

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



“FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA  
FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD  
DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”

DÉBORA ROCÍO DE LEÓN MÉRIDA

Licenciado (a) En Ciencias De La Comunicación

Guatemala, noviembre de 2015.

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

**“FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA  
FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD  
DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**DÉBORA ROCÍO DE LEÓN MÉRIDA**

Previo a optar al título de

**LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, noviembre 2015.

## **Consejo Directivo**

### **Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián

### **Secretaria Administrativa**

M.A. Claudia Molina

### **Representantes Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

### **Representantes de Egresados**

Lic. Michael González Bátres

### **Representantes Estudiantiles**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

### **Coordinador de EPS**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisor (a) de EPS**

Licda. Floralba Pérez Folgar

Guatemala, 18 de septiembre de 2015

**Lic. Luis Pedroza**

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de Doctor Edgar Guillermo Barreda Muralles, Decano de la Facultad de Odontología, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que Débora Rocío de León Mérida, quién se identifica con DPI 1788 90146 1216 y numero de carné 9316587 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; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en la Oficina de Control Académico, dentro de la cual se encuentra provisionalmente un departamento de comunicación, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 04 de mayo al 17 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista (a).

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,



Dr. Edgar Guillermo Barreda Muralles

DECANO





**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2015


Estudiante  
Débora Rocio De León Mérida  
Carné: 9316587  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

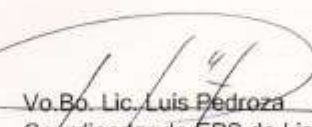
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Floralba Pérez Fúlgar  
Supervisora de EPS Licenciatura



  
Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza  
Coordinador de EPS de Licenciatura  
Sección "A"



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

Para efectos legales únicamente el autor es  
Responsable del contenido de este trabajo

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

**A DIOS:** Por haberme dado la sabiduría porque aun sin merecerlo me ha dado tantas cosas hermosas y en este año me ha permitido cumplir un sueño, gracias Padre Celestial. A usted la honra el poder y la gloria siempre.

**A MIS PADRES:** Héctor Paul De León Córdova (Q.E.P.D.) mi ángel ausente. Por tu amor, ejemplo de honradez, temple de rectitud, te llevo en mi corazón y te amaré por siempre. Ruth Mérida Barrios, mi manual de vida, por educarme con tu ejemplo, por ser mi combustible, por confiar en mí y apoyarme en todas las etapas de mi vida, por tu entrega dedicación y ese amor sin límite que nos das. Te amo con todo mi corazón Madre “MI REYNA PRECIOSA”

**A MI ESPOSO:** Estuardo Coronado por su amor y apoyo en esta experiencia tan importante de mi vida. Siempre juntos por lo que reste de vida, Te amo.

**A MIS HIJOS:** Por ser la inspiración que necesitaba para lograr este objetivo. El día que el señor me pregunte que disfrutaste más de estar viva, le responderé el Haberme Convertido en Madre”. Tengo el título más importante que puedo desear, no me lo dio ninguna Universidad, no me llaman Licenciada ni Doctora, me llaman “MAMA” y es el mejor título que puedo tener, porque así me llaman mis hijos. Es un Título que enorgullece, responsabiliza y me llena de amor cada día.

**A MIS HERMANOS:** Héctor Paúl y Carmen Olenka de León Mérida. La mejor herencia de mis padres. Como las ramas de un árbol crecemos en diferentes direcciones, pero nuestra raíz es una sola, así la vida de cada uno, siempre será una parte esencial de la otra. Los amo mucho.

**A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y ESPECIALMENTE A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

**AL DR. GUILLERMO BARREDA:** por permitirme realizar el Ejercicio Profesional Supervisado en la Facultad de odontología y brindarme todo su apoyo.

**A LIC. ARMANDO COJ:** Muy especialmente por brindarme su apoyo incondicional en todas las etapas de este proyecto. Eternamente agradecida

**A MI SUPERVISORA:** Floralba Pérez Folgar por su apoyo, dedicación y entrega a sus alumnos, sus palabras siempre alentadoras.

## INDICE

RESUMEN.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	IX
JUSTIFICACIÓN.....	X
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.2.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	5
1.2.5. Misión.....	5
1.2.6. Visión.....	6
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	6
1.2.8. Público Objetivo.....	6
1.2.9. Organigrama.....	7
1.3. METODOLOGÍA.....	8
1.3.1. Descripción del Método.....	8
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	8
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	10
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	11
1.4.1. Ficha de la entrevista.....	11
1.4.2. Resultado de la entrevista.....	11
1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	14
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	19
1.5.1. Fortalezas.....	19
1.5.2. Oportunidades.....	19
1.5.3. Debilidades.....	20



1.5.4. Amenazas.....	20
----------------------	----

## CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	21
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	21
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	22
2.2.1. Objetivo General.....	22
2.2.2. Objetivos Específicos.....	22
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	22
2.4. MENSAJE.....	22
2.5. ESTRATEGIAS.....	23
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	24

## CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	31
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	31
3.1.1. Financiamiento.....	31
3.1.2. Presupuesto.....	31
3.1.3. Beneficiarios.....	32
3.1.4. Recursos Humanos.....	32
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	33
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	33
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	45
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	46
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	48
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	57
EGRAFÍA.....	58
ANEXOS (Modelo de la Encuesta).....	59
Transcripción completa de las Entrevistas.....	60
Fotografías.....	62

# RESUMEN

**Nombre de la Institución:**

Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala

**Nombre del Proyecto:**

Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Objetivos del Proyecto:****General:**

Plantear una estrategia de comunicación para dar a conocer los beneficios y servicios que brinda la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca.

**Específicos:**

- Fortalecer la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Dar a conocer los beneficios que presta la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca.

**Sinopsis:**

El nombre de mi proyecto se denomina “Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. Para llevar a cabo dicho proyecto, realicé encuestas y entrevistas, con los resultados, decidí realizar una campaña institucional, en la que abarca la realización de mantas, afiches, spots de radio y Televisión, aprovechando los medios que se utilizan en las instalaciones y los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## **INTRODUCCIÓN**

La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una unidad Académica de educación superior que se dedica a la formación de profesionales de la salud bucal, quienes se comprometen con la población en general y es por este motivo que se convierte en una institución que educa a la sociedad guatemalteca en prevenir las enfermedades bucales que se generan al tener desconocimiento o desinterés con respecto al tema.

Valiéndome del tena científico el cual apoye con encuestas y entrevistas que dieron como resultado que la imagen institucional de la Facultad de Odontología es buena pero necesita difundirse más, ya que no utilizan los medios de comunicación con los que cuenta la Universidad de San Carlos de Guatemala, como la radio, la televisión, el periódico universitario y los medios externos que servirían para informar a la población en general.

En la Facultad de Odontología existe un ambiente de cordialidad, amabilidad y respeto entre sus trabajadores

## **JUSTIFICACIÓN**

Los medios de comunicación son una herramienta útil para dar a conocer actividades realizadas por instituciones varias. En este caso las utilizaremos para fomentar tanto en el estudiante como en el consumidor final una reacción de reconocimiento hacia la labor realizada por la Facultad de Odontología al servicio de la sociedad guatemalteca.

Las estrategias que se plantean serán efectivas en beneficio de los estudiantes y la población en general, enriqueciendo la relación entre Unidades Académicas dentro del campus de la Universidad y población guatemalteca.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO

### 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 1.1.1. Objetivo General

DIAGNOSTICAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

#### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Realizar encuestas a los estudiantes sobre la imagen institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Realizar entrevista a las autoridades de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 1.2. FACULTAD DE ODONTOLOGÍA

La Facultad de Odontología es una institución semi autónoma que se orienta a capacitar Estudiantes en el campo de la Estomatología tanto en la capital como en el interior de la Republica, brinda sus servicios a través de la atención de pacientes en el campo central en el Paraninfo de la zona 1 y estudiantes que realizan E.P.S en el interior de la Republica.

#### 1.2.1 Ubicación Geográfica

La Facultad de odontología se ubica en los edificios M-1, M-3 y M-4 del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, zona 12 y edificio de la Antigua Facultad de odontología en el Paraninfo zona 1, ambas en la Ciudad de Guatemala.

### 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Se cuenta con alianzas estratégicas con Empresas como Colgate, Oral B y Laboratorios dentales. Estas empresas apoyan a la Facultad con patrocinios.

### 1.2.3. Antecedentes

Los estudios de odontología se iniciaron en Guatemala en forma organizada con la fundación del Instituto Dental como una dependencia de la Facultad de Medicina, cirugía y farmacia, el 1 de mayo de 1895, por decreto legislativo No. 297 . La Universidad de san Carlos de Guatemala funcionaba en ese entonces bajo la dirección del Ministerio de Instrucción Pública. En 1926 al producirse la reorganización de la Universidad, con la separación de la Facultad de medicina y cirugía de la de farmacia, fue establecida la Escuela de odontología como una unidad de la facultad de Ciencias Médicas. Posteriormente el 1 de abril de 1940, se creó la Facultad de Odontología por decreto gubernativo N0. 2336 . Su junta directiva se instaló el 9 de abril y tuvo como sede el edificio que ocupaba anteriormente la escuela dental.

