

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRUCTURA CORPORATIVA Y
LINEAMIENTOS DE IMAGEN GRÁFICA DEL PROYECTO K7 DE LA
UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Salvador Lorenzana Campos

Carné: 200318046

Previo a portar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, 01 de octubre de 2017.

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura:

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 24 de 08 de 2017

Lic. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

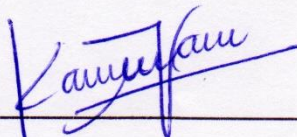
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **SALVADOR LORENZANA CAMPOS** con número de carné: **200318046** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **PROYECTO K7** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **5 de junio** al **12 de agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRUCTURA CORPORATIVA Y LINEAMIENTOS DE IMAGEN GRÁFICA DEL PROYECTO K7 DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,



M.A. Katherine Del Valle

Directora de proyectos





Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante
Salvador Lorenzana Campos
200318046
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

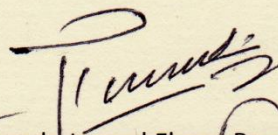
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRUCTURA CORPORATIVA Y LINEAMIENTOS DE IMAGEN GRÁFICA DEL PROYECTO K7 DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

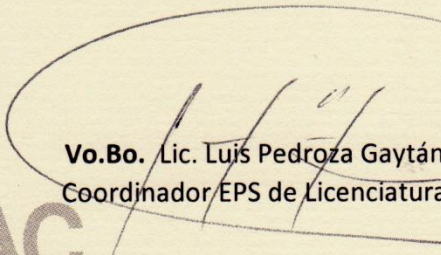
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

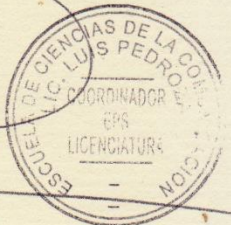
Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barnos
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

DEDICATORIA

Dedico este informe de EPS a mi familia, integrada por mis padres, mis hermanas y mis amigos. Ustedes han sido luz en momentos oscuros, ejemplo de lucha constante y apoyo a lo largo de este proceso académico.

A Dios: Por la vida y las oportunidades.

A mis padres Salvador y Lilian: Por enseñarme, aconsejarme y esforzarse en darme toda la ayuda que estuvo en sus manos durante toda mi vida.

A mis hermanas: Por ser mi ejemplo de perseverancia y responsabilidad.

A mis amigos: En especial a Cris, gracias por hacerme ver la importancia de concluir esta meta, siempre me has ayudado. Lenin, mancuerna creativa de siempre. Y a todos mis demás amigos que han estado en el momento justo y me han brindado su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, mi alma mater.

A la Escuela de Ciencias de Comunicación, por ser la base de mi formación profesional.

A la Universidad Francisco Marroquín, por la oportunidad de desarrollar mi EPS en el proyecto K7.

A mis padres, hermanas, amigos, profesores y colegas, de quienes he aprendido lo que sé y quienes me impulsan constantemente a convertirme en una mejor versión de mí.
Gracias por compartir su tiempo, sus conocimientos, talentos e ideas.

INDICE

Resumen.....	I
Introducción.....	II
Justificación.....	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	01
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	01
1.1.1. Objetivo General.....	01
1.1.2. Objetivos Específicos.....	01
1.2. LA INSTITUCIÓN - UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN	
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	01
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	01
1.2.3. Antecedentes.....	02
1.2.4. Departamentos.....	04
1.2.5. Misión.....	06
1.2.6. Visión.....	06
1.2.7. Objetivo Institucional.....	07
1.2.8. Público Objetivo.....	07
1.2.9. Organigrama.....	07
1.3. METODOLOGÍA.....	08
1.3.1. Descripción del Método.....	09
1.3.2. Técnicas en Instrumentos de Recolección.....	09
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	10

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	11
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas.....	11
1.4.2. Ficha de entrevistas.....	15
1.4.3. Resultado de entrevistas.....	16
1.4.4. Tablas comparativas.....	13
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	18
1.5.1. Fortalezas.....	19
1.5.2. Oportunidades.....	19
1.5.3. Debilidades.....	19
1.5.4. Amenazas	19

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	21
2.2.1. Objetivo General	
2.2.2. Objetivos Específicos	
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	
2.4. MENSAJE.....	21
2.5. ESTRATEGIAS.....	22
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	23

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	27
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	27
3.1.1. Financiamiento.....	27
3.1.2. Presupuesto.....	28
3.1.3. Beneficiarios.....	29
3.1.4. Recursos Humanos.....	30
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	31
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	32
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	38
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	38
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES.....	42
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	48
E-GRAFÍA.....	49
ANEXOS.....	50

I RESUMEN

Institución: Universidad Francisco Marroquín

Proyecto: Plan estratégico para la realización de un documento audiovisual que comunique la estructura corporativa y los lineamientos de imagen gráfica del proyecto K7 de la Universidad Francisco Marroquín.

Objetivo General

Facilitar el proceso de inducción de nuevos colaboradores del proyecto K7, a través de materiales digitales informativos.

Objetivos específicos

- Realizar un video explicativo para comunicar la filosofía de la UFM.
- Elaborar un video explicativo de la estructura corporativa del proyecto, descripción de puestos, equipos y funciones.
- Diseñar un manual de producción de imagen gráfica del proyecto K7.

Sinopsis:

El proyecto K7 es una plataforma digital de educación online que se encuentra en desarrollo y está a cargo de la Unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín - UFM-. La producción del K7 ha requerido la constante contratación de personal de diseño, lo cual en una primera fase de investigación se localizó un problema comunicacional en el proceso de inducción debido a que no se contaba con los materiales necesarios para un proceso de inducción rápida y concisa.

Durante la realización de este EPS, se planteó como solución al problema comunicacional, y se llevó a cabo, la creación de un audiovisual que explique el proyecto K7 y la filosofía de la UFM, además de un manual de diseño para facilitar la incorporación de colaboradores al departamento de diseño gráfico del K7.

II. Introducción

El proyecto K7 es una plataforma digital de educación online que se encuentra en desarrollo y está a cargo de la Unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín - UFM-. La puesta en marcha de este proyecto ha requerido la constante contratación de personal para la programación de la plataforma, generar el contenido gráfico y el contenido académico de la misma.

A través de un diagnóstico de comunicación aplicado dentro del departamento de diseño gráfico, se logró identificar la falta de un documento informativo de inducción que explique qué es el K7 y se encontró la necesidad de establecer estándares de diseño a través de una guía para elaborar los gráficos que requiere la plataforma digital.

La ausencia de un documento explicativo del proyecto y la falta de un manual de diseño, representan un problema comunicacional para los colaboradores que se suman al equipo gráfico del K7.

Partiendo de este problema, se ideó y ejecutó, un plan de comunicación que consistió en desarrollar estos manuales informativos en formato digital.

El presente informe de EPS describe las tres fases de la solución de este problema de comunicación, diagnóstico, plan de comunicación y ejecución del mismo, elaborado en el transcurso del año 2017.

II. Justificación

Cada proyecto impulsado por la Universidad Francisco Marroquín, está encaminado a transmitir su filosofía libertaria. El proyecto K7 está siendo desarrollado por un equipo de más de 70 personas y conforme su avance, se ha requerido la contratación de más personas y el proceso de adaptación de los colaboradores es lento y acrecienta los costos del proyecto.

La realización de este EPS es de utilidad para el departamento de diseño gráfico, ya que aglomera la información necesaria para estandarizar los diseños, agiliza el trabajo de producción de gráficos y reduce costos para el proyecto.

Es de utilidad para el proyecto K7 porque ayudará al colaborador a resolver dudas del funcionamiento, gestión, estructura, objetivos y otros temas clave del proyecto, de forma práctica y de fácil acceso.

Es importante para la Unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín, mantener los lineamientos de la marca presentes en la ejecución de cada proyecto que realicen.

Es de interés para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala., ya que permitirá recopilar nueva información que estará disponible para los estudiantes y reforzará el trabajo de la escuela en beneficio de la sociedad, a través del aporte de soluciones.

Es importante para el autor y para futuros epesistas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, debido a los conocimientos que quedarán documentados y que constituirán un antecedente para la solución de problemas comunicacionales de esta índole y para futuras aplicaciones a casos similares.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

“Diagnóstico de comunicación de la unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín”.

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo General: Analizar e interpretar la situación comunicacional actual del proyecto K7 de la Unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín.

1.1.2. Objetivos Específicos:

- Determinar la percepción que los colaboradores tienen del proyecto K7.
- Detectar si la filosofía de la UFM y la misión y visión del proyecto K7 han sido comunicadas con efectividad a los colaboradores del proyecto.
- Identificar las necesidades comunicacionales que no están siendo suplidas dentro del proyecto K7.

1.2 La Institución – Universidad Francisco Marroquín

Universidad Francisco Marroquín, Unidad de Desarrollo de Proyectos Especiales.

1.2.1. Ubicación Geográfica

Está ubicada en la oficina del departamento de Mercadeo en el primer nivel del edificio de la Escuela de Negocios dentro del Campus Central de la Universidad Francisco Marroquín, Sexta calle final, zona 10, ciudad Guatemala, Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas:

La Unidad de Desarrollo de Proyectos Especiales, funciona con fondos provenientes de donaciones y que son administrados por Universidad Francisco Marroquín. Los proyectos a cargo de esta unidad son de carácter cultural.

1.2.3. Antecedentes

El 12 de agosto de 1971, fue autorizada la fundación de la Universidad Francisco Marroquín, con las Facultades de Ciencias Económicas y Derecho. Manuel F. Ayau como primer rector de esta casa de estudios, en enero de 1978 Inicia actividad académica la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación (FISICC), en agosto de ese mismo año se firma el convenio de aceptación de la donación del Museo Popol Vuh.

En 1983 La Universidad Francisco Marroquín recibió como donación la biblioteca de José Cecilio del Valle, más tarde el 23 de febrero del año mencionado se crea el Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. Al año siguiente (1984) inician las actividades académicas de la Escuela de Contaduría Pública y Auditoría, a finales de este año se colocó la primera piedra del Edificio Académico, el cual fue inaugurado el 4 de julio de 1987 a partir de este año la Universidad fue creciendo en popularidad y en número de estudiantes en distintas carreras. En el 2002 fue inaugurada la primera fase del Edificio Escuela de Negocios y fue estrenado el Salón de Consejo en el Centro Estudiantil. En marzo de 2003 Se instalan los primeros “Centros de Información” digitales. Para el año 2005 La escuela de Negocios fue finalizada y puesta en marcha en su totalidad. Este edificio se llamó inicialmente Edificio New Media, ya que su propósito era unificar todos los departamentos de orientación tecnológica y servicios.

El Departamento de New Media, creado en el 2001, se ubicó en el primer piso. Se estableció para ayudar a los profesores, investigadores y estudiantes en el uso, creación y gestión de los recursos digitales. Y se estableció el departamento de Mercadeo que es donde hoy funciona la Unidad de Proyectos Especiales.

La Unidad de Proyectos Especiales de UFM ha desarrollado diversidad de proyectos, todos con enfoques culturales. A continuación, se describen algunos.

Arboretum: Sobre la base de que el crecimiento económico y la calidad del medioambiente no son independientes, la UFM ha creado este proyecto de gestión privada, consistente en la recuperación, preservación y promoción del bosque en los propios jardines y parqueos.

Esta actitud depende de la creación de instituciones que protegen los derechos individuales. El reconocimiento de la propiedad privada es una condición esencial para mejorar la calidad del medioambiente.

Desde el 2004, la universidad ha estado trabajando en la clasificación, conservación y preservación de flores, árboles, animales, aves, insectos y hongos que se encuentran en el campus.

Lienzo de Quauhquechollan, 2006: El Lienzo de Quauhquechollan es considerado el primer mapa de Guatemala. Es una de las pocas fuentes del siglo XVI que cuentan la historia de las campañas militares de Jorge de Alvarado en 1527.

Con el apoyo de Banco G&T Continental, la UFM organizó y dirigió un equipo de 25 diseñadores y 5 especialistas en textiles, tintes prehispánicos y epigrafía, que pasó 14 semanas en la restauración digital que muestra el Lienzo, como se puede haber visto en 1530. El Lienzo se inauguró con la reunión anual de la Sociedad Mont Pelerin, que se celebró en Guatemala en el 2006.

Escultura Atlas Libertas, 2007: “Un homenaje al espíritu emprendedor y a la fuerza creadora del individuo”. Nombre: Atlas Libertas. Artista: Walter Peter Brenner. Tamaño: 4.5 m de alto por 4.5 m de ancho, en altorrelieve, con una profundidad aproximada de 40 cm. Se ubica a un lado de la entrada principal del Edificio de la Escuela de Negocios, y para ejecutarla el artista se ha inspirado en La rebelión de Atlas, de Ayn Rand.

En palabras del artista, “... el hombre es capaz de tallar y forjar su propio destino; un sentido que existe, una esperanza certera de poder algún día alcanzar mis más anhelados sueños; un sentido de vida, de fortaleza, de logro, de felicidad plena y profunda”.

Casa Popenoe, 2007: Esta casa fue originalmente construida para don Luis de las Infantas Mendoza, oídor de la Real Audiencia, y quedó en ruinas por efecto del terremoto de Santa Marta, en 1773.

En 1929 Wilson Popenoe y su esposa Dorothy compraron el inmueble y en sus manos se convirtió en un ejemplo vivo de la cultura y expresión de la civilización. Los Popenoe amueblaron la casa con antigüedades de la época, coleccionados a lo largo de los años.

En el 2007 la familia Popenoe donó la casa a la UFM. Gracias al espíritu emprendedor de los donantes y el compromiso de sus descendientes para honrar este espíritu, su legado redundará en beneficio de Guatemala y seguirá destellando luz en el mundo de las ideas.

