrar a la comunidad en acciones de cada empresa; finalmente el Éxito, la satisfacción al cumplimiento de una meta o sueño realizado por el que cada persona lucha para poder conseguirlo

## **Descripción general del proyecto**

### **Objetivo del proyecto**

El objetivo de este proyecto es crear una plataforma digital de responsabilidad social que brinde las herramientas y apoyo necesario a las personas en el proceso de cumplir sus sueños.

## Límites y alcances del proyecto

El proyecto será manejado únicamente por Ecuavisa, como un soporte de responsabilidad social para el concepto de sus campañas institucionales. La interacción de la audiencia con el portal web servirá como motivación e identificación para los demás usuarios. El contenido del Instituto será definido, realizado y difundido también por las redes sociales de Ecuavisa para mayor alcance.

Al ser un proyecto de carácter virtual, personas que no residan en el Ecuador, pero sean consumidores de Ecuavisa en sus redes y vía la señal de Ecuavisa Internacional por cable, también estarán expuestos a ingresar. No se descarta la posibilidad de llegar a otras audiencias interesadas en la temática, por el alcance mundial que puede tener una plataforma digital. (Arias, L. et al, 2015)

El micrositio del Instituto generará y posteará contenido, y se podrá desarrollar congresos y eventos con orientación de responsabilidad social.

## Participantes

Expertos (*Psicólogos, Coaches motivacionales y generadores de proyectos vinculados a la sociedad*). Personas preparadas y vinculadas con la colectividad y dedicadas a fortalecer la autoestima y asesorar a la toma de decisiones de las personas.

Líderes de opinión (*Artistas, empresarios, deportistas, gestores culturales y líderes de opinión.*). Personas que gracias a los proyectos o profesiones que desempeñan tienen impacto en medios de comunicación y redes sociales y que han venido formando parte de conferencias de motivación personal y profesional a través de su experiencia.

Soñadores (*Grupo objetivo*). Son las personas del grupo objetivo que tienen como características vivir en el Ecuador de nivel socioeconómico alto, medio y bajo de 18 a 30 años con sueños pendientes y acceso a tecnología. Fueron escogidas al azar variando las edades para conocer la perspectiva de a quién le serviría el portal web y cuáles son los frentes que esta debe cubrir. (Arias, L. et al, 2015).

Ecuavisa (*Cliente*). Grupo de personas que trabajan en el canal que han formado parte del proceso del desarrollo del proyecto.

Universidad Casa Grande (*Innovación y el Grupo de Proyectos de Aplicación profesional Ecuavisa*) (Arias, L. et al, 2015)

### **Población Objetivo:**

La población objetivo está constituida por la población ecuatoriana de nivel socioeconómico medio, bajo y alto, que disponen de internet, televisión por cable/satelital, entre 18 a 30 años con un nivel de instrucción secundaria.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2012, a nivel nacional de los hogares el 26,1% tiene servicio de internet y el 28,3% servicio de televisión. El INEC indica también que el 33,8% de los ecuatorianos cuenta con instrucción secundaria y 41,4% instrucción primaria.

Además en el año 2012, el INEC en su ficha técnica sobre el hábito de lectura de los ecuatorianos señaló que el 73,5% tiene el hábito de leer, indicando que el 50,3% lee de 1 a 2 horas semanales mientras que el 13,5% de 3 a 4 horas. Por otro lado, durante el tiempo libre el 54% de la población lee en su propia casa. Sin embargo, solo el 6% lee en internet / medios magnéticos. En cuanto a las razones para leer según el grupo de edad, el 33% de las personas (entre 16 a 34) lee por atender obligaciones académicas y el 32% por conocer sobre algún tema.

*Ecuador en cifras* del INEC, informó que en el año 2013 el 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil y el 86,4% cuenta con telefonía celular.

### **Aristas del proyecto**

En la creación del Instituto Vive tus Sueños, todos los integrantes del grupo encargado del PAP hacen de todo, pero específicamente las actividades asignadas fueron así:

**Leonela Arias**, Propuesta de estructura y lineamientos básicos para la creación del Instituto Vive tus sueños de Ecuavisa, Carrera de Comunicación Social con mención en Redacción y Creatividad Estratégica.

**Andrea Cortez**, Propuesta de Modelo para la Generación de Contenidos del Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa, Carrera de Comunicación Social con mención en Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional.