De esa manera, la Facultad de Odontología desarrollo sus actividades hasta el año 1965, durante el cual se dio inicio a una modificación en su plan de estudios que tenía como una de sus principales características la realización sistemática, gradual y creciente de experiencias docentes con la comunidad, concluyendo con la realización del programa de Ejercicio Profesional Supervisado, que vino a constituir 6to año de la carrera. Asi mismo, los dos primeros años se incorporaron al denominado departamento de estudios básicos que más tarde se identificaría como departamento de estudios generales. Ello significo que los estudiantes de Odontología se integraban efectivamente a su Facultad hasta en tercer año de sus estudios universitarios.

En el año de 1968, al desaparecer el departamento de estudios generales los estudiantes de odontología de primero. Y segundo año se incorporaron a la facultad de Ciencias Médicas por medio de un convenio que se estableció entre las juntas

directivas de ambas facultades. Sin embargo, a través de los años fue señalándose que la información que se impartía no llenaba las expectativas de los futuros odontólogos, ya que estaba dirigida a formar profesionales de la medicina general. Esta situación generó la conformación de varias comisiones, desde hace más de 15 años, las cuales recomendaron que los dos primeros años se impartieran en la facultad de odontología. Así, en 1993 se conoció el informe de una comisión específica, conformada con el objeto de analizar la situación del currículo de la facultad.

Dicho informe evidenció un desfase en la formación del profesional de la Odontología, el estudiante ingresaba realmente a este campo a nivel del tercer año de la carrera, situación que obligaba a desarrollar los contenidos de la estomatología únicamente en los restantes cuatro años de la carrera, incluido el sexto año que comprende el programa de ejercicio profesional supervisado.

Lo anteriormente expuesto resultó en una acumulación de la carga teórica, laboratorios y práctica clínica a partir del tercer año, incidió negativamente en la formación del estudiante y en la distribución del tiempo, ocasionó frustración de los sectores docente y estudiantil y generó hacinamiento e incremento de la reprobación estudiantil.

En 1993, la Universidad de San Carlos de Guatemala publicó los resultados del estudio denominado evaluación del sistema educativo de la facultad de Odontología, el cual fue elaborado por la coordinadora general de planificación y el instituto de investigaciones y mejoramiento educativo. Con base en una encuesta efectuada con egresados de la facultad, encontró algunas deficiencias en la formación profesional del egresado.

Además, se llevaron a cabo reuniones de trabajo en las cuales participaron estudiantes, profesores, directores, coordinadores y autoridades de la facultad quienes realizaron una evaluación del pensum y los contenidos temáticos a efecto de completar el nuevo diseño curricular.

Con base en lo previamente expresado y lo contenido en los artículos 108 y 110 de los estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la junta directiva de la Facultad de odontología aprobó el reordenamiento curricular correspondiente, según consta en el punto primero del acta 24495 del 29 de noviembre de 1995 .

Como resultado de un seminario realizado en 1995, los participantes, profesores, autoridades y estudiantes, definieron la finalidad de la Facultad de Odontología, de la manera siguiente, Orientar el Proceso de enseñanza aprendizaje hacia la formación de recursos humanos estomatológicos adecuados para Guatemala, con una base científica sólida y con capacidad para aplicar teórica y prácticamente el enfoque científico y tecnológico para la búsqueda de soluciones a los problemas del ejercicio de la profesión, bajo normas éticas y de servicio que, mediante la aplicación de medidas preventivas e integrales, logren un impacto eficaz en el mejoramiento de la salud bucal de la mayoría de Guatemaltecos, contribuyendo con ello a elevar su calidad de vida.

Un nuevo seminario realizado en 1998 aprobó, además de lo anterior la recomendación de que la facultad de odontología realice los esfuerzos necesarios para definir sus estudios de posgrado y efectuó las propuestas y programas correspondientes.

En el contexto de las políticas generales de la Facultad de Odontología aprobadas por la junta directiva y el consejo superior universitario, se crea y se conforma en el mes de septiembre de 2001, el programa de estudios de postgrado de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Finalmente en el mes de mayo de 2004 se da inicio formalmente con las actividades docentes de los programas de especialidad en, Endodoncia y Ortodoncia y Ortopedia Maxilofacial. Se aprueba también, el programa de especialidad en rehabilitación Oral para dar inicio en el año 2006.



#### 1.2.4 Departamentos o dependencias

La Facultad de Odontología se compone de 11 departamentos, los cuales son:

- Unidad básica
- Unidad de Clínicas
- Odontología Sociopreventiva
- Unidad de Patología
- Médico-Quirúrgica
- Odontología Restaurativa
- Odontopediatría
- Operatoria dental
- Educación Odontológica
- Planificación y desarrollo académico
- Estudios de postgrado

Además, cuenta con:

- Junta directiva
- Decanatura
- Secretaría Académica
- Secretaría Adjunta

#### 1.2.5. Misión

La Facultad de Odontología es una unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de brindar una formación académica integral, de calidad y actualizada al recurso humano en el área del conocimiento estomatológico, con valores éticos, especialmente de responsabilidad y compromiso con el desarrollo sostenible nacional y regional, teniendo en cuenta la diversidad cultural social y lingüística del país.

Así mismo, se propone plantear propuestas de solución a la problemática nacional en materia de salud estomatológica y contribuir al desarrollo nacional a través del aporte de profesionales dedicados al servicio, la investigación y la aplicación de la innovación tecnológica, respaldados por una organización administrativa que da continuidad y fluidez a los procesos.

#### 1.2.6 Visión

Construir una Facultad de Odontología competitiva e involucrada de forma institucional en el contexto nacional, regional e internacional, formando profesionales en estomatología, certificados y acreditados, éticos responsables y dedicados a la prevención y curación de enfermedades bucales, comprometidos además con su entorno social y el desarrollo sostenible de la población guatemalteca.

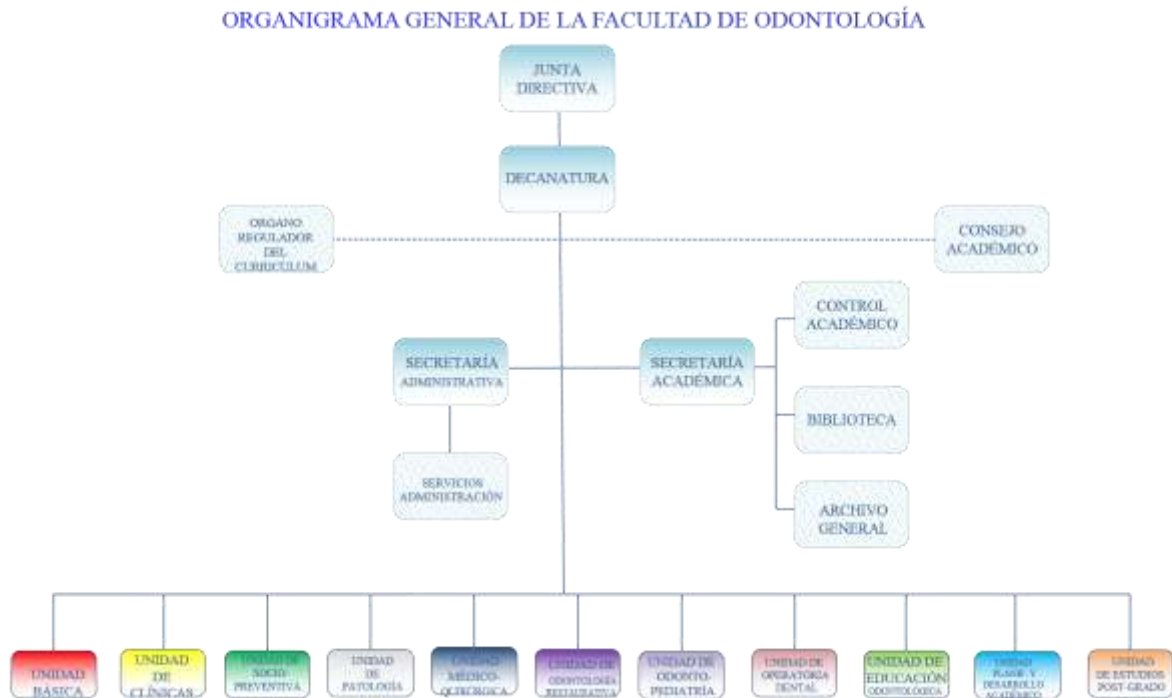
#### 1.2.7. Objetivo General de la Facultad de Odontología

Proporcionar las condiciones adecuadas para que el futuro estomatólogo obtenga los conocimientos y desarrolle habilidades intelectuales y psicomotoras, hábitos y actitudes esenciales para el ejercicio de una estomatología técnica, científica, ética y socialmente adecuada para Guatemala, que tome en consideración el ambiente total y que otorgue los servicios de salud estomatológicos más eficaces y eficientes, tanto de carácter individual como colectivo.

#### 1.2.8. Público Objetivo

El Grupo Objetivo del proyecto son las personas que trabajan y/o estudian en las diferentes Unidades Académicas que integran la Universidad de San Carlos de Guatemala. Asimismo a toda la población guatemalteca.

## 1.2.9 Organigrama General de la Facultad de Odontología



En la actualidad existe una oficina de Comunicación Social provisional dentro de la Oficina de Control Académico. Por lo tanto es en Control Académico donde se realizan las prácticas.