1.2.4. **Departamentos** (Ver anexos 1, 2 y 3)

Dirección: Conformado por el Secretario General de la UFM que funge como Director General del proyecto y las encargadas del proyecto cuya tarea es administrar y auditar los recursos y la producción del proyecto.

Departamento Legal: Éste se encarga de generar contratos y trámites legales concernientes al proyecto.

Branding: Departamento encargado de verificar que la filosofía de la UFM se plasme correctamente en los productos generados por el K7.

Heurística: Equipo encargado de desarrollar el contenido académico pedagógico de la materia de Estudios Sociales.

AnswerED: Equipo encargado de desarrollar el contenido académico pedagógico para las materias de Idioma Español, Matemáticas y Ciencias Sociales.

Corrección de contenidos: Su función es la de verificar la correcta redacción de los scripts académicos.

Diseño y animación: Este departamento se encarga de producir imágenes, ilustraciones y video clases y videos para juegos interactivos, a partir de los scripts académicos aprobados.

Audio: Se encarga de producir efectos de sonido, canciones, casting de voces, narraciones y todo audio que se requiera para video-clases y los juegos interactivos de la plataforma digital.

PED: Equipo que gestiona el control académico de la plataforma la integra con los sistemas de información de la UFM.

New Media: Es el departamento de audiovisuales de la UFM. Se fundó con el objetivo de apoyar a los catedráticos, investigadores y estudiantes de la universidad en el uso, creación y administración de recursos digitales que complementen sus labores académicas. Están encargados de producir una serie de dibujos animados para el proyecto.

Akademeia: Proyecto educativo de la UFM que brinda material digital interactivo y audiovisual en forma de cursos libres para reforzar el contenido de las clases recibidas en la universidad. Dentro del proyecto K7 se encarga de la programación de juegos interactivos para la plataforma digital.

Grupo Premiere 360: Es una agencia de diseño web encargada de diseñar y desarrollar la plataforma digitales del proyecto K7, y la adaptación de ésta a dispositivos móviles.

Xik': Empresa dedicada al desarrollo de sistemas informáticos, consultoría en dirección de proyectos de software con metodologías ágiles. Su función es asegurar la funcionalidad de la plataforma digital del K7 y monitorear las líneas de comunicación y de trabajo a través de la aplicación de la metodología Scrum.

Ceta: Equipo encargado de diseñar, crear y administrar la red de toda la Universidad Francisco Marroquin, dentro del proyecto K7, se encarga de administrar la red de servidores donde se almacena la plataforma digital y hacer las pruebas de funcionamiento de ésta.

1.2.5. Misión

La enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables

1.2.6. Visión

El Ideario de UFM establece su visión en un conjunto de ideas que son la base y origen de la Universidad Francisco Marroquín:

Teoría y práctica: Poner énfasis en la buena formación teórica para asegurar una mayor efectividad práctica.

La Crisis de la Razón: Se sugiere que la violencia en el mundo contemporáneo es, al menos en parte, resultado de la intolerancia. Quienes logran desarrollar sus capacidades racionales positivas, son tolerantes de las ideas y de los derechos de los demás.

La universidad ante la crisis: Los jóvenes necesitan orientación para que su entusiasmo y su vigor sean benéficos para ellos mismos y para la sociedad. Es, pues, urgente hacer ver a la juventud que la búsqueda de su propio perfeccionamiento es lo único que está bajo su control efectivo y que dicha búsqueda no puede menos que redundar en beneficio propio y de los demás.

Universidad y política: la "politización" de las Universidades, que se origina en su preocupación por el desarrollo social, conduce a que su contribución al desarrollo sea menor de lo que podría ser; ya que "politización" obstaculiza la docencia y la investigación, que son las actividades universitarias que redundan en beneficio colectivo.

Universidad y servicio Social: Se argumenta que las Universidades no existen para servir a la sociedad, pese a que cuando cumplen su misión académica, de hecho, sirven a la sociedad. La eficacia social o el servicio social efectivo de las Universidades dependen de la calidad de la docencia y de la investigación que en ellas se realice.

Libertad Académica: se pone énfasis en la libertad académica que tienen las instituciones privadas de enseñar aquello que consideren verdadero, falso o útil. Si un profesor acepta enseñar lo que se le pide, entonces se incorpora al claustro de la institución.

1.2.7. Objetivo Institucional

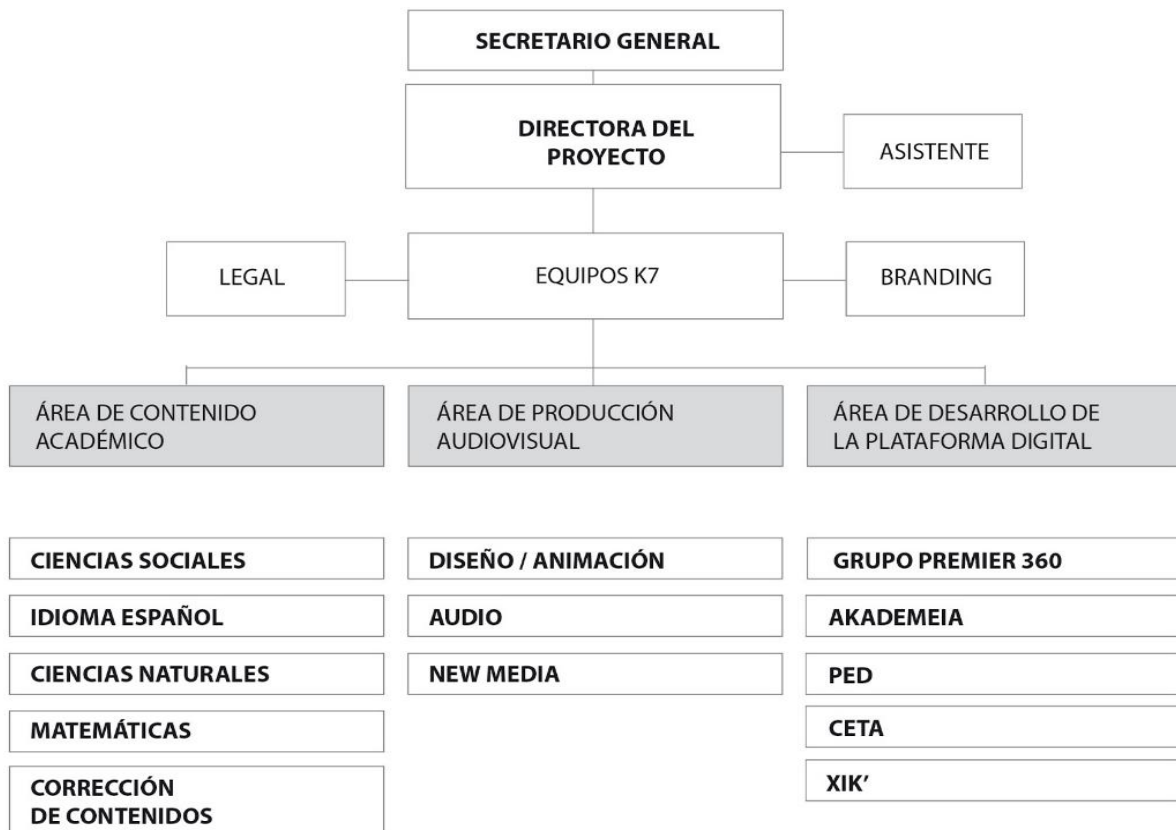
Alcanzar la Excelencia Académica, la calidad de ideas, principios y actuaciones de quienes, como profesores o alumnos, se sitúan habitualmente por encima del cumplimiento material y rutinario de su deber, construyendo ante todos, un ejemplo vivo de vida coherente.

1.2.8. Público Objetivo.

El público objetivo abarca profesionales de cualquier rama del conocimiento que laboren en el proyecto K7 de la Unidad de Desarrollo de Proyectos Especiales de la UFM.

1.2.9. Organigrama

Esquema inicial del organigrama del proyecto K7. (Ver anexo 1)



Fuente: Elaboración del epesista

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del Método:

Se utilizó metodología mixta, definida como el tipo de investigación que combina técnicas, métodos y lenguaje cualitativo y cuantitativo para desarrollar una investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que los diseños mixtos: representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos métodos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o en la mayoría de sus etapas.

Para cumplir con el objetivo general de la investigación se utilizaron herramientas de recolecciones de datos tanto cualitativas como cuantitativas para obtener la mejor perspectiva de la situación comunicacional del proyecto K7, de la Universidad Francisco Marroquín.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso del que el investigador pueda valerse para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información. (Sabino, 1996).

La selección de estas técnicas e instrumentos de recolección de datos requiere establecer por qué medios o procedimientos obtendrá, el investigador, la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación. (Hurtado, 2000).

A continuación, se enlistan los cuatro instrumentos y técnicas utilizados en esta investigación

- **La observación:**

Los métodos de observación proporcionan a los investigadores métodos para revisar expresiones no verbales de sentimientos, determinan quién interactúa con quién, permiten comprender cómo los participantes se comunican entre ellos, y verifican cuánto tiempo se está gastando en determinadas actividades (Schmuck, 1997).

En esta investigación se utilizó la observación participante porque el investigador ha convivido tiempo con los individuos que serán objeto de estudio. Como menciona Hugo Cerda, a través de la entrevista podemos penetrar en el mundo interior del ser humano y conocer sus sentimientos, su estado, sus ideas, sus creencias y conocimientos. (Cerda, H. 1991) También este tipo de observación permite a los investigadores verificar definiciones de los términos que los participantes usan, observar eventos que los informantes no pueden o no quieren compartir porque el hacerlo sería impropio, descortés o insensible. (Marshall y Rossman, 1995).

• **La entrevista:**

Es un proceso de comunicación en el cual el investigador colecta datos de interés a partir de una serie de preguntas que ha preparado con anterioridad. Taylor y Bogan (1986) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

La entrevista focalizada, utilizada en esta investigación, tiene como meta, indagar sobre un tema específico, localizar un problema de comunicación, como menciona Cerda, H. “Lo focalizado se asocia con el hecho de concentrar en un solo punto un conjunto de cosas, conceptos y cuestiones referidas a un tema y a un contenido. Este tipo de entrevista posee características muy similares, ya que las preguntas que se realizan se limitan a una única idea o única referencia.”

• **La encuesta:**

Se considera uno de los instrumentos más útiles para el investigador, mientras la observación se aplica a situaciones, documentos y objetos, la encuesta sirve para recopilar datos, conocimientos, ideas, creencias y percepciones de la realidad de los sujetos involucrados en una situación. (Gracia Cordova 2002). La información se recoge en forma estructurada formulando la misma serie de preguntas a cada uno de los encuestados.

En esta investigación, las encuestas fueron aplicadas a 21 colaboradores del proyecto K7, quienes constituyen más del 30% del total de colaboradores y permitió recopilar datos de opinión acerca de los problemas de comunicación localizados a partir de la observación.

• El Cuestionario:

Es un instrumento diseñado por el investigador, en el que se agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información. (Hurtado, 2000)

En cuanto al diseño del cuestionario lo principal es tener claro el objetivo a cumplir y en base a esto dirigir las preguntas hacia el tema tratado. Existen preguntas abiertas y preguntas cerradas, (Hernández, 2003; Martínez, 2002), las preguntas abiertas expanden las alternativas de respuesta, en cambio las preguntas cerradas contienen posibles respuestas establecidas previamente por el investigador. El uso de cada una de ellas depende del tipo de investigación que se esté llevando a cabo, ya que cada cuestionario obedece a diferentes necesidades y problemas de investigación, lo que da lugar a que en cada caso el tipo de preguntas sea diferente (Hernández, 2003).

Para la realización del presente informe se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas, para la encuesta, con miras a confirmar la existencia de los problemas de comunicación localizados durante la etapa de observación. Y además se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas para la entrevista, con la intención de localizar los problemas comunicacionales que han experimentados los entrevistados, dentro del proyecto K7.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Curso Propedéutico			x					
Observación			x	x	x			
Consultas bibliográficas				x				
Entrega de cartas de solicitud de EPS				x				
Elaboración de instrumentos de recolección de datos					x			
Encuestas y entrevistas					x			
Análisis de datos					x			
Redacción de informe diagnóstico				x	x			
Entrega de informe diagnóstico					x			

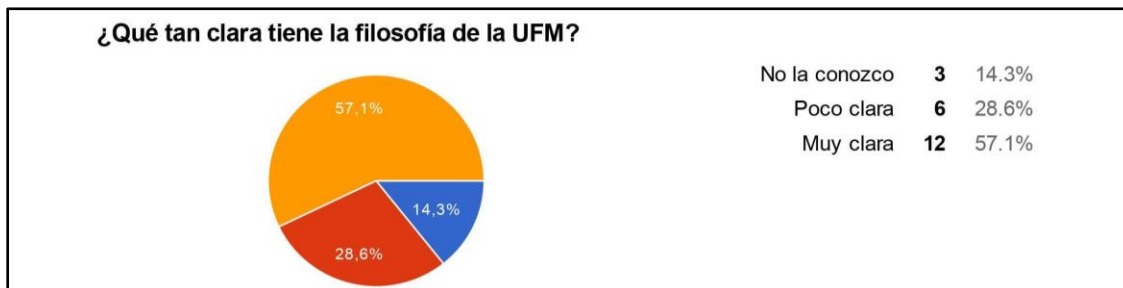
Fuente: Elaboración propia del epesista.

1.4. Recopilación de datos

1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas

Para la presentación de los resultados de encuestas se hizo uso de gráficas de área circular: más conocidas como “*pie*”. Se optó por gráficas de área circular debido a que permiten visualizar la participación de cada una de las partes dentro de un total.