**María Ángela González**, Sistematización de la experiencia de Producción Audiovisual de contenidos para el Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa, Carrera de Comunicación Audiovisual y Multimedia.

**Santiago González**, Propuesta de Identidad Gráfica del Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa, Carrera de Comunicación Social con mención en Redacción y Creatividad Estratégica.

**Carolina Monar**, Sistematización del manejo de redes sociales del Instituto Vive Tus Sueños, Carrera de Comunicación Social con mención en Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional.

**María Teresa Pineda**, Sistematización e impacto de eventos de promoción y lanzamiento del Instituto Vive Tus Sueños, Carrera de Comunicación Social con Mención en Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional.

**Yenila Torres**, Propuesta de Modelo de investigación para el Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa, Carrera de Gestión y Negocios Internacionales.

## **Investigación de contenidos**

### **Objetivos de la investigación de contenidos**

#### **Objetivo General:**

- Generar investigación documental para el fundamento académico de los contenidos que aparecerán en el micrositio del Instituto

#### **Objetivos Específicos:**

- Definir factores e indicadores que surgen por la detección de las tres barreras principales por las que las personas no cumplen sus sueños.
- Apoyar un cambio de actitud frente a las dificultades de las personas para vivir y cumplir sus sueños
- Complementar de manera académica y dinámica los eventos y contenidos del Instituto.

Esta sistematización de la investigación de contenidos está destinada al personal de Ecuavisa que en el futuro continúe con la investigación así como para revisión de quienes participen en nuevos Proyectos de Aplicación Profesional impulsados por la Dirección de Innovación de la Universidad Casa Grande.

### **Acciones realizadas en la investigación de contenidos**

La sistematización de la investigación de contenidos bosqueja las acciones realizadas en la gestión de la investigación en el proyecto del Instituto Vive tus Sueños: entrevistas realizadas, definición de los ejes

temáticos y subtemas, búsqueda de documentos académicos de acuerdo a los subtemas, análisis de documentos y al final se proponen temas de investigación y contenido para ser realizadas a futuro.

La investigación le da legitimidad al proyecto y la seguridad al cliente para comunicar un mensaje adecuado hacia la audiencia, pues se fundamenta en análisis sobre diversos temas académicos que surgen de la detección de tres barreras por las que las personas no cumplen sus sueños que son: no puedo hacerlo, no sé hacerlo y no tengo cómo hacerlo. Estos temas también están relacionados al empoderamiento, autoestima y emprendimiento.

El Instituto Vive Tus Sueños, pretende ser una plataforma de responsabilidad social de Ecuavisa para aportar a que las personas logren cumplir sus sueños. Como fundamento académico del proyecto, se hace una investigación sobre temas de empoderamiento, autoestima y emprendimiento y sobre los ejes temáticos (no sé, no puedo, no tengo) y temas relacionados. Este documento expone las fuentes académicas donde se obtiene la información y propondrá otras investigaciones que serán realizadas en el futuro. Estas posibles investigaciones surgen de las conclusiones y recomendaciones de algunas de las fuentes revisadas, principalmente cuando se trata de estudios de investigación realizados para titulación.

Esta ha sido una investigación documental con enfoque cualitativo complementado con entrevistas a personas seleccionadas por un muestreo cualitativo. Según Sandoval Casilimas (1996) la principal característica del muestreo cualitativo es su condición intencional en búsqueda de casos ricos en información, por lo que propone diez tipos de muestreo. Para esta investigación se tomaron dos de ellos: el muestreo de casos políticamente importantes (expertos y personal de Ecuavisa) y el muestreo por conveniencia (soñadores).

Por otra parte, según Sandoval Casilimas (1996, p. 138):

El análisis documental se desarrolla en cinco etapas. En la primera, se realiza el rastreo e inventario de los documentos existentes y disponibles; en la segunda, se hace una clasificación de los documentos identificados; en la tercera, se hace una selección de los documentos más pertinentes para los propósitos de la investigación; en la cuarta, se realiza una lectura en profundidad del contenido de los documentos seleccionados, para extraer elementos de análisis y consignarlos en "memos" o notas marginales que registren los patrones, tendencias, convergencias y contradicciones que se vayan descubriendo; finalmente, en el quinto paso, se realiza una lectura cruzada y comparativa de los documentos en cuestión, ya no sobre la totalidad del contenido de cada uno, sino sobre los hallazgos previamente realizados, de modo que sea

posible construir una síntesis comprensiva total, sobre la realidad humana analizada.

