

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

***“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación  
Externa para la Facultad de Odontología de  
la Universidad de San Carlos de Guatemala”.***

TESIS PRESENTADA POR:  
**EVELIN ALICIA VÁSQUEZ DÍAZ**

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE:**  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ASESOR:**  
LICENCIADO MARCO ANTONIO PINEDA JURADO

Guatemala, agosto de 2010

## **DIRECTOR**

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

## **CONSEJO DIRECTIVO**

Representantes Docentes

Lic. Julio Moreno

Lic. Freddy Morales

## **REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Adriana Leticia Castañeda Morataya

Milton Giovanni Lobo Barrera

## **REPRESENTES DE EGRESADOS**

Lic. Ramiro Mac Donald

## **SECRETARIO**

Lic. Axel Santizo Flores

## **TRIBUNAL EXAMINADOR**

Lic. Marco Antonio Pineda Jurado (Presidente)

M.A. Donaldo Vásquez

M.Sc. Sergio Morataya

M.A. Regina Miranda

M.A. Rudy Cabrera

Lic. Gustavo Morán



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

Guatemala, 29 de mayo de 2009  
Dictamen aprobación 09-09  
Comisión de Tesis

Estudiante  
Evelin Alicia Vásquez Díaz  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante Vásquez:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la comisión de tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 02-2009 de sesión celebrada el 29 de mayo de 2009.

1.1. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar a la estudiante Evelin Alicia Vásquez Díaz, carné 199921556, el proyecto de tesis *DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA*. B) Nombrar como asesor a: licenciado Marco Antonio Pineda Jurado.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

M.A. Aracelly Mérida  
Coordinador Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.



185-09

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

Guatemala, 25 de agosto de 2009  
Comité Revisor  
Ref. CT-Akmg 34-2009

Estudiante

**Evelin Alicia Vásquez Díaz**

Carné **199921556**

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimada estudiante Vásquez:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta Comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su trabajo: "*Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala*", previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.


Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

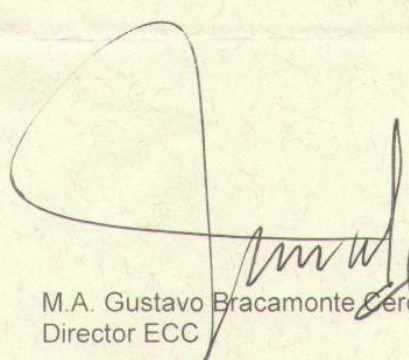
Lic. Marco Antonio Pineda Jurado, Presidente  
M.A. Donaldo Vásquez, Revisor  
M.A. Sergio Morataya, Revisor

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis

  
M.A. Gustavo Bracamonte Ceron  
Director ECC



Adjunto: fotocopia del informe final de tesis  
Copia: archivo.  
AM/GB/Ingrid c.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2476-9926  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Fax: (502) 2476-9938  
[www.comunicacionusac.com.gt](http://www.comunicacionusac.com.gt)



Guatemala, mayo 2010

Señores  
CONSEJO DIRECTIVO  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M-2  
Ciudad Universitaria, Zona 12  
Presente

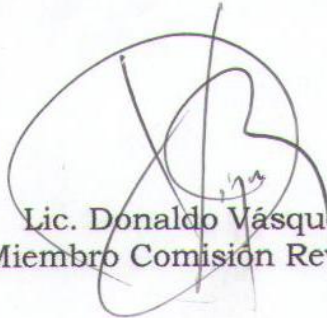
Distinguidos Señores:

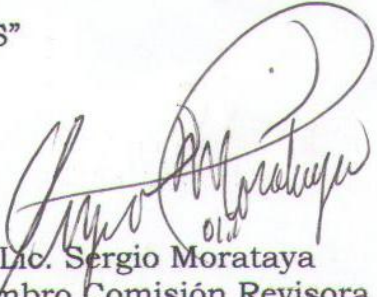
Por este medio informamos a ustedes que la estudiante **Evelin Alicia Vásquez Díaz** carne **199921556**, hay realizado las correcciones y recomendaciones al TRABAJO DE TESIS, cuyo titulo es: "*Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala*".

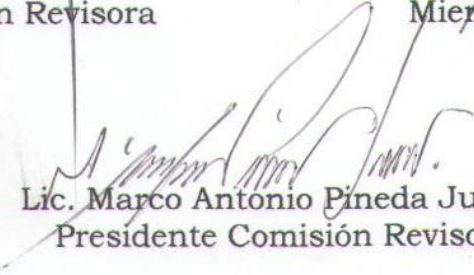
En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Lic. Donald Vázquez  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Sergio Morataya  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Marco Antonio Pineda Jurado  
Presidente Comisión Revisora



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

Guatemala, 12 de julio de 2010  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 15 -2010

Estudiante  
**Evelín Alicia Vásquez Díaz**  
Carné 199921556  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Vásquez**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, siendo ellos:

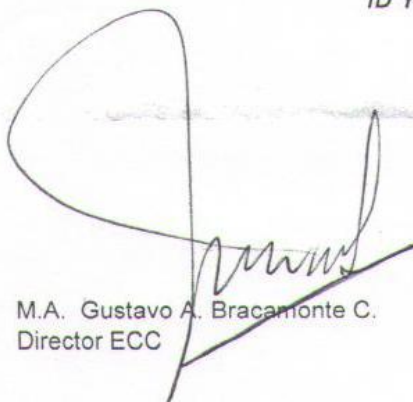
Lic. Marco Antonio Pineda Jurado, presidente.  
M.A. Donaldo Vásquez, revisor.  
M.Sc. Sergio Morataya, revisor.  
M.A. Rudy Cabrera, examinador.  
M.A. Regina Miranda, examinadora.  
Lic. Gustavo Morán, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Gustavo A. Bracamonte C.  
Director ECC



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/Eunice S.



171-10

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

Guatemala, 05 de agosto de 2010  
**Orden de Impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 18-2010

Estudiante  
**Evelin Alicia Vásquez Díaz**  
Carné **199921556**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Vásquez:

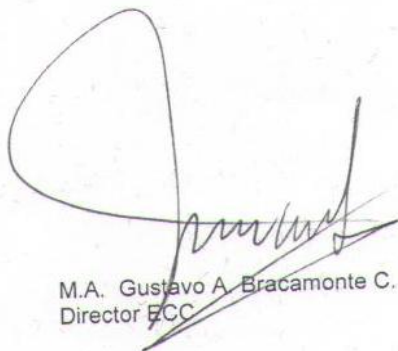
Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, donde consta que el estudiante hizo las recomendaciones del tribunal examinador, se emite la orden de impresión de su trabajo de investigación, con el título **DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**.

Apriaremos que diez ejemplares impresos sean entregados en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2. Seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta Escuela como usted, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



M.A. Gustavo A. Bracamonte C.  
Director ECC



M.A. Afacelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/Eunice S.

[www.comunicacionusac.com.gt](http://www.comunicacionusac.com.gt)

***“Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo”.***



# DEDICATORIA

## **A Dios**

Por ser el centro de mi vida, por darme la fuerza, la sabiduría y el entendimiento, porque solo en ti mi Dios, encontré el poder para vencer cualquier dificultad. Gracias Padre por permitirme alcanzar esta meta porque sé que solo por ti lo he logrado, tuyo en mi triunfo, la honra y la gloria.

## **A mis padres**

Antonio Vásquez González (Q.E.P.D) y en especial a Guadalupe Díaz de Vásquez, (lupita), Gracias por todo el apoyo, sacrificio y esfuerzo, que me has brindado para llegar hasta la cumbre de mi carrera. Porque has dedicado tu vida con amor para formarme como persona y porque has sabido guiar mis pasos por el camino correcto. Te amo con todo mi corazón por haber aceptado la responsabilidad de cuidarme en el camino de la vida.

## **A mi hija**

Verónica Andrea Dessiré, el angelito que Dios me dio, por ser mi mayor inspiración, Gracias por tu amor, paciencia, comprensión, apoyo y sobre todo por creer en mí.

## **A mis hermanos**

Verónica Aimeé y Edwin Antonio, por el amor y apoyo que me han dado, porque han sido mis amigos y consejeros. Gracias por su confianza y el soporte que me han dado siempre no importando la circunstancia.

## **A mis Amigas**

Jaquelin López, María Teresa Bonilla, Sindy de León, Janeth Robles, Heidi Estrada y Jackeline Escobar. Por haber compartido junto conmigo tantas experiencias inolvidables a lo largo del camino, gracias por su cariño y amistad, por formar parte de mi vida y mis recuerdos.

# INDICE

Pág.

<b>1</b>	<b>RESUMEN</b>
<b>2</b>	<b>INTRODUCCIÒN</b>
<b>3</b>	<b>CAPITULO I</b>
	<b>Marco Conceptual</b>
<b>4</b>	1.1 Título del tema
<b>4</b>	1.2 Antecedentes
<b>4</b>	1.3 Justificación
<b>5</b>	1.4 Planteamiento del Problema
<b>5</b>	1.5 Alcances y Limites
<b>6</b>	<b>CAPITULO II</b>
	<b>Marco Teórico</b>
<b>7</b>	2.1 Facultad de Odontología
<b>7</b>	Antecedentes
<b>8</b>	Misión
<b>9</b>	Visión
<b>9</b>	Objetivo General
<b>9</b>	Funciones Generales
<b>10</b>	Estructura Organizativa
<b>11</b>	Estructura de la Facultad de Odontología
<b>12</b>	Organigrama General de la Facultad de Odontología
<b>13</b>	2.2 Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>13</b>	2.3 Diagnóstico
<b>13</b>	2.3.1 Diagnóstico Participativo
<b>13</b>	2.3.2 Diagnóstico Pasivo
<b>14</b>	2.3.3 Pasos a seguir para elaborar un Diagnóstico
<b>14</b>	2.4 Comunicación
<b>15</b>	2.5 Clasificación de Comunicación
<b>15</b>	2.5.1 Comunicación Mixta
<b>15</b>	2.5.2 Comunicación Formal e Informal
<b>16</b>	2.5.3 Comunicación Preventiva
<b>16</b>	2.6 Comunicación Externa
<b>17</b>	2.6.1 Funciones de la Comunicación Externa
<b>17</b>	2.6.2 Herramientas para la Comunicación Externa
<b>18</b>	2.6.3 Objetivos de la Comunicación Exterior
<b>18</b>	2.6.4 Medios de Comunicación
<b>19</b>	2.7 Propuesta
<b>19</b>	2.7.1 Tipo de Herramientas para una propuesta de Comunicación Externa

<b>Pág.</b>	
<b>20</b>	<b>CAPITULO III</b>
	<b>Marco Metodológico</b>
<b>21</b>	Tipo de investigación
<b>21</b>	3.1 Observación
<b>21</b>	3.2 Procesamiento, análisis e interpretación de la información
<b>22</b>	3.3 Objetivos
<b>22</b>	3.4 Técnica
<b>22</b>	3.5 Instrumento
<b>23</b>	3.6 Población
<b>24</b>	3.7 Muestra
<b>25</b>	<b>CAPITULO IV</b>
	<b>Presentación y Análisis de Resultados</b>
<b>26</b>	4.1 Entrevista realizada al Decano de la Facultad
<b>27-33</b>	A. Resultados encuestas a trabajadores de las Clínicas de la Facultad de Odontología
<b>34-38</b>	B. Resultados encuestas a docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología
<b>39-43</b>	C. Resultados encuestas a estudiantes de las Clínicas de la Facultad de Odontología
<b>44-50</b>	D. Resultados encuestas a pacientes de las Clínicas de la Facultad de Odontología
<b>51</b>	<b>CAPITULO V</b>
	<b>Propuesta</b>
<b>52-53</b>	5.1 Propuesta de Comunicación Externa
<b>54</b>	Propuesta Sport Radial
<b>55</b>	Propuesta Brochure
<b>56</b>	Propuesta Mapa de Ubicación Edificio M-1, Primer nivel
<b>57</b>	Propuesta Mapa de Ubicación Edificio M-1, Segundo nivel
<b>58-65</b>	Propuesta Señalización del edificio M-1
<b>66</b>	Conclusiones
<b>67</b>	Recomendaciones
<b>68</b>	<b>Anexos</b>
<b>69</b>	Formato encuesta Pacientes
<b>71</b>	Formato encuesta Estudiantes- Docentes
<b>73</b>	Formato encuesta Personal Clínica
<b>75</b>	Referencias Bibliográfica

*“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa  
para la Facultad de Odontología de la Universidad  
de San Carlos de Guatemala”.*

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

## **RESUMEN**

### **Título:**

*Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.*

### **Planteamiento del problema:**

¿Cuál es la situación de la comunicación externa de la *Facultad de Odontología de la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA?*

### **Procedimiento para obtener los datos:**

Compilación de información bibliográfica e Internet.

Se realizó una encuesta a Pacientes, Personal Administrativo, Estudiantes y Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología, para conocer su apreciación en aspectos concernientes a los medios de comunicación utilizados en dicha Facultad.

Se presentan las gráficas con sus resultados e interpretaciones.

### **Resultado y Conclusiones:**

Para determinar la necesidad de la difusión de los servicios de la Facultad de Odontología, se realizó previamente un diagnóstico de la situación actual de la facultad por medio de encuestas a diferentes sectores obteniendo resultados significativos:

Al analizar los resultados entre docente-estudiante y personal de clínicas-paciente se encontraron deficiencias al transmitir información tanto de carácter escrita como verbal.

Se constato que los estudiantes se encargan de informar a los pacientes sobre algunos trámites administrativos que deben realizar; sin embargo, la información no es proporcionada a cabalidad, así mismo se observo que el resto de pacientes carecen de este tipo de información u orientación sobre los servicios clínicos.

En el sector administrativo, hay carencia de información de primera línea para transmitir al público externo.

Es necesario que la información que el personal de Clínicas transmita a los pacientes se realice de forma clara y sencilla.

## INTRODUCCIÓN

La Facultad de Odontología necesita dar a conocer a la población los servicios que presta.

El presente proyecto se desarrolla debido a la carencia de la explotación de los recursos existentes en la Universidad, tales como: Radio Universidad, TV USAC y el Periódico Universidad.

El diseño de ésta propuesta de comunicación servirá para aprovechar los recursos existentes.

Toda institución, necesita proyectar una imagen definida, por lo que se realizó, un análisis a través de encuestas que ayudan a establecer la imagen de la Facultad de Odontología, a obtener información para la validación de la propuesta de comunicación y definir quienes son, que hacen y como lo hacen.

El presente proyecto propone y busca soluciones a las necesidades de comunicación a través de una propuesta que logre resolver la problemática de comunicación establecida.

Actualmente la Facultad de Odontología no cuenta con una oficina de Comunicación, lo cual dificulta proyectar realmente la imagen vanguardista de la Facultad, y los servicios clínicos sociales que ofrece.

Es necesario implementar una oficina de Comunicación a efecto que se pueda mantener informado a todos los sectores de la Facultad, y personas externas que reciben servicios clínicos.

Se puede afirmar que los objetivos de la investigación fueron alcanzados en forma satisfactoria.

Así mismo fue invaluable la colaboración de cada uno de los sectores objeto de investigación, sin cuya contribución esta investigación no hubiera sido posible.



# **CAPITULO I**

## **MARCO CONCEPTUAL**

## **CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL**

### **1.1 TITULO DEL TEMA**

Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **1.2 ANTECEDENTES**

Desde el año 2007 trabajo dentro de la Facultad de Odontología, durante ese tiempo pude observar que no son empleados los canales necesarios para dar a conocer los servicios clínicos de la Facultad. Por lo que decidí hacer un aporte institucional desarrollando mi tema de investigación basado en la Comunicación Externa que debe de desarrollarse dentro y fuera de las instalaciones de la Facultad.

A principios del 2009 tuve la oportunidad de exponerle al Señor Decano de la Facultad de Odontología la idea de desarrollar este tema de investigación relacionado con la Facultad. Desde entonces he contado con su apoyo e interés en el desarrollo de la misma.

En la actualidad son pocas las Facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala que cuentan con personal que desarrolle como función principal, el manejo de la Comunicación.

Se puede observar que durante el transcurso de los años han surgido diferentes trabajos de investigación que sobresaltan la importancia de la Comunicación en todos los ámbitos institucionales, por lo que se puede mencionar las siguientes tesis:

- Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Alternativa en el Centro de Atención Médica Integral para Pensionados (CAMIP).
- Propuesta de Estrategias Comunicacionales Internas y Externas para crear una Imagen Positiva del Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala.
- Estudio de Factibilidad para la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La experiencia de trabajo personal ha determinado el conocimiento de la gran deficiencia que existe entre las relaciones comunicativas que tiene la Facultad, para poder informar de una forma eficiente.

La comunicación es un elemento indispensable en la sociedad y para muchas Instituciones que interactúan en ella, sean estas de tipo privada o pública. De tal manera se hace hincapié en la importancia que la comunicación tiene para los individuos y las empresas.

La oficina de Comunicación es necesaria dentro de cualquier institución, especialmente si hablamos a nivel de educación superior, ya que tiene contacto con diferentes sectores de la población a grandes magnitudes, además, de mejorar la imagen y facilitar el acceso a los servicios e información que esta Facultad ofrece.

Actualmente la Facultad de Odontología no cuenta con una oficina de Comunicación, lo cual dificulta proyectar realmente la imagen vanguardista de la Facultad, y los servicios clínicos sociales que ofrece.

Es necesario implementar una oficina de comunicación a efecto que se pueda mantener informados a todos los sectores de la Facultad, (docente, administrativos) y personas externas que reciben servicios clínicos.



#### **1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la situación actual de la comunicación externa de la Facultad de Odontología de la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA?

#### **1.5 ALCANCES**

Esta investigación tiene cobertura para el personal docente, administrativo y personas externas que reciben servicios clínicos (pacientes).

El trabajo de investigación se realizó del 1 al 11 de junio del 2009.

La entrevista se realizó usando la técnica de la encuesta, formulando preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple.

#### **1.6 LÍMITES**

El estudio se circunscribe en las Clínicas de la Facultad de Odontología Edificio M-1. Área en donde se concentra los grupos objetivos.



## **CAPITULO II MARCO TEÓRICO**

## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

Para comprender la intención del presente tema: *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala*, se analizó por separado cada una de los términos que lo componen.

### 2.1 FACULTAD DE ODONTOLOGÍA

Es una de las unidades académicas que conforman a la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la Facultad de Odontología, que brinda formación profesional a nivel de pregrado en el grado de licenciado y a nivel de postgrado, actualmente con la especialización en los programas de Endodoncia y Ortodoncia Maxilofacial.

La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la Unidad Académica que tiene a su cargo la formación de profesionales de la Estomatología que a nivel de pregrado son graduados, acreditados y certificados con el título de CIRUJANO DENTISTA en el grado de LICENCIADO.

El pensum de estudios es de tipo cerrado con una duración de seis años, partiendo desde una base científica común, hacia programas específicos de formación en asignaturas que en los años iniciales tienen contenidos mayoritariamente teóricos y paulatinamente dan paso a prácticas de laboratorio que afianzan el aprendizaje psicométrico, previo a la realización de la práctica clínica supervisada a través de la cual la facultad se proyecta a la sociedad guatemalteca.

Durante la carrera de Cirujano Dentista el estudiante tiene la posibilidad de participar en actividades de carácter oficial obligatorias, como en actividades de extensión y servicio que no solamente le brindan una formación integral, sino que a la vez le permiten integrarse como grupo de estudio y amistad en actividades que fortalecen su conciencia social, espíritu de servicio e identificación con la problemática que afronta la población en general.

Para la obtención del grado académico luego de cursar cinco años de formación a nivel teórico, práctico, laboratorio y clínico, el proceso de formación culmina con la práctica que se realiza dando cobertura en salud bucal al interior del país a través del Programa de Ejercicio Profesional Supervisado conocido como E.P.S.

El profesional egresado cuenta actualmente con la posibilidad de continuar sus estudios en una rama específica de la Odontología participando en los programas de especialización que ofrece la Unidad de Estudios de Postgrado, a través de la Especialidad de Endodoncia y la Especialidad de Ortodoncia y Ortopedia Maxilofacial, con lo cual la Facultad de Odontología fortalece la formación brindada a sus estudiantes, con la adquisición del grado académico de ESPECIALISTA. (**Plan Estratégico, Facultad de Odontología, 2005**).

### ANTECEDENTES

Los estudios de Odontología 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 Farmacia, fue establecida la Escuela de Odontología por Decreto Gubernativo No.2336. Posteriormente, la Escuela Dental se independizó de la Facultad de Ciencias Médicas, constituyéndose como Facultad de Odontología el 1 de abril de 1940. 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 desarrolló 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 del Ejercicio Profesional Supervisado, que vino a constituir el 6°. Año de la carrera. Así mismo, los dos primeros años se incorporaron al denominado Departamento de Estudios Básicos que más tarde se identificaría como Departamento de Estudios Generales. Ello significó que los estudiantes de Odontología se integraban efectivamente a su Facultad hasta el tercer año de sus estudios universitarios.

En el año de 1968, al desaparecer el Departamento de Estudios Generales, los estudiantes de Odontología de 1°.y 2°. Años 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 formación 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 por un período de más de quince años, las cuales recomendaron que los dos primeros años se impartieran en la Facultad de Odontología. Fue así como en 1993, se conoció el informe de la comisión específica, conformada con el objeto de analizar la situación del currículo de la Facultad. Dicho informe señaló un desfase en la formación del profesional de la Odontología, enfocado así: 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 carga teórica, laboratorios y práctica clínica a partir del tercer año, lo que incidió negativamente en la formación del estudiante en la distribución del tiempo, ocasionando frustración de los sectores docente y estudiantil y generando hacinamiento e incremento de la repitencia 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. **(Plan Estratégico, Facultad de Odontología, 2005)**

## 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 alta 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, mediante la adecuada planificación de programas de docencia, investigación y extensión, teniendo en cuenta la diversidad cultural, social y lingüística del país.