Gráfica 1:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 57.1% de los colaboradores afirmó tener clara la filosofía de la UFM, un 28.6% respondió la comunicación de la filosofía de la UFM ha sido poco clara, mientras que el 14.3% de los colaboradores, dijo no conocer la filosofía de la universidad.

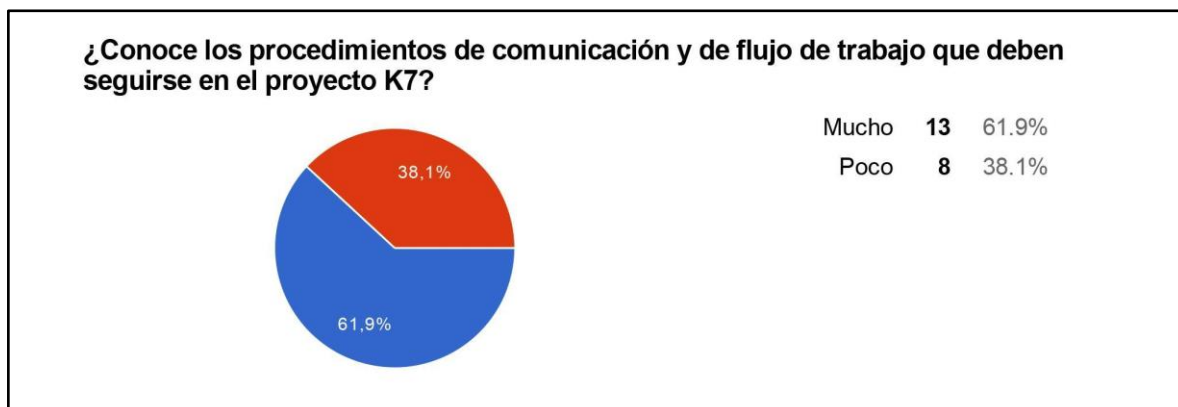
Gráfica 2:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 71,4% de los encuestados considera que el proyecto K7 si posee la filosofía de la UFM, mientras que el 28,6% considera que no se ha plasmado la filosofía en el desarrollo del proyecto o no lo sabe.

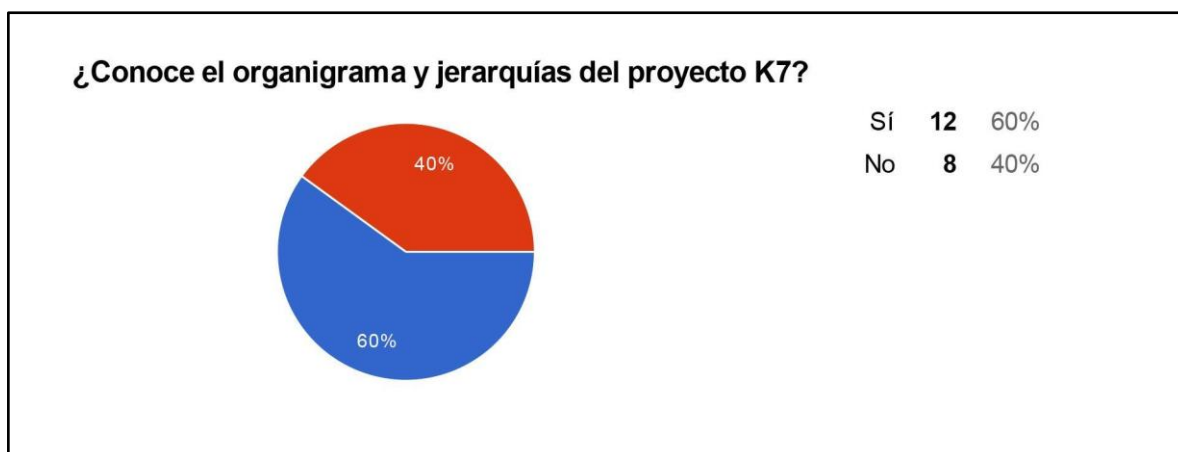
Gráfica 3:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 61,9% conoce mucho a cerca de los procedimientos de comunicación implementados en el K7 y conocen el flujo de trabajo. El 38,1% de los colaboradores afirmó conocer poco acerca del flujo de trabajo y del sistema de comunicación.

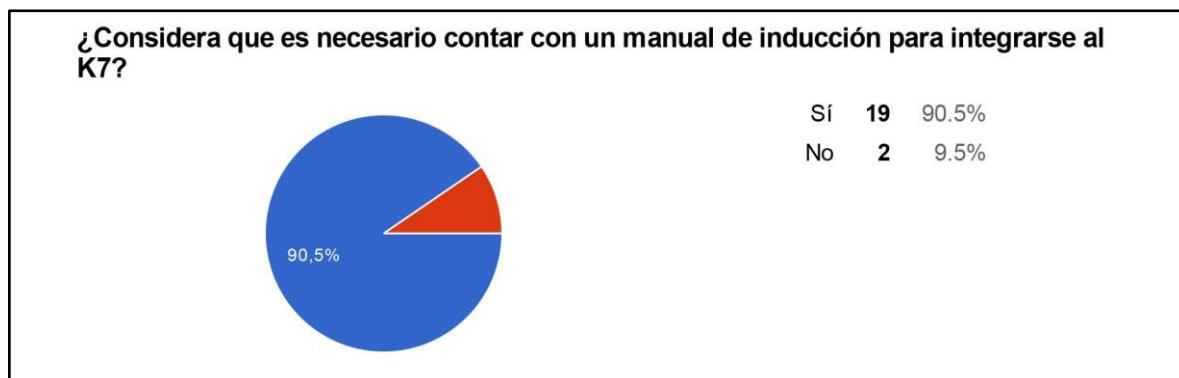
Gráfica 4:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 60% de encuestados afirmaron conocer el organigrama de los integrantes del K7 y sus posiciones jerárquicas dentro del mismo, mientras que un 40% respondió no conocer la conformación organizacional del K7.

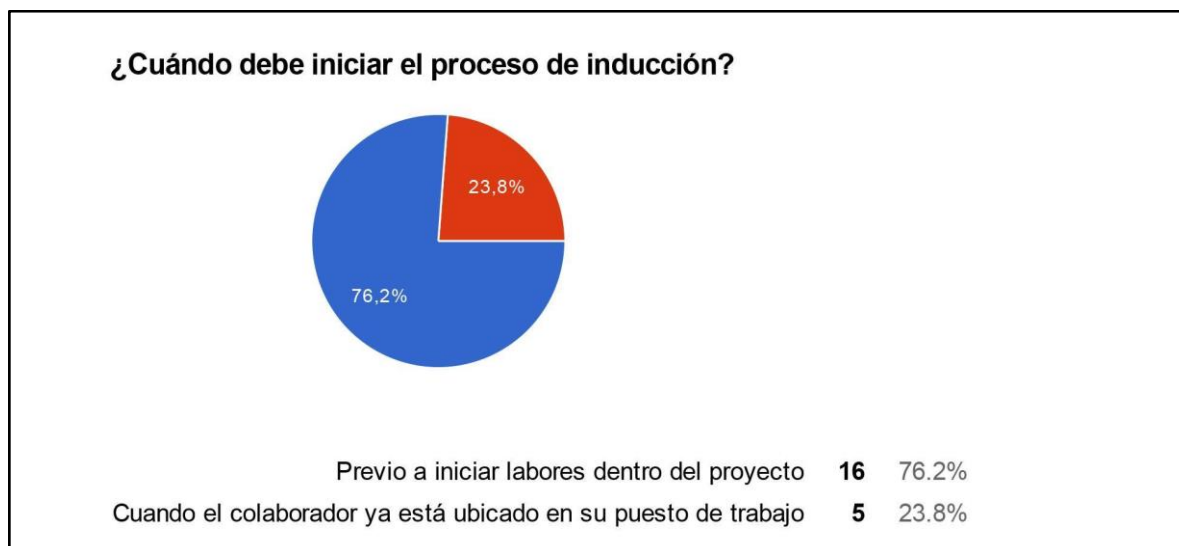
Gráfica 5:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: 90,5% de los colaboradores consideran que hace falta un manual de inducción para nuevos colaboradores que se integren al K7 y el 9.5% cree que no es necesario.

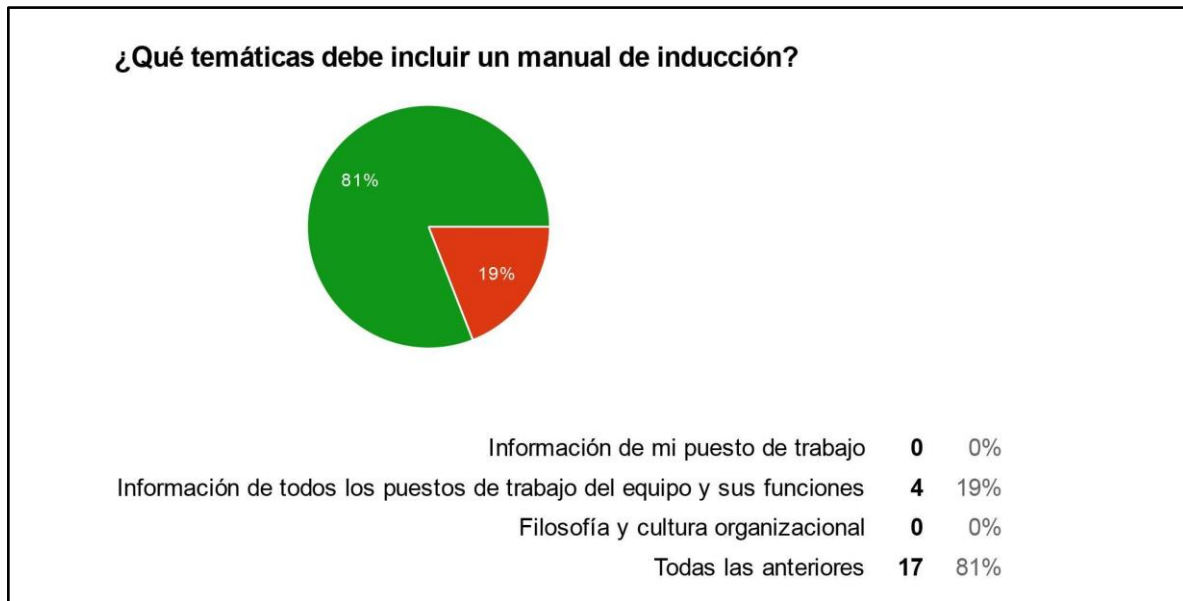
Gráfica 6:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 76.2% de las personas encuestadas piensan que el proceso de inducción debe recibirse antes de que un colaborador comience labores dentro del K7 mientras que el 23.6% concuerda con que el colaborador debe recibir la inducción cuando ya está ubicado en su puesto laboral.

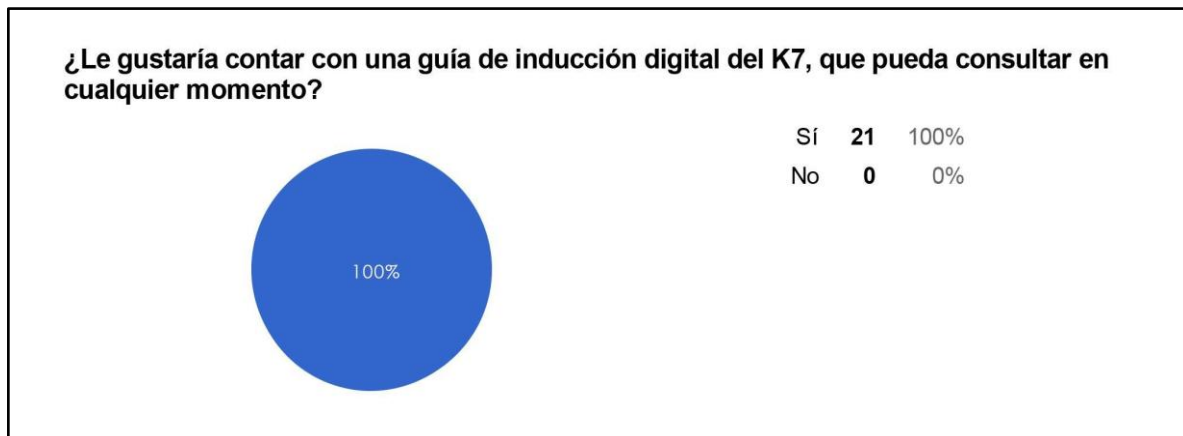
Gráfica 7:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 81% de los colaboradores del K7, afirmó que una guía de inducción debe poseer información general del proyecto y su funcionamiento estructural, mientras el 19% prefieren que el manual de inducción se enfoque solamente en la estructura organizacional.

Gráfica 8:



Fuente: Elaboración propia del epesista.

Interpretación: El 100% de encuestados respondió que le gustaría contar con una guía digital de inducción para el proyecto K7.

1.4.2. Ficha de las entrevistas

Ficha 1	
Entrevista:	Se usaron preguntas abiertas. Relacionadas con la gestión de la comunicación e información, dentro del proyecto K7 y cómo se aplica a los nuevos colaboradores.
Entrevistada:	Katherinne del Valle.
Cargo:	Coordinadora y Auditora del proyecto K7.
Lugar:	Oficina EN 105, Escuela de Negocios, Campus Universitario UFM.
Fecha y hora:	2 de febrero de 2017. 2 p.m.
Síntesis de la entrevista:	La entrevistada manifestó su preocupación por la falta de un manual de inducción que reúna la información del proyecto K7, ya que actualmente es ella quien da la inducción en los momentos en los que encuentra un tiempo libre, y no existe alguien que pueda solventar dudas respecto al tema.
Entrevistador:	Las entrevistas fueron realizadas por el epesista Salvador Lorenzana Campos.