## **Ejes temáticos y temas relacionados**

De las entrevistas surgieron los ejes temáticos y temas para la investigación documental.

Como se dijo anteriormente, los ejes temáticos surgieron de la investigación realizada por Ecuavisa: No puedo, no tengo, no sé hacerlo.

Cada uno de esos ejes temáticos se relacionó con los temas a partir de las entrevistas.

<b>EJES TEMATICOS</b>	<b>TEMAS RELACIONADOS</b>
NO PUEDO	Salud, Autoestima, Inteligencia Emocional (Ley de la atracción)
NO TENGO	Dinero, Networking (redes sociales), tiempo
NO SE HACERLO	La práctica, guías y capacitaciones, la innovación y las distintas formas de aplicación.

## Resultados

### ***LA ADOLESCENCIA (No puedo: autoestima)***

La adolescencia es considerada como la etapa más compleja de la vida, debido al constante cambio a nivel emocional, físico, y psicológico; un adolescente busca poner en práctica todo lo aprendido durante su infancia. Se encuentra como punto importante la influencia social, ya que juega un rol importante en ella, aún más en la autoestima y en la percepción futura que se tiene de uno mismo, ya que los jóvenes se van formando en base a sus experiencias y factores psico-sociales originados principalmente en el seno familiar.

UNICEF. (2002). *Adolescencia, una etapa fundamental*. Recuperado de [http://www.unicef.org/ecuador/pub\\_adolescence\\_sp.pdf](http://www.unicef.org/ecuador/pub_adolescence_sp.pdf)

### ***Autoestima, sentimiento de ser útil y necesario en el mundo (No puedo: autoestima)***

Un estudio enfocado a la autoestima dentro del mundo de la educación, encuentra principales problemas de autoestima, en general como: falta de seguridad de sí mismo, falta de capacidad para tomar decisiones; en el problema de la autoestima social: percepción de ser poco popular y simpático ante los demás, la preferencia por la soledad; sobre el problema de la autoestima escolar: falta de capacidad para hablar frente al público, falta de confianza en lo que dice su profesora; y en los problemas de autoestima en el hogar: carencia de situaciones

de diversión con sus padres, falta de consideración de sus sentimientos, entre otros.

Castex, F. y Montecinos, P. (ed). (2002). *Autoestima, sentimiento de ser útil y necesario en el mundo*. Recuperado de [http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/906/TP\\_EB%20119.pdf?sequence=1](http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/906/TP_EB%20119.pdf?sequence=1)

***Maratón de Vida: Personas con discapacidad; entre una mirada sociológica y la percepción televisiva (No puedo: salud)***

En el documento académico e investigativo sobre Maratón de Vida, se detalla como la sociedad vive de estereotipos que levantan barreras sociales, hasta tal punto de llegar a permitir que no se cumplan los derechos de estas personas.

Se rescatan del último capítulo los testimonios de las personas con discapacidad donde ellos demuestran que el problema no está en tener una discapacidad sino, las barreras sociales con las que ellos se tienen que enfrentar para cumplir sus sueños, defender sus derechos y llevar una vida como las personas que no tienen ninguna discapacidad.

Olalla, S. (2014). *Maratón de Vida: Personas con discapacidad; entre una mirada sociológica y la percepción televisiva*. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3791/1/112540.pdf>

***La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes (No tengo: tiempo)***

Dentro el artículo académico “La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes” se informa a través de un estudio de campo en un centro comunitario, las motivaciones en el uso de los entornos virtuales y el uso distinto de los mismos. Muchos jóvenes dicen “no tener tiempo” para cumplir con sus obligaciones o también para utilizarlo en lo que les apasione hacer en realidad.

Las redes sociales y juegos virtuales han permitido a los jóvenes desarrollar nuevas habilidades y descubrir cosas nuevas. Por otro lado las utilizan muchos jóvenes como medios de escape cuando tienen alguna situación emocional no favorable para ellos. Con el pasar del tiempo se convierte en un círculo vicioso.