Asimismo, 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. **(Plan Estratégico, Facultad de Odontología, 2005)**

## VISIÓN

La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la Unidad Académica en educación superior de mayor trayectoria como formadora de profesionales certificados y acreditados en el campo de la Estomatología. Es una facultad altamente competitiva, involucrada y comprometida de forma institucional con el contexto nacional en la solución de los problemas estomatológicos que afronta la población guatemalteca. Cuenta con personal docente y administrativo calificado e identificado con los fines y principios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que atiende con amabilidad, respeto y profesionalismo a las personas que demandan los servicios de salud.

Además genera e impulsa políticas e iniciativas de ley, promoviendo y desarrollando proyectos de impacto social en materia de salud bucal.

*Como institución se inserta en el contexto educativo nacional e internacional con programas de formación académica de pregrado y postgrado, fomentando el intercambio y actualización constante con centros de formación e investigación a nivel nacional, regional e internacional. (Plan Estratégico, Facultad de Odontología, 2005)*

## OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la Facultad de Odontología es proporcionar las condiciones adecuadas para que el estudiante 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 los guatemaltecos.

## FUNCIONES GENERALES

1. Estimular en los estudiantes de la Facultad de Odontología la adquisición de conocimientos y habilidades psicomotoras, así como el desarrollo de valores y actitudes deseables para su formación profesional en el campo de la Estomatología.
2. Proveer al estudiante de Odontología, los insumos y condiciones necesarias para la adquisición de habilidades y destrezas necesarias en su formación profesional, haciendo uso adecuado y pertinente de los avances tecnológicos a su alcance y teniendo en cuenta las nuevas tendencias en el campo odontológico.
3. Promover la salud bucal de la población guatemalteca mediante la formación de profesionales debidamente capacitados, que respondan de manera eficaz a la solución de la problemática enfrentada por la población, así como a través de iniciativas en salud.
4. Ser el ente rector en la formación de profesionales en Estomatología, mediante la investigación, actualización y revisión constante de los programas de estudio y por ende del currículo, a fin de proveer a través del mismo el impulso necesario para la modernización de la práctica odontológica en todos los ámbitos de acción de los estudiantes y egresados. **(Plan Estratégico, Facultad de Odontología, 2005).**

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para la consecución de sus fines y objetivos, la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se encuentra estructurada de manera lógica y ordenada a fin de dar fluidez y orden al proceso de formación de los estudiantes tanto a nivel de pregrado como de post grado.

Para llegar a la estructura organizativa que prevalece a la fecha, la Facultad de Odontología ha atravesado un interesante proceso de consolidación en el que ha integrado a su estructura una serie de elementos que le confieren solidez, versatilidad e integralidad, tanto en el campo administrativo como en el académico, convirtiéndose en una facultad sólida y pionera en la educación superior en el campo de la Estomatología, lo que ha dado prestigio y respaldo a la formación de sus estudiantes.

La forma básica de organización de la facultad está dada por la estructura conocida como UNIDAD, que para fines de aplicabilidad se define como la instancia docente administrativa que reúne a profesores y personal administrativo que comparten fines y objetivos comunes en relación con una temática de determinada disciplina. De ella puede derivarse según la naturaleza de sus contenidos programáticos, otra figura organizativa interna conocida como DEPARTAMENTO, que es la estructura administrativa que aglutina lo concerniente a una temática específica o estrechamente relacionada con una especialidad de la Odontología. Cada departamento comprende como parte de su organización los denominados CURSOS, que dependiendo de la extensión de la temática a tratar pueden ser impartidos en uno o varios años de la carrera y por lo tanto pueden ser uno o varios.

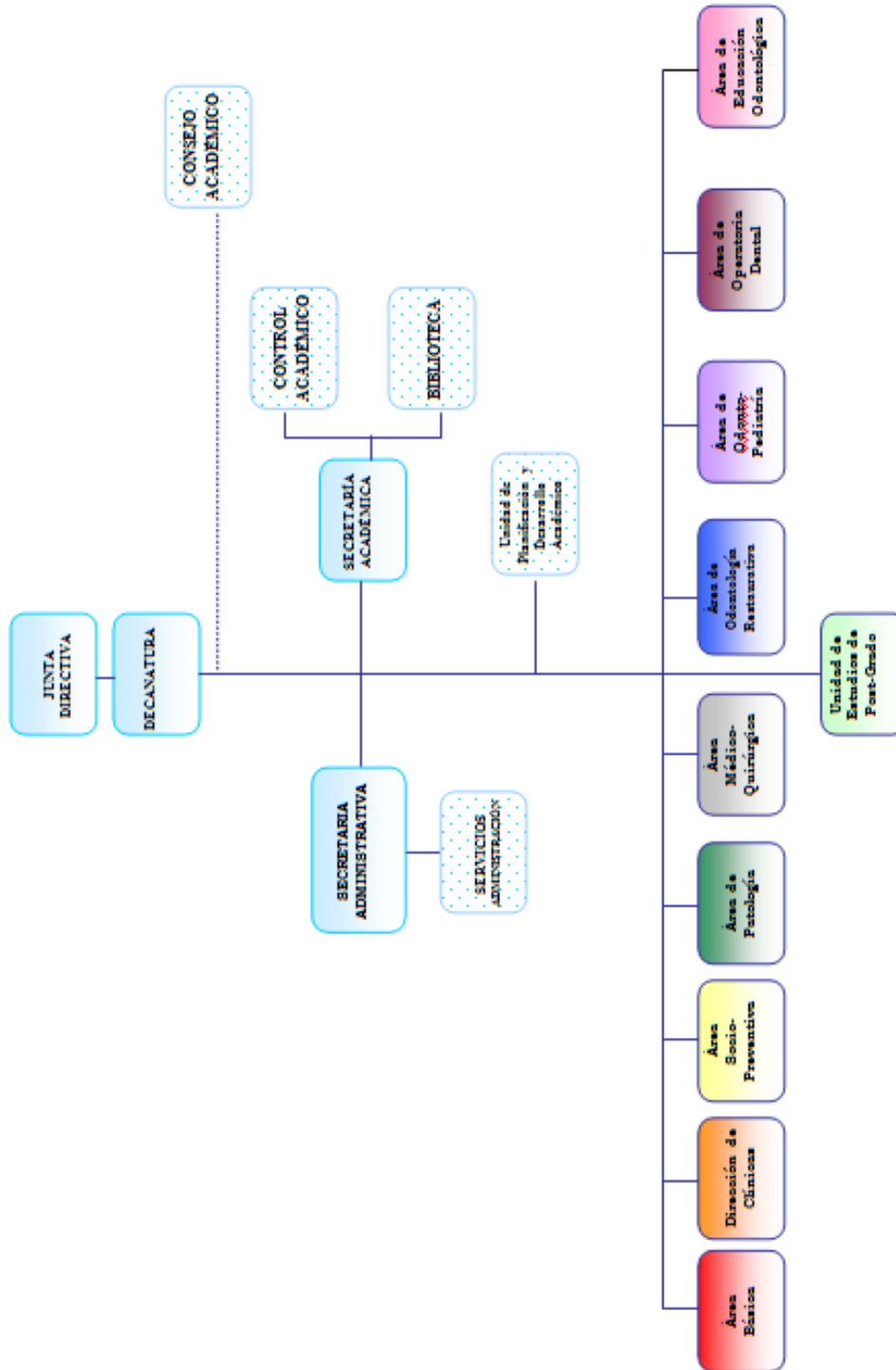
Cada uno de los elementos que conforman esta estructura se encuentran armónicamente ensamblados y entrelazados en su representación organizacional conocida como ORGANIGRAMA GENERAL que sitúa cada uno de sus componentes y lo operativiza dentro de un marco de referencia que determina su proyección y funcionamiento. La ubicación estratégica de cada uno de sus componentes es lo que le confiere la solidez que como unidad académica la ha destacado en el ambiente universitario. **(Manual de Organización de la Facultad de Odontología, 2007).**

## **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA**

- Junta Directiva
- Decano
- Secretaria Académica
- Secretario Adjunto (Administrativo)
- Director del Área Básica
- Director de Clínicas
- Director del Área de Odontología Socio Preventiva
- Director de Área de Patología
- Director del Área de Médico Quirúrgica
- Director del Área de Odontología Restaurativa
- Director del Departamento de Odontopediatría
- Director de Unidad de Estudios de Post-Grado
- Biblioteca de la Facultad de Odontología
- Programador de Computación
- Jefe de Servicios
- Departamento de Reproducción
- Trabajadora Social de la Facultad de Odontología
- Tesorero de la Facultad de Odontología

# Organigrama General

Facultad de Odontología  
Universidad de San Carlos de Guatemala





## 2.2 UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

La Universidad de San Carlos de Guatemala es una Institución Pública de Educación Superior, autónoma, de interés social y con personalidad jurídica y patrimonio propios, la cual está regida por las disposiciones de la Ley Orgánica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, los Estatutos y Reglamentos especiales. Sus fines son conservar, crear, transmitir la cultura en beneficio de la sociedad y con el más alto nivel de calidad académica. Sus funciones sustantivas son la docencia, la investigación, la difusión de la cultura y la extensión de los servicios brindados a la sociedad por las distintas unidades académicas.

## 2.3 DIAGNÓSTICO

“La palabra DIAGNÓSTICO proviene del griego *diagnos* y significa distinguir, discernir, conocer. Pero para llegar a la tercera acepción es preciso pasar por las dos primeras. El diagnóstico es un primer lugar, un ejercicio de diferenciación de los elementos de la realidad. Y en última instancia, una lectura esencial de la realidad, una lectura de sus conexiones esenciales, de una perspectiva histórica”. **Prieto Castillo (1985: p.39)**

El diagnóstico es el reconocimiento de un problema y sus posibles soluciones. En el ámbito de la comunicación implica detectar las necesidades sociales de comunicación presentes en determinadas condiciones, es decir, la diferencia entre la información necesaria y la disponible para la comprensión y orientación de la práctica social de individuos, grupos, estratos, clases, naciones”.

“En materia de investigación, es importante analizar cuál es la visión de desarrollo de la institución que tienen sus líderes, para luego definir cómo puede la comunicación contribuir con ese proceso y la manera de cómo se inserta el tema de la investigación”.

La comunicación social y la investigación no pueden desligarse de los aspectos de desarrollo de las instituciones, entendiendo el desarrollo como el mejoramiento de las condiciones con una visión de sostenibilidad a lo largo del tiempo: políticas, implementación de proyectos, creación de nueva infraestructura, divulgación de resultados de investigación, la educación y otros.

Como en todo estudio existen diversos métodos para obtener una aproximación acerca de la percepción de Divulgación de resultados y su gestión para lograrlo. **Prieto Castillo (1985: p.30)**

### 2.3.1 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

“El diagnóstico participativo reconocer su situación, selecciona problemas, se organiza para buscar datos, analiza estos últimos, saca conclusiones, ejerce en todo momento su poder de decisión, esta al tanto de lo que hacen los demás, ofrece su esfuerzo y su experiencia para llevar adelante una labor en común”. **Prieto Castillo (1985: p.30)**

### 2.3.2 DIAGNÓSTICO PASIVO

“Es practicado por un grupo de especialistas, de manera tal que la gente (sea parte de una organización o de una comunidad en general), es tomada como objeto de análisis, todo se hace desde fuera de ella, alguien recoge datos que le pertenecen, los evalúa y saca conclusiones sin su participación. Los propios interesados son integrados al diagnóstico sólo para dar información, muchas veces ni siquiera saben para qué se les pide tal o cual dato, ya sea porque nada se les explica o porque directamente les mienten. Podemos denominar también a este tipo de procedimiento *diagnóstico autoritario*”. **Prieto Castillo (1985: p.30)**

Para conocer y medir las necesidades y desempeño de comunicación de una organización, es necesario entrar en contacto con los individuos y equipos que la forman, de una manera sistemática y ordenada, aplicando instrumentos de análisis confiables y válidos.

La investigación, aplicación de instrumentos, entrevistas directas y grupos de interés, así como una metodología rigurosa, son las herramientas para determinar el estado que guarda una organización, sus problemáticas de comunicación y posibles soluciones.

### 2.3.3 PASOS A SEGUIR PARA ELABORAR UN DIAGNÓSTICO

#### *Pre-diagnostico:*

Es evaluar la viabilidad y la factibilidad del diagnostico.

¿Son adecuadas las condiciones políticas y materiales para iniciar un proceso de diagnóstico?

#### *Objetivos Generales y Específicos:*

El objetivo general determina qué es lo que se quiere diagnosticar y explica el propósito del análisis. De este objetivo se desprenden los objetivos específicos.

#### *Marco Conceptual:*

Proporciona las nociones teóricas a las que se recurre para analizar la situación de comunicación. Estas se refieren al campo de la comunicación, a los objetivos del diagnóstico u otras disciplinas de la teoría social.

#### *Marco Metodológico y Herramientas:*

Consiste en seleccionar las técnicas (cualitativas y cuantitativas) e instrumentos que se utilizarán para la recopilación de la información.

#### *Realidad Comunicacional:*

Describe las situaciones de comunicación y los actores, posteriormente de analizar y valorar las debilidades y fortalezas en función de su incidencia en la gestión. De esta forma, se podrá comprender cómo cada uno de los actores se constituye en la trama compleja de las relaciones y las prácticas sociales. Todo ello con el objetivo final de entender los procesos organizacionales. **Bonta & Farber (1994:P128)**

## 2.4 COMUNICACIÓN

La palabra comunicación proviene del latín “comunicatio” y éste a su vez procede del sustantivo “comunico”, cuya traducción al castellano es participar en algo común. Tanto el sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su origen en la palabra “comunis”, raíz castellana de la palabra comunidad, la cual significa la participación o relación que se da entre individuos. **Interiano (1995: P.10).**

En la historia han existido personajes que han aportando su conocimiento para definir lo que significa Comunicación:

**Aristóteles:** Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.

**Kurt Lewin:** Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

**William Bortot:** Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas.

**André Martinet** dice que, es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí.

**Para David K. Berlo** es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor.

La comunicación se define como un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir, con un código en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado.

## **2.5 Clasificación de Comunicación**

### **2.5.1 Comunicación Mixta**

Representa el medio más completo de expresión. Combina, según la oportunidad y los factores circunstanciales que prevalecen en una ocasión determinada, los medios que convienen al propósito de la comunicación en especial. No obstante, la palabra hablada ofrece las mejores posibilidades de penetración del mensaje; la combinación de medio y el uso de aparatos, proporcionan el flujo comunicativo.

En otras condiciones, por ejemplo, los medios orales pueden apoyarse con la palabra escrita, con señales o visuales y aún con símbolos. En la multiplicidad de medio y en su selección, adecuada a las finalidades del mensaje, estriba el éxito de la comunicación y como se ha mencionada, es una manera recomendable de salvar las barreras, ruidos o interferencias que la pueden afectar. **Flores de Gortari (1988: P 54-61)**

### **2.5.2 Comunicación Formal e Informal**

La comunicación se puede clasificar de acuerdo al contexto, el lugar, la situación social y el ambiente psicológico en el que se produce. La comunicación puede ser:

**Comunicación Formal:** Es el intercambio de información que se da dentro de los integrantes de una organización, por los mecanismos y reglas establecidos y de acuerdo con el nivel jerárquico existente en la estructura formal, con el fin de realizar las actividades asignadas de acuerdo con los objetivos de la empresa.

Es la basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso. Es la comunicación planeada. Es generalmente aprobada por la dirección y comunicada a todos a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos, etc.

**Comunicación Informal:** Es el intercambio de información que se da dentro de los integrantes de una organización de forma espontánea, independiente de los puestos o niveles jerárquicos establecidos por la estructura formal y sin seguir ninguna clase de procedimientos o normas. Puede tener o no relación con actividades laborales y se da en forma de conversaciones informales, comentarios, rumores o anécdotas de las personas.

Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal. La comunicación informal se constituye de interacciones y relaciones sociales entre las personas situadas en ciertas posiciones de la organización formal.

Surge a partir de las relaciones e interacciones impuestas por la organización formal para el desempeño de los cargos. La comunicación informal comprende todos aquellos aspectos del sistema que no han sido planeados, pero que surgen espontáneamente en las actividades de los participantes, por tanto, para funciones innovadoras no previstas por la comunicación formal. **Fonseca Yerena (2000: P. 12).**

### **2.5.3 Comunicación Preventiva**

Es aquella que se planifica y desarrolla cuando no hay problemas graves que resolver, se implementa para evitar que aparezcan. Equivale a crear una vacuna contra la desintegración, apatía, desmotivación, resentimientos entre otros. **Homs Quiroa (1991: P. 148)**

La comunicación preventiva tiene como objetivo facilitar el diseño de estrategias preventivas y protocolos de comunicación que permitan controlar los efectos de la crisis en la opinión pública y en consecuencia, minimizar los daños inevitables. De ahí que las oficinas de comunicación sean piezas estratégicas en la operatividad de empresas e instituciones, pues de su eficacia y profesionalidad dependerá, en buena medida, su propia supervivencia en el concierto social.

## **2.6 COMUNICACIÓN EXTERNA**

Aquí se encierran todas aquellas formas comunicacionales que están dirigidas a sus públicos externos con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la institución.

A través de este tipo de comunicación las organizaciones cumplen una serie de metas, es ahí donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y el control de la organización.

Toda institución, cualquiera que sea su objetivo, (comercial, institucional, gubernamental, de producción, servicios, educacional, etc.) es creada para satisfacer necesidades sentidas, creadas o reales de una comunidad (local, regional, nacional o global). La dinámica es una sola: la institución requiere amoldarse a las condiciones existentes en la comunidad, sin ver hacia atrás, sólo hacia el futuro.

Las instituciones deben priorizar dentro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que dinamice los procesos que vivifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia.

Las comunicaciones institucionales externas promueven la participación, la integración y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales.

### **2.6.1 FORMAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA**

La comunicación organizacional externa, también se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.

En la comunicación externa se utiliza la Comunicación masiva, que es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para el público externo de la organización, está se puede dar de la siguiente manera:

*Conferencias de Prensa:* Se puede definir como una comunicación directa, en la cual interviene más de dos personas, las conferencias de prensas son dirigidas por algún dirigente de la institución, donde se transfiere información de interés general.

*Revista:* Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al fomento de la investigación, en la revistas se consignan la realidad de la organización.

*Periódico:* en vuelve el área de conocimiento especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.

*Boletín:* como se indicó anteriormente es uno de los medios más utilizados por las organizaciones, ya que sirve para los dos públicos.

Según Abraham Nosnik; para que la comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser:

*Abierta:* tiene como objetivo el comunicarse con el exterior; ésta hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes tanto al público interno como externo.

*Evolutiva:* hace énfasis a la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización.

*Flexible:* permite una comunicación oportuna entre lo formal e informal.

*Multidireccional:* esta maneja la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa entre otras.

*Instrumentada:* utiliza herramientas, soportes, dispositivos; esto con el propósito de que la información circule debidamente y llegue en el momento oportuno, y así la comunicación es efectiva.

### **2.6.2 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA**

*Fijar los objetivos de imagen según el público.* Esta fijación será el punto de referencia para la comunicación a aplicar para cada uno de los públicos. A la hora de fijar los objetivos, en primer lugar, se especifican los públicos objetivos siguiendo un orden de prioridades. En segundo lugar, se fijan los objetivos de imagen con los públicos ordenados, siguiendo un orden de prioridades.

*Fijar las estrategias de comunicación al servicio de la imagen; acciones a ejecutar con cada público para conseguir el objetivo.* Estrategia de mensaje y estrategia de medios. En la estrategia de mensaje, comprende los ejes argumentales de la campaña y proceso de creación de esos mensajes, de forma que los mensajes fuerza constituyen las líneas maestras de la estrategia de comunicación a partir de los que habrá que llegar a la realización concreta de la misma tanto en el terreno del contenido de la misma como en los medios a emplear.

### **2.6.2 Herramientas para la comunicación externa**

La comunicación externa de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.

### **2.6.3 Objetivos de la comunicación exterior:**

- Gestión de la imagen.
- Relación de la organización con su entorno
- Gestión del diálogo de la corporación con sus diferentes públicos.

La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización.

Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia, cuando las personas se sienten identificadas con la organización y mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera.

En este proceso comunicativo entran en juego la imagen marca-país, la imagen del sector y la reputación de la empresa. El aprovechamiento de los medios informativos como instrumento de promoción dependerá de la voluntad de comunicar de la empresa.

En este sentido, podemos resumir en tres los casos en los que se establecen relaciones entre una empresa y los medios de comunicación, sea para contactar por primera vez o para mantener y fortalecer un vínculo ya existente:

Acciones puntuales, corresponden a una oportunidad concreta como el lanzamiento de un producto o un contrato importante. El impacto en los medios, los contactos posteriores, las peticiones de información que lleguen a la empresa y el resultado económico de la acción son indicadores del interés que suscita el proyecto difundido.

Las ferias y salones son entornos comunicativos que interrelacionan a los diferentes públicos objetivo de una empresa. Las relaciones con los medios serán una herramienta más y conviene conocer los recursos que la organización ferial pone a disposición de los expositores.

Por último, las relaciones con los medios se inscriben en una estrategia real de penetración en un mercado a largo plazo. En este caso las acciones suelen contar con el asesoramiento de expertos, bien de una consultoría de comunicación.