Ficha 2	
Entrevista:	Se usaron preguntas abiertas. Relacionadas con la gestión de la comunicación e información, dentro del proyecto K7 y cómo se aplica a los nuevos colaboradores.
Entrevistada:	Melanie Barrera
Cargo:	Scrum Master del proyecto K7.
Lugar:	Oficina EN 105, Escuela de Negocios, Campus Universitario UFM.
Fecha y hora:	2 de febrero de 2017. 2 p.m.
Síntesis de la entrevista:	La entrevistada manifestó estar al pendiente de la aplicación de SCRUM para agilizar los procesos de producción a través de la comunicación. Aunque estuvo de acuerdo en que es necesario contar con un documento que permita transmitir información sobre el uso y metodología de la plataforma del K7.
Entrevistador:	Las entrevistas fueron realizadas por el epesista Salvador Lorenzana Campos.

1.4.3. Resultado de las entrevistas

La entrevista estructurada aplicada a la directora del proyecto y a la directora de comunicación, permitió determinar que los procesos de inducción si se están llevando a cabo, pero no de una forma práctica y estructurada. Los mecanismos de inducción existen, pero están desordenados y no existe una persona dedicada al desarrollo de un sistema que reúna las herramientas de inducción y las ordene para crear un manual de inducción eficiente.

Datos obtenidos entrevistas:

Existe un problema de comunicación evidenciado por las entrevistadas.
Existen procesos de comunicación en desarrollo
La percepción de las entrevistadas es que necesitan un orden en el sistema de inducción
Se definieron cuales son los requerimientos para un proceso de inducción adecuado.
El nivel de importancia que se le da a la comunicación de la filosofía de la UFM es muy alto.

1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

En esta investigación solamente se realizó una entrevista a la directora del proyecto y a la directora de comunicación. Debido al limitado tiempo de las entrevistadas, este cuestionario fue realizado a ambas al mismo tiempo. A continuación, se presenta la tabla comparativa entre ambas entrevistas.

Tabla comparativa de entrevistas a la encargada del proyecto K7, Katherinne del Valle y a la Scrum Master, Melanie Barrera.

	Dirección del Proyecto	Metodología Scrum
Gestión de la comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> •Se mantiene comunicación constante entre equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Se ha aplicado Scrum, una metodología ágil que permite mantener a los equipos en constante comunicación y desarrollo. • Se hacen reuniones diarias de 10 minutos vía skype. • Se hace una reunión de 1 hora los viernes, en la que cada equipo comunica sus avances.
Utilización de documentos de inducción y comunicación de la filosofía de la UFM	<ul style="list-style-type: none"> •Tienen una presentación en <i>power point</i>, que muestra los equipos involucrados en el proyecto. •El resto de la inducción es a través de conversaciones con el nuevo colaborador. •Existe información dispersa. 	<ul style="list-style-type: none"> •Se hace una presentación del método Scrum y se explica el flujo de trabajo y la utilización de plataformas digitales como <i>Pivotal Tracker</i> y <i>Slack</i>, para comunicarse y comunicar los avances de cada tarea realizada.
Conocimiento de la filosofía de la UFM por parte de los colaboradores del proyecto K7	<ul style="list-style-type: none"> •Los trabajadores de planilla conocen más la filosofía, por el tiempo que llevan trabajando en la UFM • Los nuevos colaboradores reciben muy eventualmente charlas. 	<ul style="list-style-type: none"> •Scrum solo ha sido utilizado para la comunicación de trabajo entre departamentos y no en comunicación de la filosofía de la UFM.
Conclusiones del entrevistador.	<ul style="list-style-type: none"> •Nos dice que existe inducción vía oral y algunos documentos de inducción para nuevos colaboradores, pero aún falta unificarla y ponerla al alcance de cualquier colaborador que quiera acceder a esta información. 	<ul style="list-style-type: none"> •Nos dice que existen canales de comunicación utilizados con regularidad en las labores diarias, pero aun así estos canales no son usados para comunicar los lineamientos de la marca.

1.5. Radiografía de la institución

1.5.1. Fortalezas

- Se hacen reuniones periódicas para comunicar los avances del proyecto a todo el equipo. Utilizan el sistema Scrum que permite tener comunicación constante entre los equipos involucrados en el proyecto.
- Cuenta con Xik', un equipo dedicado exclusivamente al *testing* y monitoreo de los procesos quienes son encargados de ejecutar el sistema Scrum.
- Muchos de los involucrados en el proyecto han trabajado con anterioridad en la UFM y conocen la filosofía de la universidad.
- La mayor parte de la comunicación es *On Line* lo cual reduciría los costos de producción de un plan de comunicación.

1.5.2. Oportunidades

- Los dirigentes del proyecto están muy interesados en mejorar y mantener los canales de comunicación constante.
- Todo nuevo colaborador que se suma al equipo de trabajo recibe una inducción por parte una de las encargadas del proyecto, pero aún no existen documentos de apoyo para facilitar esta inducción.
- Por lo general los colaboradores que se integran al K7 por primera vez, tienen dudas sobre el funcionamiento de los procesos de trabajo y están de acuerdo con tener un manual que les provea información
-

1.5.3. Debilidades

- No existe presupuesto para hacer comunicación impresa.

1.5.4. Amenazas

- El proyecto está en constante cambio, lo cual haría que un plan de comunicación no deba ser muy específico para evitar que quede obsoleto en poco tiempo.

CAPÍTULO II

2. Plan de comunicación

Plan estratégico para la realización de un documento audiovisual que comunique la estructura corporativa y los lineamientos de imagen gráfica del proyecto K7 de la Universidad Francisco Marroquín.

2.1. Antecedentes comunicacionales

El 27 de febrero de 1971 se publicó la primera versión del ideario de la Universidad Francisco Marroquín, con el objetivo de comunicar los ideales por los que fue fundada la institución. Este fue el primer documento en el que se plasmó la filosofía de la universidad. En el 2004 fue puesto en línea el sitio web de la universidad en el cual se aglomeraron, desde entonces, todos los documentos referentes a la filosofía de esta casa de estudios.

En noviembre de ese mismo año se publicó una serie de video cápsulas en las que el Dr. Manuel F. Ayau, primer rector de la universidad, explica el porqué de la UFM y la misión de la institución.

En 2015 se iniciaron acciones para el desarrollo del proyecto K7. Esta es la primera vez que la unidad de proyectos de la UFM realiza un proyecto educativo online, esta plataforma digital ha requerido de educadores, pedagogos, ingenieros de audio, programadores, diseñadores gráficos, locutores y profesionales de diferentes áreas del conocimiento. La estructura del proyecto se ha realizado conforme las necesidades y el avance del mismo.

Entre noviembre 2016 y marzo 2017, se han desarrollado documentos digitales con información dispersa del funcionamiento del proyecto K7. En este tiempo también se creó un manual de diseño de personajes ilustrados para su uso en material educativo infantil.

2.2. Objetivos de comunicación

2.2.1. Objetivo General

Desarrollar un plan estratégico para realizar un documento audiovisual que comunique la estructura corporativa y los lineamientos de imagen gráfica del proyecto K7 de la Universidad Francisco Marroquín.

2.2.2. Objetivos específicos

- Realizar un video explicativo para comunicar la filosofía de la UFM.
- Elaborar un video explicativo de la estructura corporativa del proyecto, descripción de puestos, equipos y funciones.
- Diseñar un manual de producción de imagen gráfica del proyecto K7.

2.3. Público objetivo

El público objetivo puede dividirse en dos grupos. Un grupo primario conformado por colaboradores encargados de la producción gráfica y un grupo secundario conformado por profesionales de cualquier rama del conocimiento que laboren en el proyecto K7.

El primer grupo es el conjunto de diseñadores gráficos y animadores que generan contenido gráfico para la plataforma digital del K7, este conjunto de colaboradores trabaja en diferentes locaciones físicas, algunos en oficinas de los edificios del campus universitario y otros en empresas subcontratadas. El manual de diseño de la imagen gráfica va enfocado a este grupo.

El segundo grupo incluye la totalidad de los colaboradores, profesionales en pedagogía, docencia, corrección de contenidos, programación, editores de audios y locución. Miembros del K7 que requieren conocer la filosofía de la universidad y el funcionamiento del proyecto, personas subcontratadas y empleados directos de la UFM.

2.4. Mensaje

Basado en la filosofía de la Universidad Francisco Marroquín que está plasmada en el desarrollo del proyecto K7, se utilizará el mensaje conceptual de “Libertad académica”.

2.5. Estrategias

Estrategia 1: Fortalecer la imagen institucional a través de la creación de un video que explique la filosofía de la UFM

Se elaborará un video que recopile información de la filosofía de la Universidad Francisco Marroquín y explique los datos históricos más relevantes e información general la universidad. El guion y el *story board*, las ilustraciones y la animación y que requiere el video, serán desarrollados por el epesista. Posteriormente la locución en off, será grabada por un locutor profesional. La dirección y edición del video estarán a cargo del epesista, haciendo uso del estudio de grabación de la escuela de cine de la UFM y recursos digitales de la universidad.

Estrategia 2: Crear video para comunicar la estructura corporativa del proyecto k7

Se tiene planificada la realización de un video explicativo, en el cual se hará la descripción de puestos, conformación de equipos y funciones de éstos. El video también explicará la identidad y los objetivos del proyecto K7. La recopilación de datos para la creación de este video, será realizada por el epesista con el apoyo de la coordinadora general del proyecto y colaboradores de los distintos departamentos. El epesista tendrá a su cargo la redacción del guion, diseño, ilustración y edición de video y dirección del mismo. La grabación de la voz en off del video, estará a cargo de un locutor profesional.

Estrategia 3: Diseñar un manual de producción de imagen gráfica del proyecto K7 para alinear visualmente los productos de diseño

El manual del uso de la imagen gráfica del proyecto K7 incluirá especificaciones de todos los materiales gráficos que debe producir el departamento de diseño. El manual abarcará el uso de la paleta de colores y estándares de calidad de las imágenes, ilustraciones y animaciones que se utilizan para alimentar la plataforma digital del K7. El diseño de este documento estará a cargo del epesista, apoyándose en material previamente desarrollado por colaboradores del departamento de diseño del proyecto.

2.6. Acciones de comunicación

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción.	(Estrategia 1) Fortalecer la imagen institucional a través de la creación de un video que explique la filosofía de la UFM.
Problema	Falta de un material atractivo que comunique la filosofía de la UFM de forma práctica.
Producto	Video de la filosofía de la UFM.
Objetivo comunicacional	Informar de forma rápida y entretenida, datos puntuales de la filosofía y misión de la universidad. Fortalecer la imagen institucional de la UFM.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno: Empleados y colaboradores de la universidad. Estudiantes y docentes. Externo: público en general.
Medio de difusión	Digital, para redes sociales (<i>Youtube, facebook, twitter</i>) y para la página web de la universidad. Impactos estimados: 3,000

Sinopsis de video: Aparecen ilustraciones de las distintas facultades del campus universitario, la voz en off da una breve descripción de cada una y habla de los ideales que originaron la fundación de la Universidad Francisco Marroquín. Mientras se habla de la filosofía se muestran fotografías y datos relevantes de la imagen corporativa y cultura de la UFM.

Descripción de entrega de video: El video final será entregado en formato AVI en alta resolución, con una copia en formato H264 apto para publicar en redes sociales. Adicionalmente se entregará el Proyecto editable en formato de *Adobe After Effects* por si la Universidad requiriera hacer modificaciones futuras.

Descripción del contenido: El video contendrá información de la filosofía, la misión, visión, objetivos y cultura UFM. Además de una breve descripción histórica y edificaciones que constituyen el campus universitario. (Ver anexo 5).

Publicación: El manual de producción de imagen gráfica será un único documento digital dispuesto para la descarga desde Google Drive del proyecto K7.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción.	Crear video para comunicar la estructura corporativa del proyecto k7.
Problema	Inexistencia de un material informativo que explique la estructura y funcionamiento del proyecto K7.
Producto	Video informativo del proyecto K7, explicará la estructura, los objetivos del proyecto y la conformación estructural de los equipos involucrados en el desarrollo del mismo.
Objetivo comunicacional	Informar de forma rápida, los pormenores del proyecto K7, a través de datos puntuales del mismo.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno: Empleados y colaboradores de la universidad. Estudiantes y docentes.
Medio de difusión	Digital, a través de la plataforma de Google Drive y correos electrónicos de los colaboradores del proyecto K7. Impactos estimados: las 75 personas que laboran para el K7.

Sinopsis de video: Se visualiza un personaje animado de los utilizados en las animaciones educativas del K7, el personaje interactúa con la voz en off, que describe el proyecto K7 y su estructura organizacional. Aparece en escena un organigrama y a partir de éste se presentan los diferentes equipos que trabajan en el proyecto.

Descripción de entrega: La versión final será entregada en formato AVI en alta resolución, con una copia en formato H264 apto para publicar en redes sociales. Adicionalmente se entregará el Proyecto editable en formato de *Adobe After Effects* por si la Universidad requiriera hacer modificaciones futuras.

Descripción del contenido: Explicara qué es el K7, cómo funciona, quienes están involucrados y cómo funcionan los flujos de trabajo.