Muros,B. y Aragón y Bustos. A. (2013). *La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes*. Recuperado de [file:///C:/Users/lila.torres/Downloads/Comunicar-40-Muros-Aragon-Bustos-31-39%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lila.torres/Downloads/Comunicar-40-Muros-Aragon-Bustos-31-39%20(1).pdf)

***Actitudes de los adolescentes frente a su paternidad (No sé hacerlo: tiempo)***

En el artículo se destaca el primer capítulo donde trata sobre las actitudes que tienen los seres humanos frente a una situación en su vida.

Los autores indican que las actitudes se dan en base a un sistema de valores que se va formando a través de las experiencias de la vida

y educación recibida. La actitud que se da frente a alguna situación en particular muestra cuán lista una persona está a responder de un modo u otro a un objeto social.

Entre los elementos relacionados a las actitudes están: la motivación donde las conductas que son orientadas hacia una meta son iniciadas por estímulos internos y externos y cumple una función directiva al guiar la conducta hacia la meta específica y por otro lado también dar energía al individuo para la acción; la percepción que refiere a la manera como vemos al mundo que nos rodea y la personalidad, que son las características de nuestra conducta (pensamientos y emociones) que influyen en el entorno. Los autores señalan que la personalidad se ha centrado en identificar cómo y porqué determinados individuos desarrollan formas ineficaces de relacionarse con su entorno.

Romero,P. y Sanchez, G. (2012). *Actitudes de los adolescentes frente a su paternidad.* Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2273/1/tps773.pdf>

***Impacto de los estereotipos de género en la construcción de la identidad profesional de estudiantes universitarios (no tengo: autoestima)***

El artículo presenta un estudio con enfoque a la orientación profesional desde una perspectiva socioeducativa, basado en reflexiones y análisis sobre la realidad laboral en cuanto a la desigualdad causada por discriminación de género.

Se identifican dentro del mundo laboral factores de desigualdad que inciden en la trayectoria profesional entre hombres y mujeres como: la sobrecarga de responsabilidad doméstica, la falta de reconocimiento de autoridad, la ausencia de perspectiva de género en las políticas de empleo, etc.

Olivares, M. y Olivares, C. (2013). *Impacto de los estereotipos de género en la construcción de la identidad profesional de estudiantes universitarios*. Recuperado de <http://www.uned.es/reop/pdfs/2013/24-1%20-%20Olivares.pdf>

***Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet (no se hacerlo: innovación)***

El comercio electrónico se ha convertido en una alternativa en crecimiento dentro de los últimos años. El documento presenta un estudio basado en la evolución, crecimiento y análisis de ventajas y desventajas de esta nueva alternativa que se ha convertido también en la competencia directa de los propios vendedores que cuentan con sus lugares físicos.

El comercio electrónico existe gracias a los avances de la tecnología, generando una facilidad para que los consumidores y vendedores para adquirir o vender sus productos desde sus hogares a cualquier hora del día.

Pachano, J. (2013). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del*

internet.

Recuperado

de

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1834/1/106484.pdf>

***Redes sociales, un medio para la movilización juvenil (no se hacerlo: innovación, capacitación)***

Solo a un click ya interactuamos con el resto del mundo, no solo los jóvenes quienes son en este caso el centro del estudio sino todos los seres humanos. El entorno virtual, las denominadas “redes sociales” son tecnologías de la información y comunicación que han venido formando su vida cotidiana. Básicamente el objetivo de las redes sociales es facilitar la interrelación en la vida de todos en especial de los jóvenes.

Según el estudio, las redes sociales y los blogs son los más usados por los jóvenes, y entre los principales usuarios están las mujeres entre los 18 y 34 años. Dentro de la participación activa online se encuentran temas relacionados a política, cultural o de ocio, amistad o relaciones sociales, estos proporcionan oportunidades para discutir desde diferentes temas predominantes en la sociedad hasta experiencias vitales.

García, M. y Del Hoyo, M. (2013). *Redes sociales, un medio para la movilización juvenil*. Recuperado de

<http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer34-06-garcia.pdf>

***La Migración y su influencia en la socialización de los adolescentes (no se hacerlo: capacitación)***

El estudio académico presenta cuatro capítulos sobre la migración y los efectos de socialización de los adolescentes. Se destaca el capítulo 4, aterrizando al tema de los agentes de socialización; es un reto la adaptación de los individuos en distintos grupos de culturas, mientras más compleja y diferenciada sea la sociedad, mas hay que homogeneizar y diferenciar a los miembros de la sociedad para que exista una correcta cohesión entre ellos.