### **2.6.4 Medios de comunicación**

A través de los medios de comunicación las empresas exportadoras pueden alcanzar a sus públicos y hacerse un hueco en nuevos mercados construyendo una imagen de su compañía, sus productos y sus servicios.

Los medios especializados sirven mejor a este objetivo en un principio, especialmente en el caso de las compañías más pequeñas y de los sectores industriales y tecnológicos. Una vez alcanzado cierto renombre, será más sencillo captar la atención de los medios de información general, por lo que hay que ofrecerles información fiable, competente, de calidad y de interés para su público. **Téllez Marmolejo (2005: P85-238)**

## 2.7 PROPUESTA

Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a uno para un fin.

Consulta de uno o más sujetos hechos al superior para empleo o beneficio.

Consulta de un asunto o negocio a la persona, junta o cuerpo que lo ha de resolver. **(RAE)**

### 2.7.1 Tipo de Herramientas para una propuesta de Comunicación Externa.

Las estrategias de comunicación externa definen, fortalecen y mantienen la imagen y la reputación ideal mediante el planeamiento estratégico y efectivo de su comunicación.

Las mejores acciones de comunicación son exitosas no por su espontaneidad sino por el cuidado invertido en su planificación.

Organización de actividades.

- Seminarios
- Congresos

Participación actividades.

- Ferias
- Debates públicos
- Mesas redondas
- Actos públicos

Patrocinio y mecenazgo, Publicidad institucional.

- Videos
- Folletos
- Anuncios

Una propuesta debe estar compuesta de dos lógicas, la informativa y la comunicativa. La función de la información en una propuesta consiste en difundir los sucesos, a partir de una selección de procedimientos en donde se encuentran involucrados los agentes de la organización, los medios de comunicación y los mensajes. Por su parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de calibración donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre el o los que emiten un mensaje y entre el o los que lo reciben.

**Wilcox, Dennis (2005:P 85)**



## **CAPITULO III MARCO METODOLÒGICO**



## CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Fue indispensable contar con la colaboración de las autoridades académicas y administrativas para realizar la etapa de investigación y diagnóstico de la Comunicación Externa que maneja la Facultad de Odontología. Se realizaron varias actividades, las cuales permitieron recopilar la información necesaria para conocer la situación en que se encuentra la Comunicación Externa.

Este capítulo es el encargado de describir los aspectos relacionados con la metodología empleada en la construcción de la investigación.

### TIPO DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1 *Observación Participativa*

La finalidad de esta investigación es observar y descubrir el grado de satisfacción de los pacientes respecto a las estrategias de comunicación utilizadas por la Facultad de Odontología.

Para ello se elaboró una encuesta adaptada específicamente a la Facultad de Odontología, aplicada con el fin de medir el grado de satisfacción de los pacientes sobre los servicios ofrecidos por la entidad.

La población de estudio la conforman los pacientes, personal administrativo, Estudiantes y Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología.

Para lograr los objetivos planteados, con la información recolectada se elaboraron tablas y gráficas que permiten tener la visión de los encuestados respecto a la percepción que existe en cada uno de los grupos objetivos con relación a aspectos concernientes a los medios de comunicación que utiliza la facultad de odontología para difundir información y los servicios que presta.

Se observó y se tomó nota de todos aquellos aspectos perceptibles a simple vista, así como aquellos subjetivos que no fueron proporcionados directamente por el personal.

#### 3.2 **OBJETIVOS**

##### **General**

Efectuar un diagnóstico sobre la Comunicación Externa de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala y desarrollar propuesta comunicacional.

##### **Específicos**

1. Indagar sobre la percepción que existe en cada uno de los grupos objetivos durante la investigación.
2. Determinar cuál es el tipo de comunicación que actualmente se maneja en la Facultad de Odontología.
3. Entrevistar al público externo que visita las instalaciones de la Facultad de Odontología y, establecer que los motivó a optar por cualquiera de los servicios que la misma ofrece.
4. Identificar la proyección a nivel externo que necesitan las Clínicas de la Facultad de Odontología.

5. Elaborar la propuesta de comunicación externa a la Facultad de Odontología, para mejorar los servicios.
6. Crear la oficina de Comunicación Social dentro de la Facultad.

### **3.3** Procesamiento, análisis e interpretación de la información

Finalmente, se procedió a procesar, analizar e interpretar la información recopilada durante el diagnóstico de una manera cualitativa y cuantitativa y es el punto de partida para generar la propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por ser la investigación de origen observación participativa, no se plantean hipótesis, solamente objetivos.

### **3.4. Técnica**

#### **3.4.1** Observación

Por medio de visitas a las instalaciones se determino que áreas administrativas y profesionales necesitan implementar con mayor impacto la comunicación externa.

### **3.5 Instrumento**

#### **3.5.1** Encuesta

Por medio de la observación se recabaron datos importantes, luego se determinaron los grupos objetivos para realizar el diagnóstico y se elaboro el instrumento de obtención de información, una encuesta la cual fue validada por la Coordinadora de la Comisión de Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el Director de las Clínicas de la Facultad de Odontología.

La encuesta elaborada para los pacientes, personal administrativo, Estudiantes y Docentes que asisten a las Clínicas de la Facultad de Odontología, sirvió para evaluar y conocer las opiniones sobre el problema.

Uno de los objetivos específicos, busca determinar cuál es el tipo de comunicación que actualmente se maneja en la Facultad de Odontología, por lo tanto tiene carácter cualitativo, ya que con las encuestas realizadas se recolecto información que permitió realizar un diagnóstico de comunicación que incluye la percepción que existe en cada uno de los grupos objetivos durante la investigación.

La forma de aplicación de la encuesta fue individual con cada uno de los grupos objetivos de la muestra mencionada anteriormente, el tiempo para responder el cuestionario fue aproximadamente de 5 a 10 minutos.

### 3.6 Población

A continuación se detalla la población de los diferentes grupos objetivos de la Facultad de Odontología:

\*Trabajadores de las Clínicas de la Facultad de Odontología

4	CONSERJES
2	VIGILANTES
2	RADIOLOGIA
1	CAJA
3	CIRUGIA
1	LAVANDERIA
1	ATENCION AL PACIENTE
1	INFORMACION
1	TRABAJADORA SOCIAL
1	SECRETARIA
5	DISPENSARIO
2	ESTERILIZACION
3	MANTENIMIENTO
27	

\*Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología

20	MEDICO QUIRURGICO
14	OPERATORIA
7	ODONTROPEDIATRIA
3	CLÍNICAS
44	

\*\*Estudiantes asignados que realizan práctica clínica en enero 2009.

64	Tercero "A"
61	Tercero "B"
94	Cuarto
101	Quinto
362	Pendiente de Requisitos
682	

2500 Pacientes Semanales en Clínicas de la Facultad de Odontología.

### 3.7 Muestra

La Clínica de la Facultad de Odontología presta servicio a 2500 usuarios aproximadamente de lunes a viernes en horario de 7:30 a 15:00 hrs.

La población sujeta a estudio abarcó específicamente a:

- \*20 Trabajadores de las Clínicas de la Facultad de Odontología
- \*30 Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología
- \*\*170 Estudiantes que realizan práctica clínica, se procedió a tomar una muestra del 25% del total de la población
- 250 Pacientes que visitan las Clínicas de la Facultad de Odontología, durante una semana alternada de la siguiente manera:  
lunes 1, miércoles 3, viernes 5, martes 9 y jueves 11 de julio del 2009.  
Se procedió a tomar una muestra de 10% del total de la población.

*Observación:*

*\*20 trabajadores corresponde al 74.01% y 30 docentes corresponde al 68.18% de la población de cada uno de los grupos objetivos. Con la anterior población no fue posible obtener el 100% de la muestra derivado a razones de horario.*

*\*\*El porcentaje de los estudiantes asignados varía a la fecha de la realización de las encuestas, ya que al llenar los requisitos pendientes los estudiantes proceden al Ejercicio Profesional Supervisado.*



## **CAPITULO IV**

# **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## **CAPITULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

La Facultad de Odontología no cuenta con un plan de comunicación para difundir los servicios clínicos que ofrece a la población, ya que no cuentan con personal capacitado para realizar la labor de comunicación. Por otro lado las autoridades están consientes que requieren de una estrategia de comunicación.

### **4.1 Entrevista realizada al Decano de la Facultad**

El Decano de la Facultad de Odontología como máxima autoridad de esta unidad académica exteriorizó su interés sobre la importancia de utilizar los medios de comunicación con que cuenta la Universidad, considera necesario que la facultad cuente con este tipo de recursos para brindar una mejor atención a la población, así como, mejorar los canales de comunicación con los diferentes grupos objetivos. **(Ver anexo)**

Es importante destacar que toda institución debe contar con una estrategia de comunicación, ya que sin ésta no se puede informar al grupo objetivo.

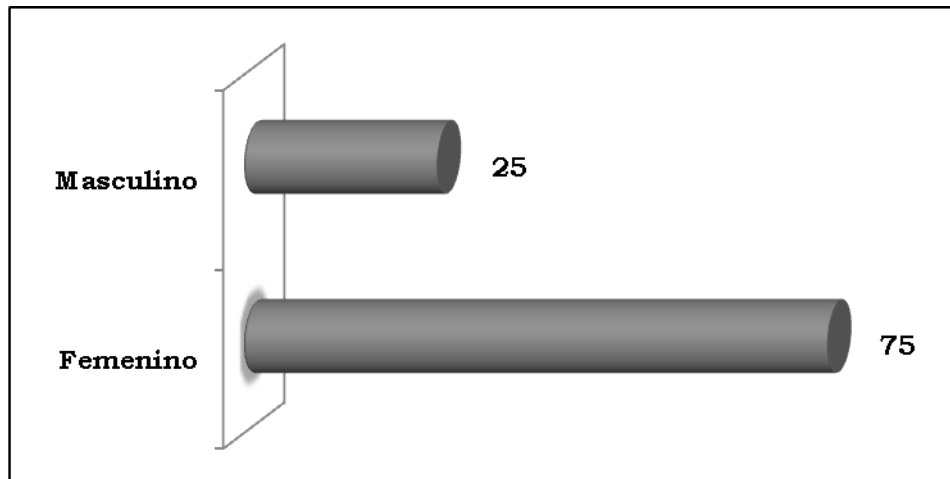
A continuación se presenta la descripción y análisis de los resultados obtenidos en la investigación, distribuidos de la siguiente manera:

Encuestas realizadas a:

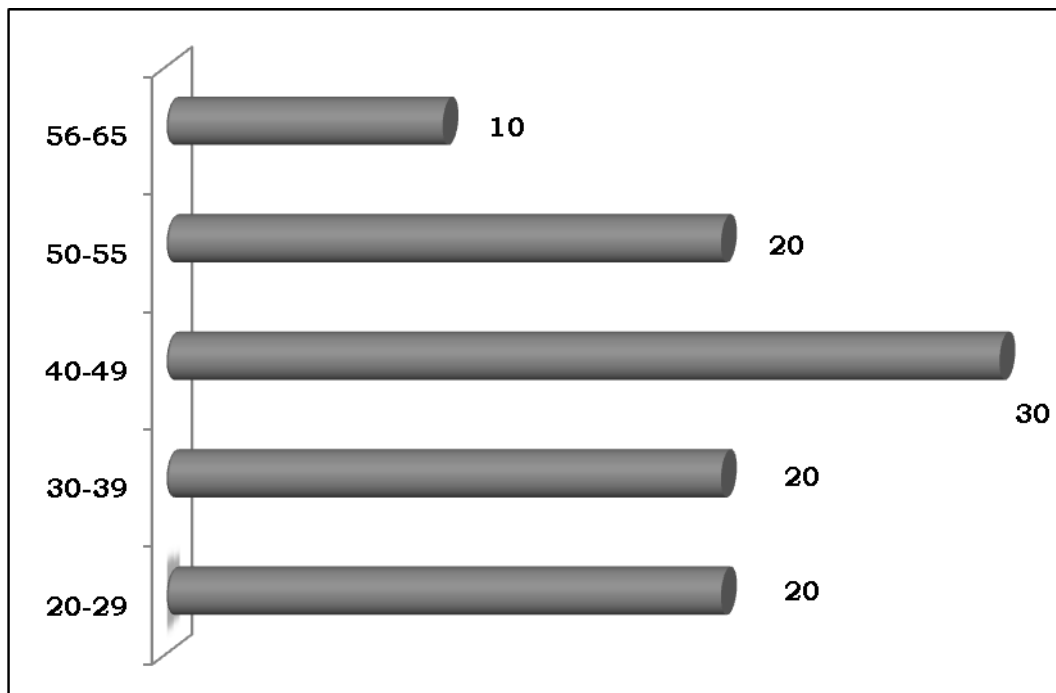
1. Trabajadores de las Clínicas de la Facultad de Odontología
2. Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología
3. Estudiantes que realizan práctica clínica
4. Pacientes que visitan las Clínicas de la Facultad de Odontología

## **A. 20 Trabajadores de las Clínicas de la Facultad de Odontología**

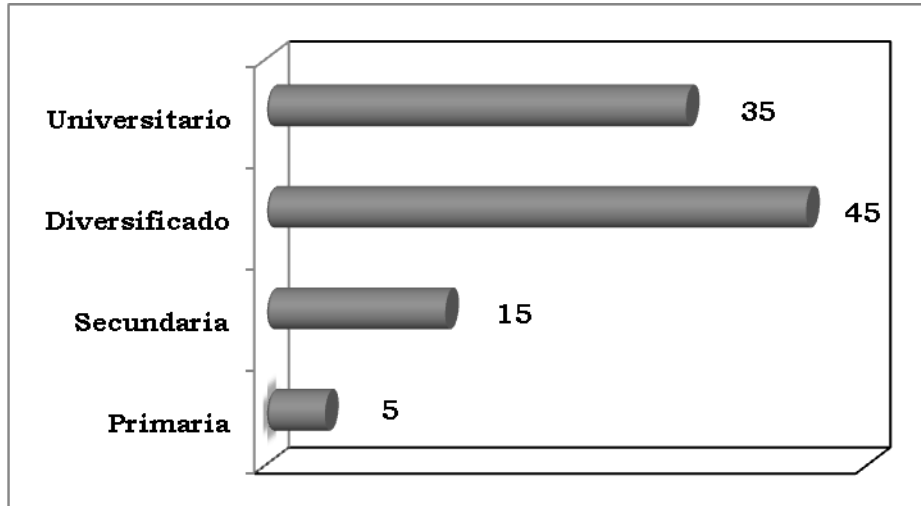
### **Sexo**



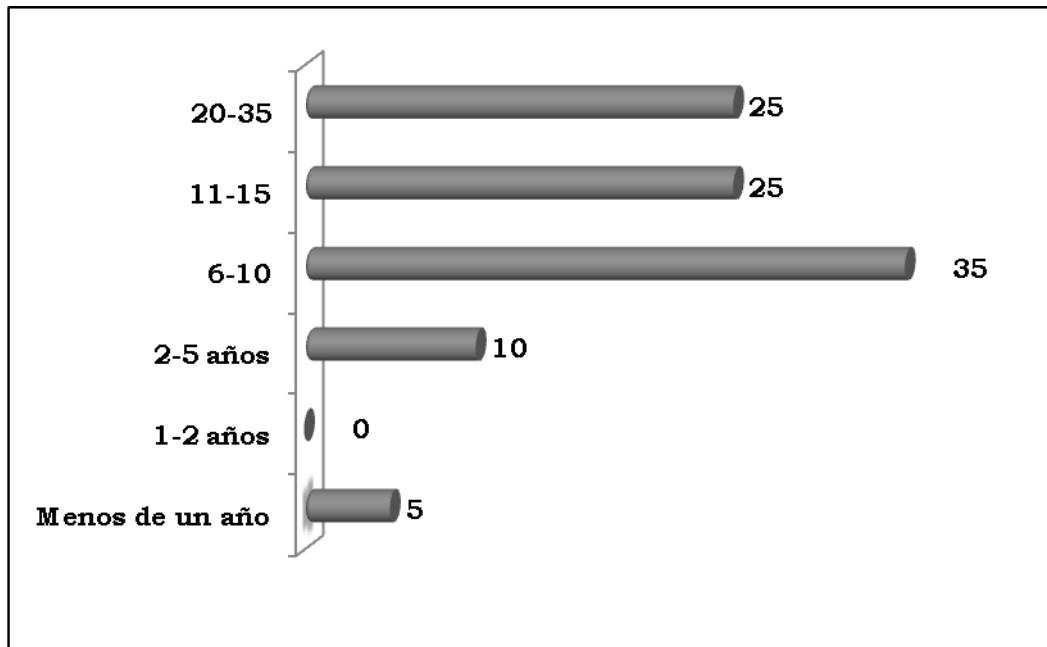
### **Edad**



## Escolaridad

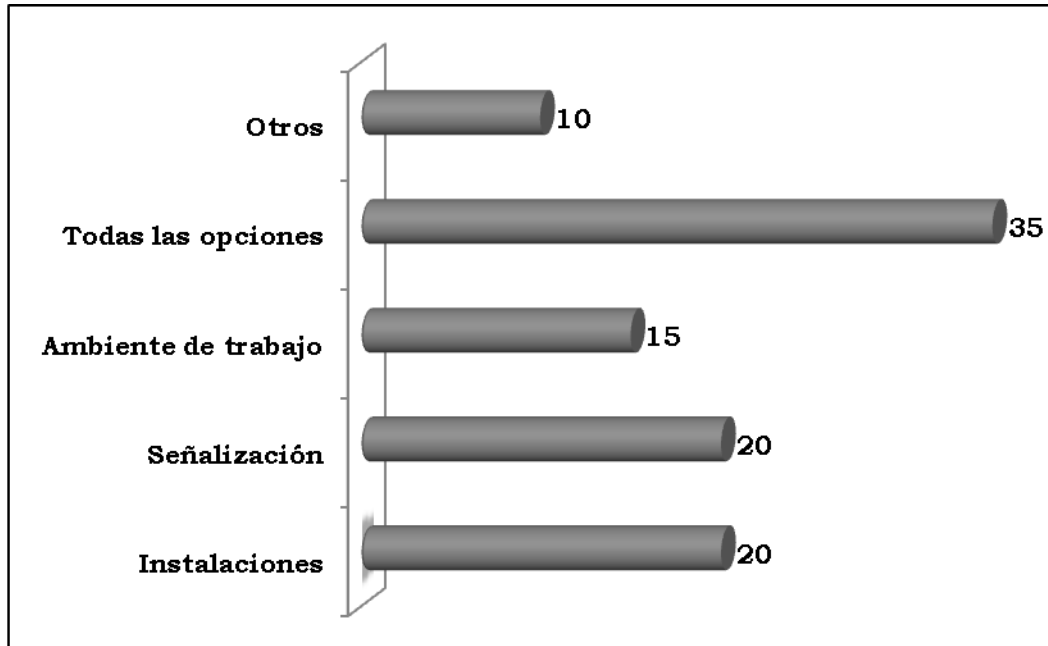


### 1. ¿Cuánto tiempo lleva de laborar en la Facultad de Odontología?





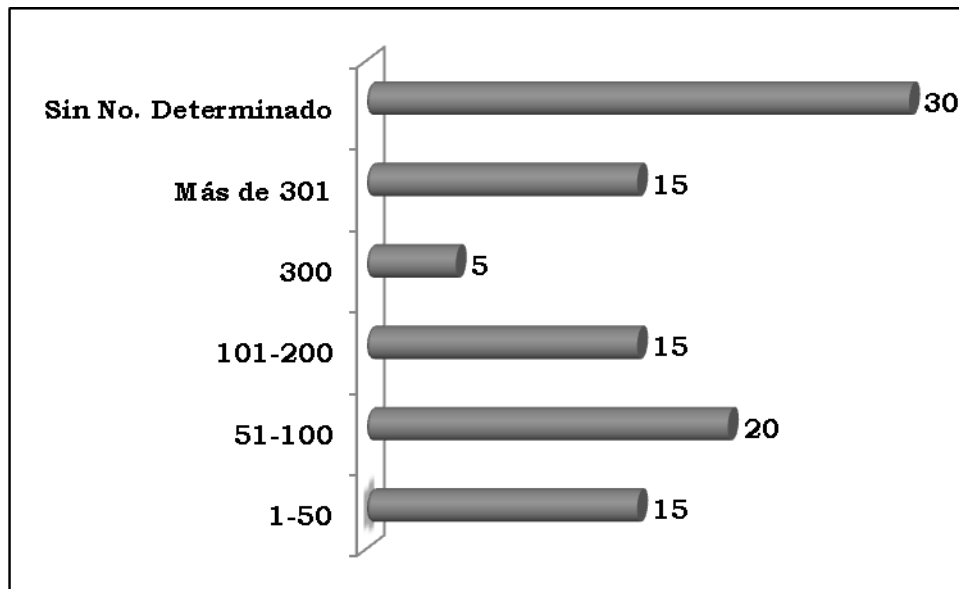
## 2. ¿De acuerdo a su experiencia, que piensa que sería necesario mejorar en las Clínicas de la Facultad?



Los resultados obtenidos demuestran que el 35% de los colaboradores indica que deben mejorar las instalaciones, señalización y el ambiente de trabajo, el 10% de los trabajadores sugieren señalización que incluya salidas de emergencia, mejorar la ventilación, consideran que el espacio físico de las clínicas es limitado para la cantidad de pacientes y estudiantes que diariamente circulan en las clínicas.