Publicación: Será publicado un único documento digital dispuesto para que cualquier colaborador del Proyecto K7, pueda verlo o descargarlo desde *Google Drive* del proyecto.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción.	Diseñar un manual de producción de imagen gráfica del proyecto K7.
Problema	No hay unificación de criterios de diseño. Es necesaria una guía de entrega de materiales gráficos.
Producto	Manual digital PDF de las especificaciones para entrega de materiales gráficos generados por el departamento de diseño.
Objetivo comunicacional	Mantener una misma línea de diseño gráfico en la creación de las piezas, fotografías, ilustraciones y videos producidos para la plataforma digital del proyecto K7.
Tipo de mensaje	Informativo.
Público objetivo	Interno: Empleados y colaboradores del departamento de diseño gráfico del proyecto K7.
Medio de difusión	Digital, a través de la plataforma de Google Drive y correos electrónicos de los colaboradores del proyecto K7.

Descripción de entrega: Para reducir costos y por usos prácticos, el manual de producción de imagen gráfica del proyecto K7 será entregado en formato digital PDF. El archivo se encontrará disponible en la plataforma de *Google Drive* utilizada por todos los equipos del proyecto. Todos los colaboradores del K7 podrán tener acceso, aunque pertenezcan a otros departamentos además del departamento de diseño gráfico.

Descripción de contenido Los temas a tratar en este documento serán:

- Paleta de colores para ilustraciones.
- Tamaño y uso de color de personajes ilustrados.
- Tamaño, formatos de imagen, resolución y modo de color de las imágenes que soporta la plataforma digital.
- Tipografía a utilizar en textos institucionales.
- Ajustes y formato de salida de las composiciones audiovisuales.
- Tamaños y formato de entrega de imágenes para juegos interactivos digitales.

Tiraje a entregar: El manual de producción de imagen gráfica será un único documento digital dispuesto para la descarga desde *Google Drive* del proyecto K7 y compartido a través de correo electrónico.

CAPÍTULO III

3. Informe de ejecución

3.1. Proyecto desarrollado

Plan estratégico para la realización de un documento audiovisual que comunique la estructura corporativa y los lineamientos de imagen gráfica del proyecto K7 de la Universidad Francisco Marroquín.

3.1.1. Financiamiento

La puesta en práctica de este proyecto se llevó a cabo con el financiamiento de la Universidad Francisco Marroquín y con fondos económicos propios del epesista, desglosados de la siguiente forma:

Financiamiento	Monto
Epesista	Q. 13,500.00
Empresa	Q 5,000.00
Patrocinio	Q .00

Elaboración: Salvador Lorenzana Campos 15-05-2017.

3.1.2. Presupuesto

Desglose de los costos de realización:

Cant.	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
1	Diagnóstico y plan comunicacional	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Epesista
2	Servicios de creatividad, conceptualización y redacción de guion literario para video.	Q 2,000.00	Q 4,000.00	Epesista
2	Servicios de edición de video y <i>motion graphics</i> .	Q 3,000.00	Q 6,000.00	Epesista
4	Horas de renta de estudio de grabación de la UFM.	Q. 500.00	Q.2,000.00	Proyecto K7.
2	Meses de insumos eléctricos, digitales y de oficina.	Q 1,000.00	Q 2,000.00	Proyecto K7
2	Honorarios de locutores.	Q 500.00	Q 1,000.00	Proyecto K7
1	Diseño y diagramación de manual de diseño.	Q 1,500.00	Q 1,500.00	Epesista
	Total del proyecto		Q. 18,500.00	

Elaboración: Salvador Lorenzana Campos 15-05-2017.

3.1.3. Beneficiarios

Al poner en practicidad el Plan de comunicación del Proyecto K7, se beneficiaron colaboradores del área de diseño gráfico con la implementación del Manual digital de diseño y también a colaboradores de las distintas áreas con la implementación de un audiovisual de Inducción.

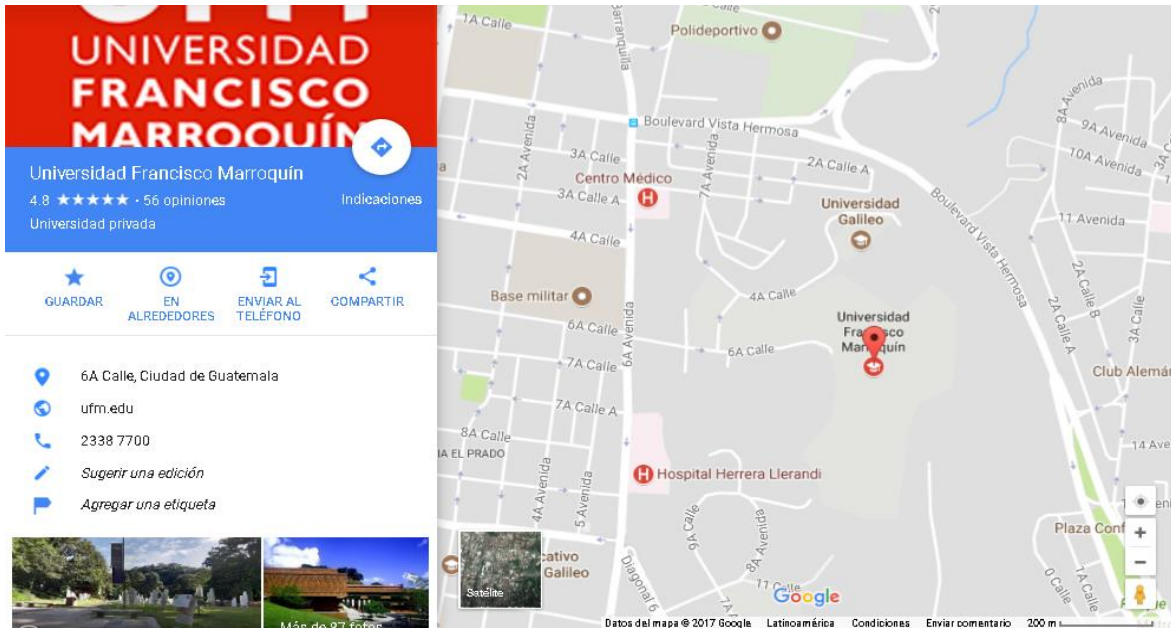
Beneficiarios	Beneficio
<p>Beneficiarios primarios:</p> <p>Equipo de diseño gráfico del proyecto K7 de la UFM. Y nuevos colaboradores del proyecto.</p>	<p><i>“Es útil porque contiene los lineamientos básicos que deben seguir los diseñadores para crear el material deseado y que todos los diseños vayan en la misma línea.”</i></p> <p>Melanie Barrera Scrum Master del equipo de diseño de K7.</p> <p><i>“Explica claramente, de una manera gráfica y escrita, los usos adecuados de tipografía, colores, estilos de ilustración etc. necesarios para el diseño y animación para el programa K7.”</i></p> <p>Carolina Bran Product Owner del equipo de diseño gráfico del K7.</p> <p><i>“Es intuitivo ya que posee ejemplos simples y fáciles de seguir.”</i></p> <p>Esther Gómez Diseñadora Gráfica de K7.</p>
<p>Beneficios secundarios:</p> <p>Área administrativa del proyecto, donantes financieros, colaboradores y personas interesadas en el proyecto K7.</p>	<p><i>“Es un buen video de utilidad para el proyecto”</i></p> <p>Ricardo Castillo Secretario general de la UFM.</p> <p><i>“Es de gran importancia para el proyecto contar con un video institucional que explique el proyecto de forma sencilla.”</i></p> <p>Katherinne del Valle Directora del proyecto K7.</p> <p><i>“Si hubiera visto este video cuando entré al proyecto me hubiera facilitado muchísimo la vida”</i></p> <p>Carolina Bran Product Owner del equipo de diseño gráfico del K7.</p>

3.1.4. Recursos Humanos:

Personal	Cargo	Actividad
MA. Katherinne Del Valle	Directora del proyecto K7	Asesoría en los temas a tratar en los videos realizados
Lic. Carmen María Mejía	Editora de contenido	Apoyo en la recolección de información del proyecto y filosofía de la Universidad
Ing. Isaac Hernández	Integrante del equipo de audio del proyecto.	Apoyo en la musicalización de los videos
Julio Nápoles	Encargado del estudio de grabación	Apoyo en la grabación de la narración para los videos
Brenda Galindo	Asistente del proyecto	Apoyo en la dirección y grabación de la narración para los videos
Christopher Monzón	<i>Product Owner</i> , Grupo Premiere 360, encargado de la plataforma digital.	Facilitó especificaciones técnicas y requerimientos para los objetos del manual de diseño.
Ing. Melanie Barrera	Scrum Master, Xik´	Apoyo en la recolección de información del proyecto en cuanto a estructura y equipos de trabajo.
Alejandra Muralles	<i>Product Owner</i> , Akademeia	Facilitó especificaciones técnicas y requerimientos para la producción de los juegos interactivos en el manual de diseño.
Lenin Marroquín	Locutor	Grabó el demo de la voz institucional para el video 1 de K7 “Valores UFM”.
Abner Figueroa	Locutor	Grabó la voz institucional del video 2 de K7 “Contentus”.
Patricia Fernández	Correctora de redacción y estilo	Corrección de guion literario del video 2 de K7 “Contentus”.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

Este plan de comunicación fue ejecutado en el campus central de la Universidad Francisco Marroquín, ubicado en la Zona 10, 6ta. avenida final, ciudad de Guatemala.



3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

Estrategia 1: Video Filosofía UFM.

Objetivo Comunicacional: Fortalecer la imagen institucional a través de la creación de un video que explique la filosofía de la UFM.

Descripción: Se elaboró un video para comunicar la filosofía de la Universidad Francisco Marroquín. El guion, el *story board* y la animación fueron desarrollados por el epesista. Se grabó un demo de la locución, la grabación fue dirigida y el audio fue editado por el pesista, una vez aprobado el audio fue re grabado por el locutor institucional del proyecto K7.

La dirección y edición del video estuvo a cargo del epesista, haciendo uso del estudio de grabación de la escuela de cine de la UFM y de la computadora y recursos propios del epesista.

3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

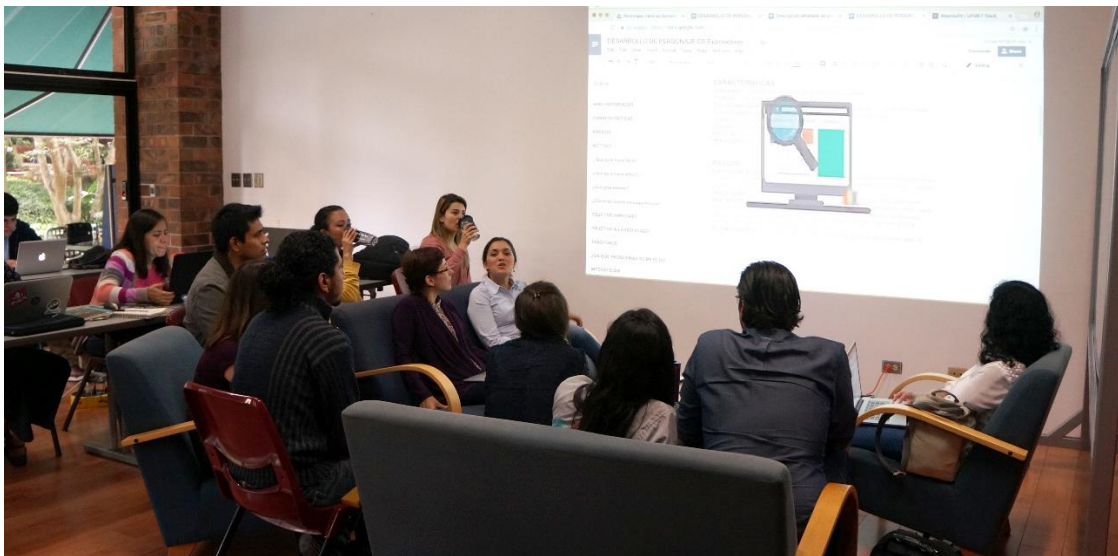
La ejecución del plan de comunicación se dividió en tres estrategias con sus respectivas acciones, las cuales son descritas a continuación:

Acciones desarrolladas para la estrategia de comunicación No. 1	
Acción	Descripción
1	Recopilación de información de la filosofía de la UFM, para la posterior redacción del guion literario del video.
2	Redacción de guion literario para el video. (Ver anexo 8).
3	Elaboración de <i>story board</i> .
4	Grabación de demo del guion literario.
5	Edición y limpieza del audio para demo, en software Sony Vegas
6	Preparación de ilustraciones para las escenas del <i>story board</i>
7	Preparación de fotografías para escenas del <i>story board</i>
8	Animación de escenas en <i>Adobe After Effects</i>
9	Grabación de audio final
10	Edición final del video, en <i>Adobe After Effects</i>
11	Entrega de Video UFM formato mp4 en la plataforma <i>Google Drive</i> del proyecto K7. (Ver anexo 6).

Documentación fotográfica



Acción 9: Julio Nápoles, operador de audio (izquierda) Epesista Salvador Lorenzana (derecha) en prueba de audio en el estudio de grabación de la UFM, previo a la grabación del guion literario del video 1 “Valores UFM”.



*Acción 11: Equipos de Diseño, Audio y Desarrollo del Contenido Académico, en reunión quincenal, durante la proyección de audiovisuales del proyecto K7.
(A la izquierda epesista Salvador Lorenzana junto al equipo de diseño gráfico)*

Estrategia 2: Video K7.

Objetivo Comunicacional: Explicar la estructura corporativa del proyecto k7.

Descripción: Se realizó un video explicativo, en el que se describieron las áreas de desarrollo, la conformación de los equipos que conforman el proyecto K7 y las funciones de éstos dentro del proyecto. El video también explicará la identidad y los objetivos del proyecto K7.

