

CRÉDITOS

CONSEJO DE DIRECTORES

Dirección General: Teresa Palacios de Chávez
Dirección Académica: Federico Harrison
Dirección Administrativa Financiera: Hermann W. Bruch

CONSEJO EDITORIAL

Director académico: Federico Harrison
Coordinador de investigación institucional: Willian Carballo
Coordinadora de proyección social: Larisa Hernández
Coordinadora de Syncros, Laboratorio de Diseño Estratégico:
Ana Urquilla
Docente a tiempo completo: German Rosa

Dirección y coordinación de publicación: Willian Carballo
Contacto: wcarballo@monicaherrera.edu.sv
Corrección y revisión de estilo: Manuel Fernando Velasco
Diseño de portada: Jorge Orantes
Fotografía de portada: German Rosa
Diagramación: Jorge Orantes
Plataformas: Adobe InDesign, Adobe Photoshop y Adobe Illustrator
Tipografía: Avenir Next

ISSN: 1999-4044

El contenido de los artículos es de exclusiva responsabilidad de los autores.

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por la Ley de Propiedad Intelectual, la producción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía (fotocopia) y el tratamiento informático.

Hecho el depósito que manda la ley.

2017, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.
Av. Manuel Gallardo #3-3, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador.
monicaherrera.edu.sv

INVESTIGACIÓN

Según los estatutos de la institución, la investigación se orientará a crear, recrear y transferir conocimientos y tecnologías que contribuyan a solucionar problemas de la realidad. Se sustenta en la obtención sistemática de nuevos conocimientos, producción de nuevas tecnologías y sistemas y en la comprobación, demostración y adaptación de lo ya existente, por medio de procesos racionales y métodos rigurosos.

Misión: generar proyectos de investigación científica en el área de la comunicación, el marketing y el diseño estratégico, abordando temas que tengan relevancia tanto para los procesos educativos como para el mercado en que se inserta nuestro egresado, y cuyos resultados sean un aporte a la sociedad.

Visión: contribuir a que la institución se consolide como un referente regional en el área de las comunicaciones estratégicas, a través de la generación y actualización permanente del conocimiento.

Objetivos:

- Integrar la investigación institucional, cátedra y de tesis en programas que construyan conocimientos complementarios y secuenciales.
- Definir líneas y agendas de investigación apegadas a la realidad de las comunicaciones, que aporten a la función académica y proyecten nuevos conocimientos a la sociedad.
- Formar y fomentar en nuestra comunidad académica una cultura de investigación.

Líneas de investigación institucional y formativa:

1. Estudios de audiencias y recepción: consumidores y usuarios.
2. Industrias culturales y producción de discursos tradicionales y transmediáticos.
3. Teoría, práctica y gestión de las comunicaciones de marketing y el diseño estratégico.
4. Comunicación, diseño y educación.

SOBRE REVISTA ABIERTA

Objetivo

Publicar estudios, investigaciones, ensayos y tesis producidas por investigadores, docentes, profesionales y estudiantes, vinculados con la comunicación, el marketing, la publicidad, el diseño y otros campos afines, con el fin de contribuir al conocimiento y al debate para el desarrollo de la sociedad y la academia.

Temática

Se centra en la comunicación, el marketing, el diseño y la educación, siguiendo las líneas de investigación de la Escuela Mónica Herrera.

Público meta

Académicos, estudiantes y profesionales de la comunicación, el marketing, la publicidad, el diseño y otros campos afines, así como público en general interesado en estos temas.

Periodicidad

Anual.

ÍNDICE

ECMH + UDB Diseño para la Movilidad ICFF 2017	10 - 29
Al servicio de quienes cortan café	
Tesis de Comunicaciones Integradas de Marketing	30 - 45
Mea culpa: Análisis del discurso que utilizó el papa Francisco entre los años 2013 y 2015 para el manejo de crisis institucional de la Iglesia católica	
Tesis de Diseño Estratégico	46 - 57
Aprender a emprender. Desarrollo de herramientas de administración y modelo de negocio para microempresarios salvadoreños	
Ensayo de cátedra	58 - 63
¿Qué papel desempeñan (si es que desempeñan alguno) las comunicaciones de marketing en el desarrollo de las sociedades?	
Ensayo de cátedra	64 - 69
El placer de comprar: la manipulación del neuromarketing	

PRESENTACIÓN

La presente edición de la Revista Abierta permite al lector un recorrido por diferentes artículos de muy variado origen y temática, vinculados directamente con nuestras líneas de investigación. Estos van desde la sistematización de importantes proyectos de colaboración interuniversitaria hasta ensayos realizados por estudiantes en diferentes cátedras; además, una selección de los mejores trabajos de graduación de nuestros alumnos, finalizados en 2017.

La publicación arranca con el proceso de sistematización del proyecto conocido como ECMH + UDB Diseño para la Movilidad ICFF 2017. Esta iniciativa permitió diseñar herramientas que optimizaran y facilitaran el trabajo de las personas que se dedican a la corta de café, labor de alta importancia para muchas familias salvadoreñas que dependen de esta actividad. La peculiaridad del esfuerzo fue que su desarrollo estuvo a cargo de un equipo de profesores y estudiantes de dos universidades: nuestra Escuela de Comunicación Mónica Herrera y la Universidad Don Bosco. Los resultados narrados adquirieron más relevancia luego de que fueran presentados en la prestigiosa International Contemporary Furniture Fair, NY, categoría ICFF Schools.

A continuación, nuestros alumnos se toman las páginas. Primero, aquellos graduados en 2017 exponen sus trabajos de investigación. Se publican los dos más sobresalientes, uno por carrera. En cuanto a Comunicaciones Integradas de Marketing, se presenta un resumen de la tesis "Mea culpa: Análisis del discurso que utilizó el papa Francisco entre los años 2013 y 2015 para el manejo de crisis institucional de la Iglesia católica". Esta tesis, como su nombre lo indica, indaga la forma en que el Vaticano, y en particular su máximo representante, manejó el discurso en tiempos marcados por escándalos como la corrupción, pederastia y encubrimientos que afectaron la imagen eclesial.

Del otro lado, como mejor trabajo de graduación de la carrera de Diseño Estratégico, se resume el proyecto "Aprender a emprender. Desarrollo de herramientas de administración y modelo de negocio para microempresarios salvadoreños". Su objetivo era diseñar herramientas de educación para que los

microempresarios desarrollen los conocimientos necesarios para innovar y fortalecer sus modelos de negocio. Su resultado final consistió en una plataforma que busca ayudar a microempresarios a mejorar sus negocios y ser mejores emprendedores, a través del uso de herramientas de innovación y de construcción de modelos de negocio, para que puedan tomar decisiones más acertadas que les permitan obtener su utilidad meta y crecer.

Finalmente, el consejo editorial de la Revista tomó a bien publicar algunos ensayos breves producidos por estudiantes en cátedras de nuestra universidad. Ambos textos tienen relación con el papel del marketing en la sociedad actual.

De esta forma, cumplimos con uno de los objetivos de la coordinación de investigación, que es difundir el trabajo que se hace durante un año. Para este caso en concreto, logramos publicar parte de la producción de nuestros alumnos, que ya sea través de trabajos de graduación o bien gracias a proyectos que involucran el trabajo en equipo con sus pares de otras universidades, permiten reconocer su capacidad creativa, su estricta metodología y su rigurosidad académica.

Willian Carballo

Coordinador de investigación institucional