Uno de los agentes más importantes para dicho proceso es el rol que desempeñan los medios de comunicación, especialmente la televisión. La necesidad de información y entretenimiento ha llevado a la televisión a ser un agente clave, así como lo son las interacciones digitales como redes sociales.

Ávila. y Muñoz, M. (2011). *La migración y su influencia en la socialización de los adolescentes*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2216/1/tps717.pdf>

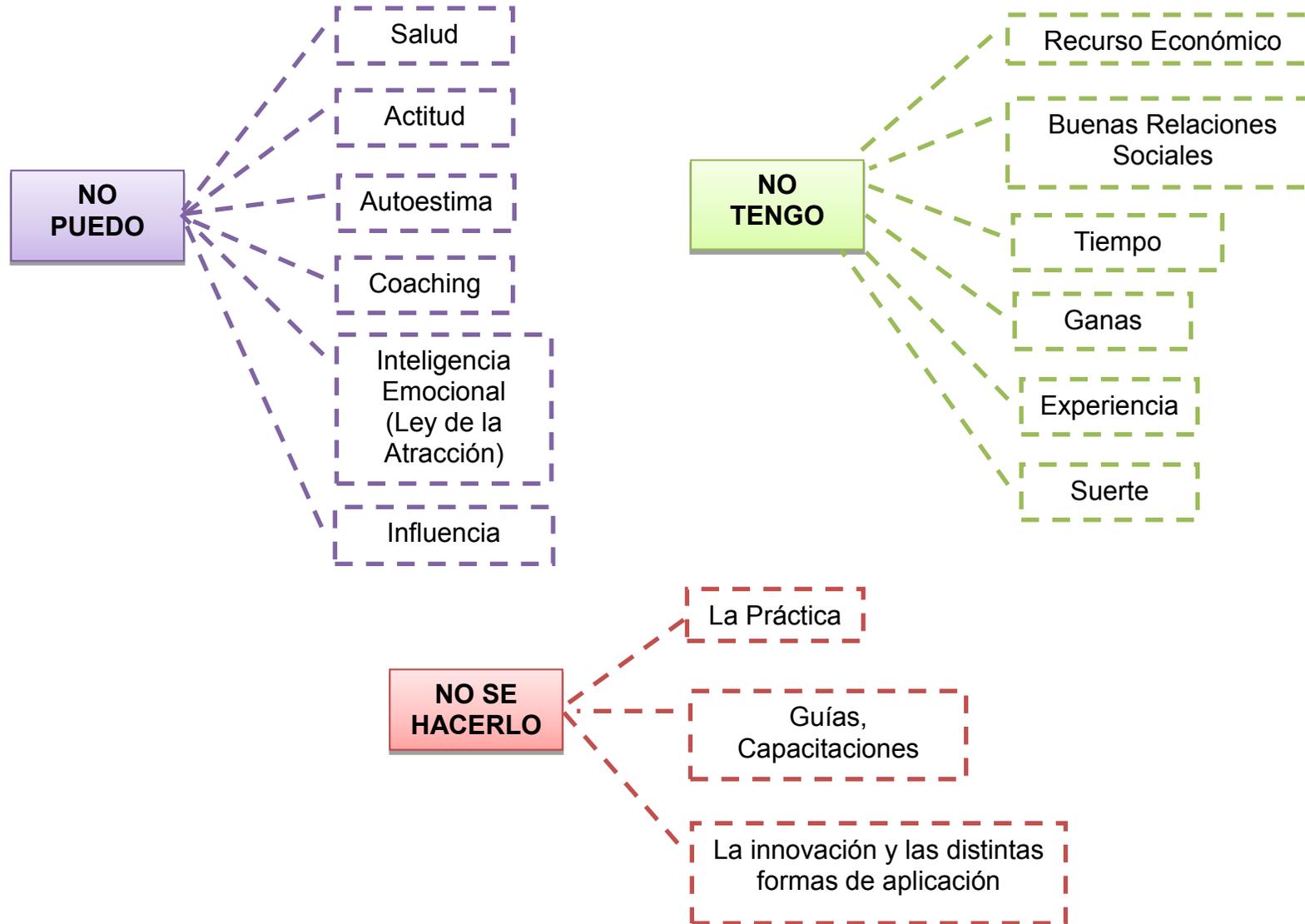
## **Conclusiones y recomendaciones para nuevas investigaciones.**

Muchos jóvenes en el país tienen acceso a redes sociales y tienen una alta interacción en ella y por otro lado, existen distintas maneras de emprender sin necesidad de tanto capital. Como también la autoestima se forma desde el hogar con nuestros padres.