## 1.3. METODOLOGIA

### 1.3.1. Descripción del Método

Para realizar el diagnóstico utilicé el método Inductivo, para el cual realice encuestas a estudiantes de la Facultad de Odontología y entrevistas a docentes que integran la misma.

### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

- Observación en la entidad
- Documentación obtenida del Catálogo de estudios de la Facultad de odontología del año 2008
- Entrevista a Decano de la Facultad de odontología

## LA OBSERVACION

Al inicio del Programa de Ejercicio profesional Supervisado se observó que en la Facultad de Odontología no utilizan los medios alternativos que poseen de forma efectiva. Entre los medios que utilizan se encuentran: Estafetas en los edificios M1, M3 y M4 (en las estafetas se colocan anuncios de cualquier tipo, por lo tanto no son exclusivas de la Facultad), Pantallas planas en los edificios M-4 y M-1 (generalmente se encuentran apagadas, solo funciona de manera permanente la que se encuentra en la clínica del M-1).

Al ingresar al edificio M-4 se observa la Misión, Visión y Objetivos de la Facultad de odontología. Además existe un directorio en cada edificio, al igual que existe señalización para evacuación de emergencia.

A lo largo de la observación, pregunte si conocían lo que hacia la Facultad de odontología y como lo dan a conocer, solo algunas personas me respondieron, pero la

mayoría no sabía. Derivado de lo anterior, decidí enfocarme al Fortalecimiento de la Imagen Institucional, aprovechando los medios que utilizan regularmente y otros medios que se verán en el transcurso del presente informe.

Se hace énfasis que en la Facultad de Odontología si realizan Comunicación Social. Sin embargo, no existe una persona encargada para realizarlo.

## LA ENCUESTA

Para determinar el grado de conocimiento que poseen los estudiantes de la Facultad de Odontología, acerca de lo que realiza la Facultad y como lo da a conocer, realicé una encuesta a 50 estudiantes (anexo 1).

Dentro de la encuesta se pregunta acerca de que medios de comunicación utiliza. Asimismo si conocen los alcances de la Facultad de Odontología.

## LA ENTREVISTA

Se decidió entrevistar al Decano de la Facultad de Odontología con el objetivo de determinar los alcances obtenidos de la Facultad y los medios que utiliza para difundirlos. Además, el decano es la persona que conoce todo lo que sucede en su Facultad.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO		
ACTIVIDAD	MES	SEMANA
Lectura de los documentos dados por el Lic. Luis Pedrosa	Febrero	2 al 7
Observación	Febrero	9 al 11
Recopilación de información	Febrero	12 al 13
Tabulación de encuestas	Febrero	16 al 17
Consulta de libros, internet, tesis y demás literatura	Febrero	18 al 20
Entrevista con el Decano de la Facultad de Odontología	Febrero	23
Se completó la información que necesito para redactar el diagnóstico	Febrero	24 al 25
Redacción del diagnóstico y el informe que presentar	Febrero	25 al 28
Entrega del informe del diagnóstico	Marzo	2

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Fichas de las entrevistas

Doctor Guillermo Barreda

Decano de la Facultad de Odontología

Cirujano Dentista

Titular V Docente de la Facultad de Odontología

Día Martes 24 de febrero 2015 6.00 pm.

TEMA LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

### 1.4.2. Resultado de las entrevistas

La imagen que proyecta la Facultad de Odontología es Buena, pero no se le ha dado una adecuada difusión. En general la Universidad de San Carlos genera una Imagen, pero como Facultades falta conocerlas.

ENTREVISTA CON EL DOCTOR GUILLERMO BARREDA DECANO DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Se realizó una entrevista al Dr. Barreda quien es el actual decano de la Facultad y quien está interesado en que la Imagen Institucional de la Facultad sea cada vez mejor y reconocida a nivel nacional no solo como ente que egresa cirujanos dentistas, sino personas con deseos de servir a la población, consientes de devolver a la sociedad todo lo que han absorbido dentro de las instalaciones de esta unidad académica.

A continuación la entrevista realizada al Dr. Barreda

¿Qué percepción proyecta la imagen de la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca?

Considera que es buena imagen pero que no se le ha dado una adecuada difusión, y por eso muchas personas no llegan a conocerla. En general la Universidad de San Carlos de Guatemala genera una Imagen, pero como Facultades falta conocerlas. El Dr. Barreda considera que las Facultades y Escuelas de la Universidad de San Carlos de Guatemala proyectan buena imagen pero que necesitan difundirse.

¿Cómo considera que se pueda fortalecer la imagen de la Facultad de Odontología?

Considera que el fortalecimiento de la Imagen, tiene mucho que ver con el apoyo de la Universidad, no solo buscar medios universitarios, sino buscar otros medios que tengan más alcance, en lo que corresponde a la Facultad tratan de utilizar medios sociales. Pero que tienen un poco de deficiencia, ya que no cuentan con un departamento de comunicación. No tienen una persona que se encargue de dar a conocer todo lo que realizan, se quedan muchos logros dentro de la Facultad. Tratan hacer su mayor esfuerzo pero se quedan cortos, necesitan un apoyo más grande que implica un aspecto financiero el cual no es suficiente.

¿Tienen algún proyecto para establecer un departamento de comunicación?

Al Dr. Barreda le parece oportuna la pregunta, se hizo una petición al Rector, haciéndole ver la necesidad de crear una oficina donde se maneje toda la parte de Comunicación y Publicidad, además podría ser una oficina que sea de atención no solo para el estudiantado, personal administrativo y docentes de la facultad. Un lugar donde centralicen las informaciones, un órgano oficial de divulgación.

Considera que crear un departamento de comunicación dentro de la facultad de odontología es vital, esperararía que en algún momento logren manejar un presupuesto para establecerlo.



¿Tiene alguna persona encargada para dar a conocer sus servicios?

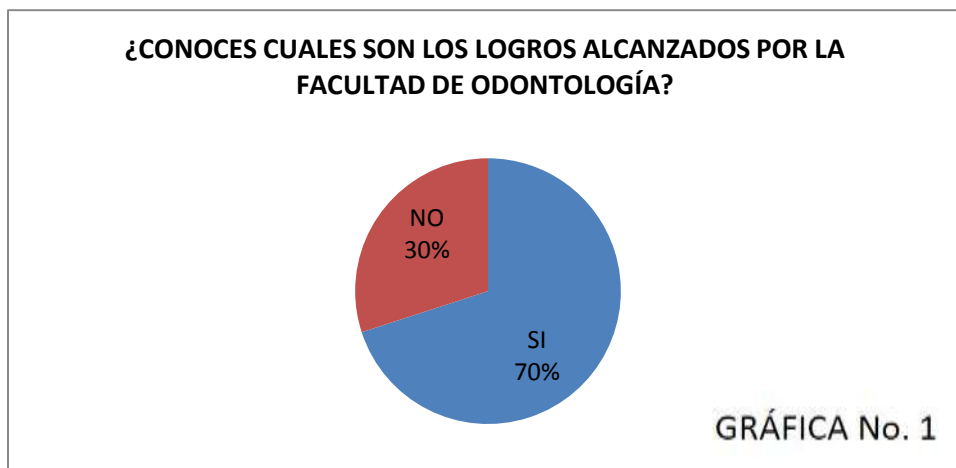
Indico que específicamente no cuentan con personal

¿Qué medios externos utilizan para dar a conocer los servicios que presta la facultad?

Básicamente se han reducido en dos formas, una a través de los estudiantes que realizan el E.P.S donde ellos dan a conocer en las municipalidades, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas que solicitan pre graduandos donde hay cierta proyección social. Cada uno hace cierta difusión. Pero se limita eso a nivel departamental. A nivel de facultad la limitación de información que hay. Se limitan a la referencia personal, donde una persona le dice a la otra o a través de los familiares de los alumnos.

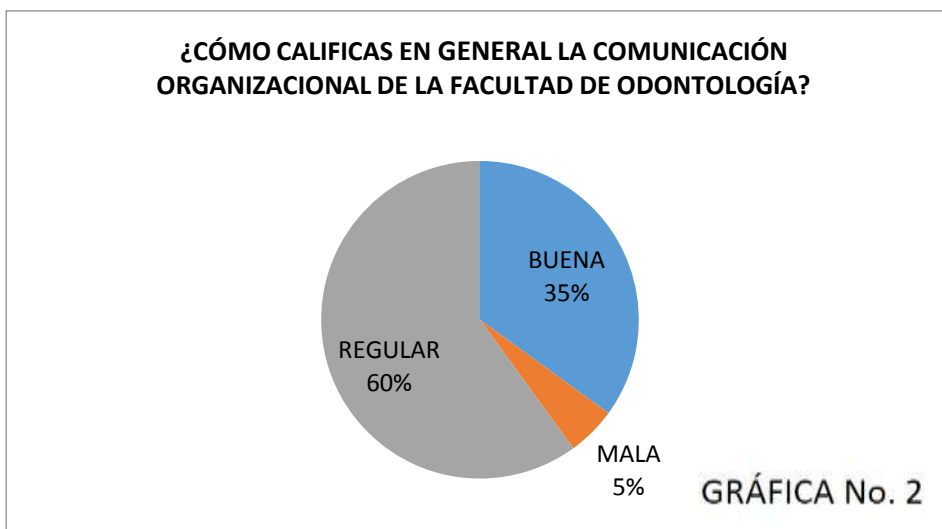
### 1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Las siguientes gráficas dan a conocer los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a estudiantes de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

**CONCLUSIÓN:** Las opciones de las respuestas eran Si y No. Como se puede observar en la Grafica el 30% de los encuestados no conoce los logros alcanzados por la facultad y el 70% de los estudiantes si los conoce.