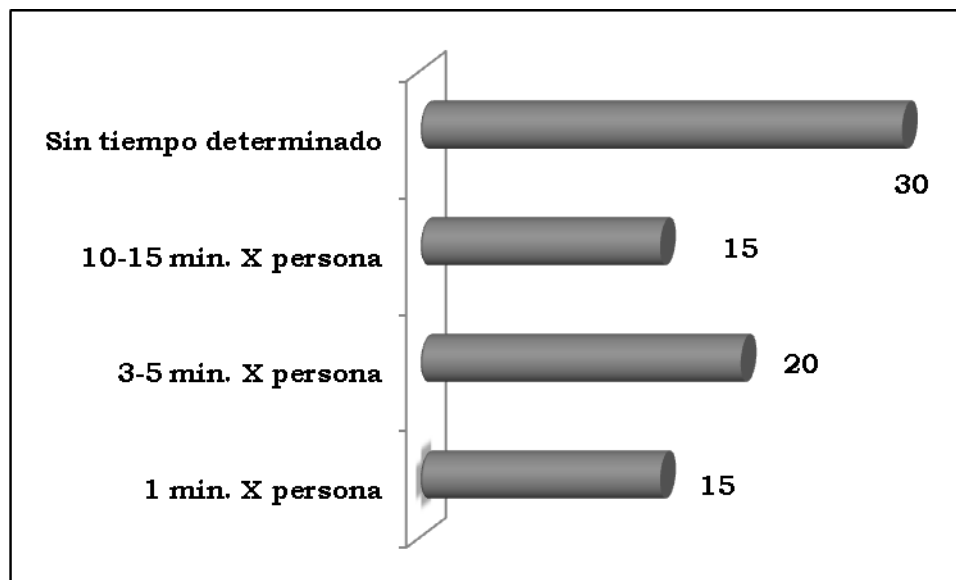
Algunos de los comentarios obtenidos fueron utilizados para la creación de la propuesta de comunicación externa.

### 3. ¿Cuántas personas atiende cada día?

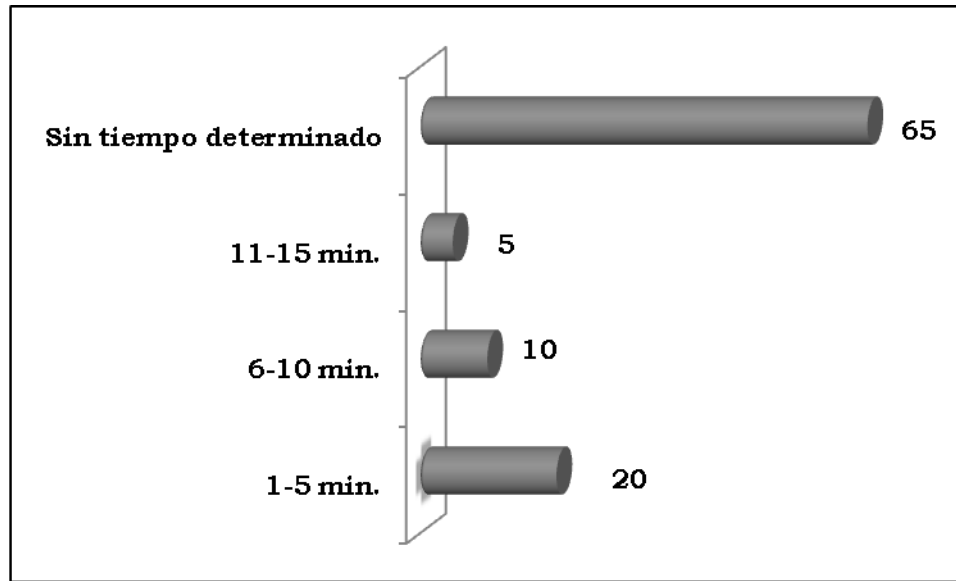


Un 30% indico no tener un número determinado de personas a las cuales prestan sus servicios, sin embargo se puede observar que el promedio de personas oscila ente 1-300 personas diarias.

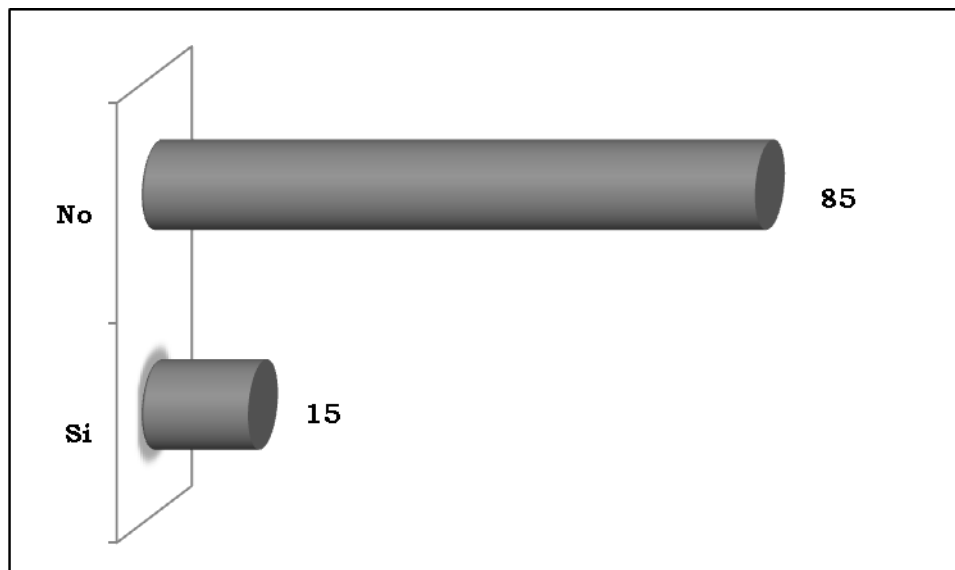
### 4. ¿Cuánto tiempo le dedica a cada persona?



**5. ¿Cuánto tiempo piensa que sería el ideal?**

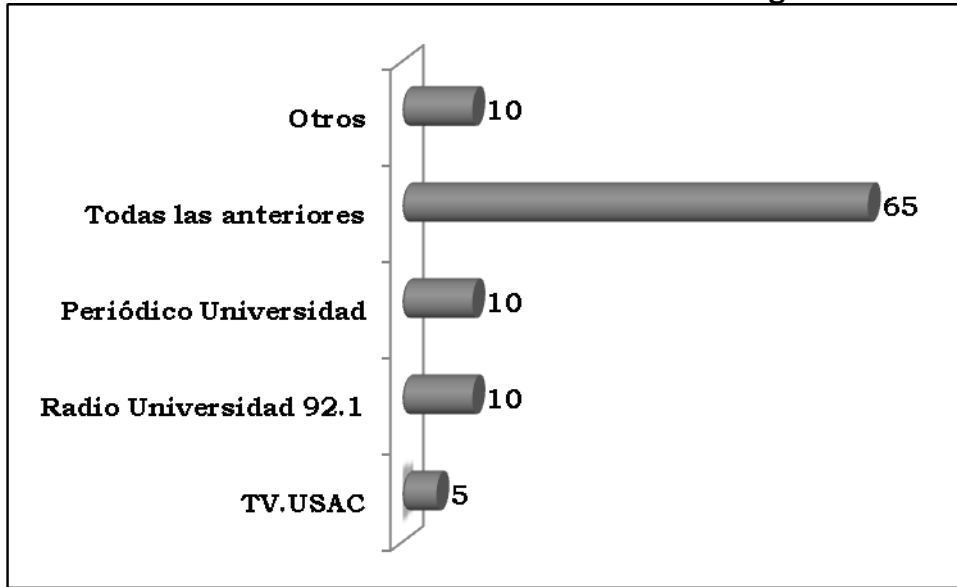


**6. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?**



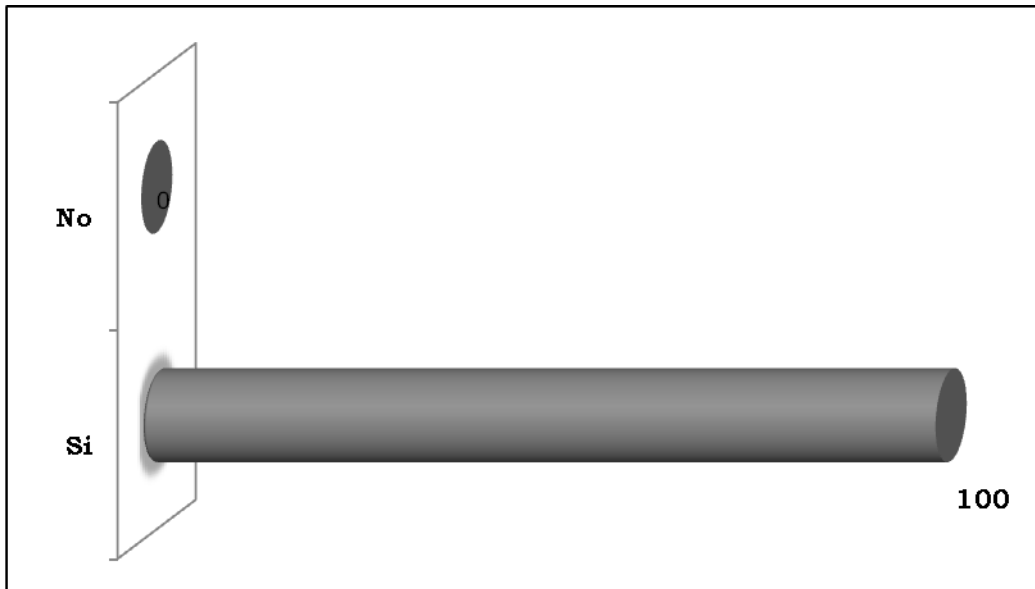
El 85% considera que la Facultad no aprovecha los medios de comunicación con que cuenta la Universidad.

**7. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?**



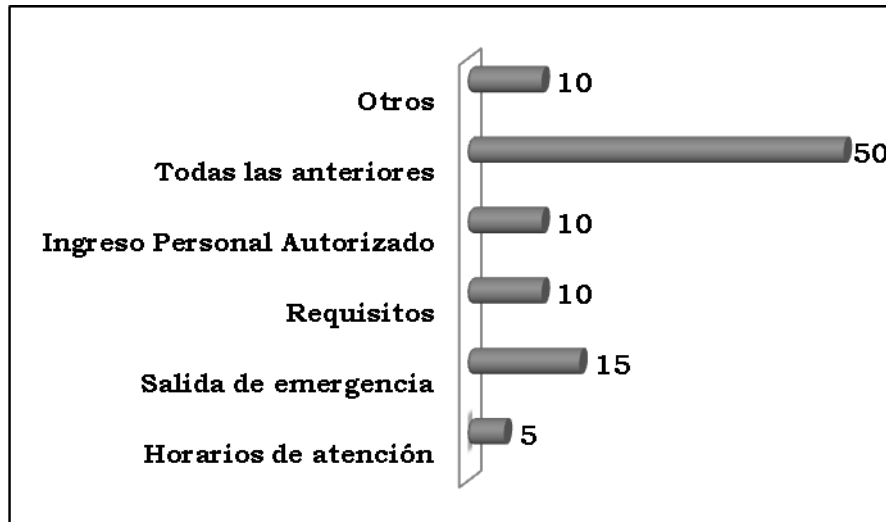
El 65% de los trabajadores considera que la Radio Universidad, TV. USAC y el Periódico son buenas opciones para dar a conocer los servicios clínicos de la Facultad, el 10% respondió que sería necesario implementar otros medios tales como: Televisión nacional, televisión por cable y radiodifusoras de cobertura nacional.

**8. ¿Cree que es necesaria la información visual para los pacientes?**



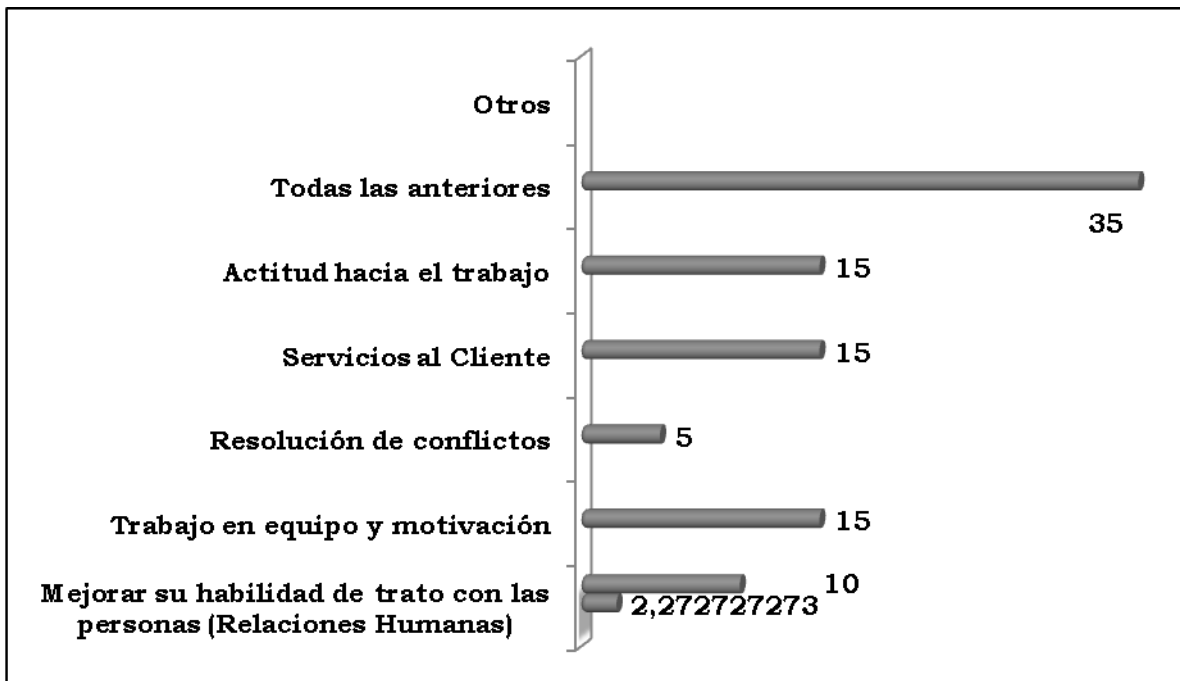
El 100% respondió que la información visual es indispensable tales como: Programas de video acerca del funcionamiento de las clínicas, afiches, mapa de ubicación, volantes y ampliando la señalización existente.

**9. Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.**



Se puede apreciar que el 50% opina que la información visual es necesaria y debe de incluir Horarios de atención, Salida de emergencia entre otros. El 10% indico que además de las opciones anteriores debe de diseñarse un mapa de ubicación para facilitar la locomoción de los pacientes, señalización de las diferentes áreas (Caja, sanitarios, radiología, etc.)

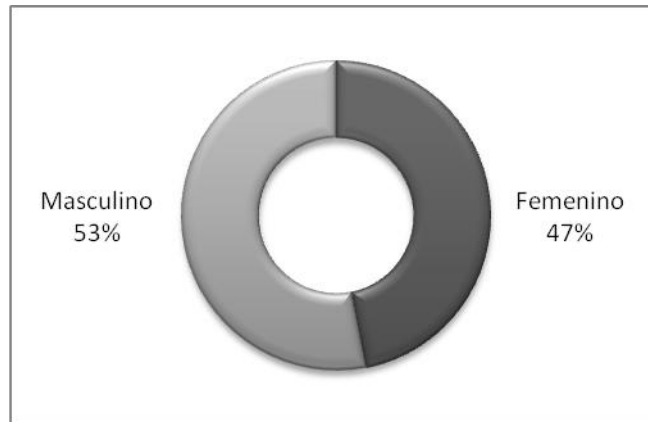
**10.A continuación le daré una lista de cursos. ¿Cual le gustaría recibir?**



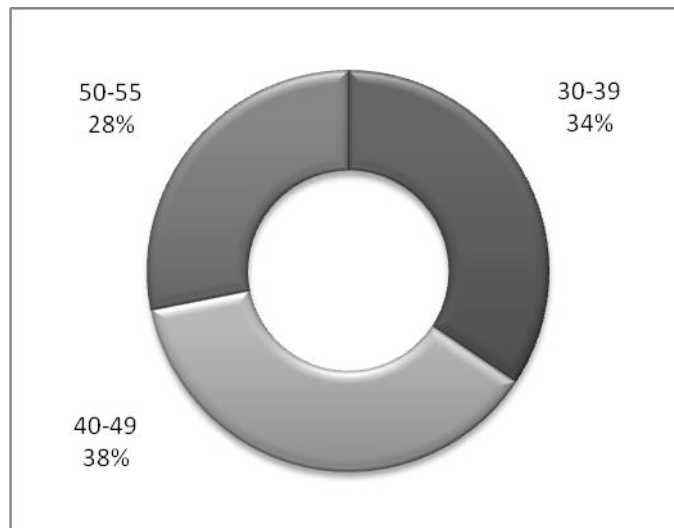
El puede observar que el personal se encuentra interesado en recibir capacitaciones que ayuden al mejor desempeño de sus labores, al 35% le parece interesante que se desarrollen todas las opciones que aparecen anteriormente. El 10% agregó curso de radiología y curso básicos de odontología para estar más familiarizados con el área de trabajo.

## **B. 30 Docentes de las Clínicas de la Facultad de Odontología**

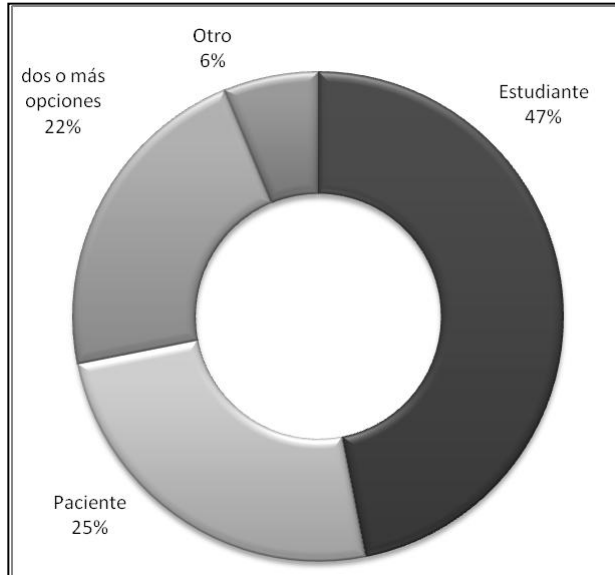
### **Sexo**



### **Edad**

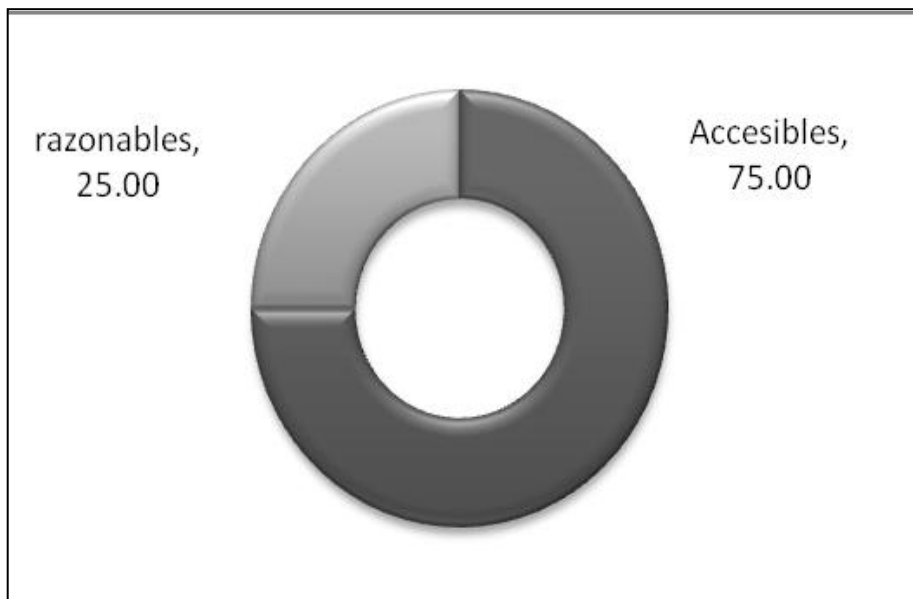


**1. ¿Porque medio da a conocer los servicios clínicos que se proporcionan en la Facultad de Odontología?**

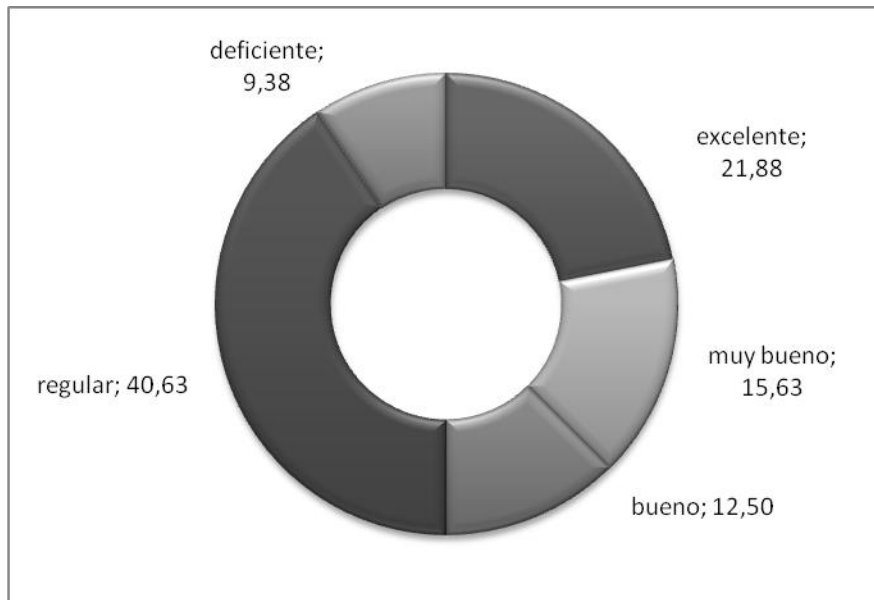


Los resultados demuestran que los docentes dejan a cargo de los estudiantes el dar a conocer los servicios clínicos que ofrece la facultad.

**2. ¿Cómo considera los precios de los servicios proporcionados en las clínicas de la Facultad de Odontología?**

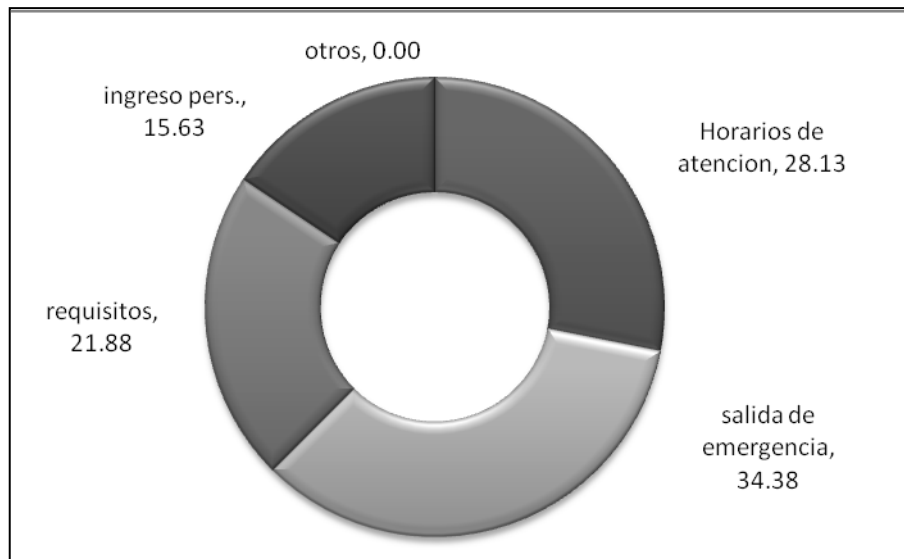


**3. ¿Cuál es su opinión sobre las instalaciones de la Facultad de Odontología?**



El 40.63% respondió que las instalaciones de las clínicas son regulares y que hay muchas cosas que deben de mejorar, especialmente las unidades dentales, la higiene y que es necesario incluir una rampa para facilitar el acceso de los pacientes.

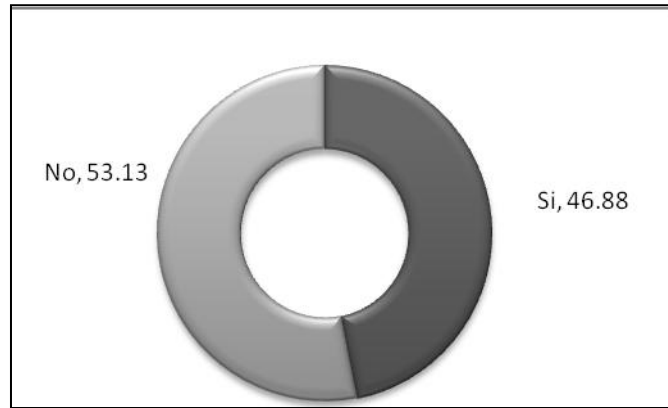
**4. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.**



Se puede observar la inclinación de los resultados a la implementación de información y guías visuales.

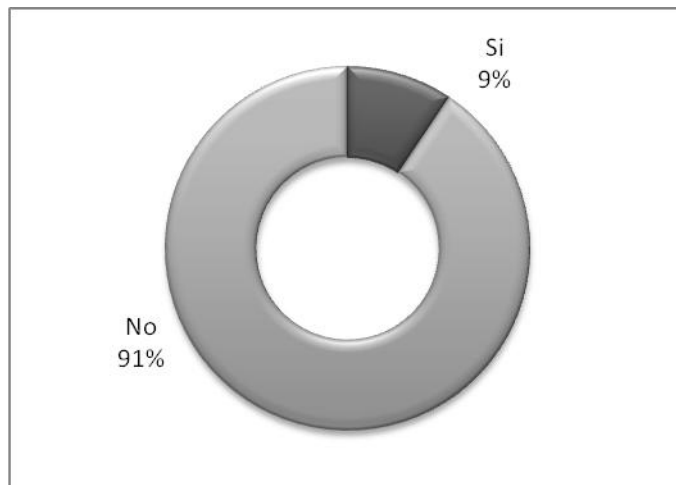


**5. Al finalizar un tratamiento proporciona algún tipo de información o recomendación.**



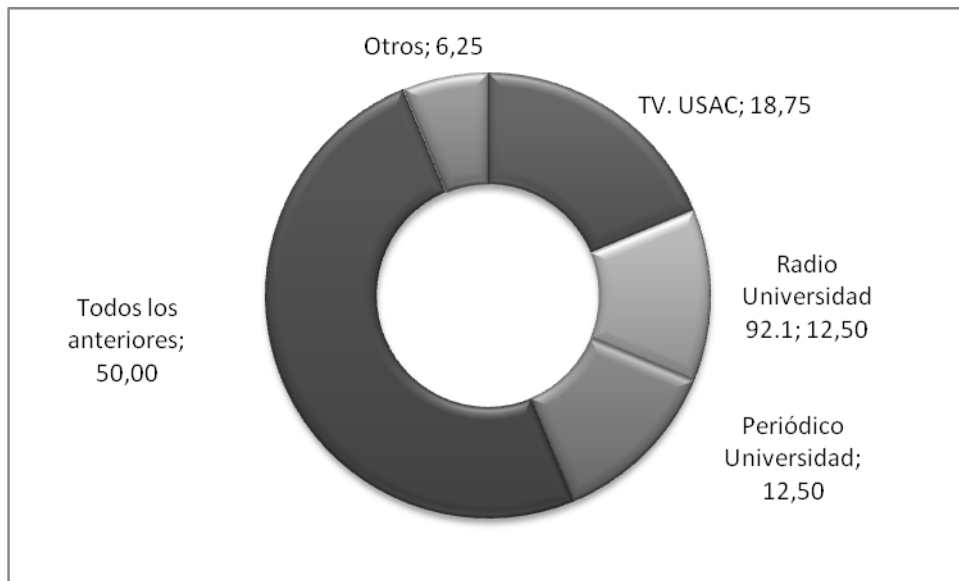
Los docentes respondieron en un 53.13% que no proporcionan información ya que de eso se encargan los estudiantes, y depende mucho del tipo de tratamiento. En cambio el 46.88% respondió que si proporcionan recomendaciones tales como higiene bucal y recetas medicas según el tipo de tratamiento.

**6. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?**



El 90.36% de los docentes consideran que la Facultad no aprovechas los medios de comunicación de la Universidad y que es un recurso que se debe explotar para incrementar el banco de pacientes.

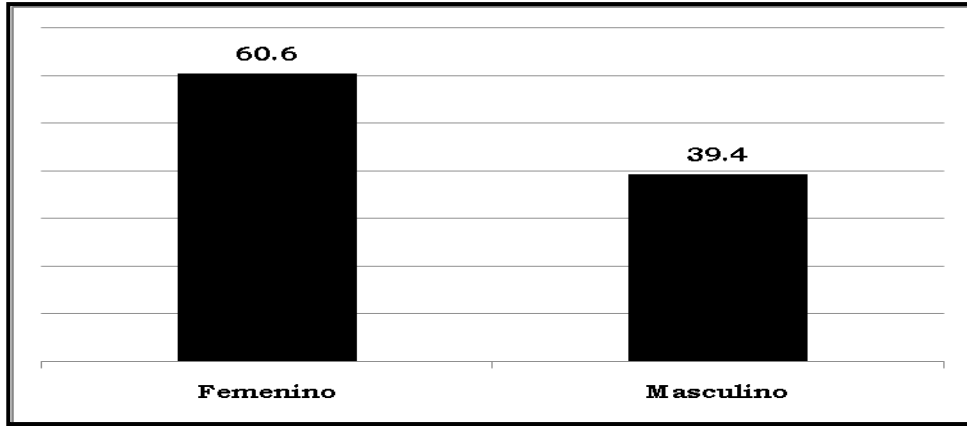
**7. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?**



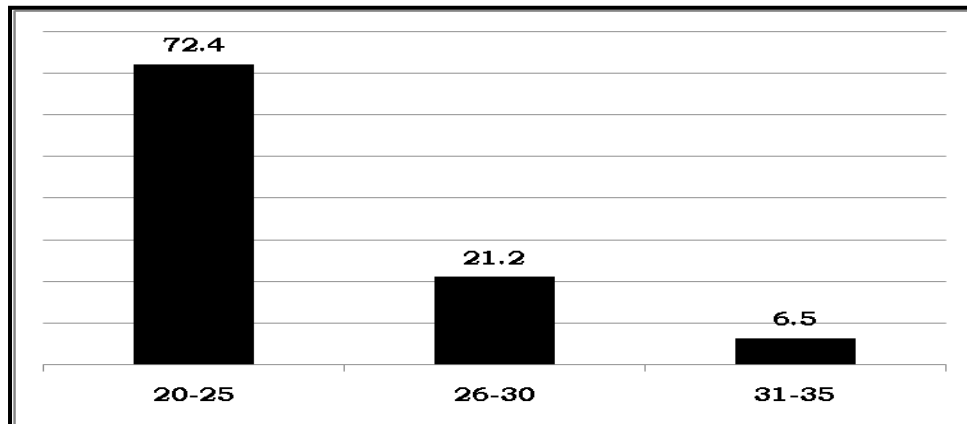
El 50% de docentes consideran necesario y de importancia la utilización de los medios de comunicación con los que cuenta la Universidad. El 6.25% recomiendan el uso de medios alternativos para hacer llegar la información a la población en general.

### C. 170 Estudiantes que realizan práctica clínica

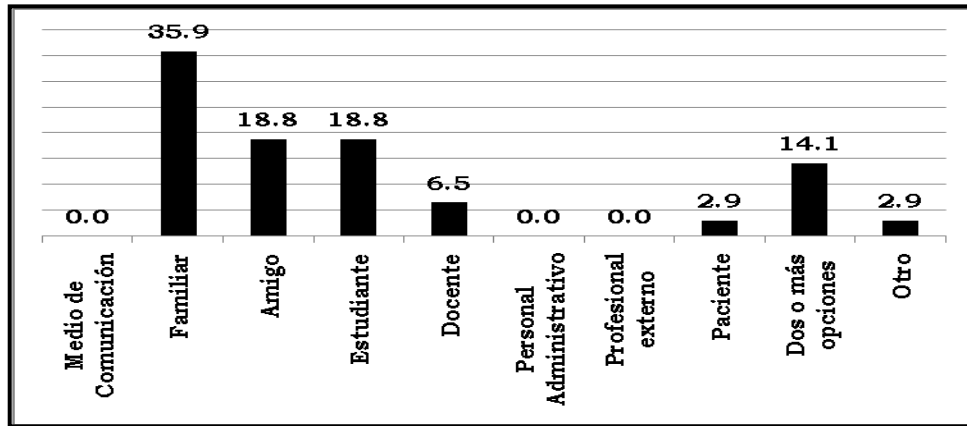
#### Sexo



#### Edad

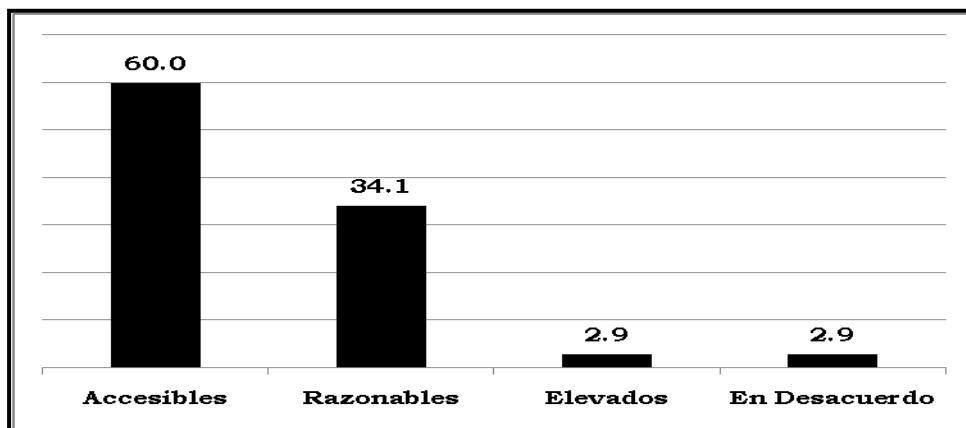


**1. ¿Porque medio da a conocer los servicios clínicos que se proporcionan en la Facultad de Odontología?**



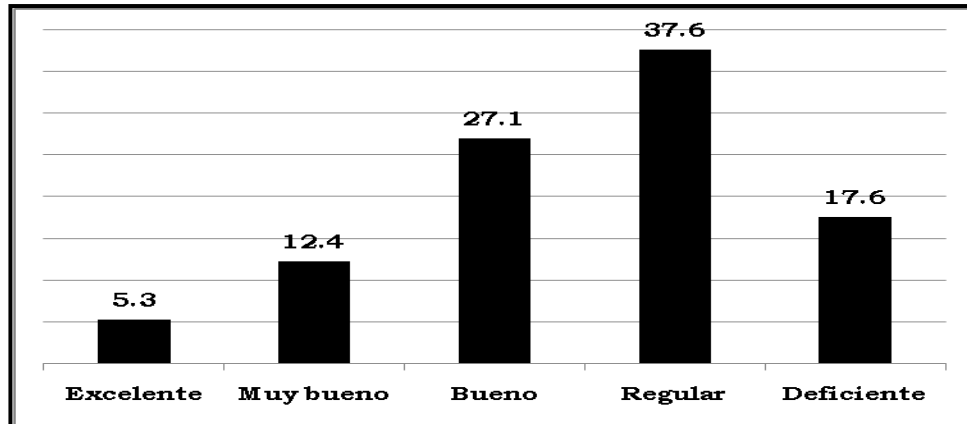
Los resultados reflejan que el medio que la mayoría de los estudiantes da a conocer los servicios clínicos de la Facultad a través de familiares con un 35.9%, se puede apreciar que por medio de Amigos y de los mismo estudiantes presentan un valor similar en resultados con un 18.8%, cabe resaltar que el rubro de docentes presenta solamente un 6.5% , los estudiantes respondieron que el 14.1% utiliza dos o más de las opciones para dar a conocer los servicios, sin embargo ninguno utiliza medios de comunicación.

**2. ¿Cómo considera los precios de los servicios proporcionados en las clínicas de la Facultad de Odontología?**



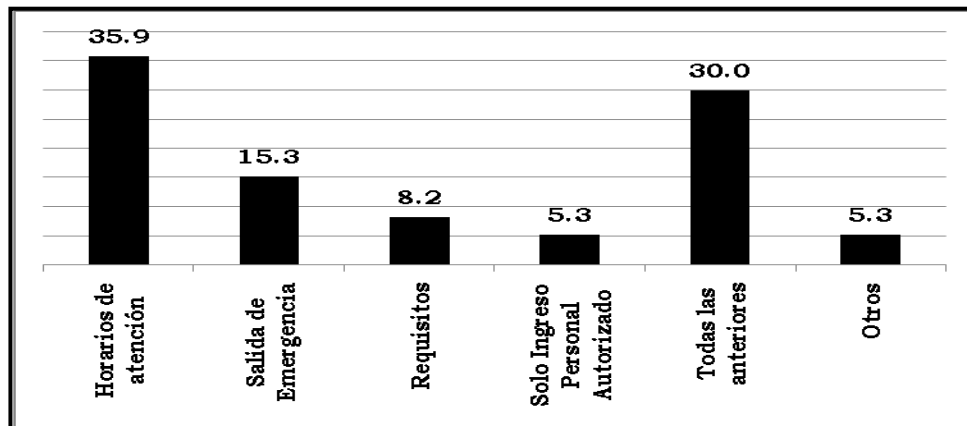
El 60% de los estudiantes considera que los precios son accesibles y el 34.1% encuentra los precios razonables, el 5.8% restante dijo que los precios eran elevados y que están en desacuerdo.

**3. ¿Cuál es su opinión sobre las instalaciones de la Facultad de Odontología?**



La opinión estudiantil se inclino a catalogar las instalaciones como Regular con un 37.6%, indicando que el espacio es insuficiente con relación a la afluencia de pacientes y estudiantes, debería de existir más higiene, sugieren la reparación o cambio de las unidades dentales y la implementación de una rampa para acceso de personas que lo necesiten, también se puede agregar que un 17.6% respondió que la infraestructura es deficiente.

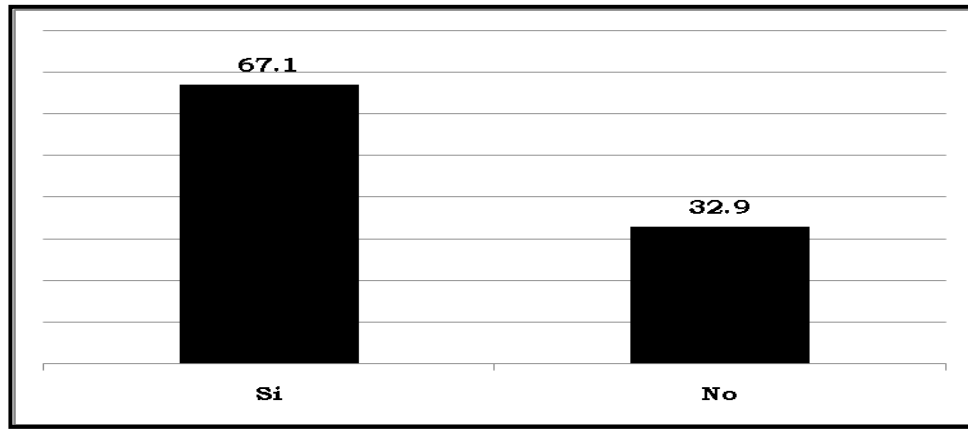
**4. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.**



Interpretando los resultados se puede apreciar que es necesario implementar información visual que incluya medidas de seguridad.

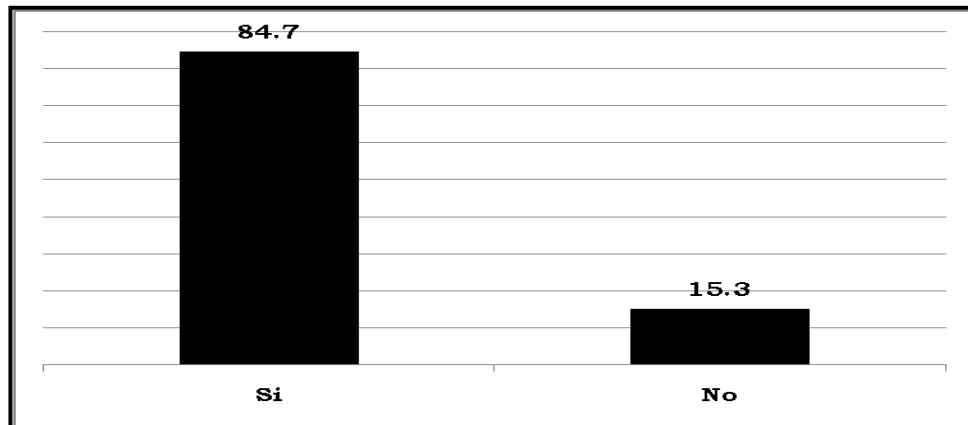
El 35.9% considera que en la sala de espera debe de existir un rótulo que indique el Horario de Atención, el 15.3% opina que también debe de implementarse la señalización de salida de emergencia y el 30% de los estudiantes respondió que todas las opciones deben de ser implementadas. El 5.3% indico que además de las opciones anteriores debe de diseñarse un mapa de ubicación para facilitar la locomoción de los pacientes.

**5. Al finalizar un tratamiento proporciona algún tipo de información o recomendación.**



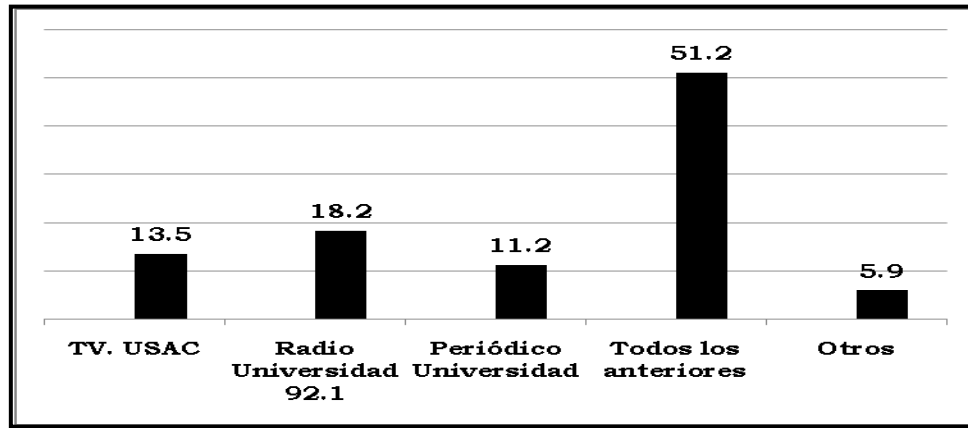
La información proporcionada es con relación a cuidados de higiene bucal y recetas.

**6. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?**



El 84.7% manifiesta que la Facultad si aprovecha los medios de comunicación de la Universidad, sin embargo al preguntarles verbalmente cuales eran esos medios y de qué forma eran aprovechados no respondieron.

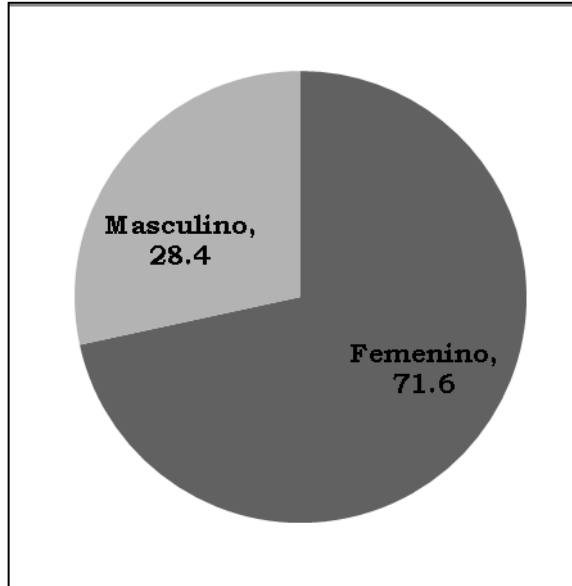
**7. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?**



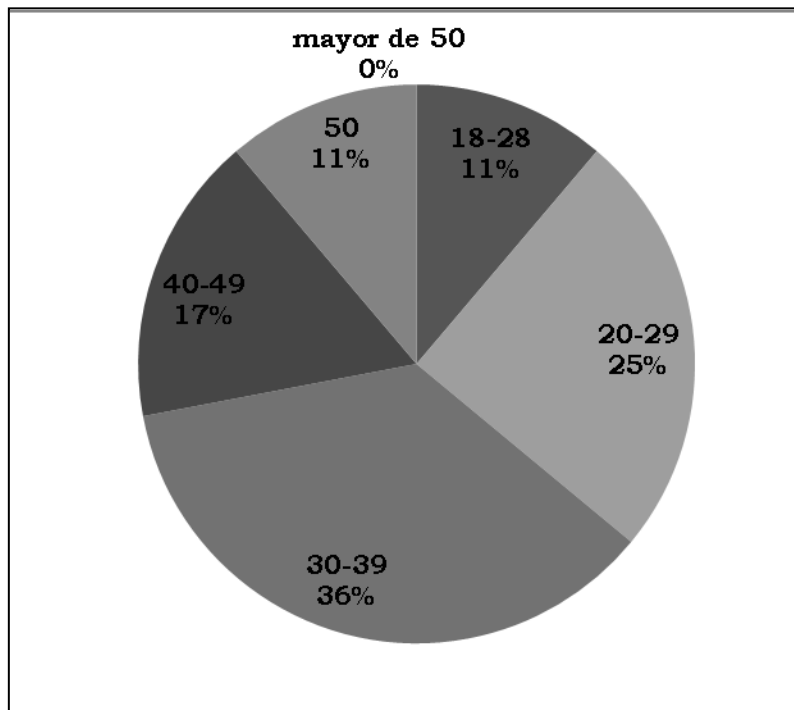
El 51.2% de los estudiantes consideran que la Radio Universidad, TV. USAC y el Periódico son buenas opciones para dar a conocer los servicios clínicos de la Facultad, el 5.9% respondió que sería necesario implementar otros medios tales como: Volantes, vallas publicitarias, televisión nacional, televisión por cable, periódicos y radiodifusoras de cobertura nacional e internet.

## **D. 250 Pacientes que visitan las Clínicas de la Facultad de Odontología**

### **Sexo**

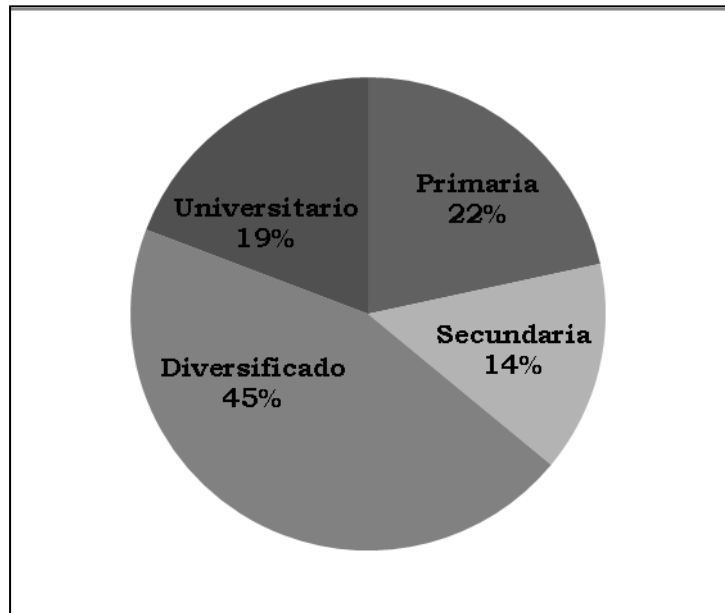


### **Edad**

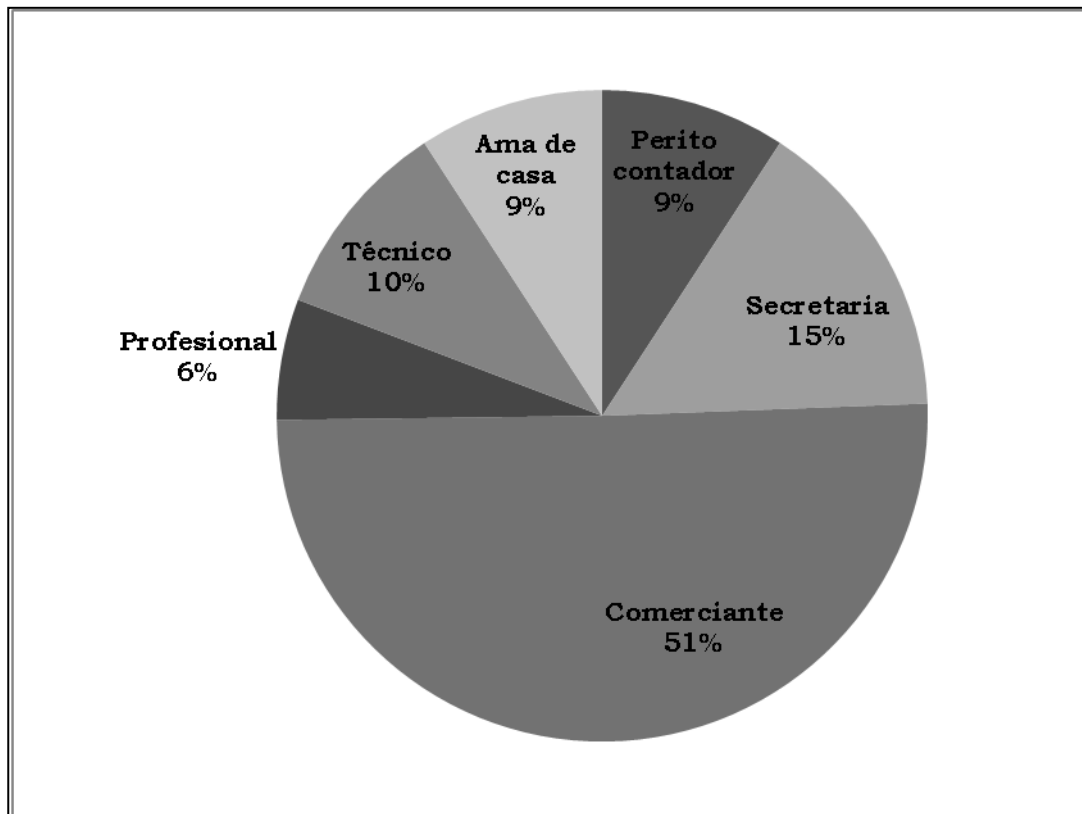




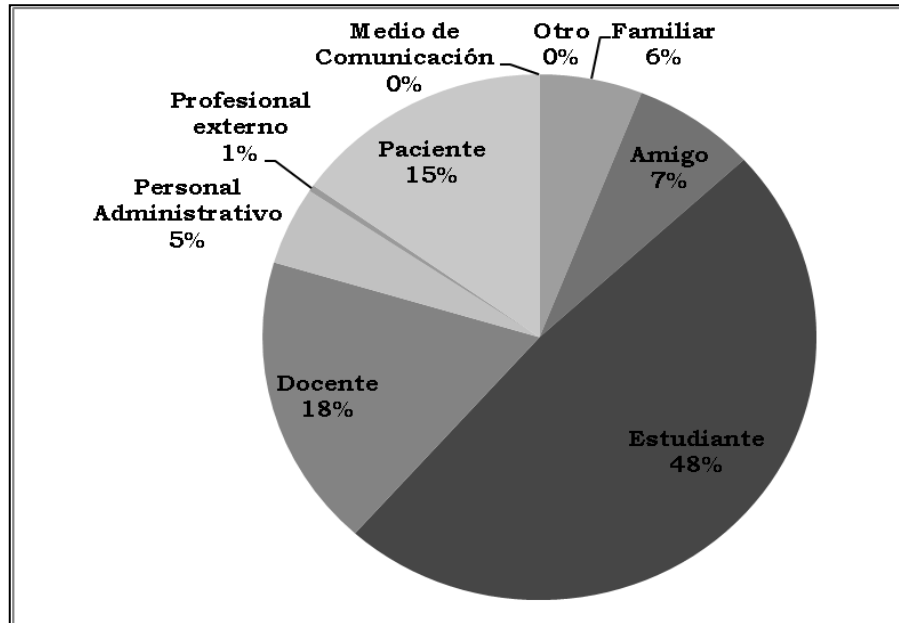
## Escolaridad



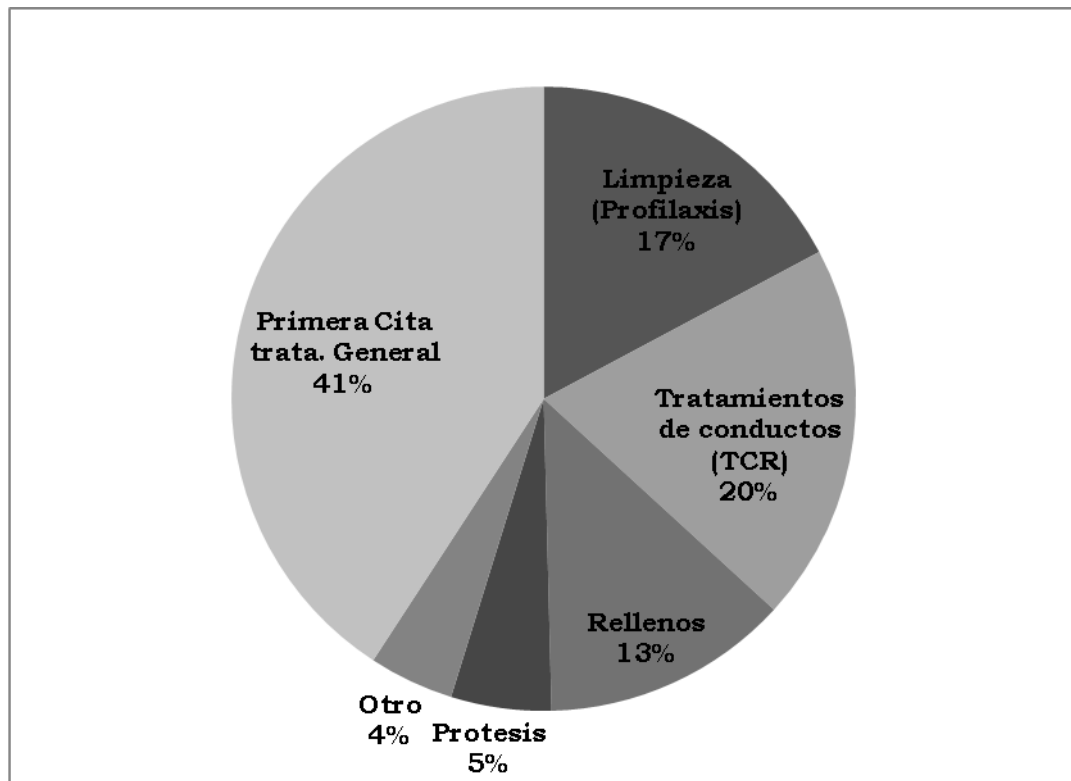
## Profesión



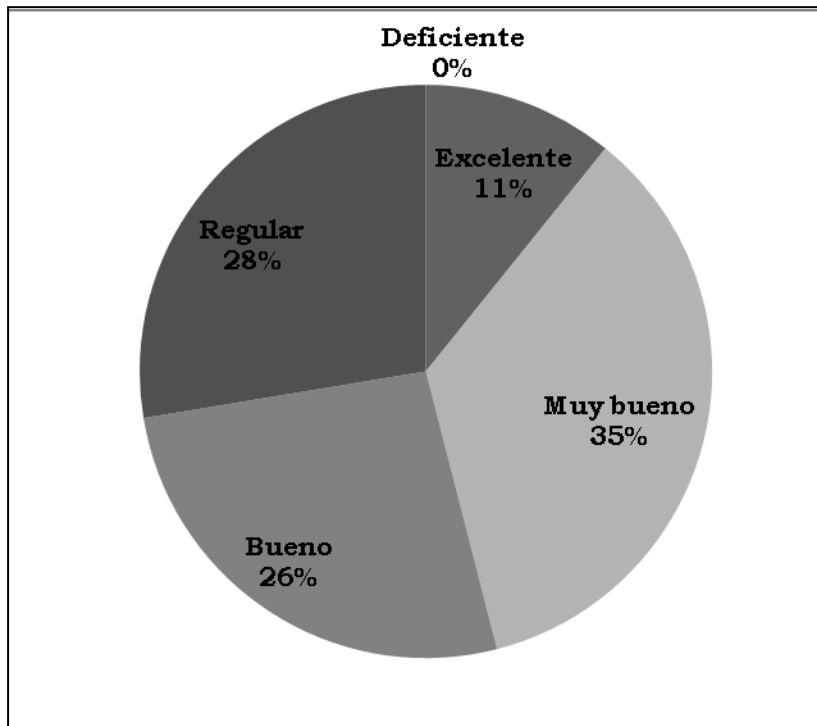
**1. ¿Porque medio se entero sobre los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?**



**2. ¿Qué tipo de servicio Clínico le han brindado?**

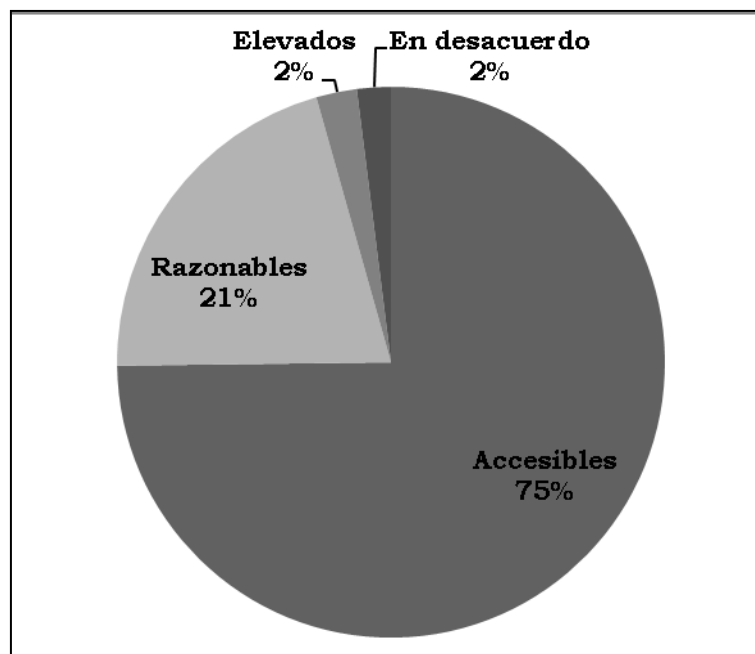


### 3. ¿Qué piensa del servicio recibió?

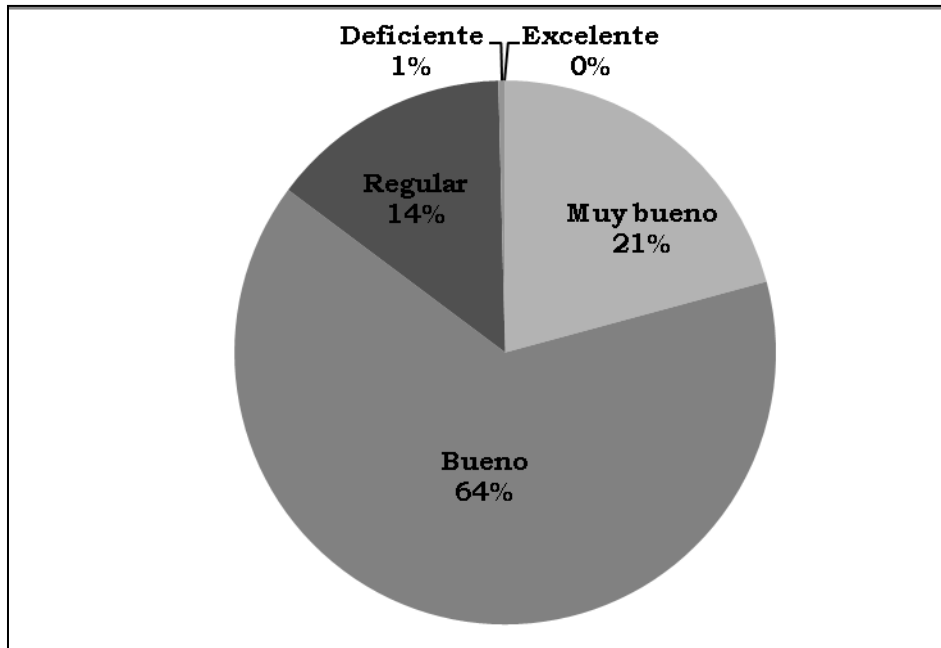


El 35.2% de los pacientes han recibido un Muy Buen servicio, sin embargo el 27.6% manifiesta que por el tiempo en sala de espera, la presión de los mismos estudiantes para el uso de las unidades dentales y la falta de control para que los docentes y estudiantes se presenten a clínicas, el servicio recibido es regular.

### 4. ¿Qué piensa de los precios de los servicios?



### 5. ¿Cuál es su opinión sobre las instalaciones de la Facultad de Odontología?

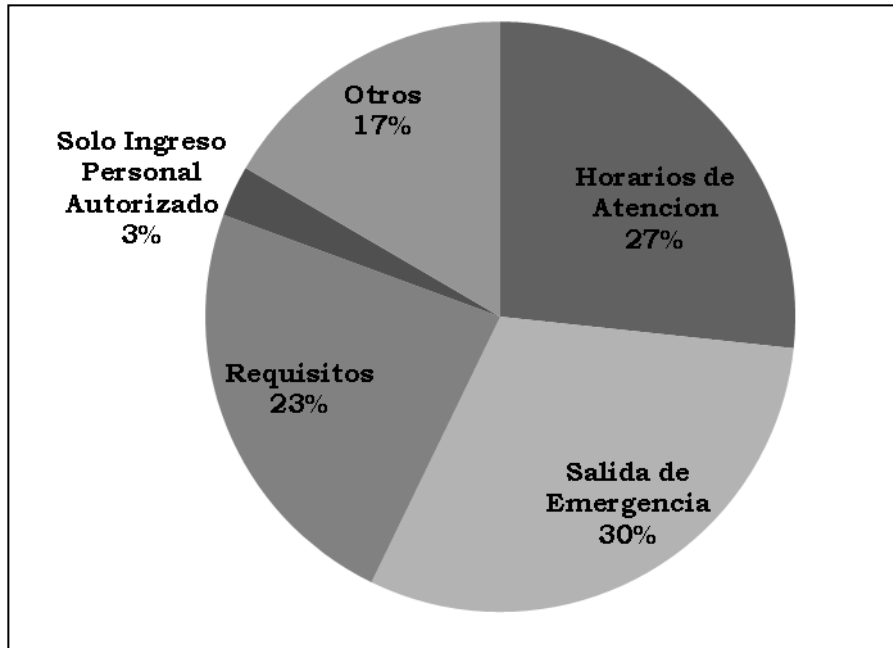


Con relación a las instalaciones, durante la realización de la encuesta surgieron varios comentarios que las autoridades de la Facultad pueden tomar en cuenta; para que la imagen que los pacientes tienen actualmente pueda variar de un 64.4% (Bueno) a un resultado de 100% (Excelente).