De estas investigaciones surgen nuevos temas para investigación de contenidos, por ejemplo, los medios de comunicación pueden ser parte de la educación de los jóvenes en un futuro, generando contenidos escolares con un aprendizaje significativo. También, cómo se puede potenciar la capacidad crítica e impulsar una cultura participativa online y offline, basada en la expresión libre y que promueva valores de igualdad, respeto y dignidad porque no se trata de censurar los usos y los tiempos, ya que las redes sociales y los videojuegos abren la puerta a un mundo simbólico.

Sin descartar la posibilidad de que exista la continuación de este proyecto por la Dirección de Innovación de la Universidad Casa Grande y el cliente Ecuavisa, se recomendaría que se basen en un documento guía base para poder llevar a cabo las próximas investigaciones.

## Anexos



## Reflexión individual

Me siento orgullosa de mi carrera y mi universidad, la técnica de aprender haciendo ha sido reflejada en mi proceso de Proyecto de aplicación profesional, en especial en el estudio cualitativo asignado. Permitiendo poner en práctica métodos de investigación que fue de gran utilidad para poder de cerca junto a nuestro público objetivo y la opinión de expertos y soñadores identificar distintos factores que influyen en las personas al momento de mentalizarse que se puede o no hacer algo que tanto queremos.

Sin duda, es la oportunidad de la televisión ecuatoriana de aportar de carácter social para las futuras acciones de los adolescentes ya que si la socialización empieza en el hogar, con los familiares, también ellos forman parte del crecimiento personal de todos.

Promover cultura y una unión en la sociedad en cuanto a sus aspiraciones, necesidades y actitud diferencian al cliente de otros canales. Siendo la televisión uno de los medios de comunicación más importantes, con información masiva y que tiene una gran influencia en el comportamiento de las personas y más aún en los niños les permite entrar a un mundo accesible radicando la importancia en que al final lo que se obtiene es conocimiento y entretenimiento de distintos temas de interés.

## Bibliografía

- Arias, L. et al, (2015). *Sistematización grupal de Pre Grado*. Universidad Casa Grande
- Ávila. y Muñoz, M. (2011). *La migración y su influencia en la socialización de los adolescentes*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2216/1/tps717.pdf>
- Romero,P. y Sanchez, G. (2012). *Actitudes de los adolescentes frente a su paternidad*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2273/1/tps773.pdf>
- Pachano,J. (2013). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet*. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1834/1/106484.pdf>
- Olivares,M. y Olivares, C. (2013). *Impacto de los estereotipos de género en la construcción de la identidad profesional de estudiantes universitarios*. Recuperado de <http://www.uned.es/reop/pdfs/2013/24-1%20-%20Olivares.pdf>
- Muros,B. y Aragón y Bustos. A. (2013). *La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes*. Recuperado de [file:///C:/Users/lila.torres/Downloads/Comunicar-40-Muros-Aragon-Bustos-31-39%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lila.torres/Downloads/Comunicar-40-Muros-Aragon-Bustos-31-39%20(1).pdf)
- Castex,F. y Montecinos, P. (ed). (2002). *Autoestima, sentimiento de ser útil y necesario en el mundo*. Recuperado de <http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/906/TPEB%20119.pdf?sequence=1>

- Olalla, S. (2014). *Maratón de Vida: Personas con discapacidad; entre una mirada sociológica y la percepción televisiva*. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3791/1/112540.pdf>
- UNICEF. (2002). *Adolescencia, una etapa fundamental*. Recuperado de [http://www.unicef.org/ecuador/pub\\_adolescence\\_sp.pdf](http://www.unicef.org/ecuador/pub_adolescence_sp.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC´S) 2013*. Guayaquil, Ecuador
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). *Compendio de Resultados Encuesta Condiciones de Vida ECV, Sexta Ronda 2015*. Guayaquil, Ecuador
- Sandoval, C. (1996). *Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social: Investigación Cualitativa*. Ciudad de Bogotá, Colombia: ARFO Editores e Impresores Ltda.