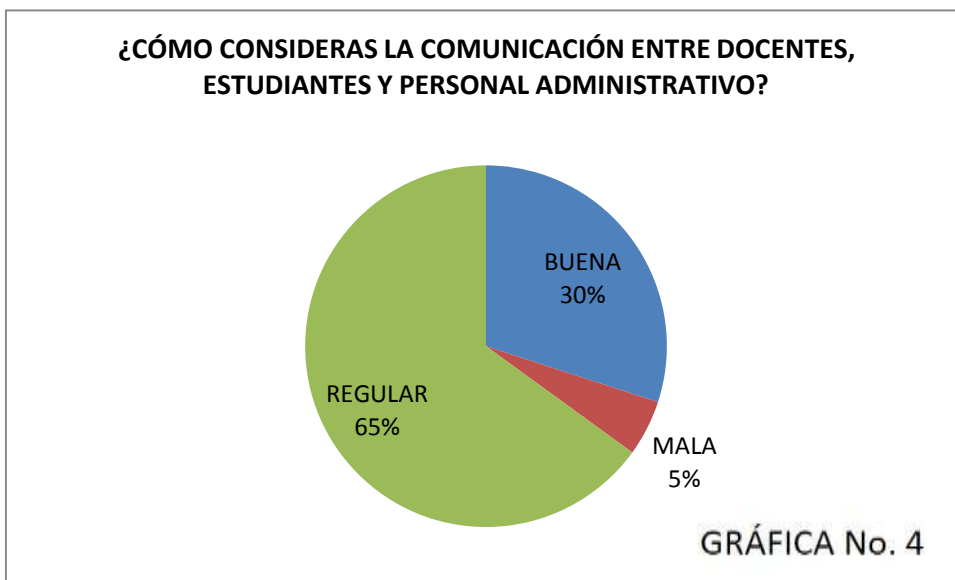
Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

**CONCLUSIÓN:** Las opciones de las respuestas eran Buena, Mala y Regular. El 60% de los estudiantes expreso que era regular, el 35% que era buena y el 5% de los estudiantes de la facultad de odontología respondió que era mala.



Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones de las respuestas eran Anuncios en estafetas, de persona a persona, Facebook, otro. El 40% de los estudiantes respondió que a través del Facebook, el 27% por medio de Anuncios en estafetas, el 27% de los estudiantes respondió que se da de persona a persona, el 8% indico Otros.



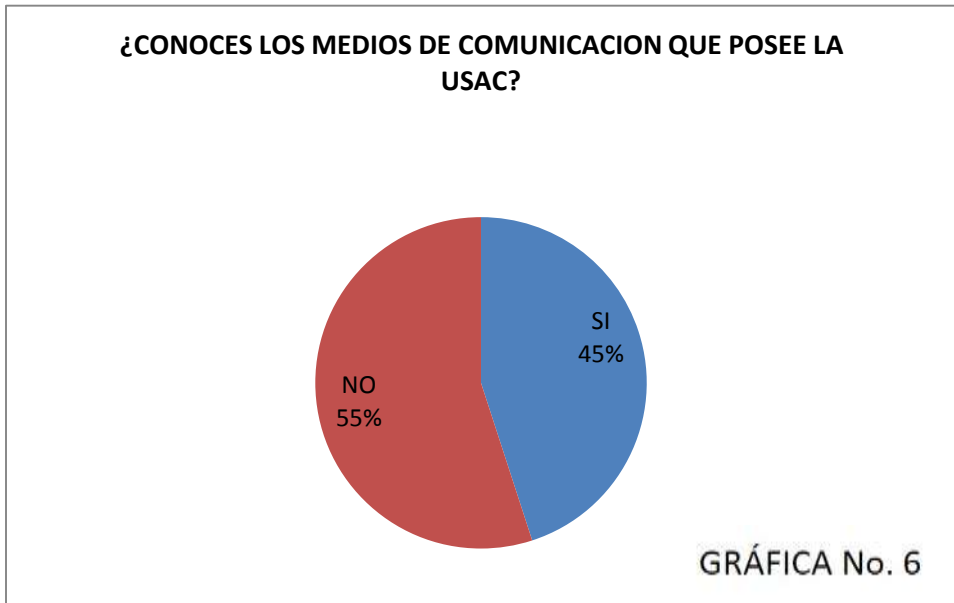
Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones de respuestas eran Buena, Mala y Regular. El 65% de los encuestados expreso que la comunicación entre docentes, estudiantes y personal administrativo es Regular, el30% de los estudiantes indico que era Buena, y el 5% que era mala.



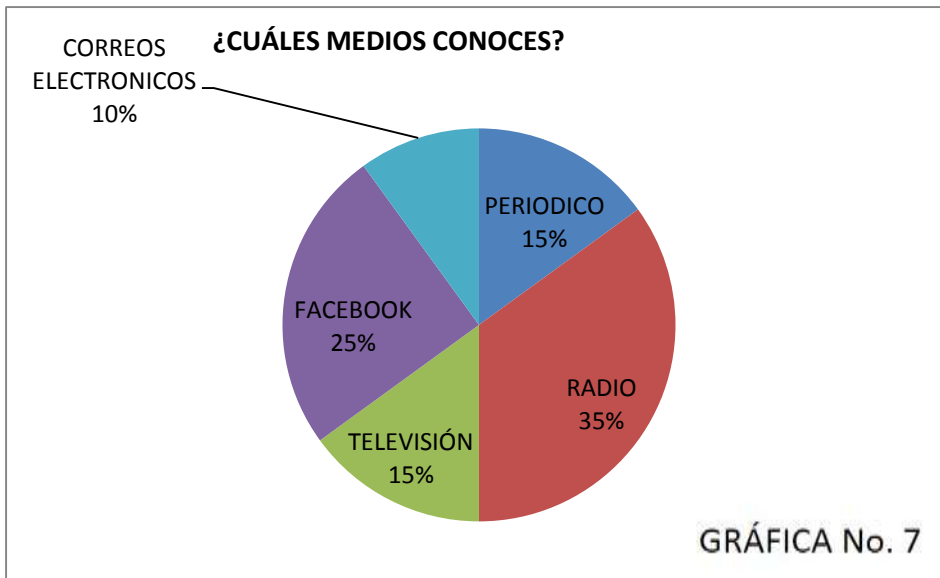
Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones de respuestas eran SI Y NO. El 90% de los encuestados expreso que la comunicación a través del Facebook es efectiva, y el 10% de los estudiantes respondió que NO.



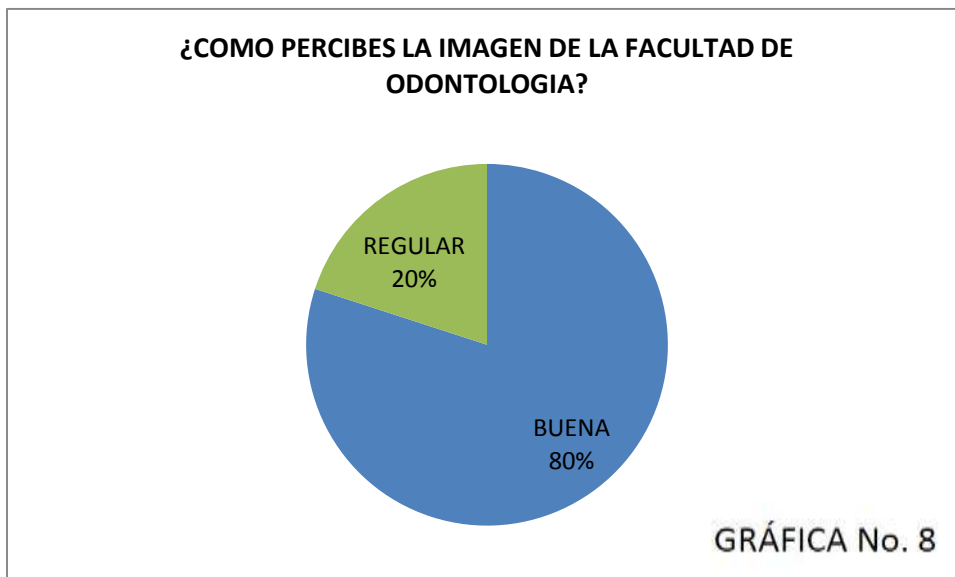
Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

Las opciones para responder eran SI y NO. El 55% de los encuestados expreso que si conoce los medios de comunicación que posee la Universidad de San Carlos de Guatemala. y el 45% de los estudiantes NO los conoce.



Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

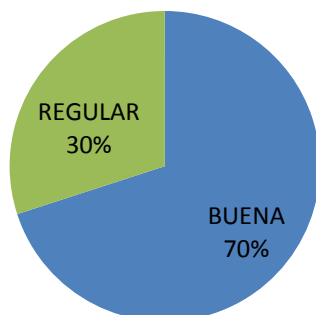
CONCLUSIÓN: Las opciones de respuestas es libre. El 35% expreso que conoce la Radio, el 25% respondió Facebook, el 15% respondió el periódico y el 10% conoce el correo electrónico.



Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones para responder eran Buena, Mala y Regular. El 80% de los encuestados expreso que era Buena y el 20% de los estudiantes de la facultad de odontología respondió que era Regular.

**¿COMO CONSIDERAS QUE LA SOCIEDAD GUATEMALTECA PERCIBE LA IMAGEN DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA?**

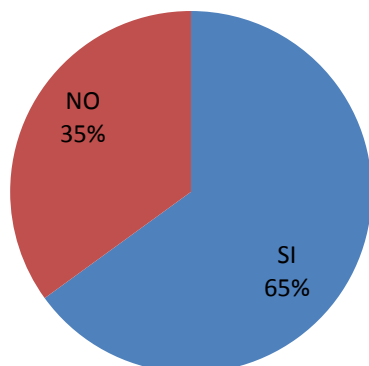


GRÁFICA No. 9

Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones para responder eran Buena, Mala y Regular. El 70% de los encuestados expreso que la Imagen de la Facultad de odontología era Buena y el 30% de los estudiantes respondió que era Regular.

**¿CONSIDERA QUE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DEBE TENER UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL?**



GRÁFICA No. 10

Fuente: Débora Rocío de León Mérida 12/02/2015

CONCLUSIÓN: Las opciones para responder eran Si y NO. El 65% de los encuestados expreso que Si es necesario establecer un departamento de Comunicación dentro de la Facultad de Odontología, y el 35% indico que NO.

## 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

Dentro de los procesos de planificación estratégica, el análisis FODA es una de las herramientas más valiosas para la definición de estrategias útiles para el desarrollo institucional, en este sentido, la Facultad de Odontología cuenta con las siguientes FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS.

### 1.5.1. Fortalezas

1. Estructura curricular adecuada a las necesidades de formación del profesional de la odontología.
2. Normas y Reglamentos internos vigentes.
3. Personal docente de 8 horas
4. Programas de post grado
5. Recursos disponibles suficientes y apropiados en el área de practica
6. Infraestructura apropiada en el edificio M-4
7. El perfil de egreso garantiza el desempeño profesional
8. Personal docente y administrativo capacitado
9. Ambientes acondicionados para la enseñanza-aprendizaje
10. Acceso al conocimiento y a la tecnología de punta
11. Convenios vigentes con universidades Extranjeras (UNAM-MEXICO, BARCELONA-ESPAÑA, JAVERIANA-COLOMBIA, ETC.

### 1.5.2. Oportunidades

1. Elaboración del Manual de Organización de la Facultad de Odontología con el Apoyo de la división de Desarrollo Organizacional –DDO-
2. Intercambios académicos para docentes con otras universidades
3. Capacitación y formación de docentes mediante alianzas estratégicas
4. Convenio Marco USAC-CACIF
5. Convenio Marco USAC-MICROSOFT
6. Capacitación para docentes, estudiantes y administrativos por diferentes Medios.

### 1.5.3. Debilidades

1. Falta de recursos para actividades de campo
2. Insuficientes vehículos para supervisar los programas del Ejercicio Profesional Supervisado
3. Laboratorios de practica insuficientes
4. Insuficientes equipo clínico y de laboratorio
5. Insuficiente y deficiente mobiliario y equipo
6. Asignaciones presupuestarias sin programación operativa anual en base a Necesidades.
7. Insuficiente preparación, por falta de aspectos administrativos, de Mercadotecnia y administración de recursos, en el pensum de estudios.
8. Insuficientes asignaciones presupuestarias.

### 1.5.4. Amenazas

1. Recursos Presupuestario
2. El sistema de ubicación y nivelación de la USAC, que ingresa estudiantes sin el perfil de ingreso apropiado para la facultad de Odontología
3. Alto costo de la vida
4. Índice inflacionario y dependencia tecnológica
5. No se considera la Odontología como prioritaria en los programas nacionales de salud
6. Oportunidades perdidas por falta de aprovechamiento de los espacios políticos
7. Perdidas del valor adquisitivo de la moneda
8. Escasez de recurso humano calificado.



## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **“FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

##### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se encuentra ubicada dentro del campus universitario en los edificios M-1, M-3 y M-4 en la zona 12 de la ciudad capital.

En el edificio M-1 primer nivel se encuentran las clínicas de pregrado donde se atiende de lunes a viernes de 7:30 a 15:30 horas a las personas que asisten para realizarse tratamientos odontológicos y exodoncias si el caso de su pieza dental no tiene recuperación.

Las clínicas de posgrado de endodoncia y ortodoncia están ubicadas en el edificio M-3 en el primer nivel en la cual asisten pacientes que necesitan tratamientos más complejos como coloquialmente se le llama frenos entre tantos otros tratamientos.

La manera de informar de estos servicios ha sido y es de forma verbal ya que es por medio de los mismos estudiantes que se dan a conocer los horarios de atención a los pacientes. Los estudiantes van a las escuelas ubicadas alrededor de la universidad para atraer la atención de los padres de familia y así obtener su autorización para que sus hijos sean atendidos en la facultad.

Los pacientes han sido portadores del mensaje para transmitirlo a otras personas y que estas se acerquen a pedir información directamente a las clínicas, no existe ningún material impreso, como afiches, volantes, bifolios, mantas, banners, de este tipo de

medios para dar más información a quienes quieren formar parte del banco de pacientes de la institución.

## 2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

### 2.2.1. Objetivo General

Plantear una estrategia de comunicación para dar a conocer los beneficios y servicios que brinda la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca.

### 2.2.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Dar a conocer los beneficios que presta la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca.

## 2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El grupo objetivo de este proyecto serán las personas que trabajan y/o estudian en las diferentes Unidades Académicas que integran a la Universidad de San Carlos de Guatemala. Asimismo, a toda la población guatemalteca.

## 2.4 MENSAJE

La Facultad de odontología prepara Odontólogos especializados en su rama con el fin de brindarle a la sociedad Guatemalteca Servicios de alta calidad.

Los estudiantes reciben instructoría especializada por profesionales altamente calificados.

Los beneficios y servicios que presta la Facultad de Odontología se desconocen debido a la falta de medios alternativos, así mismo de presupuesto y por ende de un departamento de comunicación social.

El mensaje será:

Desde 1895

Sirviendo a la sociedad guatemalteca

FACULTAD DE ODONTOLOGÍA SOMOS TODOS

## 2.5. ESTRATEGIAS

Luego de obtener los resultados de las encuestas y la entrevista realizada al Decano de la Facultad de Odontología el Dr. Edgar Guillermo Barreda Muralles, se propone una estrategia de comunicación externa dirigida a las personas que desconocen los alcances, avances y beneficios que se presta.

La estrategia se basa en crear un departamento de comunicación temporal dentro de la institución en el cual se pondrán en marcha los objetivos planteados, los cuales son dar a conocer los beneficios antes mencionados y se solicitara patrocinios para medios impresos para la realización de medios impresos que se diseñaran y repartirán en las diferentes facultades y unidades académicas que integran a la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para tal efecto se diseñaran afiches que se puedan distribuir en las facultades de la Universidad para dar a conocer toda la información con indicaciones de horarios, ubicación, teléfono al que puedan comunicarse y recibir los datos que necesiten.

También se diseñaran volantes que amplíen la información que hay en los afiches para entregarlos a los estudiantes y personas que circulan en los alrededores de los edificios M-1, M2 y M4, donde se encuentran las instalaciones de la Facultad de Odontología.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

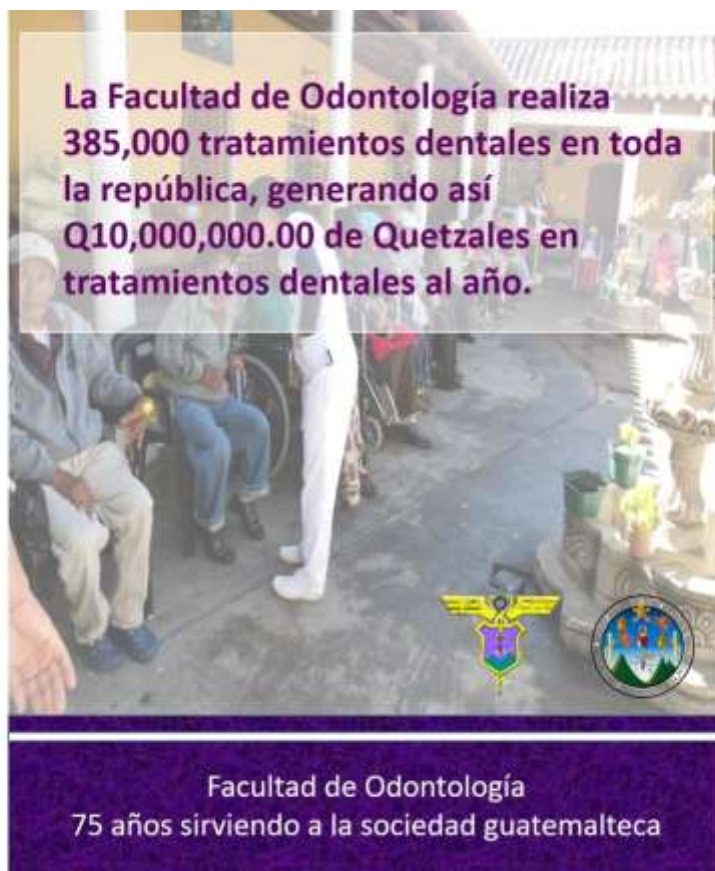
### **AFICHES:**

Presentar diseños de afiches al señor Decano.