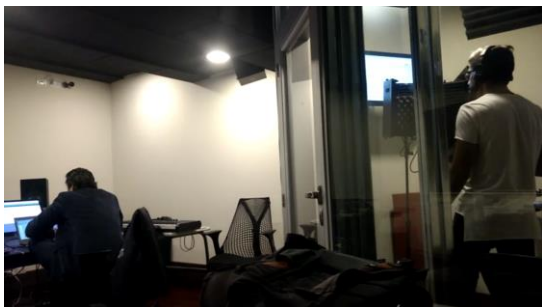
La recopilación de datos para la creación de este video, fue realizada por el epesista con el apoyo de la coordinadora general del proyecto y colaboradores de distintos departamentos. El epesista tuvo a su cargo la redacción del guion, diseño, ilustración y edición de video y dirección del mismo. Se grabó un demo de la locución, la grabación fue dirigida y el audio fue editado por el epesista, una vez aprobado el audio fue re grabado por el locutor institucional del proyecto K7.

Acciones desarrolladas para la estrategia de comunicación No. 2	
Acción	Descripción
1	Recopilación de información del proyecto K7 para la posterior redacción del guion literario del video. (Ver anexos 2, 3, 4 y 5).
2	Redacción de guion literario para el video. (Ver anexo 9)
3	Elaboración de <i>story board</i> .
4	Grabación de demo del guion literario.
5	Edición y limpieza del audio para demo, en software Sony Vegas
6	Preparación de ilustraciones para las escenas del <i>story board</i>
7	Animación del video para <i>motion graphics</i> en Adobe After Effects
8	Edición del video, en Adobe <i>After Effects</i>
9	Grabación final de audio.
10	Entrega y Revisión del video, solicitud de cambios.
11	Edición final del video con cambios.
12	Entrega de Video UFM formato mp4 en plataforma Google Drive del proyecto.

Documentación fotográfica



Acción 12: (De derecha a izquierda) Katherinne del Valle, directora del proyecto. Sofía Villa Nueva, diseñadora. Esther Gómez, diseñadora, Epesista Salvador Lorenzana Campos , Carolina Bran, Product Owner de diseño y equipo académico de Idioma Español. durante la presentación del video K7 “Contentus” en reunión de Sprint Review. Agosto 2017.



Acción 9: Julio Nápoles, ingeniero de audio (consola) Abner Figueroa, locutor institucional de K7 (cabina). Durante la grabación del guion K7 - Contentus. Junio 2017.



Acción 4: Gabriela Samayoa, locutora y epesista Salvador Lorenzana en prueba de audio previo a la grabación del guion K7 – Contentus. Junio 2017.

Estrategia 3: Manual de diseño para estandarizar los productos gráficos del proyecto K7.

Objetivo comunicacional: Elaborar un documento informativo que contenga especificaciones y requerimientos para estandarizar los productos de diseño gráfico que se requieren para el proyecto K7.

Descripción: El manual del uso de la imagen gráfica del proyecto K7 incluye especificaciones de todos los materiales gráficos que el departamento de diseño debe producir para la plataforma digital.

Se incluyó en el manual, el uso de la paleta de colores y estándares de calidad de las imágenes, resolución, dimensiones y formato de las mismas.

El diseño de este documento estuvo a cargo del epesista, y se optimizó a partir del material previamente desarrollado por colaboradores del departamento de diseño del proyecto.

Acciones desarrolladas para la estrategia de comunicación No. 3	
Acción	Descripción
1	Recopilación de especificaciones técnicas, resolución, dimensiones, peso de los archivos y formatos de los objetos gráficos requeridos para el contenido de la plataforma.
2	Diseño y elaboración del manual de diseño gráfico. (Ver anexo 7).
3	Entrega del manual de diseño en PDF, en la plataforma Google Drive del proyecto K7.

Documentación fotográfica



Acción 3: Reunión quincenal de Sprint review en la cual fue presentado el manual de diseño gráfico del proyecto K7. Lic. Ricardo Castillo, secretario general de la UFM (Izquierda) Equipo de diseño, epesista (Derecha) Equipo de desarrollo de la plataforma, Equipo de colaboradores de Grupo Premiere 360 (Al fondo lado izquierdo).



Acción 2: Epesista Salvador Lorenzana durante diseño y diagramación del manual de diseño gráfico del proyecto K7. Junio 2017.

3.3. Cronograma de actividades

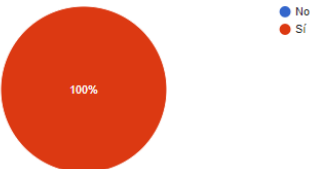
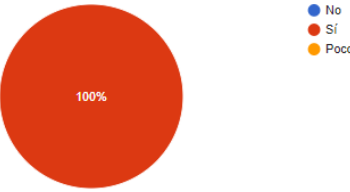
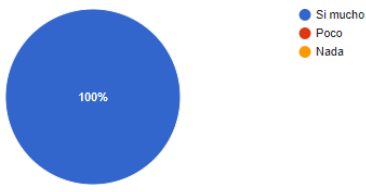
Mes	Junio				Julio				Agosto			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividad												
Recopilación de información para videos y manual gráfico												
Redacción guiones y story boards												
Grabación y edición de audios												
Diseño de manual gráfico												
Edición y animación de videos												
Entrega de informe final del plan												

Elaboración propia del epesista.

3.4. Control y seguimiento

Como parte del control y seguimiento se entregó en formato digital, un manual de uso de imagen gráfica aplicada al proyecto K7 y dos audiovisuales que explican de forma sencilla la filosofía de la UFM y el funcionamiento del proyecto K7.

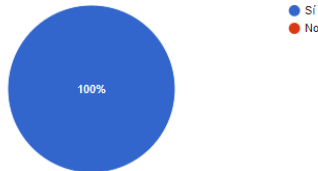
El material fue entregado a la Coordinadora del proyecto para aprobación y posterior difusión con altos cargos de la Universidad Francisco Marroquín. Es importante mencionar que previo a la entrega final, se realizaron presentaciones para aprobar de manera gradual los avances de los materiales propuestos.

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Video de valores UFM y Video K7 “Contentus”: Se realizó un sondeo en un pequeño grupo de colaboradores.</p>		
<p>1. Después de ver los videos de K7, obtuvo nuevos conocimientos acerca de la UFM y del proyecto</p> <p>5 respuestas</p>  <p>3. Le parece que los vídeos cumplen con las características de ser entretenidos y explicativos en un tiempo justo?</p> <p>5 respuestas</p>  <p>5. ¿Considera que los audiovisuales habrían facilitado su proceso de inducción al iniciar labores en el proyecto K7?</p> <p>5 respuestas</p>  <p>El 100% consideró que el formato audiovisual facilita la explicación del proyecto. Es entretenido y desconocían algunos datos de los comunicados en el video de K7 “Contentus”.</p>	<p><i>“Es un buen video de utilidad para el proyecto”</i></p> <p>Ricardo Castillo Secretario general de la UFM.</p> <p><i>“Es de gran importancia para el proyecto contar con un video institucional que explique el proyecto de forma sencilla.”</i></p> <p>Katherinne del Valle Directora del proyecto K7.</p> <p><i>“Comunica la idea del proyecto, incluso había información que yo desconocía, es bueno para que todos tengamos la misma idea de cómo explicar el K7.”</i></p> <p>Carmen Mejía Correctora de contenidos de ciencias naturales.</p>	

Manual de diseño gráfico: Se realizó un sondeo entre los colaboradores del equipo de diseño.

¿Considera que el manual de diseño contiene la información necesaria para hacer homogéneo el trabajo de los diseñadores gráficos de K7?

5 respuestas



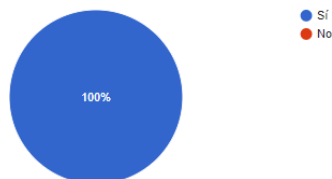
¿Considera que es útil el manual de diseño de K7?

5 respuestas



¿Cree que el manual de diseño es intuitivo y puede ser entendido por cualquier diseñador gráfico de nuevo ingreso en el equipo del K7?

5 respuestas



En su totalidad acordaron que el manual es útil, puede ser entendido por cualquier diseñador y sirve para mantener la homogeneidad en los diseños producidos.

“Es útil porque contiene los lineamientos básicos que deben seguir los diseñadores para crear el material deseado y que todos los diseños vayan en la misma línea.”.

Melanie Barrera
Scrum Master del equipo de diseño de K7.

“Explica claramente, de una manera gráfica y escrita, los usos adecuados de tipografía, colores, estilos de ilustración etc. necesarios para el diseño y animación para el programa K7.”

Carolina Bran
Product Owner del equipo de diseño gráfico del K7.

“Es intuitivo ya que posee ejemplos simples y fáciles de seguir.”

Esther Gómez
Diseñadora Gráfica de K7

Conclusiones

- La aplicación del presente plan comunicacional dentro del proyecto K7 de la Universidad Francisco Marroquín, ha permitido agilizar procesos informativos de inducción y de producción, reflejándose en la optimización de recursos.
- El pleno conocimiento del funcionamiento del área de trabajo es vital para desempeñar una buena labor en el puesto de trabajo, mantener presente los valores de la marca dentro de los materiales que se producen en la empresa y evitar regresiones con productos desarrollados fuera de los lineamientos empresariales.
- La aplicación de los audiovisuales corporativos del proyecto K7, han permitido agilizar los procesos informativos frente a la contratación de nuevos colaboradores y además ha constituido un documento útil para vender la idea del proyecto a posibles donantes financieros.
- La creación de un manual de diseño ha agilizado el trabajo en el departamento de diseño y es de utilidad para mantener la unidad gráfica de los objetos producidos para la plataforma digital del K7.

Recomendaciones

- Se recomienda a al departamento de diseño gráfico del proyecto K7, continuar aplicando el manual de diseño para conservar los lineamientos en todos sus productos gráficos, además de mantener el manual actualizado, incluyendo los nuevos educativos que se continúan desarrollando dentro de la plataforma.
- A la Unidad de Proyectos de la Universidad Francisco Marroquín, desarrollar documentos informativos para todo proyecto de gran envergadura que amerite la contratación numerosa de trabajadores, para comunicar lo necesario y mantener claros los objetivos para todos los involucrados.
- A la Universidad Francisco Marroquín, mantener un documento audiovisual, que comunique su filosofía de forma fácil y accesible a través de Internet.

Glosario de términos

Animación: Es la elaboración de películas. Se refiere a la creación de movimientos por medio de una secuencia fotográfica de dibujos, muñecos de plastilina, papel, etc.

Audiovisuales: conjunto de instrumentos que hacen llegar al hombre utilizando los sentidos de oído y vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.

Adobe After Effects: Es una herramienta basada en los estándares del sector para la composición de vídeo, el diseño de gráficos de movimiento y las animaciones.

AVI: De las siglas (Audio video Interleave) que quiere decir audio y vídeo entrelazado. Formato de archivo que puede guardar datos en su interior codificados de diversas maneras y que utiliza diferentes códec que aplican diferentes factores de compresión. Es un formato de archivo popular utilizado para ver vídeo en el ordenador.

Diseño gráfico: Es el arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de la imagen. Para ello, el diseño gráfico supone manejar técnicas (tanto artísticas, como teóricas) de comunicación visual, de manera que lo visible se convierta en un lenguaje de comprensión pública y persuasiva.

Estudio: Conjunto de edificios o dependencias destinados a la realización de películas cinematográficas, a emisiones de radio o televisión, a grabaciones discográficas, etc.

Filosofía corporativa: Ilustra a los clientes y empleados de la empresa sobre la intención de la organización, ayudando a construir relaciones más significativas. Un dueño de empresa debería dedicar tiempo desarrollando una filosofía que se alinee con sus metas y visión para su empresa.

Formato H264: La extensión de archivo H.264 se utiliza para archivos de vídeo. Este formato de compresión de vídeo es uno de los más populares en la actualidad, especialmente para vídeo de alta definición.

Google Docs: Es el servicio de alojamiento que Google ofrece para nuestros documentos, hojas de cálculo, presentaciones y PDFs.

Google Drive: Es el lugar donde se accede a todos los archivos, incluidos los documentos de

Google Docs: Son los archivos locales que Utiliza Google Drive para guardar todo tipo de datos, incluidos documentos, presentaciones, música, fotos y vídeos de alta definición.

Guion literario: Narración argumental del film que contiene descripción de los personajes, los decorados, la ambientación, el vestuario, así como los diálogos y voz en off.

Identidad Corporativa: La identidad corporativa es la combinación del nombre de marca (identidad verbal) y los códigos de conducta de la misma (o identidad visual). Dicho en otras palabras, este concepto se representa en el manual de identidad de corporativa mediante el logotipo de la marca (el nombre), con sus correspondientes colores y tipografía, y el estilo de comunicación que va detrás de dicha “fachada”.

Imagen Corporativa: Al otro lado de la identidad corporativa, tenemos la imagen corporativa, que hace referencia a la representación o imagen conceptual que el público tiene sobre determinada marca (si es buena, si ofrece un mal servicio, etc.). En este caso, la combinación necesaria para construir ese término de diseño gráfico, radica en tener que incluir el concepto de “actitud”. Es decir, la imagen corporativa es una combinación entre la actitud de la empresa y su identidad visual.

Ilustración vectorial: Este es un concepto vinculado a la imagen digital (compuesta por mapa de bits), pero que en su caso se compone de elementos geométricos independientes que se combinan para crear dibujos y figuras geométricas más complejas.

Las ilustraciones o imágenes vectoriales, ofrecen muchas más posibilidades a la hora de redimensionarlas o mover sus elementos, ya que, al componerse de objetos independientes, la imagen no se distorsiona ni pierde calidad visual.