#### Comentarios:

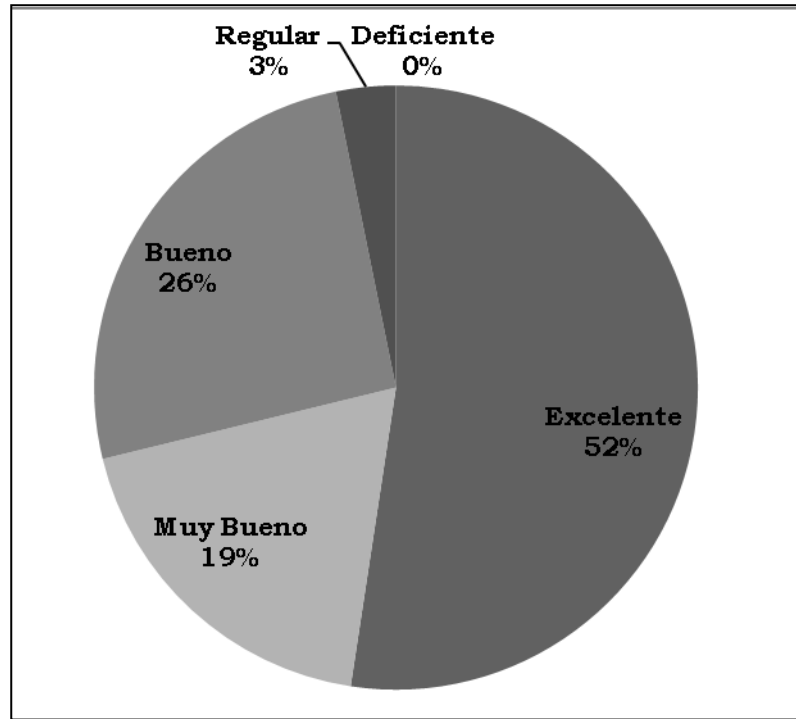
Los pacientes solicitan limpieza en las instalaciones especialmente en los servicios sanitarios, reparar los lavamanos, ampliar sala de espera ya que consideran que el espacio es insuficiente para la cantidad de pacientes que son atendidos diariamente en las clínicas, sugieren la adquisición de más unidades dentales y de sillas para Rayos X. Comentan que es necesario un toldo que cubra el área de juegos infantiles ya que en época de lluvia o excesivo calor es imposible la permanencia de los infantes.

**6. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.**



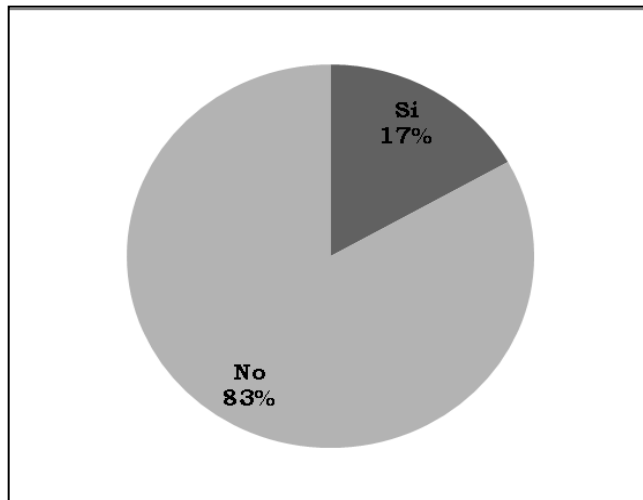
Con relación a la información visual un 87.6% coincide que es necesario implementar rótulos que incluyan información sobre Horarios de Atención y guía de requisitos. Es importante mencionar que el 100% de los entrevistados considera necesario la señalización de Salida de Emergencia, sin embargo un 54.4% opina que se puede ampliar la señalización de los servicios sanitarios, implementar un mapa de ubicación dentro de las clínicas, aumentar las señales que se encuentran en la sala de espera (Oficina de Información y Oficina de Atención al Paciente). También sugieren necesario que en la sala de espera se encuentren imágenes que recuerden las técnicas de cepillados y el uso del hilo dental.

**7. Al momento de ser atendido en las Clínicas, ¿Es adecuado el tiempo que se utiliza para realizar los tratamientos dentales?**



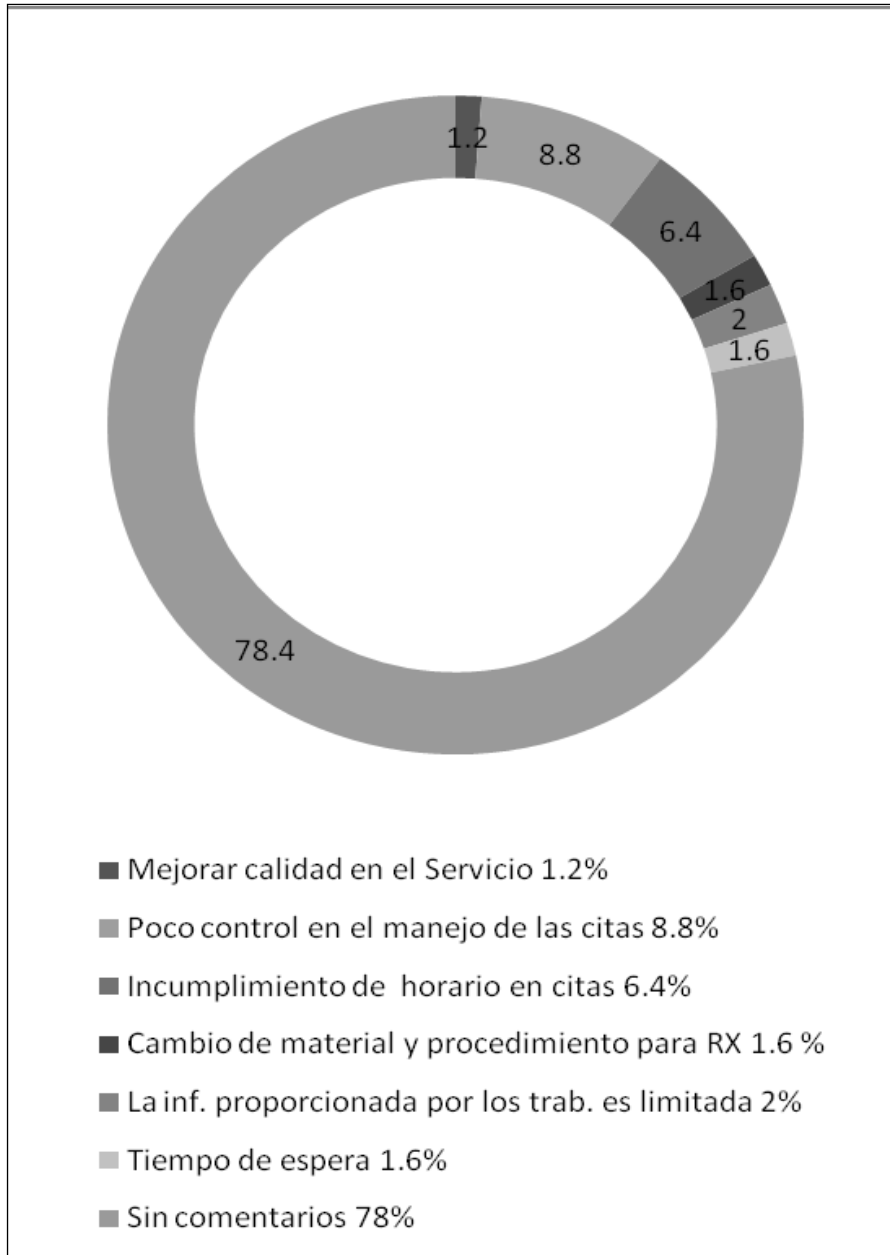
En este resultado se puede apreciar que el 52.4% opina que el tiempo para realizar los tratamientos dentales es Excelente, sin embargo comentan que: sería bueno que durante cada cita se avanzara más en los tratamientos, ya que consideran que el tiempo para que cada estudiante realice su trabajo es limitado. Sugieren que se deben organizar los procesos para optimizar el tiempo en las clínicas tanto para los estudiantes como el paciente.

**8. Ha recibido algún tipo de información o recomendación por medio escrito.**



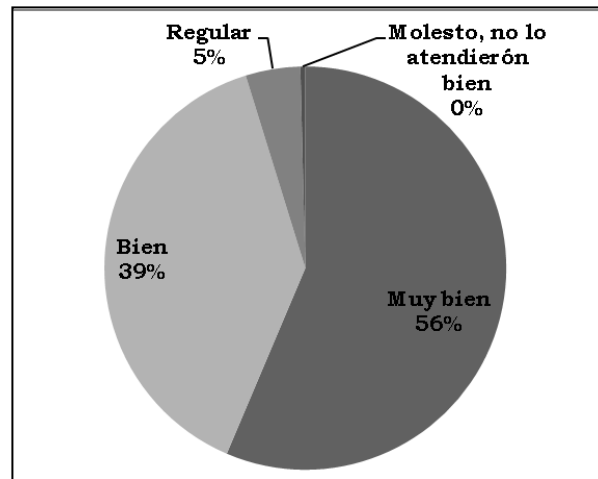
Interpretando los resultado se puede observar que solamente un 16.8% de los pacientes ha recibido alguna información o recomendación por escrito (recetas o cuidados de higiene dependiendo el tratamiento) y el 83.2% restante dijo que no habian recibido ningún tipo de información o recomendación.

**9. ¿Hay algo que no le gustó cuando lo(a) atendieron y que le gustaría que mejorará?**





### 10. ¿Cómo se siente después de que lo (a) atendieron?



El 56.4% afirma que se siente Muy Bien después de haber sido atendido en las clínicas, el 38.8% se encuentra Bien, el 4.4% indican que se sienten regular y solamente el 0.4% expreso su malestar en cuanto a que el estudiante que tiene asignado no lo llama para las citas.

## RECOMENDACIONES

1. Derivado a la falta de información y guías visuales dentro de las instalaciones de las Clínicas de la Facultad de Odontología se pone a la disposición de las autoridades esta propuesta comunicacional la cual incluye: Señalización que se considera indispensable para el tipo de instalaciones, brochure que incluya horarios de atención, números de teléfono y servicios que ofrece la facultad.
2. Se invita a hacer uso de los medios de comunicación existentes dentro de la Universidad, (Radio, Televisión y Periódico Universitario).
3. Se exhorta a las autoridades de la facultad, se impartan pláticas sobre comunicación asertiva al personal docente y administrativo de las clínicas, para mejorar la comunicación entre los diferentes públicos que la componen.
4. Se recomienda que se proporcione a los empleados de primera línea información necesaria que sea de interés para el público externo en cuanto a horarios, servicios y requisitos.
5. Se recomienda que las áreas que generen algún tipo de información que sea de interés general que canalicen dicha información por el medio idóneo para que los empleados de primera línea estén enterados, todo lo anterior es necesario implementarlo lo antes posible.
6. Se sugiere implementar una oficina de Comunicación Social, que sea dirigida por un profesional de las Ciencias de la Comunicación, para mantener una asesoría eficaz e inmediata.



## **CAPITULO V PROPUESTA**

## CAPITULO V PROPUESTA

Al analizar los resultados de la investigación sobre la percepción que tiene cada uno de los grupos objetivos, se determinó que, la Facultad de Odontología necesita hacer uso de los recursos institucionales de la Universidad para dar a conocer los servicios que ofrece a la población, así mismo mejorar la imagen que proyecta actualmente a los pacientes.

Los medios de comunicación son los líderes de opinión e influenciadores por excelencia, por tener una alta credibilidad ante el público objetivo; además disponen de un gran efecto multiplicador y alto impacto; es por ello que se convierten en el vehículo ideal para trasladar a las audiencias la información de la Facultad de Odontología.

La propuesta de comunicación externa tiene como objetivo, dar a conocer los servicios clínicos que ofrece la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y mejorar la imagen por ser de vital importancia la percepción proyectada hacia el exterior.

### 5.1 PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

La Oficina de Comunicación Social debe implementar estrategias de comunicación externa, para ello es necesario hacer los mensajes precisos y eficaces, hacer uso de los medios de comunicación con que cuenta la Universidad de San Carlos de Guatemala, con base en lo anterior se propone lo siguiente:

**A. Creación de Brochure informativo que incluya:**

- Horarios de atención
- Números de Teléfono
- Lista de tratamientos

Lo anterior es para las personas que visitan por primera vez las clínicas de la Facultad, los Brochure también pueden ser distribuidos por:

- Oficinas Administrativas
- Información
- Secretarías
- Dirección de Clínicas
- Estudiantes

De acuerdo al estudio de la información obtenida y establecida, se determinó un concepto creativo siendo este el Brief de Brochure

**Imágenes:**

Se utilizaron fotografías dentro del Brochure las cuales representan el ambiente en el cual se desarrollan las actividades dentro de las clínicas de la Facultad de Odontología.

**Diagramación:**

Para la diagramación del Brochure se utilizó un formato de cuatro columnas, este formato es una de las varias formas en las cuales se puede elaborar un Brochure, de manera ordenada y atractiva al ojo humano, sacando provecho del espacio que se tiene.

- Se colocó el escudo de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Odontología los cuales identifican a quien corresponde la información. Se situaron de forma centrada y en un lugar visible.
- Se incluyen los servicios clínicos que ofrece la Facultad de Odontología.
- Luego se colocó en la parte inferior una imagen que identifica la entrada de las Clínicas, para facilitar la ubicación de la población.
- En la información del Brochure se incluyen los números de teléfono de las clínicas de la Facultad.

#### **Cromáticos:**

El color lila identifica a la Facultad de Odontología, es un color análogo ya que esta relacionado por un color que interviene entre el. Es un color adyacente en el círculo cromático.

Se utilizaron los colores blanco y negro, los cuales armonizan el Brochure y crean un contraste complementario, que lo hace más vital, atractivo y llamativo al ojo humano.

**B.** Aprovechando los recursos institucionales de la Universidad de San Carlos se recomienda utilizar los diferentes medios de comunicación, para lo cual se propone hacer uso de las siguientes alternativas comunicacionales:

- *Radio Universidad*  
(Los estudiantes y docentes deben participar en programas de radio, entrevistas y spot radiales).
- *Periódico Universitario*  
(Utilizar la información del brochure para ampliar la información de las personas que tengan interés en recibir los servicios de las clínicas de la Facultad).
- *TV. USAC*  
(Motivar a los estudiantes y docentes para que participen en entrevistas y reportajes que incluyan los beneficios ofrecidos por la Facultad de Odontología a la población).

**C.** La señalización se considera indispensable para el tipo de instalaciones por lo que se sugiere que sea de tamaño y de color fácil de identificar. Las señales necesarias de implementar son:

- Información
- Oficina de Atención al Paciente
- Horarios de atención
- Ruta de Evacuación
- Requisitos para los pacientes
- Mapa de ubicación
- Servicios Sanitarios

**D.** Se sugiere crear una cartelera de información para centralizar en un solo lugar toda la información y debe ser colocada al ingreso de las clínicas, (*en la sala de espera*).

# PROPUESTA

## Spot radial

**RADIO UNIVERSIDAD**

**LOCUTOR:** EVELIN VASQUEZ

**TEMA:** Facultad de Odontología

**DURACIÓN:** 40 seg.

---

**CONTROL:** Música entrada **5 seg.**

**LOCUTOR:** La Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos

**CONTROL:** música de fondo

**LOCUTOR:** ofrece servicios de:

- Tratamientos dentales de manera integral para niños y adultos
- Rayos X,
- Limpiezas (profilaxis)
- Detartrajes
- Prótesis
- Conductos radiculares (TCR)
- Obturaciones de amalgama y resina estética
- Extracciones y Cirugías
- Laboratorio Microbiológico

Horario de atención de lunes a viernes de 7:30 a 15:30

Para mayor información comunicarse a los teléfonos

2418-8000 Ext. 1575

**CONTROL:** música cierre **5 seg.**

# PROPUESTA Brochure

**Odontopediatría**

**Periodoncia**

**Endodoncia**

**Operatoria**

**Prótesis Fija**

**Prótesis Removible**

**Prótesis Total**

**Cirugía y Exodoncia**

**Laboratorio de Microbiología**

**Rayos X**

**Panorámicas**

Clinicas  
Facultad de Odontología  
USAC







## Servicios

- \*Tratamientos dentales de manera integral para niños y adultos
- \*Rayo X
- \*Limpiezas
- \*Prótesis
- \*Obturaciones de:  
Amalgama y Resina (estética)
- \*Conductos radiculares (TCR)
- \*Laboratorio de Microbiología
- \*Extracciones y Cirugía



Clinicas de la Facultad de Odontología  
Universidad de San Carlos de Guatemala

## Amplias y Modernas Instalaciones

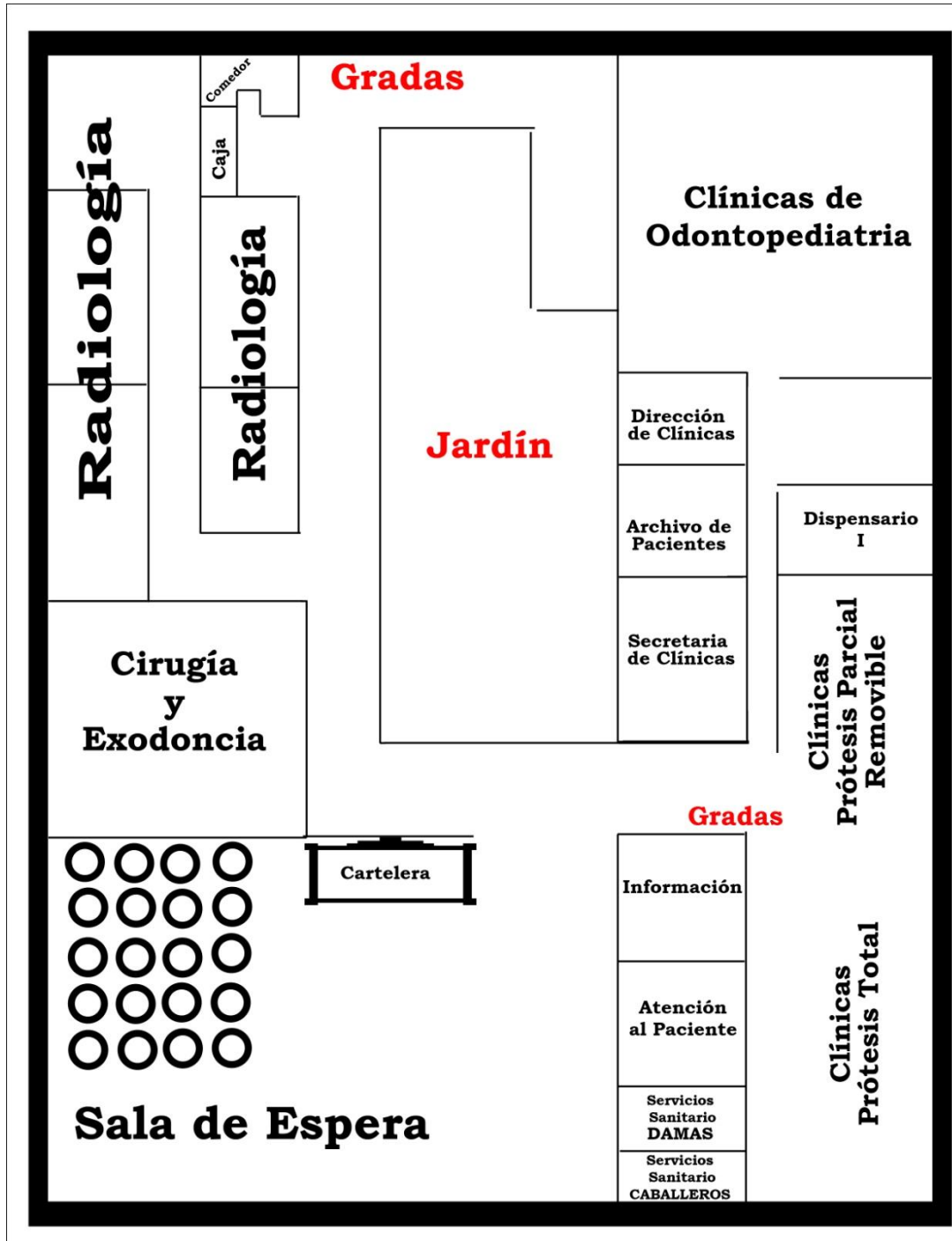


**Edificio M-1**  
Teléfono: 2418-8000 ext. 1575  
*Presentar Documento de Identificación*

# PROPUESTA

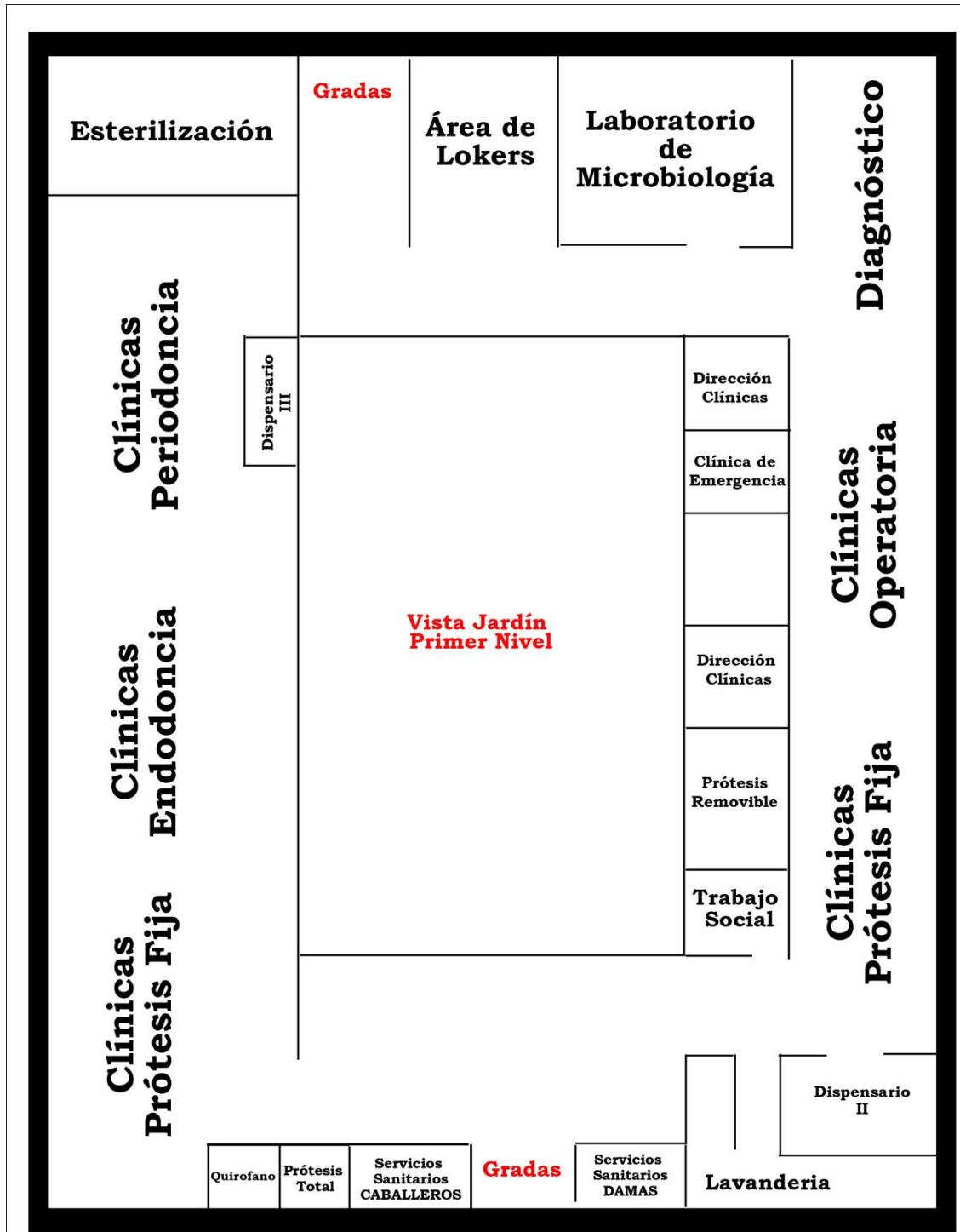
## MAPA DE UBICACIÓN

### PRIMER NIVEL EDIF. M-1





## MAPA DE UBICACIÓN SEGUNDO NIVEL EDIF. M-1



# PROPUESTA PARA LA SEÑALIZACIÓN



**Vista Actual**



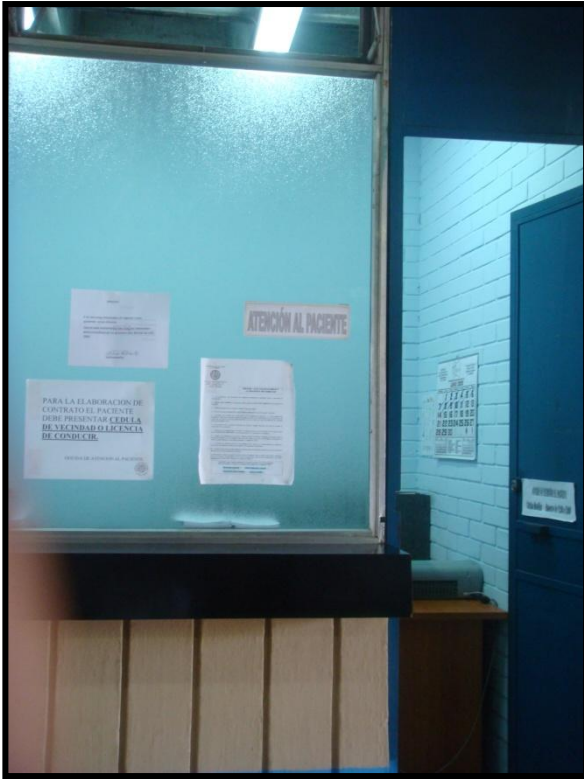
**Propuesta**



**Vista Actual**



**Propuesta**



**Vista Actual**



**Propuesta**



**Vista Actual**



**Propuesta**



**Vista Actual**



**Propuesta**



**Vista Actual**



**Propuesta**



Tamaño 8.5 x11”



Tamaño 11x17”





Tamaño 8.5 x11”

## CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados que reflejan las gráficas, y cumpliendo así con cada uno de los objetivos estipulados al inicio de la investigación, se concluye lo siguiente:

1. Es necesario contar con la asesoría de un profesional de las Ciencias de la Comunicación que ayude a realizar cada una de las propuestas anteriores e implementarlas a la brevedad posible.
2. Con base a un diagnóstico se determinó la existencia de deficiencias comunicacionales e información hacia los diferentes públicos que conforman la Facultad de Odontología.
3. Se sondeo sobre la percepción que existe en cada uno de los grupos objetivos durante la investigación y se determinó que son escasos los medios por los cuales se dan a conocer los servicios que la Facultad de Odontología ofrece a la Población.
4. Se estableció a través de un cuestionario que los medios por los que reciben información los pacientes son escasos y por lo general están desinformados de los servicios, horarios y requisitos.
5. Los estudiantes manifiestan necesidades de comunicación e informativas en: Horarios de atención, Salida de emergencia, requisitos para los pacientes, mapa de ubicación.
6. El personal administrativo necesita que la comunicación sea efectiva, fácil de exteriorizar a cada uno de los sectores con quien tiene contacto. Considera que el personal debe estar capacitado constantemente para evitar dar información errónea, sobre trámites o requisitos.
7. Se observó que son los mismos estudiantes quienes transmiten algún tipo de información en cuanto a procesos principalmente a pacientes en la primera cita.
8. La Universidad de San Carlos de Guatemala, cuenta con recursos institucionales que pueden apoyar en la captación del banco de pacientes para la Facultad de Odontología entre los que se puede mencionar: Radio Universidad, Periódico Universitario y TV. USAC, los cuales hasta este momento no han sido explotados por la misma Facultad.



# **ANEXOS**



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Entrevista con Dr. Manuel Miranda Decano de la Facultad de Odontología  
para Tesis titulada.

**“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología Universidad de San Carlos de Guatemala”**

El objetivo de este cuestionario es conocer su apreciación en aspectos concernientes a los medios de comunicación que utiliza la Facultad de Odontología.

1. ¿Considera que es necesario que exista información impresa que oriente a las personas que visitan la Facultad de Odontología, por qué?

Si, Pues evitaría que se repitiera a cada momento dicha información

2. ¿Cómo considera que es la imagen que proyecta la Facultad de Odontología al público?

Pues de Proyección Social y de beneficio a la comunidad en sus necesidades.

3. ¿Qué opinión amerita que exista una oficina de Comunicación en la Facultad de Odontología?

Primordialmente es de gran beneficio, pues creo que es una forma de proyección.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ODONTOLOGIA  
61 ENE. 2010  
DECANATO  
FIRMA:

4. ¿Considera que es necesaria una oficina de Comunicación dentro de la Facultad de Odontología, cuáles cree que serían los beneficios?

Proyección  
Instrucción  
Reformación  
Orientación

5. ¿Al crearse la Oficina de Comunicación, considera que mejoraría la comunicación e información que se proporciona a los pacientes?

Si  No

6. ¿Cree que es importante hacer uso de los medios de comunicación que ofrece la Universidad, por qué?

Si, que también esto que es un trabajo profesional y de bajo costo.

7. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?

Si  No

8. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?

TV. USAC  
Radio Universidad 92.1  
Periódico Universidad  
Otros: Información escrita

9. ¿Cuál es su opinión sobre las instalaciones de la Facultad de Odontología?

Excelente  
Muy Bueno  
Bueno  
Regular  
Deficiente

¿Por qué? Porque todavía alcanza para los que estamos.

10. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.

- Horarios de atención
- Salida de Emergencia
- Requisitos
- Ingreso personal Autorizado

<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Otros ?

11. ¿Porque medio cree usted que se dan a conocer los servicios clínicos que se proporcionan en la Facultad de Odontología?

- Medio de Comunicación
- Familiar
- Amigo
- Estudiante
- Docente
- Personal Administrativo
- Paciente
- OTRO:

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

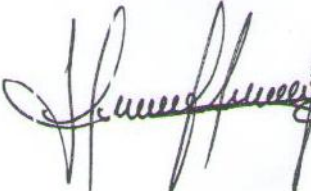

Especifique: \_\_\_\_\_

Comentarios

Muy procedente el hecho de fomentar a gran escala por medio de comunicación los lugares de la facultad. - Justo a la futura profesional a que el estudio realizado lo presente a esta decanatura para poder hacer uso de su preferencia -  
 LISMO.-

Gracias

**Gracias por su colaboración**



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Encuesta para Tesis titulada

**“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología Universidad de San Carlos de Guatemala”**

# ENCUESTA

## PACIENTES CLINICA

El objetivo de este cuestionario es conocer su apreciación en aspectos concernientes a los medios de comunicación que utiliza la Facultad de Odontología.

**Sexo** F  M  **Edad** \_\_\_\_\_

**Escolaridad:** Primaria  Secundaria  Diversificado  Universitario

**Profesión:** \_\_\_\_\_

1. ¿Por qué medio se entero sobre los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| Medio de Comunicación   | <input type="checkbox"/> |
| Familiar                | <input type="checkbox"/> |
| Amigo                   | <input type="checkbox"/> |
| Estudiante              | <input type="checkbox"/> |
| Docente                 | <input type="checkbox"/> |
| Personal Administrativo | <input type="checkbox"/> |
| Profesional             | <input type="checkbox"/> |

Otro: \_\_\_\_\_ Especifique: \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tipo de servicio Clínico le han brindado?

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| Limpieza (profilaxis)          | <input type="checkbox"/> |
| Tratamiento de conductos (TCR) | <input type="checkbox"/> |
| Rellenos                       | <input type="checkbox"/> |
| Prótesis                       | <input type="checkbox"/> |

Otro \_\_\_\_\_ Especifique: \_\_\_\_\_

3. ¿Qué piensa del servicio recibió?

- |            |                          |
|------------|--------------------------|
| Excelente  | <input type="checkbox"/> |
| Muy Bueno  | <input type="checkbox"/> |
| Bueno      | <input type="checkbox"/> |
| Regular    | <input type="checkbox"/> |
| Deficiente | <input type="checkbox"/> |

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Qué piensa de los precios de los servicios?

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Accesibles    | <input type="checkbox"/> |
| Razonables    | <input type="checkbox"/> |
| Elevados      | <input type="checkbox"/> |
| En desacuerdo | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Cuál es su opinión sobre las instalaciones de la Facultad de Odontología?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? \_\_\_\_\_

6. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.

Horarios de atención	<input type="checkbox"/>
Salida de Emergencia	<input type="checkbox"/>
Requisitos	<input type="checkbox"/>
Ingreso personal Autorizado	<input type="checkbox"/>

Otros \_\_\_\_\_

7. Al momento de ser atendido en las Clínicas, ¿Es adecuado el tiempo que se utiliza para realizar los tratamientos dentales?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. Ha recibido algún tipo de información o recomendación por medio escrito.

Si  No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

9. ¿Hay algo que no le gustó cuando lo(a) atendieron y que le gustaría que mejorará?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10. ¿Cómo se siente después de que lo (a) atendieron?

Muy bien	<input type="checkbox"/>
Bien	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Molesto, no la atendieron bien	<input type="checkbox"/>

**Gracias por su colaboración**





11. ¿Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.

- Horarios de atención
- Salida de Emergencia
- Requisitos
- Ingreso personal Autorizado

Otros \_\_\_\_\_

12. Al finalizar un tratamiento proporciona algún tipo de información o recomendación.

Si  No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

13. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?

Si  No

14. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?

- TV. USAC
- Radio Universidad 92.1
- Periódico Universidad
- Otros: \_\_\_\_\_

***Gracias por su colaboración***



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Encuesta para Tesis titulada

**“Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para la Facultad de Odontología Universidad de San Carlos de Guatemala”**

# ENCUESTA

## PERSONAL CLÍNICA

El objetivo de este cuestionario es conocer su apreciación en aspectos concernientes a los medios de comunicación que utiliza la Facultad de Odontología.

**Sexo** F  M  **Edad** \_\_\_\_\_

**Escolaridad:** Primaria  Secundaria  Diversificado  Universitario

**Profesión:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuánto tiempo lleva de laborar en la Facultad de Odontología?

- Menos de un año
- De 1-2 años
- De 2-5 años
- Más de 5 años


Especifique: \_\_\_\_\_

2. ¿De acuerdo a su experiencia, que piensa que sería necesario mejorar en las Clínicas de la Facultad?

- Instalaciones
- Señalización
- Ambiente de trabajo


Otros: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántas personas atiende cada día? \_\_\_\_\_

4. ¿Cuánto tiempo le dedica a cada persona? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto tiempo piensa que sería el ideal? \_\_\_\_\_

6. ¿Cree usted que la Facultad de Odontología aprovecha los medios de comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para divulgar sus servicios a la población?

Si  No

7. ¿Qué medio de comunicación cree usted sería el ideal para dar a conocer los servicios Clínicos de la Facultad de Odontología?

TV. USAC   
Radio Universidad 92.1   
Periódico Universidad

Otros: \_\_\_\_\_

8. ¿Cree que es necesaria la información visual para los pacientes?

Si  No

Especifique: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. Qué tipo de información o guía visual sería necesario implementar en las Clínicas de la Facultad de Odontología.

Horarios de atención   
Salida de Emergencia   
Requisitos   
Ingreso personal Autorizado

Otros: \_\_\_\_\_

10. A continuación le daré una lista de cursos. ¿Cual le gustaría recibir?

Mejorar su habilidad de trato con las personas (Relaciones Humanas)   
Trabajo en equipo y motivación   
Resolución de conflicto   
Servicio al Cliente   
Actitud hacia el trabajo

Otros: \_\_\_\_\_

***Gracias por su colaboración***

**SERVITOTALES, S.A.**  
 Servicios para la Ingeniería

Guatemala, 16 de marzo de 2,010.

Señora (ita)  
 Evelin Vásquez  
 Presente

Estimada Evelin:

Por este medio presento la cotización de una pérgola a construir en el área de juegos de la Facultad de Odontología, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

No.	cantidad	unidad	Descripción	Precio UNI	TOTAL
1	40.00	M2	pérgola madera de pino tratado, viga principal 3" x 8", tendales de 3" x 6" y reglas de 2" x 2"		
			3 columnas de 6" x 6" y bases de concreto		
			Se instalará lámina de policarbonato bronce.	Q 710.00	Q 28,400.00
			<b>Valor de la Oferta</b>		Q 28,400.00

Tiempo de Entrega: 4 semanas

Agradeciendo la atención que le merezca la presente, aprovecho la oportunidad para saludarle,

Atentamente,

Ing. Mario Roberto García Chiu  
 DIRECTOR



TELS: 5293-0091 al 93 FAX: 2336-4652

## COTIZACIÓN NÚMERO C-6215

Guatemala, 26 de marzo de 2010

Señorita  
**EVELIN VÁSQUEZ**  
Ciudad

Estimados Señores:

A solicitud tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo.

### DESCRIPCIÓN:

- 1) Una placa con dimensiones de 15 x 20 cms. con texto: BAÑO MUJERES.

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 42.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 51.00

- 2) Una placa con dimensiones de 15 x 20 cms. con texto: BAÑO HOMBRES.

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 42.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 51.00

- 3) Una placa con dimensiones de 35 x 20 cms. con texto: SALIDA DE EMERGENCIA DERECHA.

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 84.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 112.00

- 4) Una placa con dimensiones de 35 x 20 cms. con texto: SALIDA DE EMERGENCIA IZQUIERDA.

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 84.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 112.00



TELS: 5293-0091 al 93 FAX: 2336-4652

- 5) Una placa con dimensiones de 25 x 35 cms. con texto: **ÁREA INFANTIL ó JUEGOS.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 96.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 122.00

- 6) Una placa con dimensiones de 30 x 15 cms. con texto: **ÁREA RESTRINGUIDA.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 54.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 72.00

- 7) Una placa con dimensiones de 25 x 35 cms. con texto: **EXTINTOR.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 96.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 122.00

- 8) Una placa con dimensiones de 12 x 35 cms. con texto: **INFORMACIÓN.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 50.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 68.00

- 9) Una placa con dimensiones de 25 x 35 cms. con texto: **BASURERO ó DEPOSITE LA BASURA.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 84.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 122.00

- 10) Una placa con dimensiones de 12 x 30 cms. con texto: **CAJA.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 44.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 58.00

- 11) Una placa con dimensiones de 12 x 45 cms. con texto: **ATENCIÓN AL PACIENTE.**

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 65.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 86.00



TELS: 5293-0091 a l 93 FAX: 2336-4652

12) Una placa con dimensiones de 30 x 15 cms. con texto: ALTO, Prohibido el ingreso.

VALOR UNITARIO EN MATERIAL PVC	Q. 54.00
VALOR UNITARIO EN MATERIAL ACRÍLICO	Q. 72.00

Este precio incluye:	IVA
Tiempo de entrega:	08 días hábiles después de recibida la cotización firmada de autorizada y el 70% de anticipo
Forma de pago:	70% de anticipo y saldo contra entrega
Validez de la cotización:	05 días

Esperamos que la presente cotización le sea de gran utilidad y de vernos favorecidos con su amable pedido.

Atentamente,

\_\_\_\_\_  
Lic. Ricardo Matheu  
RÓTULOS PANAVISION

\_\_\_\_\_  
ACEPTANTE



# **BIBLIOGRAFÍA**

1. Alegría Herrera, Oscar René  
Tesis "Propuesta de Estrategias Comunicacionales Internas y Externas para crear una Imagen Positiva del Ministerio de Finanzas Publicas de Guatemala".  
Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación  
USAC (2003)
2. Aparicio Esteban, Pilar  
"Teoría y Técnica de la Comunicación Externa I" 1ra. Edición  
Pearson Education  
Madrid 2008
3. Charles S. Steinberg  
Los Medios de Comunicación Social  
Editorial Roble
4. Claudín Víctor y Anabitarte, Héctor  
Diccionario general de la Comunicación  
Editorial Mitre,  
Barcelona, España (1986)
5. Diccionario Enciclopedia Onix  
Ediciones Culturales Internacionales, 2da. Edición  
México (2005)
6. Diccionario Manual e ilustrado de la Lengua Española (RAE)  
Editorial ESPASA-CALPE, S.A.  
Madrid (1950)
7. Enciclopedia temática estudiantil  
Grupo Océano  
España (1999)
8. Flores de Gortari, Emiliano Orozco  
Hacia la Comunicación Administrativa Integral  
Talleres de Impresora PUBLIMEX.  
México, (1988)
9. Interiano, Carlos  
Métodos de Investigación Social y Periodística  
Editorial Red  
Guatemala, (1992)
10. Interiano, Carlos  
Semiología y Comunicación  
Ediciones Paz  
Guatemala (1995)
11. Kloter Phillip y Armstrong Gary  
Marketing 8va. Edición  
Pearson Education  
Mexico (2001)

- 12.** Londoño, J. Arturo  
Dirección de la Imagen Corporativa: Operación Externa de la identidad empresarial los conceptos de la administración de la imagen y su tratamiento en la cultura organizacional  
Editorial: Medellín,  
Colombia, (2006)
- 13.** Miranda García, Ana Raquel  
Estudio de Factibilidad para la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas.  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación  
Guatemala: 2004  
Universidad de San Carlos Guatemala
- 14.** Patricio Bonta & Mario Farber  
Preguntas sobre Marketing y Publicidad  
Editorial Norma  
España (1994)
- 15.** Philip Lesly,  
Manual de Relaciones Públicas Tomos I y II.  
Ediciones Martínez Roca, S.A.  
Barcelona, España (2001)
- 16.** Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo  
Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo  
Litografía CIMGRA,  
Quinta Edición  
Guatemala, (2002)
- 17.** Row, Kenneth L.  
La Comunicación en Mercadotecnia  
2da. edición  
McGraw-Hill  
Colombia, (1990)
- 18.** Sagastume Gemmell, Marco Antonio  
Síntesis Histórica Universidad de San Carlos de Guatemala  
Guatemala, (2007)
- 19.** Stanton William, Etzel Michael, Y Walter Bruce  
Fundamentos de Marketing. 9na. Edición.  
México  
McGraw-Hill (1992)
- 20.** Téllez Marmolejo, Lina María  
Gestión de la imagen a través de estrategias corporativas y su incidencia en los fines comerciales de la organización.  
Casa Editorial El Tiempo  
España, (2005)

- 21.** Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Odontología,  
Plan Estratégico, (2005)
- 22.** Vásquez Ramos, Reynerio  
Métodos de investigación social  
Ediciones Mayté,  
Tercera Edición  
Guatemala, (2003)
- 23.** Velasco, José Manuel y otros  
Comunicación Externa  
[www.editorial.netbiblo.com](http://www.editorial.netbiblo.com)  
Fecha de consulta: 11 de abril del 2008.
- 24.** Wilcox, Dennis L.  
Relaciones públicas Estratégicas y Tácticas 7<sup>a</sup>. Edición  
Pearson Education  
Madrid 2005
- 25.** Comunicación Externa  
[http://www.emprendedores.com/nota/la\\_comunicacionexterna-1855-15.html](http://www.emprendedores.com/nota/la_comunicacionexterna-1855-15.html)  
Fecha de consulta: 11 de abril del 2008
- 26.** La Comunicación Externa Herramientas para la empresa.  
[www.microsoft.com/spain/empresa/rrpp/comunicacion\\_externa.msp](http://www.microsoft.com/spain/empresa/rrpp/comunicacion_externa.msp)  
Fecha de consulta: 30 de enero de 2009
- 27.** Nuevas tendencias de la Comunicación Externa en las empresas  
[www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/58/ntce.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/58/ntce.htm)  
Fecha de consulta: 30 de enero de 2009