Luego de escoger el diseño se cotizará en varias empresas y de esta forma, elegir el mejor precio.

Hacer la solicitud formal de cuantos afiches y mantas se requerirá.

Luego se distribuirá el producto impreso en los edificios de la universidad, las mantas se colocaran en varios puntos estratégicos dentro del campus universitario, los afiches se colocarán dentro del campus universitario y se le dará a los estudiantes de EPS un ejemplar ya que se dirigen al interior de la república y los colocarán en sus respectivas clínicas.



## MANTAS VINÍLICAS:

El diseño de las mantas vinílicas se trabajaran en el mismo arte de los afiches y será de 3\*2 metros, se realizarán 2 mantas.

Luego de conseguir el patrocinio y de haber elegido el diseño de las mantas se solicitara cotización para saber qué empresa las elaborará y colocará.

Enviar carta solicitando autorización de la colocación de las mantas a la Arquitecta Alenka Barreda, Directora General de Administración.

Boceto manta vinílica



SPOT DE RADIO  
CAMPAÑA INSTITUCIONAL FACULTAD DE ODONTOLOGÍA  
USAC 2015

Audio  
Música electrónica de  
fondo entra y se  
mantiene

Locutor 1 (masculino)  
La Universidad de San  
Carlos está consciente de  
que el ser humano no  
solo es lógico, histórico,  
humanista, creativo,  
científico, sino es también  
estético

De ahí que la Facultad de  
Odontología, sea la única  
con facultad para tratar  
estéticamente su  
dentadura

Así lo demuestran 387 mil  
tratamientos dentales  
equivalentes a 12  
millones de quetzales  
destinados a la población  
guatemalteca...

(SONRIE NO BURLÓN) La  
gente que sonríe con  
libertad y La Chavela nos  
recomiendan

Facultad de Odontología  
desde 1895 sirviendo a la  
sociedad guatemalteca.

## PUBLICACIÓN EN PERIÓDICO UNIVERSIDAD

Se contactó con la persona responsable del periódico y se solicitó divulgar los beneficios y logros que presta la Facultad de Odontología a todo el público. Se envió el arte para la aprobación del Decano



**La Facultad de Odontología realiza 387,000 tratamientos dentales a bajo costo para la sociedad guatemalteca en toda la república. El costo real de estos tratamientos en clínicas privadas es de 60 MILLONES DE QUETZALES, la población de Guatemala recibe de la Facultad de Odontología de la USAC, el equivalente a 12 MILLONES DE QUETZALES, lo que representa un ahorro de 48 MILLONES DE QUETZALES al año.**



Desde 1895  
sirviendo a la sociedad guatemalteca  
**FACULTAD DE ODONTOLOGÍA SOMOS TODOS**

STORY BOARD  
CAMPAÑA INSTITUCIONAL FACULTAD DE ODONTOLOGÍA  
USAC 2015

Modelo 1  
Buenos días doña  
Reyna como le va



Audio  
Música popular  
entra y se  
mantiene hasta la  
escena 5

Modelo 2  
Bien gracias y usted



Modelo 1  
Gracias a Dios bien y  
Usted de donde viene?



Modelo 2  
De la Universidad de  
San Carlos de  
Guatemala





### Modelo 1

Ahhh Los estudiantes de la Universidad de San Carlos se parecen al gobierno, siempre dicen que ayudan a la población guatemalteca y no se ve nada



Audio  
Empieza  
desvanecer.

### Modelo 2 **VOZ EN OFF**

Al contrario, precisamente hoy vi una manta y decía que la Facultad de Odontología realiza 387,000 tratamientos dentales que son aproximadamente DOCE MILLONES DE QUETZALES para toda la población guatemalteca y el precio que nos cobran es la quinta parte de lo que realmente vale. De esta forma la Facultad de Odontología devuelve a la población el equivalente a CUARENTA Y OCHO MILLONES DE QUETZALES al año en tratamientos dentales.

Imagen de las mantas colocadas en los edificios, imagen de la sala de espera y las imágenes de los edificios M1, M2 y M4.

Audio  
Entra música instrumental y se mantiene hasta el final.

### Modelo 1

En serio? No lo sabía



Modelo 2  
Debería aprovechar  
éstos beneficios



Modelo 1  
Gracias, Qué  
equivocada  
estaba.



Modelo 3  
(Voz institucional  
Varonil)

Desde 1895  
sirviendo a la  
sociedad  
guatemalteca  
FACULTAD DE  
ODONTOLOGÍA  
SOMOS TODOS



Audio  
Empieza  
desvanecer.

### CAPÍTULO III

#### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

##### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

#### **“Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala”**

##### 3.1.1. Financiamiento

Para desarrollar a plenitud el Plan Comunicacional se necesitó de un presupuesto aproximado de Q15, 000.00, de los cuales la EPsista apporto el 13 por ciento.

##### 3.1.2. Presupuesto

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Arte de afiche y manta vinílica	Q.200.00	Q. 200.00
100	Afiches a doble carta /full color	Q. 10.00	Q.1000.00
2	Mantas Vinílicas de 3 metro por 2 (3X2m)	Q. 300.00	Q.600.00
2	Colocación de mantas	Q.100.00	Q.200.00
1	Producción de Spot de Radio de 40 seg.	Q.3,000.00	Financiado por Radio Universidad
1	Producción de Spot de TV de 1 minuto 15 seg.	Q.7,000.00	Financiado por TV USAC
1	Publicidad en Periódico media página a full color	Q.3,600.00	Financiado por Periódico Universitario
<b>TOTAL</b>			<b>Q. 2,000.00</b>

### 3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiados por la realización de la campaña de comunicación social son: La comunidad Universitaria de la USAC, el gremio odontológico, estudiantes de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Personal administrativo de la Facultad de Odontología de la USAC y Público en General.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Para la realización del proyecto denominado **“Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala”** se necesitó de la ayuda en primer término de las autoridades de la Facultad de Odontología. Y otros que se detallan en el siguiente cuadro.

<b>PERSONAL</b>	<b>PUESTO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Dr. Edgar Guillermo Barreda Muralles	DECANO	Recibimiento, revisión y autorización del EPS.
Estudiantes de la Facultad de Odontología	Estudiantes	Realización de la encuesta
Licenciado César Pozuelos	Producción audiovisual TV USAC	Realización del SPOT de Televisión
Licenciado Roel Soto	Productor de Radio Universidad	Realización del Spot de Radio
Licenciada Ingrid Cárdenas	Periódico Universitario	Realización del anuncio del Periódico Universitario
Licenciado Armando Coj	Control Académico de Facultad de Odontología	Facilitador de información

### 3.1.5. Área Geográfica de acción

El plan de comunicación se realizó en la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Ciudad Universitaria zona 12, en edificios M4, M3 y M1.

## 3.2. ESTRATÉGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Para el buen funcionamiento del plan de comunicación se creó un departamento temporal de comunicación dentro de la Oficina de Control Académico con el fin de desarrollar de la mejor forma las acciones pertinentes.

### Estrategia 01

Para la ejecución del plan de comunicación se diseñaron 2 mantas vinílicas de 3 por 2 metros, lo cuales se colocaron en los edificios M4 y M3 de la Ciudad Universitaria de la zona 12, los costos fueron cubiertos por la EPsista.



Fuente: Débora de León 17/06/2015 manta vinílica edificio M4.



Fuente: Débora de León 17/06/2015 manta vinílica edificio M3.

## Estrategia 02

Se realizaron 100 afiches, los cuales se colocaron en los edificios M4, M3 y M1, además se les otorgó a estudiantes que realizan el EPS de la Facultad de Odontología en los departamentos de la República de Guatemala, los costos fueron cubiertos por la EPSista.



Fuente: Débora de León 29/06/2015 afiche.

### Estrategia 03

Se realizó un spot de televisión con una duración de 1 minuto y 15 segundos, el cual se transmite en la programación regular de TV USAC, para ello se contactó al Licenciado César Pozuelos de TV USAC, los costos fueron cubiertos por TV USAC.

## STORY BOARD CAMPAÑA INSTITUCIONAL FACULTAD DE ODONTOLOGÍA USAC 2015

Modelo 1  
Buenos días doña  
Reyna como le va



Audio  
Música popular  
entra y se  
mantiene hasta la  
escena 5

Modelo 2  
Bien gracias y usted



Modelo 1  
Gracias a Dios bien y  
Usted de donde viene?



Modelo 2  
De la Universidad de  
San Carlos de  
Guatemala



### Modelo 1

Ahhh Los estudiantes de la Universidad de San Carlos se parecen al gobierno, siempre dicen que ayudan a la población guatemalteca y no se ve nada



Audio  
Empieza  
desvanecer.

### Modelo 2 **VOZ EN OFF**

Al contrario, precisamente hoy vi una manta y decía que la Facultad de Odontología realiza 387,000 tratamientos dentales que son aproximadamente DOCE MILLONES DE QUETZALES para toda la población guatemalteca y el precio que nos cobran es la quinta parte de lo que que realmente vale. De esta forma la Facultad de Odontología devuelve a la población el equivalente a CUARENTA Y OCHO MILLONES DE QUETZALES al año en tratamientos dentales.

Imagen de las mantas colocadas en los edificios, imagen de la sala de espera y las imágenes de los edificios M1, M2 y M4.

Audio  
Entra música instrumental y se mantiene hasta el final.

### Modelo 1

En serio? No lo sabía





Modelo 2  
Debería aprovechar  
éstos beneficios



Modelo 1  
Gracias, Qué  
equivocada  
estaba.



Modelo 3  
(Voz institucional  
Varonil)

Desde 1895  
sirviendo a la  
sociedad  
guatemalteca  
FACULTAD DE  
ODONTOLOGÍA  
SOMOS TODOS



Audio  
Empieza  
desvanecer.

Fuente: Débora de León 04/06/2015 spot de televisión, duración 1 minuto 15 segundos.

## Estrategia 04

Se realizó un spot de radio con una duración de 40 segundos, el cual se transmite en la programación regular de RADIO UNIVERSIDAD, para ello se contactó al Licenciado Roel Soto de Radio Universidad, los costos fueron cubiertos por Radio Universidad.

### SPOT DE RADIO CAMPAÑA INSTITUCIONAL FACULTAD DE ODONTOLOGÍA USAC 2015

Audio  
Música electrónica de  
fondo entra y se  
mantiene

Locutor 1 (masculino)  
La Universidad de San  
Carlos está consciente de  
que el ser humano no  
solo es lógico, histórico,  
humanista, creativo,  
científico, sino es también  
estético

De ahí que la Facultad de  
Odontología, sea la única  
con facultad para tratar  
estéticamente su  
dentadura

Así lo demuestran 387 mil  
tratamientos dentales  
equivalentes a 12  
millones de quetzales  
destinados a la población  
guatemalteca...

(SONRIE NO BURLÓN) La  
gente que sonríe con  
libertad y La Chavela nos  
recomiendan

Facultad de Odontología  
desde 1895 sirviendo a la  
sociedad guatemalteca.

Fuente: Débora de León 15/05/2015 spot de radio duración 40 segundos

## Estrategia 05

Se realizó un anuncio para el periódico Universitario, para ello se contactó a la Licenciada Ingrid Cárdenas del Departamento de Publicidad del Periódico Universitario, los costos fueron cubiertos por el Periódico Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



**La Facultad de Odontología realiza 387,000 tratamientos dentales a bajo costo para la sociedad guatemalteca en toda la república. El costo real de estos tratamientos en clínicas privadas es de 60 MILLONES DE QUETZALES, la población de Guatemala recibe de la Facultad de Odontología de la USAC, el equivalente a 12 MILLONES DE QUETZALES, lo que representa un ahorro de 48 MILLONES DE QUETZALES al año.**



**Desde 1895  
sirviendo a la sociedad guatemalteca  
FACULTAD DE ODONTOLOGÍA SOMOS TODOS**

Fuente: Débora de León 15/05/2015 anuncio de periódico.

## ACCIONES DESARROLLADAS

### Acción 01

Colocación de mantas vinílicas de 3 por 2 metros, lo cuales se colocaron en los edificios M4 y M3 de la Ciudad Universitaria de la zona 12.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 M4.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 M3.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 M4.

## Acción 02

Se realizaron 100 afiches, los cuales se colocaron en los edificios M4, M3 y M1, además se les otorgó a estudiantes que realizan el EPS de la Facultad de Odontología en los departamentos de la República de Guatemala.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 M4.

### Acción 03

Se realizó un spot de televisión con una duración de 1 minuto y 15 segundos, el cual se transmite en la programación regular de TV USAC, para ello se contactó al Licenciado César Pozuelos de TV USAC.



Fuente: Débora de León 15/06/2015.

#### Acción 04

Se realizó un spot de radio con una duración de 40 segundos, el cual se transmite en la programación regular de RADIO UNIVERSIDAD, para ello se contactó al Licenciado Roel Soto de Radio Universidad.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 estudio de grabación.

## Acción 05

Se realizó un anuncio para el Periódico Universitario, para ello se contactó a la Licenciada Ingrid Cárdenas del Departamento de Publicidad del Periódico Universitario.



Fuente: Débora de León 15/06/2015 Periódico Universidad.



### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		
ACTIVIDAD	MES	SEMANA
Presentación al Personal de la Facultad de Odontología	Mayo	4 al 8
Recopilación de información	Mayo	11 al 15
Búsqueda de patrocinadores y envío de cartas a los medios de comunicación	Mayo	18 al 22
Reunión con Medios de comunicación y Bocetos	Mayo	25 al 29
Aprobación de bocetos y encargo de mantas vinílicas	Junio	01 al 05
Colocación de mantas vinílicas	Junio	08 al 12
Grabación de spot de radio	Junio	15 al 19
Grabación de spot de televisión	Junio	22 al 26
Seguimiento de anuncios pautados y redacción del informe de ejecución	Julio	

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (Evaluación)

Es necesario dar seguimiento y controlar el impacto que tendrá hacia el público objetivo el hecho de hacer llegar la información por medio de afiches y mantas, de esta forma determinar si ha sido eficiente y eficaz la estrategia o si se necesita reformar con otro tipo de recursos.

Los alcances nos darán parámetros acerca de nuestra Imagen Institucional, además de brindar información de la utilización de otros recursos como lo son la Televisión, radio y medio impreso.

Para reforzar el seguimiento, a largo plazo se dispondrá de un departamento de relaciones públicas dentro de la Facultad de Odontología con el objetivo primordial de incentivar la participación del personal.

## **CONCLUSIONES**

La falta de un departamento de comunicación en la Facultad de odontología impide dar a conocer los logros y aportes que la Facultad ofrece a la Población guatemalteca.

Por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad, se determinó la necesidad de dar a conocer los logros y aportes que brinda la Facultad a la sociedad guatemalteca.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda hacer uso de los medios de comunicación que tienen a su alcance para dar a conocer los alcances, logros y aportes que realiza la Facultad de odontología.

Crear un departamento de comunicación que se encargue específicamente de informar y difundir temas, aportes y logros. Logrando fortalecer la Imagen Institucional de la Facultad de Odontología.

## **GLOSARIO**

### **AFICHE:**

Es una publicación que generalmente se utiliza para promocionar un producto o un evento, su dimensión varía de acuerdo a su utilización.

### **AGENCIA DE PUBLICIDAD:**

Es una empresa especializada en prestarles servicios publicitarios a los anunciantes en todas las fases de promoción, asesoramiento y/o realización en investigación de mercado, servicios de producción gráfica y audiovisual, y piezas publicitarias para la venta de un producto o servicio, tales como: relaciones públicas e institucionales, marketing directo y de relación, estrategia de comunicación, creatividad y planificación y compra de medios, para: televisión, cine, diarios, revistas, radio, vía pública, material de punto de venta y promocional, impresos, folletos y papelería, entre otros.

### **ANUNCIO BÁSICO:**

Se basa en el concepto de la idea central, el anuncio básico es el conjunto de palabras, representaciones simbólicas o códigos visuales, auditivos y audiovisuales que combinados armónicamente comunican al cliente potencial el concepto de evocación con suficiente velocidad y fuerza para remontar los obstáculos de la percepción publicitaria.

### **ASESORIA:**

Dentro de la empresa es el órgano cuyo objeto básico es orientar, aconsejar, sugerir acciones de carácter específico al elemento que dirige la organización. Los asesores actúan como consejeros de los directivos y del personal subordinado y en virtud de ello, no tiene autoridad directa sobre ningún miembro de los departamentos en los que hacen sus investigaciones. El asesor es una persona por lo general muy preparada

con una visión muy amplia de muchas materias de carácter general.

### **BOCETO:**

Borrón o apunte que hace el artista antes de empezar una obra, se utiliza también en publicidad para dar la primera idea de lo que puede ser un spot publicitario.

### **BOSQUEJO:**

Es el primer trazo y no el definitivo de una obra "pre torica" o de cualquier producción de ingenio, es una idea vaga de un concepto o plan.

### **CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO:**

Un producto durante su aparición, permanencia y desaparición por el mercado pasa por cuatro etapas o periodos muy bien definidos, el primero que sería la introducción del producto al mercado, donde se bombardea con publicidad; la segunda etapa sería de crecimiento donde el producto va aumentando en lo que se refiere a las ventas. La tercera etapa es la madurez del producto, aquí las ventas no suben ni bajan, casi no hay variación y la cuarta etapa es la decadencia, el producto ya cumplió su ciclo en el mercado, aquí tiende a desaparecer. Pero puede incluir una etapa que sería la innovación, donde haremos, promoción de ventas, publicidad, la innovación está íntimamente vinculada con el producto.

### **CLIENTE:**

Es una organización, órgano corporativo o individuo que compra o que quizás contrata los servicios por Ej. , Dé una asesoría de relaciones públicas para el logro de un programa acordado.

## **COMUNICACIÓN:**

Es el acto que realizan dos o más personas donde existe un emisor y un receptor (léase perceptor), aquí necesariamente tienen que haber una respuesta, sino es un simple receptor.

Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

## **COMUNICACIÓN SOCIAL:**

Conjunto de señales al servicio de la formación y conservación del grupo social, condición fundamental para la participación ciudadana; relación de confianza entre mandatarios y mandantes que se mantiene y crece conforme la administración identifique las demandas relevantes de los grupos sociales, que a través de los medios o de manera directa sostiene a los actores sociales, dando viabilidad, fuerza y dirección al desarrollo del gobierno.

## **COSTO:**

Es el valor de adquisición o producción correspondiente a una cosa o servicio, el costo está relacionado con el precio que determinara el valor de un producto.

## **CRONOGRAMA:**

Es el detalle minucioso de las actividades que desempeña o que va a desempeñar una empresa al realizar un evento o una serie de eventos.

## **DIAGNOSTICO ESTRATEGICO:**

Determina cuáles son los principales problemas que aquejan a la sociedad u organización y los cursos de acción alternativos para su solución. Las herramientas utilizadas pueden agruparse en métodos cualitativos y cuantitativos.

## **EGRAFÍA:**

Dirección de una página web que ha sido consultada con un fin, esta va en un trabajo de investigación final.

## **ENCUESTA:**

Es un procedimiento de investigación, dentro de los diseños de investigación descriptivos (no experimentales) en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado o una entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla.

## **ENTREVISTA:**

Es la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado.

## **ESTRATEGIA:**

Patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar. Adecuadamente formulada pone orden y asigna los recursos de la organización, a efectos de lograr una situación viable y original, así como anticipar cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.



## **GESTIÓN:**

El concepto básico es comparar, vender, producir y financiar. El control de gestión evalúa si esas cuatro actividades se realizan con eficiencia.

## **IMAGEN:**

Deriva del latín *imago*, y significa imitación o semejanza con la realidad. Una Empresa es, para quien la percibe, la imagen que de esa empresa tiene aquella persona. Es lo que percibo, lo que aparece. La imagen corporativa es la que un determinado público percibe de una corporación a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido.

## **MENSAJE:**

En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como una conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

## **MISION:**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

**OBJETIVOS:**

Establecen qué es lo que se va a lograr y cuándo serán alcanzados los resultados, pero no establece cómo serán logrados

**OUTSOURCING:**

Cuando una organización contrata afuera un servicio que hasta el momento era interno. Por ejemplo en vez de tener un departamento de Relaciones Públicas, contrata el servicio a otra empresa.

**PERSONALIDAD CORPORATIVA:**

Es lo que hace que una empresa sea ésta y no otra. El centro psíquico corporativo son las creencias, los valores, su misión, sus objetivos, su actitud corporativa.

**PLANIFICAR:**

Trazar los planos para la ejecución de una obra. Hacer plan o proyecto de una acción. Someter a planificación.

**RELACIONES PÚBLICAS:**

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

**SEGMENTACIÓN:**

Proceso de agregación que reúne en un segmento de mercado a personas que tienen necesidades semejantes, o que comparten características sociodemográficas o de comportamiento similares.

**STORY BOARD O GUIÓN GRÁFICO:**

Es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse. El *storyboard* es el modo de previsualización que constituye el modo habitual de preproducción en la industria fílmica

**STORY LINE:**

Término que se utiliza para designar, con el mínimo de palabras posibles el conflicto o matriz de la historia. Se asignan entre 5 o 6 líneas como síntesis de la historia.

**SPOT:**

Película de corta duración que se emita entre sus diferentes programas de televisión. Anuncio publicitario breve.

**TARGET:**

Público objetivo, el conjunto de personas a los que se dirige la comunicación. Frecuentemente se utiliza el término público objetivo

**VALORES:**

En la misión también deben estar involucrados los valores y principios que tienen las empresas, para que todo aquel que tenga algo que ver con la organización (trabajadores, competidores, clientes, etc) sepa las características de la misma.

**VISIÓN:**

Señala a dónde quiere llegar la organización, es la perspectiva de futuro de la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

COJ TUN, César Armando. **La producción de anuncios publicitarios en medios impresos.** Tesis de Grado. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, 2000.

CERVO AMADO, P.A. (1979). **Metodología Científica.** (J.G. Rodríguez, Trab.) Brasil: McGraw-Hill.

MEGÍA GÓMEZ, HUGO LEONEL. **Programa de servicio de la Empresa Comercializadora de negocios, S.A. Fotografías que Refuerzan el Programa.** Informe Final del Ejercicio profesional Supervisado EPS. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San carlos de Guatemala, 2014.

MOLINA GARCÍA, BLANCA AZUCENA. **Estrategia de Comunicación Externa de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.** Informe Final del Ejercicio profesional Supervisado EPS. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2014.

**Gran diccionario y gramática de la lengua española.** España: Ed. Nauta, S.A., 1985.

**Catálogo de estudios de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala,** 2008.

**Informe de Odontología Sociopreventiva de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala,** 2015.

## EGRAFÍAS

<http://www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtml#ixzz3nEVtYEO6>

<http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>

# ANEXOS

## Encuesta para estudiantes de la Facultad de Odontología de la universidad de San Carlos de Guatemala.

1. Conoces cuales son los logros alcanzados por la Facultad de Odontología?  
Si\_\_ No\_\_
2. ¿Cómo calificas en General la Comunicación Organizacional de la Facultad de Odontología?  
Buena\_\_ Mala\_\_ Regular\_\_
3. ¿Cómo se realiza la comunicación dentro de la Facultad de Odontología?  
Anuncios en estafetas\_\_ de persona a persona\_\_  
Facebook\_\_ Otro: Indique\_\_
4. Como Consideras la Comunicación entre docentes, estudiantes y personal administrativo.  
Buena\_\_ Mala\_\_ Regular\_\_
5. Consideras que la forma de Comunicación a través de Facebook es efectiva?  
Si\_\_ No\_\_
6. Conoces los medios de comunicación que posee la USAC?  
Si\_\_ No\_\_
7. Cuales? \_\_\_\_\_
8. Como percibes la Imagen de la Facultad de Odontología?  
Buena\_\_ Mala\_\_ Regular\_\_
9. Como consideras que la sociedad guatemalteca percibe la Imagen de la Facultad de Odontología?  
Buena\_\_ Mala\_\_ Regular\_\_
10. Considera que la Facultad de Odontología debe tener un departamento de Comunicación Social.  
Si\_\_ No\_\_

## ENTREVISTA CON EL DOCTOR GUILLERMO BARREDA DECANO DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Se realizó una entrevista al Dr. Barreda quien es el actual decano de la Facultad y quien está interesado en que la Imagen Institucional de la Facultad sea cada vez mejor y reconocida a nivel nacional no solo como ente que egresa cirujanos dentistas, sino personas con deseos de servir a la población, consientes de devolver a la sociedad todo lo que han absorbido dentro de las instalaciones de esta unidad académica.

A continuación la entrevista realizada al Dr. Barreda

¿Qué percepción proyecta la imagen de la Facultad de Odontología a la sociedad guatemalteca?

Considera que es buena imagen pero que no se le ha dado una adecuada difusión, y por eso muchas personas no llegan a conocerla. En general la Universidad de San Carlos de Guatemala genera una Imagen, pero como Facultades falta conocerlas. El Dr. Barreda considera que las Facultades y Escuelas de la Universidad de San Carlos de Guatemala proyectan buena imagen pero que necesitan difundirse.

¿Cómo considera que se pueda fortalecer la imagen de la Facultad de Odontología?

Considera que el fortalecimiento de la Imagen, tiene mucho que ver con el apoyo de la Universidad, no solo buscar medios universitarios, sino buscar otros medios que tengan más alcance, en lo que corresponde a la Facultad tratan de utilizar medios sociales. Pero que tienen un poco de deficiencia, ya que no cuentan con un departamento de comunicación. No tienen una persona que se encargue de dar a conocer todo lo que realizan, se quedan muchos logros dentro de la Facultad. Tratan hacer su mayor esfuerzo pero se quedan cortos, necesitan un apoyo más grande que implica un aspecto financiero el cual no es suficiente.



¿Tienen algún proyecto para establecer un departamento de comunicación?

Al Dr. Barreda le parece oportuna la pregunta, se hizo una petición al Rector, haciéndole ver la necesidad de crear una oficina donde se maneje toda la parte de Comunicación y Publicidad, además podría ser una oficina que sea de atención no solo para el estudiantado, personal administrativo y docentes de la facultad. Un lugar donde centralicen las informaciones, un órgano oficial de divulgación.

Considera que crear un departamento de comunicación dentro de la facultad de odontología es vital, esperaría que en algún momento logren manejar un presupuesto para establecerlo.

¿Tiene alguna persona encargada para dar a conocer sus servicios?

Indico que específicamente no cuentan con personal

¿Qué medios externos utilizan para dar a conocer los servicios que presta la facultad?

Básicamente se han reducido en dos formas, una a través de los estudiantes que realizan el E.P.S donde ellos dan a conocer en las municipalidades, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas que solicitan pre graduandos donde hay cierta proyección social. Cada uno hace cierta difusión. Pero se limita eso a nivel departamental. A nivel de facultad la limitación de información que hay. Se limitan a la referencia personal, donde una persona le dice a la otra o a través de los familiares de los alumnos.

## Premio a la Excelencia Académica Estudiantil.

### FOTOGRAFÍAS



Evento entrega de Premio a la Excelencia Académica al estudiante con mejor promedio estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación 2015, el evento se realizó el 21 de mayo del año 2015 en las instalaciones del Iglú de la Ciudad Universitaria de la Zona 12. En su orden Licda. Floralba Pérez Folgar, Estudiante Homenajeado y Débora Rocío de León Mérida.