Motion graphics: Son elementos gráficos digitales multimedia a los se les da vida a través de la animación. Estos elementos se pueden rotar, escalar, crear movimiento o hasta seguir secuencia de vídeo. Este término se usa para distinguirlo del diseño gráfico.

On Line: Que está disponible o se realiza a través de internet.

Operador: Profesional que maneja aparatos técnicos. Es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guion técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena.

Paleta de colores: Es una de las herramientas de diseño gráfico elementales, ya que se utiliza para crear combinaciones de colores que trabajen bien juntos.

Pivotal Tracker: Herramienta para la gestión de proyectos ágiles, con foco en la colaboración en los equipos de desarrollo de *software*. La herramienta es fabricada por Pivotal Labs.

Pixel: Es la unidad básica de una imagen digitalizada en pantalla. En otras palabras, son los puntos de color que conforman una imagen, mediante la constitución de una matriz de píxeles sucesivos. Cuando se dice que una imagen digital (o de mapas de bits) está “*pixelada*”, es porque la resolución de los píxeles que la conforman es muy baja, y se hace excesivamente visible para el ojo humano.

Plataforma virtual: Es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Post producción: Conjunto de operaciones que se realizan después de la grabación de un programa de televisión destinadas a editar, titular, musicalizar, poner créditos y otros efectos a la señal de vídeo.

Product Owner: Dentro de la metodología scrum, es la persona que se asegura de que el equipo de trabajo conozca la perspectiva del negocio. Gestiona las tareas del equipo y las prioriza.

PDF: Acrónimo del inglés portable *document format* (formato de documento portátil) es un formato de almacenamiento de documentos, desarrollado por la empresa *Adobe Systems*. Este formato es de tipo compuesto (imagen vectorial, mapa de bits y texto).

Resolución: Es la cantidad de líneas y de píxeles que componen una imagen de televisión. Cuanto más alto es el número de líneas o de píxeles, la imagen es más nítida y detallada.

Scrum: Es un proceso en el que se aplican de manera regular un conjunto de buenas prácticas para trabajar colaborativamente, en equipo, y obtener el mejor resultado posible de un proyecto. Estas prácticas se apoyan unas a otras y su selección tiene origen en un estudio de la manera de trabajar de equipos altamente productivos.

Scrum Master: Es un facilitador que lidera al equipo de trabajo teniendo la responsabilidad de velar por que todos los participantes del proyecto sigan los valores y principios ágiles, las reglas y proceso de Scrum y guiar la colaboración con el cliente.

Sinopsis: Exposición general de una materia o asunto, presentados en sus líneas esenciales La palabra "sinopsis" proviene del griego y significa "con la vista". Una sinopsis argumental es un texto en el que se resume la historia que se cuenta en una novela, película o cualquier otro tipo de narración.

Sistema Scrum: Es una metodología ágil y flexible para gestionar el desarrollo de software, cuyo principal objetivo es maximizar el retorno de la inversión para la empresa. Se basa en construir primero la funcionalidad de mayor valor para el cliente y en los principios de inspección continua, adaptación, auto-gestión e innovación.

Slack: Es una herramienta de comunicación en equipo a través de chat en línea.

Sprint Review: Es la reunión de negocio por excelencia en Scrum. Al mismo acuden el equipo Scrum y equipos de desarrollo. El *Product Owner* lo organiza y lidera; durante el mismo se inspecciona los avances en el proyecto.

Story Board: Es como un cómic con la historia dibujada de la película, expuesta plano a plano por medio de dibujos que señalan el encuadre a realizar y van acompañados de los textos con los diálogos correspondientes. Es muy útil en el momento del rodaje, pues facilita el trabajo de los técnicos sobre todo en secuencias de acción. Es imprescindible donde hay efectos especiales que posteriormente han de superponerse.

Testing: Son pruebas de software, investigaciones empíricas y técnicas cuyo objetivo es proporcionar información objetiva e independiente sobre la calidad del producto a la parte interesada. Es una actividad más en el proceso de control de calidad.

Voz en off: La voz en off es esencialmente una voz que narra, describe o explica una escena. La mayoría de las veces está pregrabada, aunque no necesariamente, y no solo se utiliza en el mundo cinematográfico, sino también en televisión, radio y teatro. Se refiere a la voz que se escucha de fondo, sin que se vea al hablante.

Bibliografía

- Cabrera González, Carmen María. (2014). Campaña comunicacional en medios digitales, Asociación Guatemalteca de Exportadores Agexport" / Carmen María Cabrera González. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Carlos Sabino. (1996). El proceso de investigación. Caracas: Ed. Panapo.
- Cerda Gutiérrez, Hugo. (1993). Los elementos de la Investigación, como reconocerlos, diseñarlos y construirlos. Quito: Abya Yala.
- Chávez Zepeda, Juan José. (2009). Elaboración de proyectos de investigación: cuantitativa y cualitativa. Guatemala.
- Chávez Zepeda, Juan José. (1994). Elaboración de proyectos de investigación. Guatemala: XL Publicaciones.
- Chiavenato, Idalberto. (2011). Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones: tr. Pilar Mascaró Sacristán. México: McGraw Hill.
- Fundadores de la Universidad Francisco Marroquín. Ideario de la UFM, 1978.
- García Córdova, Fernando. (2002). El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario. México: Editorial Limusa. SA. De CV.
- Hernández Sampieri, Roberto / Fernández Collado, Carlos / Baptista Lucio, Pilar. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hurtado de barrera, Jacqueline. (2000). Research. Metodología de investigación holística. Tercera Edición. Caracas: Edición, Fundación Sypal.
- Marshall, Catherine / Rossman, Gretchen B. (1995). Designing Qualitative. EEUU: Editorial SAGE Publications.
- Schmuck, Richard A. (1997). Practical Action Research for Change. EEUU. Editorial Corwin Press.
- Taylor y Bogdan, (1986). Introducción a métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Editorial Paidós, SAICF.

E-grafías

Real Academia Española (2017)

<http://www.rae.es/>

(Consultado periódicamente de febrero a junio de 2017)

Universidad Francisco Marroquín (2017)

<https://www.ufm.edu/Valores>

1998 Universidad Francisco Marroquín

Universidad Francisco Marroquín (2017)

http://muso.ufm.edu/index.php/P%C3%A1gina_Principal

Manuel Ayau, Biografía breve (consultado junio, julio y agosto 2017)

Universidad Francisco Marroquín (2017)

https://cuarenta.ufm.edu/index.php/Linea_del_Tiempo

Línea de tiempo UFM, 40 años una misión.

(Consultado periódicamente de febrero a junio de 2017)

Universidad Francisco Marroquín. (2011)

<https://www.ufm.edu/images/d/d5/Excelencia.pdf>

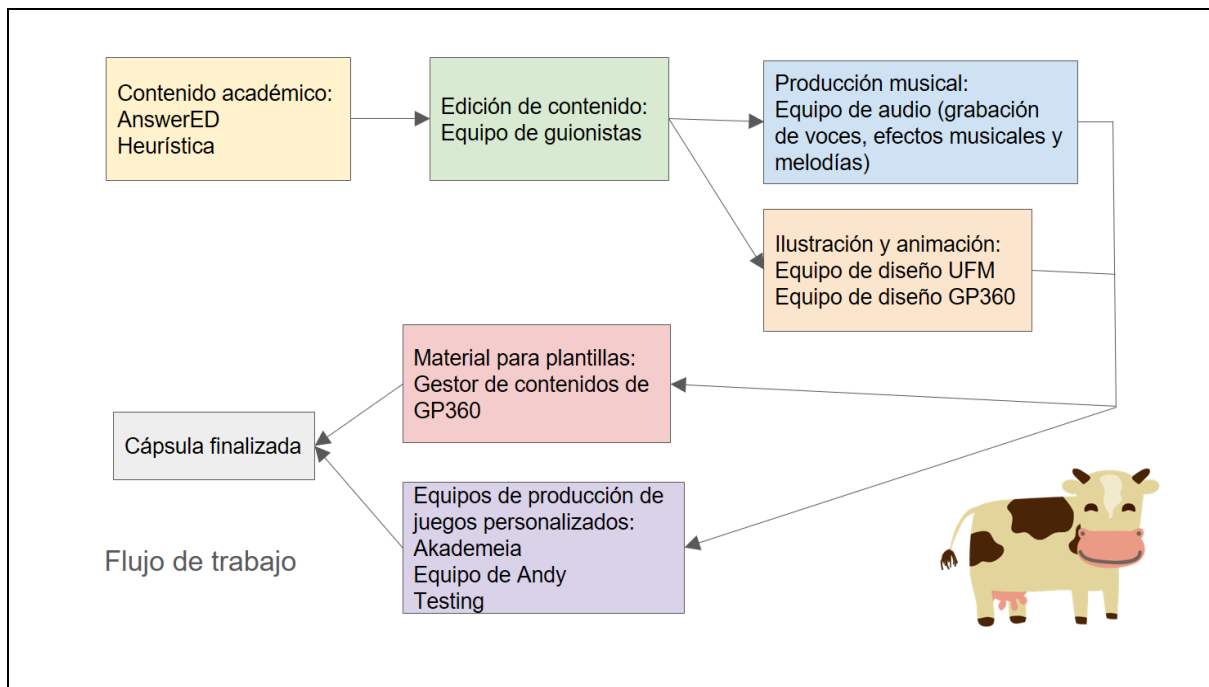
Manifiesto “La Excelencia Académica”.

ANEXOS

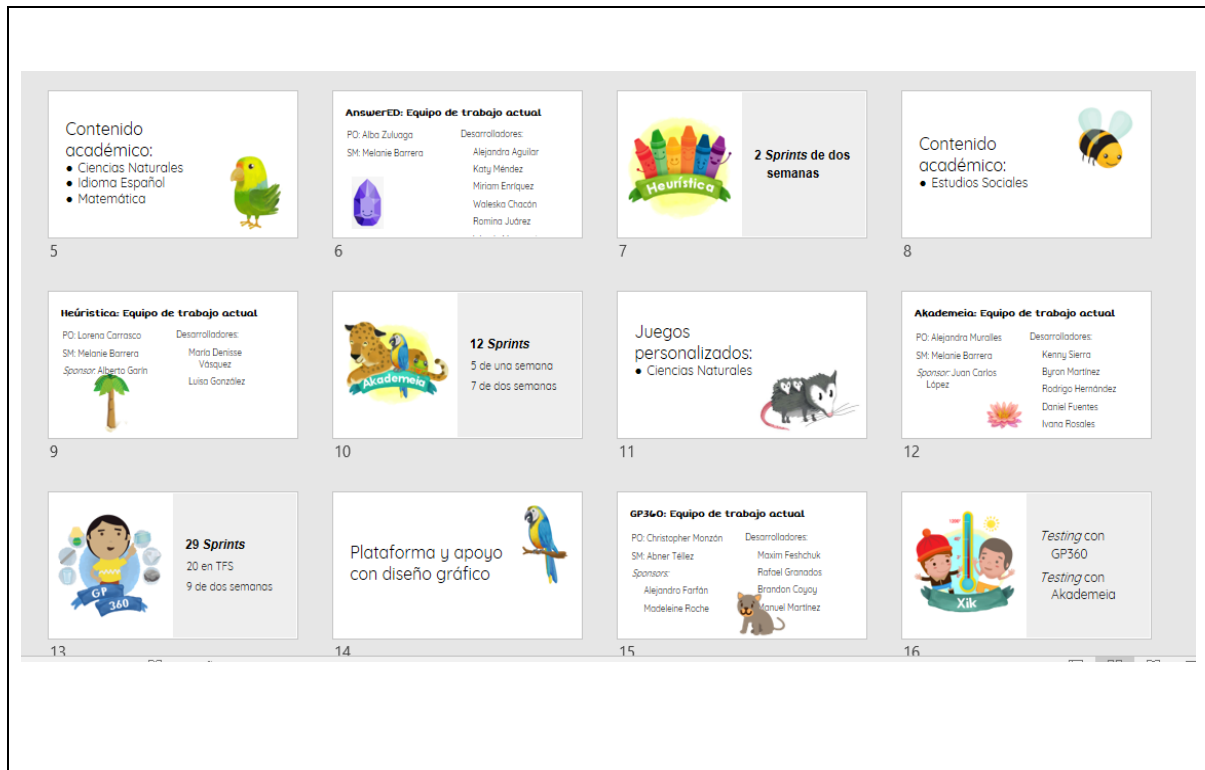
Anexo 1: Diagramación actual del organigrama del proyecto K7.



Anexo 2: Diagrama actual del flujo de trabajo del proyecto K7.



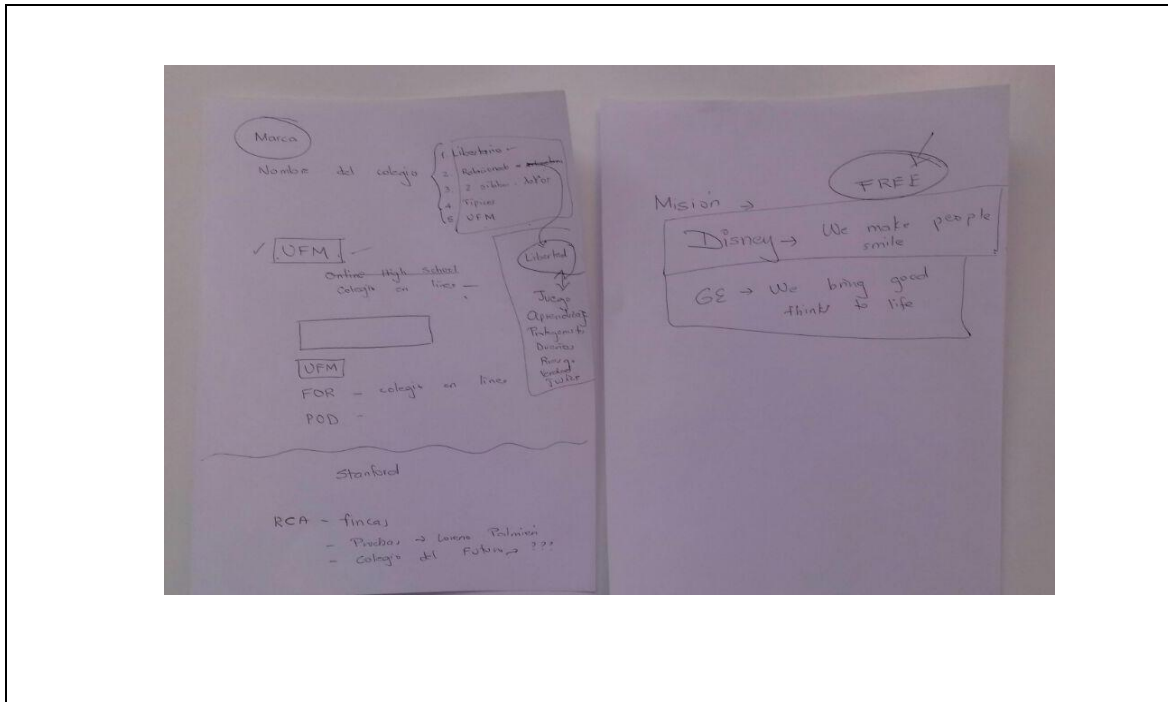
Anexo 3: Presentación power point del trabajo de los equipos del proyecto K7.



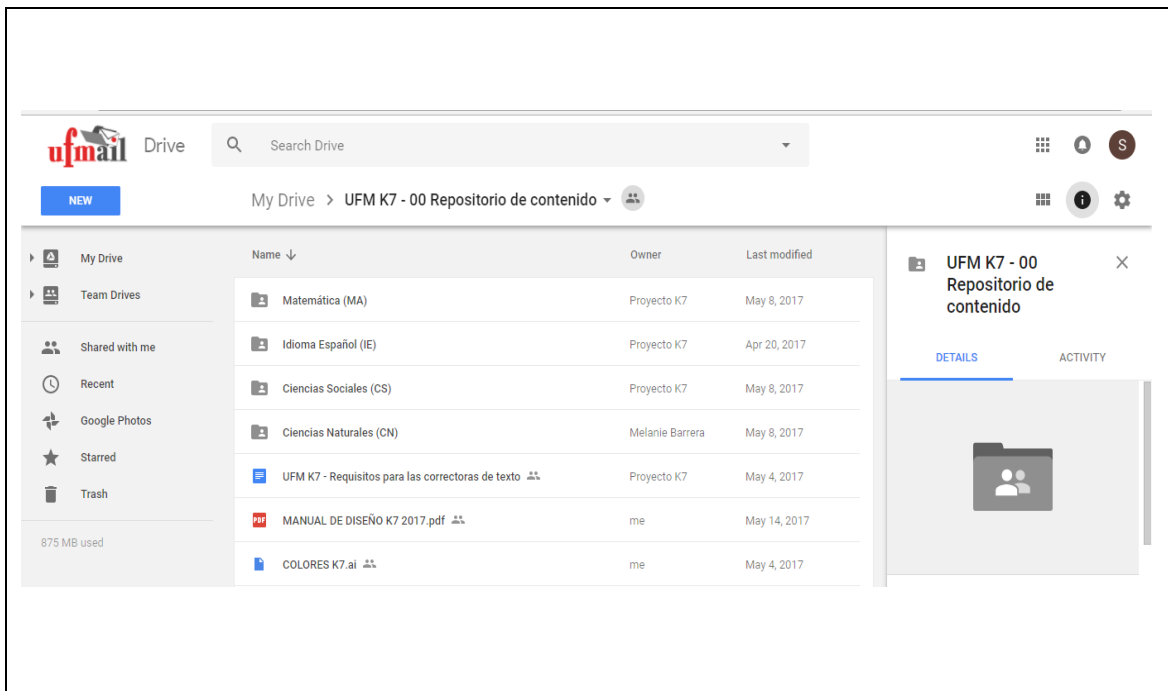
Anexo 4: Presentación del trabajo de los equipos del proyecto K7.



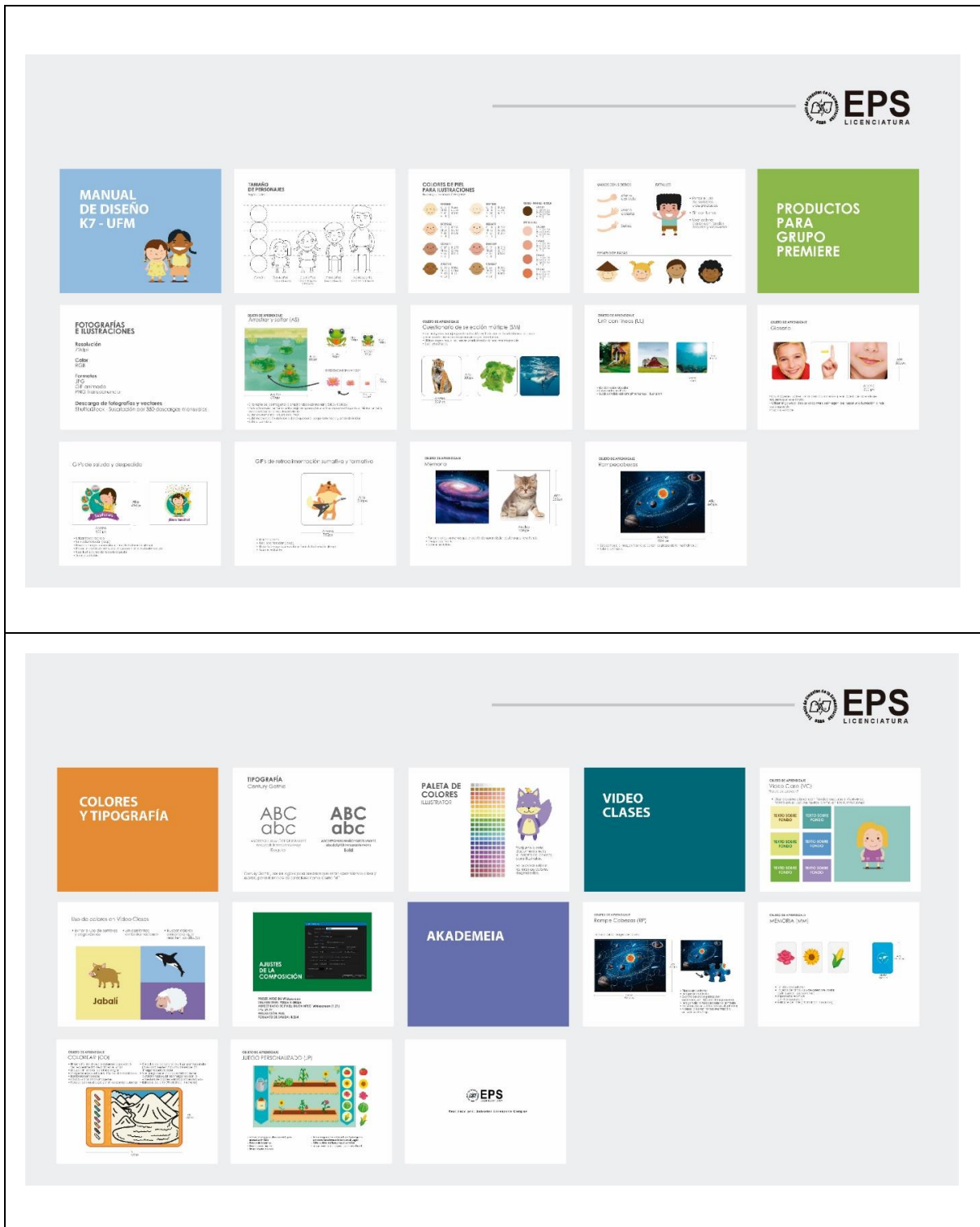
Anexo 5: Primeras propuestas de concepto a comunicar en el video comunicacional de la estructura del proyecto K7.



Anexo 6: Plataforma Google Drive K7 con el Manual de Diseño K7.



Anexo 7: Screen shots del manual de diseño K7.



Anexo 8: Guion literario Video K7 - Contentus.

Proyecto K7 - Contentus

Contentus

Contentus es una palabra en latín que significa “contenido”. Es el espacio virtual en el que cualquier persona encontrará todo lo necesario para aprender, por medio de juegos interactivos, videos, lecturas y otras actividades.

Está siendo desarrollado para enseñar el currículo educativo correspondiente al nivel escolar primario y otorgando contenido adicional al que ofrece la educación tradicional. Es financiado por la *John Templeton Foundation* y dirigido y administrado por la Universidad Francisco Marroquín.

Fue creado como una alternativa a la educación escolar tradicional y con el propósito de enseñar y difundir los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.

Contentus es una propuesta educativa autodidacta. No tiene restricción de horario y es accesible y fácil de manejar. Es la alternativa ideal para aprender desde la casa, sin presencia o necesidad de maestros. Ofrece la oportunidad de educación a niños y adultos que desean superarse, pero no tienen acceso a la formación tradicional.

Contentus es una puerta abierta al cambio en la vida de muchas personas, especialmente en las comunidades rurales, donde es más fácil obtener un dispositivo digital con acceso a internet, que superar las deficiencias del sistema educativo formal, como la ausencia de escuelas, maestros y transporte.

A través de Contentus, de forma autodidacta, se podrá aprender:

Idioma Español: en la cual se enseña a escuchar, leer, escribir y comunicarse.

Ciencias Sociales: en la que se aprende sobre los hechos históricos de una manera diferente, desarrolla el pensamiento crítico, la concepción de sí mismo y el papel de cada individuo en la sociedad.

Matemáticas: en la que se enseñan procesos de cálculo para dominar los conceptos de administración, economía y emprendimiento empresarial.

Ciencias Naturales: en donde se aprende sobre la utilización y el aprovechamiento de los recursos naturales. También pone énfasis en el aporte de la propiedad privada en la conservación del medio ambiente.

Contentus está siendo desarrollado por un grupo de más de 70 personas distribuidas en más de diez equipos de trabajo:

ÁREA ADMINISTRATIVA

Se encarga de la dirección general del proyecto. Coordina los equipos de trabajo, el desarrollo y el mercadeo de la marca, y mantiene el control de las finanzas y los aspectos legales.

ÁREA DE CONTENIDO ACADÉMICO

Desarrolla los textos académicos de todas las materias, confirma la veracidad de los datos y edita la información presentada.

ÁREA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Está conformada por:

Diseño y animación:

Produce imágenes, ilustraciones, videoclases y gráficas para los juegos interactivos.

Audio:

Coordina el *casting* de voces, las narraciones, los efectos de sonido, las canciones y todo audio que se requiera para las video clases y los juegos interactivos.

New Media:

Crea dibujos animados que presentan los contenidos académicos de forma amena, resaltando los aspectos más importantes de cada uno. Además, enfatiza los valores de la UFM.

ÁREA DE DESARROLLO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

Está conformada por:

Grupo Premiere 360:

Diseña, desarrolla y adapta la plataforma digital a diferentes dispositivos electrónicos. También desarrolla ilustraciones y juegos interactivos.

Akademeia:

Tiene a su cargo la programación de los juegos interactivos para la plataforma digital.

Ceta:

Administra la red de servidores de la UFM, que almacena la plataforma digital.

PED:

Gestiona el control académico de la plataforma y la integra con los sistemas de información de la UFM.

Xik':

Monitorean las líneas de comunicación y el flujo de trabajo de todos los demás equipos.

Todos los profesionales de Contentus tienen amplia experiencia en las áreas que desarrollan y defienden la visión de libertad y excelencia académica.

“Solo en libertad se puede perseguir la propia felicidad, ser responsable y actuar moralmente.”

UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN

Anexo 9: *Guion literario Video UFM.*

Guion – Valores UFM

En 1959 un guatemalteco emprendedor, ingeniero mecánico, político y estudioso de las ciencias económicas, tuvo la visión de diseminar la filosofía liberal y la economía de mercado entre los guatemaltecos, temas que, en ese entonces, no se trataban en ninguna de las universidades del país.

Ese personaje era Manuel Ayau, fundador del centro de estudios económicos sociales CEES y posteriormente fundador de la Universidad Francisco Marroquín en 1971.

Nombrada así en honor al obispo Francisco Marroquín, quien promovió el respeto a los derechos individuales y el valor de la educación.

Ayau promovió una reforma parcial a la constitución de Guatemala, con el objetivo de fortalecer el Estado de Derecho y el respeto a los derechos individuales en el país. Por su visión filosófica, Ayau fue considerado uno de los liberales más influyentes de América Latina.

A lo largo de su historia la universidad Francisco Marroquín ha mantenido como misión fundamental: La enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.

Aunadas a este principio se despliegan los valores y virtudes que como institución nos caracterizan.

VERDAD: un medio necesario y vital para llegar al bien.

LIBERTAD: sólo en libertad se puede perseguir la propia felicidad, ser responsable y actuar moralmente.

JUSTICIA: La justicia es reconocer a cada persona lo suyo

CORAJE: La decisión y el valor de nuestras iniciativas

FORTALEZA: Flexibilidad sin sometimiento, ante cualquier prueba, dificultad o reto

SABIDURÍA: Más que erudición es sentido común para saber situarse y avanzar.

NOBLEZA: La continúa prueba de confianza que debemos dar a los demás en nuestra convivencia diaria.

(Cierre institucional)

UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN