

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

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE INFOKIOSCOS  
EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS, CAMPUS  
CENTRAL**

TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:  
EDWARD UBALDO HERNÁNDEZ GIRÓN

PREVIO A OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR:

M.A. ELPIDIO GUILLÉN

GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2012.

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

**Consejo Directivo**

**Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián Ch.

**Representantes Docentes**

M. A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

**Representantes estudiantiles**

Pub. José Jonathan Girón Ticurú

Pub. Aníbal De León Velásquez

**Representante de Egresados**

Lic. Johnny Michael González Bátres

**Secretaria Administrativa**

M. A. Sc. Claudia Molina

**Tribunal Examinador**

**Profesionales**

Elpidio Guillén	(presidente)
Domingo Chiapas	(revisor)
Donaldo Vásquez	(revisor)
Lesvia Morales	(examinador)
Silvia Búcaro	(examinadora)
Miriam Yucuté	(suplente)



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

090-12

Guatemala, 15 de marzo de 2012  
Dictamen aprobación 19-12  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Edward Ubaldo Hernández Girón**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.6 del punto 1 del acta 03-2012 de sesión celebrada el 15 de marzo de 2012 que literalmente dice:

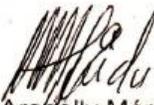
**1.6 Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante Edward Ubaldo Hernández Girón, carné 9821106, el proyecto de tesis *PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE KIOSCOS DE INFORMACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, CAMPUS CENTRAL*. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Elpidio Guillén.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

..."se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



340-12

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

Guatemala, 01 de junio de 2012  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 25-2012

Estudiante  
**Edward Ubaldo Hernández Girón**  
Carné **9821106**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE KIOSCOS DE INFORMACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, CAMPUS CENTRAL.

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:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a).  
M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a)  
Lic. Domingo Chiapas, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAN A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.

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



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora  
Guatemala, 16 de julio de 2012**

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Distinguida M.A. Mérida

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Edward Ubaldo Hernández Girón

Carné 1998-21106. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE INFOKIOSCOS EN LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS, CAMPUS CENTRAL**

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

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Lic. Donald Vázquez  
Nombre y Firma  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Domingo Chiapas  
Nombre y Firma  
Miembro Comisión Revisora

  
M. A. Elpidio Guillén  
Presidente Comisión Revisora  
Nombre y Firma



398-12

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 25 de julio de 2012  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 77-2012

Estudiante  
**Edward Ubaldo Hernández Girón**  
Carné **199821106**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE INFOKIOSCOS EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS, CAMPUS CENTRAL, siendo ellos:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)  
M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a).  
Lic. Domingo Chiapas, revisor(a)  
Dra. Lesvia Morales, examinador(a).  
M.A. Silvia Búcaro, examinador(a).  
Licda. Miriam Yucuté, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría 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**

Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/IEunice S.

M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



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



## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 21 de septiembre de 2012

**Orden de Impresión/NR**

Ref. CT-Akmg- No. 73-2012

Estudiante

**Edward Ubaldo Hernández Girón**

Carné **9821106**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE INFOKIOSCOS EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS, CAMPUS CENTRAL**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas las 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**

Lic. **Jello E. Sebastián Ch.**  
Director ECC



*M. Aracelly Mérida*  
**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

**Para efectos legales el autor es el único responsable del contenido**

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS**

Por prestarme la vida, llenarme de bendición y darme la oportunidad de llegar a esta meta.

### **A MIS PADRES**

Especialmente a mi madre Adela Esperanza Girón Rossell por sus sacrificios y dedicación para guiarme por el camino correcto de respeto, responsabilidad y Fe.

### **A MIS HERMANOS**

Por sus consejos y ser ejemplo de lucha y perseverancia para alcanzar las metas.

### **A MIS CUÑADAS**

Dayam y Jessica Por su cariño y apoyo en todo momento.

### **A MIS SOBRINAS**

Por ser la alegría de nuestras familias.

### **A MI HIJA**

Por ser mi energía y motivación daría de lucha para alcanzar las metas.

### **A MI ESPOSA**

Por su amor y apoyo incondicional.

### **A MIS SUEGROS**

Por el cariño demostrado

### **A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS**

Por ser el ente rector de la educación superior en Guatemala, la universidad del pueblo.

### **A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Por formarme en sus aulas como profesional

### **AL MAGISTER ELPIDIO GUILLÉN**

Por su dedicación y guía durante el desarrollo de este proyecto

## Índice

Resumen	i
Introducción	iii
<b>I Marco Conceptual</b>	
1.1 Título	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	6
1.4 Planteamiento del Problema	7
1.5 Alcances y límite	8
<b>II Marco Teórico</b>	
2.1 Comunicación	10
2.1.1 Modelos de comunicación	13
2.2 Diagnóstico	14
2.3 Estrategia	15
2.3.1 Elementos de la estrategia de comunicación	15
2.4 Información	16
2.4.1 Usos de la información	17
2.5 Kioscos	18
<b>III Marco Metodológico</b>	
3.1 Tipo de investigación	21
3.2 Población	21
3.3 Muestra	21
3.4 Objetivos	22
3.5 Técnicas e instrumentos	22
<b>IV Análisis de resultados</b>	
4.1 Introducción	23
4.2 Procedimiento de la investigación	23
4.3 Análisis de resultados del diagnóstico	25
<b>V Propuesta de Comunicación</b>	
5.1 Propuesta de comunicación	32
5.2 Estrategia de comunicación	32
5.3 Cuadro de proyección	36
Conclusiones	37
Recomendaciones	38
Bibliografía	40
Anexos	42



---

## Resumen

- Título:** Propuesta para la creación de Infokioscos en la Universidad de San Carlos, Campus Central
- Autor:** Edward Ubaldo Hernández Girón
- Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala
- Unidad académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Problema investigado:** ¿Qué tipo de funciones específicas pueden cumplir los Infokioscos permanentes, en la Universidad de San Carlos de Guatemala?
- Tipo de investigación:** descriptiva-analítica
- Instrumentos:** cuestionario para asistentes a la actividad de la feria de la información INFO-USAC 2012.
- Procedimiento:** se realizó una investigación bibliográfica para determinar los tipos de kioscos y sus usos, así como la importancia de la comunicación pública para el desarrollo de las instituciones, la cual puede darse a través de Infokioscos adentro de la Universidad de San Carlos, Campus Central.

La segunda parte consistió en circular un cuestionario a los visitantes de la Universidad, durante la semana de la información INFO-USAC 2012, con la técnica de la encuesta para determinar qué funciones pueden cumplir los Infokioscos en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central. El objetivo del proyecto es identificar la situación actual de la información dentro de la Universidad para determinar la ubicación de los puntos de información en el Campus Central.

**Resultado y Conclusiones:** Las personas encuestadas brindaron información importante que permitió lograr los objetivos trazados al concluir que los kioscos son una herramienta de información que en la actualidad tiene gran significación para la sociedad.

Los Infokioscos pueden utilizarse en el Campus Central de la Universidad de San Carlos para brindar información tanto de las carreteras técnicas y profesionales, estudios de postgrado y becas de estudios y de otros servicios que la Universidad brinda para beneficio de la población guatemalteca.

La información que se brinde servirá para orientar acerca de los servicios que presta la Universidad de San Carlos, así como la ubicación de las distintas unidades académicas y administrativas, en beneficio de quienes visiten el Campus Central.

## Introducción

En la actualidad, debido al avance de la tecnología y el desarrollo de los medios de comunicación las personas demandan información veraz y confiable, de esa cuenta es que las instituciones deben situarse a la vanguardia de las nuevas técnicas para brindar información de los servicios que prestan para el cumplimiento de las funciones para las que fueron creadas.

En el caso de las instituciones educativas que deben divulgar la oferta educativa a personas que buscan iniciar estudios a nivel superior, las mismas necesitan información que les ayude en el proceso de toma de decisión para elegir una carrera y los procedimientos para ingresar a la misma y la ubicación de los distintos puntos a los que debe abocarse para dar inicio a los trámites académicos y administrativos para matricularse.

Los puntos de información adentro de las instituciones educativas deben contar con características tales como ubicación estratégica, material gráfico con información, ser atendido por personal capacitado y con buenas relaciones interpersonales e infraestructura sencilla y llamativa para su fácil identificación.

La Universidad de San Carlos no solo ofrece servicios académicos, sino también servicios sociales, deportivos y actividad comercial (la oficina de actividad comercial se encarga de regular los permisos para la venta de productos varios) por lo que el público que visita el Campus Central lo hace con motivos distintos y la demanda de información es mayor, por tal razón se propone la implementación de puntos de información denominados Infokioscos.



En el presente informe se desarrolla la propuesta de creación de Infokioscos en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central; para ello se presenta en el capítulo uno el Marco Conceptual con los antecedentes y el problema que originó la investigación; el capítulo dos describe la teoría que fundamenta la investigación, el capítulo tres describe el tipo de investigación, objetivos y técnicas empleadas el capítulo cuatro expone los resultados obtenidos y finalmente el capítulo quinto presenta propuesta de comunicación, estrategia de comunicación, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.



---

---

## **Capítulo I**

### **Marco Conceptual**

**1.1 Título:** “Propuesta para la creación de Infokioscos en la Universidad de San Carlos, Campus Central”

#### **1.2 Antecedentes de la investigación**

“La Universidad de San Carlos de Guatemala se fundó el 31 de enero de 1676, solamente se impartían las carreras de Derecho Civil y Derecho Canónico, Medicina, Filosofía y Teología y Docencia de Lenguas Indígenas. (Cazali, 1997)

Luego de más de 300 años, la Universidad cuenta con 42 carreras a nivel técnico, 36 profesorado, 99 carreras a nivel licenciatura, 24 especializaciones, 35 maestrías y 6 doctorados. Actualmente, atiende a 146,299 estudiantes, en 18 centros universitarios, 10 facultades y 8 escuelas así como 2 institutos; contando con un centro universitario en casi todos los departamentos del país y se trabaja en la acreditación internacional de planes de estudio de 12 carreras. Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

*“Orientado hacia una política de puertas abiertas, la Universidad ofrece diferentes programas, tanto para estudiantes universitarios como para el público en general, a través del Programa de Cursos Libres Universitarios, cursos de la Dirección General de Extensión, así como el Programa de Educación Continua, para profesionales graduados”.* Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

Para facilitar este crecimiento la Universidad ha tecnificado muchos de sus procesos, ofreciendo acceso a Internet inalámbrico gratuito en todo el Campus Central, así como en el Centro Universitario Metropolitano; los procesos de pago de matrícula y otros también se han vuelto procesos en línea, facilitando el acceso a los mismos a cualquier



---

hora y desde cualquier lugar. Asimismo, ya existen varias unidades integradas al proceso de e-learning, así como también la habilitación de 22 Aulas Virtuales, tanto en el Campus Central como en los centros regionales. Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

Constitucionalmente la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una institución autónoma con personalidad jurídica. En su carácter de única Universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del Estado y la educación profesional universitaria estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promueve por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y coopera en el estudio y solución de los problemas nacionales. Para este efecto, es una institución académica con patrimonio propio. Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

Según lo establece el Plan Estratégico USAC-2022 la Universidad propondrá constantemente a encaminarse hacia la excelencia académica en la formación integral de estudiantes, técnicos, profesionales y académicos con sólidos valores éticos, sensibilidad humana y compromiso social, para actuar en la solución de los problemas nacionales, promoviendo la participación en la población desde adentro y afuera de ella. Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

La educación superior debe, además, proyectarse a toda la sociedad tomando en cuenta el contexto pluricultural, multilingüe y multiétnico, procurando una Universidad extramuros, democrática, creativa y propositiva, fortaleciendo su legitimidad, identidad y memoria histórica. Su deber ser no es sólo para sí, sino para otros. Por tanto, debe influir permanentemente en la reforma del modelo educativo nacional (“Reforma Educativa”), en la creación e impulso de políticas de educación, salud, vivienda, trabajo y las que conlleven a mejorar el nivel de vida de todos los guatemaltecos individual y



---

colectivamente.” Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

Misión: *“En su carácter de única Universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del estado y la educación estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales”.* Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.)

Visión: *“La Universidad de San Carlos de Guatemala es la institución de educación superior estatal, autónoma, con una cultura democrática, con enfoque multi e intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico, social y humanista, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva y con recursos óptimamente utilizados para alcanzar sus fines y objetivos, formadora de profesionales con principios éticos y excelencia académica”.* Tomado de: Página Usac Administración, recuperado el 3 de marzo de 2012 en URL <http://www.usac.edu.gt/adm/index.php>.

En el Artículo 82. Autonomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Constitución Política de la República de Guatemala se establece que *“A la Universidad de San Carlos de Guatemala le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del Estado y la educación profesional universitaria estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales”.* (Diario Oficial, 3 de junio 1985)

En el Estatuto de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el artículo 8 se establece que como depositaria de la cultura a la Universidad le corresponde:



- 
- 
- a) *“Establecer bibliotecas, museos, exposiciones y todas aquellas organizaciones que tiendan al desenvolvimiento cultural del país, y ejercer su vigilancia sobre las ya establecidas”.*
  - b) *“Cooperar en la formación de los catálogos, registros e inventarios del patrimonio cultural guatemalteco y colaborar en la vigilancia, conservación y restauración del tesoro artístico, histórico y científico del país”;*
  - c) *“Cultivar relaciones con universidades, asociaciones científicas, institutos, laboratorios, observatorios, archivos, etc., tanto nacionales como extranjeros”;*
  - d) *“Fomentar la difusión de la cultura física, ética y estética”*
  - e) *“Establecer publicaciones periódicas en el orden cultural y científico.”*

*En el Artículo 9 del mismo estatuto establece que también corresponde a la Universidad:*

- a) *“Cooperar en la solución del analfabetismo”;*
- b) *“Estudiar la dinámica étnica del país para proponer acciones tendientes a la consolidación de la unidad nacional en condiciones de igualdad en lo político, económico y social, dentro del marco de respeto a la diversidad étnica, a la cual la Universidad debe responder para ser congruente con la pluralidad social del país”.*
- c) *“Promover el intercambio de profesores, investigadores y estudiantes con las universidades nacionales y extranjeras”;*
- d) *“Estimular la dedicación al estudio y recompensar los méritos culturales en la forma que estime más oportuna”;*
- e) *Promover certámenes, seminarios, simposios, talleres, exposiciones y otras actividades académicas para fomentar la investigación, las invenciones, la creación científica o humanística;*
- f) *“Fomentar el espíritu cívico y procurar que entre sus miembros se promuevan y exalten las virtudes ciudadanas”;*



---

g) *“Cooperar en la restauración y conservación del patrimonio natural”.*

Además la Universidad de San Carlos en el Campus Central brinda servicios como cursos libres, servicios de salud odontológica, comercialización a bajo precio de productos agrícolas y animales para el consumo, biblioteca central; también se cuenta con una farmacia, librería, servicio del sistema bancario y cajeros automáticos entre otros.

Para realizar este estudio se cuenta con el antecedente de otras investigaciones en materia de comunicación de las que a continuación se hacen referencia.

En su tesis Diagnóstico y Propuesta de Comunicación/ Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Cabrera Maldonado (2001), indica “que la implementación de una adecuada estrategia de comunicación interna y externa puede concientizar y crear imagen de una institución”, este aporte revela que la comunicación juega un papel importante para el desarrollo y crecimiento de una institución; además se concluyó que el público objetivo de una institución desea encontrar información sobre la misma en la mayor cantidad de medios posible.

Ana Miranda G. (2004) en su tesis Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de relaciones públicas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC, llegó a la siguiente conclusión: *“que es de mucha importancia para los alumnos, además éstos si apoyarían un proyecto como éste porque es de beneficio para todos los estudiante de esta Unidad Académica”*

Según Herrera Santos (2008) Propuesta de Estrategia de Comunicación Institucional para la radio TGW, La Voz de Guatemala, concluye que el fortalecimiento de la comunicación externa, mediante una estrategia definida, le permite a una institución elevar su imagen.

De la Rosa Montepeque (2010), expuso en su tesis Estrategia Comunicacional Para el Manejo de Residuos Sólidos (caso Mancomunidad la Laguna) que obtuvo como resultado la implementación de una estrategia comunicacional en la cual integró medios publicitarios móviles para hacer llegar el mensaje sobre el manejo de los residuos



---

sólidos. Lo que demuestra que una comunicación estratégica hace llegar la información deseada en el momento oportuno.

Los estudios anteriores reflejan la importancia que tiene la comunicación de las instituciones hacia su público, ya que de esa manera estas pueden cumplir con las funciones para las cuales han sido creadas.

Infousac, como se le conoce a la semana de la información es un evento anual desde el año 2004, cuando el Consejo Superior Universitario aprobó la realización de un evento informativo para promover las ofertas en materia de educación de las diferentes unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala (Revista Agro No. 2/2008:pág. 4) Durante este evento se dan a conocer las distintas carreras técnicas y profesionales que ofrece la Universidad de San Carlos, dicho evento dura 4 días y se realiza en la Plaza de los Mártires

Como parte de las actividades, se imparten charlas acerca de los pasos a seguir para optar a los exámenes previos a ser inscritos; las pláticas las imparten en diferentes puntos del Campus Central entre ellos, el Aula Magna “Iglú”, y Auditorium Francisco Vela, de la Facultad de Ingeniería, así como recorridos por el Campus, dicho evento se realiza una vez por año, emitiendo un acuerdo de dirección en el cual establece mes y días en los que se realizará la actividad, delegando la responsabilidad de planificación y la coordinación al Sistema de Ubicación y Nivelación –SUN- el año pasado (2011) se recibió la visita de 16,000 aspirantes a ingresar a la USAC, este año se pretende recibir una cantidad similar de estudiantes de las carreras de nivel medio.

### **1.3 Justificación del problema**

La necesidad de superación hace que las personas busquen alternativas para mejorar su situación tanto económica como académica siendo una de estas prepararse profesionalmente mediante una carrera universitaria, la Universidad de San Carlos por su parte está en la obligación social de facilitar las condiciones y los medios para que los ciudadanos logren sus metas y objetivos de vida, es por ello que se hace necesario la implementación de puntos de información para que las y los ciudadanos aspirantes a



---

una carrera universitaria a nivel licenciatura, técnica, profesorado y al Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Usac -CALUSAC-, puedan contar con la orientación adecuada y personalizada que una institución seria como la USAC, debe ofrecer.

#### **1.4 Planteamiento de problema**

La Universidad de San Carlos de Guatemala, es una institución que forma parte de la sociedad guatemalteca y su responsabilidad es mayor porque tiene el compromiso de formar profesionales para que contribuyan al desarrollo del país, por tal razón se realizó un diagnóstico por observación en el Campus Central entre los meses de septiembre, octubre y noviembre del año 2011 y el mes de enero del presente 2012, obteniendo como resultado que las personas que visitan el Campus Central, son aspirantes a una carrera universitaria y quienes buscan los servicios que la Universidad de San Carlos brinda, encontrando los siguientes inconvenientes:

1. Aspirantes a una carrera universitaria necesitan acudir a “Orientación Vocacional” como primer paso, sin embargo no se les indica en qué edificio se encuentra esta sección, de igual forma cuando deben avocarse al SUN, (Sistema de Ubicación y Nivelación) para que se les asigne lugar donde se examinarán de las pruebas respectivas, solo se les dice el nombre del edificio pero no la ubicación del mismo.
2. Personas que buscan los servicios de las clínicas dentales que prestan servicio social no conocen el Campus Central, por lo que no saben a que edificios acudir para recibir el servicio deseado.
3. Estudiantes de las carreras de nivel medio que requieren de los servicios de la biblioteca central para realizar sus tareas de investigación no conocen otras bibliotecas especializadas dentro del Campus Central.
4. Los rótulos de información que actualmente se encuentran en distintos puntos del Campus Central están deteriorados y no todos son visibles.
5. Los edificios de las distintas facultades no cuentan con carteleras informativas que sean visibles al público.



6. No hay personas que se encarguen específicamente de labores de información al público que visita el Campus Central durante el año lectivo.
7. Los estudiantes que visitan INFOUSAC son traídos solo por algunos centros educativos, muchos estudiantes acuden a informarse por su cuenta antes o después de dicha actividad.
8. No se utiliza material impreso, tales como mapas para los visitantes y así contar con una guía de ubicación en el Campus Central.
9. Existe un sistema de información virtual, la página de internet de la USAC que brinda información general, pero dentro del campus central los visitantes no tienen acceso a equipo de computo para realizar consultas a menos que compren tiempo de uso de computadoras con internet en los denominados “café internet” que se encuentran en algunos edificios del campus.

Por tanto se hace necesario implementar un sistema de información el cual permita prestar un servicio de información eficaz a quienes visiten la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central.

Teniendo como base los datos anteriores se hace necesario que la Universidad de San Carlos de Guatemala implemente un sistema de información físico permanente y con personal especializado para la orientación y atención a personas que requieren información dentro del Campus Central, de esa forma surge la interrogante que da paso al presente trabajo ¿Qué tipo de funciones específicas pueden cumplir los Infokioscos permanentes, en la Universidad de San Carlos de Guatemala?

### **1.5 Alcances y límites:**

Los alcances y límites que se enmarcan en el objeto de estudio son las personas que visitan la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central, que a su vez es el área geográfica en que se llevará a cabo la investigación la cual se realizó durante abril, en las entradas principales y Plaza de los Mártires de la USAC, durante la semana informativa “Infousac” Tomando en cuenta a todas las personas que visitan la Universidad de San Carlos.



Infousac, es una actividad anual aprobada por el consejo Superior Universitario el cual está integrado por autoridades universitarias (Rector Magnífico, secretario General, Decanos, Directores, representantes de docentes y representantes estudiantiles entre otros) y coordinada por el Sistema de Ubicación y Nivelación –SUN- , en dicha actividad las unidades académicas orientan a los potenciales estudiantes universitarios a elegir la carrera que más se adecúe a sus habilidades y necesidades académicas, cumpliendo de esa forma la función para la que fue creada.



---

---

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### **2.1 Comunicación**

La comunicación es el proceso por medio del cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Según Alma León *“la comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos”*. (León, 2006:11)

La comunicación humana se da en dos modalidades, por una parte existe un sistema semiológico que emplea signos para comunicar y por otro lado existen un sistema que no utiliza signos.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como *“el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información por medio del habla, escritura u otro tipo de señales”, este intercambio se da a través un proceso que hace uso de símbolos, señales y signos. Existen dos tipos de comunicación: verbal y no verbal. Dentro de la primera se considera a la comunicación oral y escrita; la segunda incluye a la comunicación que se establece por el lenguaje corporal y gestual, además de algunas expresiones artísticas como la música, la pintura, la danza, la escultura y la arquitectura, y la comunicación basada en otros códigos auditivos y visuales: sonidos, luces, banderas, etc.”*(León, 2006:16)

Los elementos del proceso de comunicación son: el emisor que envía al mensaje, este a su vez es la información que se desea transmitir, el receptor es el sujeto a quien se envía el aviso, el canal a través del cual se transmite la información y el código que es el sistema de signos y reglas que permite formular y comprender el mensaje. En



---

el proceso de la comunicación las partes se influyen recíprocamente por lo que el emisor y receptor intercambian papeles.

Todas las formas de comunicación requieren un *emisor*, un *mensaje* y un *receptor* destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el *emisor* en un paquete y canalizada hacia el *receptor* a través del medio. Una vez recibido, el *receptor* decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

La habilidad puede ser utilizada como sinónimo de capacidad en el proceso de comunicación para decodificar mensajes, *“las habilidades en el emisor pueden ser múltiples para escribir, para hablar, para leer, para escuchar, para pintar, para traducir un idioma, etcétera”* (Palacios, 1983:88-89). Todas estas capacidades que se manifiestan en el proceso de la comunicación están relacionadas con el raciocinio del ser humano y su necesidad por estar en contacto con otros seres humanos y su entorno.

Toda persona que no sea capaz de desarrollar las habilidades de codificar y decodificar mensajes produce un ruido en el proceso comunicativo, por ello si se busca que el mensaje produzca los resultados deseados en el receptor, se debe buscar el emisor más apropiado para codificar un mensaje, si se busca expresar mensaje en la radio debe acudir a un locutor altamente calificado, si el mensaje se enviará en una pintura, quien pinte debe ser un excelente pintor, si es un libro el escritor debe conocer bien la sintaxis, la ortografía y la semántica y así sucesivamente la fuente debe ser la mejor en su tipo. (Palacios: 1983)

*“La comunicación para lograr sus objetivos o finalidad de influir en el receptor, utiliza una serie de estrategias psicológicas para atraer la atención, presionar y lograr nuevos procesos de aprendizaje. La publicidad, la educación, las relaciones públicas, generan una serie de destrezas basadas en las motivaciones y actitudes profundas de los individuos y a través de las cuales se busca romper los hábitos existentes para crear*



---

*otros o reforzar el inicial. El hombre actúa de acuerdo con las necesidades síquicas, fisiológicas, culturales, económicas, físicas, etc., y son esas actitudes las que deben reforzarse o cambiarse para influir, vender un producto, etc.” (Palacios, 1983)*

Cuando se desea transmitir un mensaje es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos, según Palacios (1983):

1. Las personas prestan atención a las cosas que pueden realizarse fácilmente y rechazan las que vallan en contra de las concepciones que posean.
2. Generalmente se presta atención a lo nuevo y a lo inesperado.
3. La atención del individuo está determinada por la satisfacción o recompensa que le puede brindar un hecho.
4. Cuando la persona se ve privada de algo tiende a aceptarlo fácilmente.
5. El hábito se puede determinar con el número de veces que una conexión (estímulo-respuesta) se ha dado con la recompensa.
6. Cuanto mayor sea la recompensa mayor será el hábito.
7. Las respuestas fáciles de dar tienen mejor posibilidad de ser conservadas que las difíciles.

El funcionamiento de las sociedades es posible gracias a la comunicación, la cual consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos o instituciones. Para que la comunicación pública sea eficaz hay que mantener una relación ágil de los agentes de los servicios públicos con los usuarios, basada en técnicas probadas de relaciones públicas. Algunas reglas que deben seguirse según Báez (2000) son:

1. Colocación de letreros e indicaciones visibles en los edificios públicos sobre los diferentes servicios que se ofrecen al público.
2. Tener un sistema de turnos a través de una máquina en la que se obtenga un número de turno, esto evita la larga espera y abusos en las filas en la que algunos individuos emplean malas artes.



3. Formar al personal encargado de mantener relaciones cara a cara con el público en técnicas de comunicación, para que den una atención cortés y eficaz a los usuarios.
4. Los agentes administrativos encargados de ofrecer información al público tienen que estar identificados con su nombre, apellidos y denominación de puestos de trabajo y en este caso número de registro de personal.
5. Tener un buzón de quejas y sugerencias para que los usuarios puedan expresar por escrito su apreciación por los servicios recibidos.
6. Cada cierto tiempo realizar sondeos entre los usuarios de los servicios públicos específicos para conocer su conformidad o no, con los servicios, trato e informaciones que reciben.
7. Los locales de atención al público deben estar adaptados arquitectónicamente para realizar las funciones de atención y servicio al público.
8. Adaptar los horarios de atención al público a los horarios de los usuarios, de manera que en estos servicios deben haber turnos de horarios de mañana y tarde para agilizar la labor administrativa y permitir un mejor acceso a los servicios.
9. Tener unas líneas telefónicas de información administrativa para informar de los procedimientos que se siguen en una serie de diligencias.

**2.1.1 Modelos de comunicación:** cuando el ser humano transmite información constituye un proceso de comunicación, al realizarse este se interrelacionan una serie de elementos, el proceso ha llevado a numerosos autores a desarrollar modelos comunicativos. (Palacios, 1983)

Proceso retórico de comunicación: Para Aristóteles hay tres elementos fundamentales, el orador que es la persona que habla, el discurso organización y exteriorización de la capacidad del orador y el auditorio que viene a ser la persona o personas a quienes se pretende llevar el mensaje. (Palacios, 1983)



---

Proceso de Comunicación por Wilbur Schramm: Según Palacios (1983) el modelo comunicativo de Schramm “el proceso comunicativo consiste en un transmisor, un mensaje y un receptor. El transmisor y el receptor pueden, incluso, ser la misma persona (comunicación intrapersonal)” (Palacios 1983:75)

Proceso de Edwin Emery: Para Edwin Emery dentro del proceso comunicativo hay cuatro factores importantes: el mensaje, el comunicante, el canal y el auditorio. (Palacios, 1983)

lingüística en Berti Malmberg: Malmberg quien es un representante de la escuela escandinava ideó un proceso comunicativo aplicado a la actividad de la lengua, este modelo parte de la existencia de dos sujetos que se transmiten mensajes e incorpora el término canal al cual define como cualquier medio material que sirva de vínculo entre emisor y receptor. (Palacios, 1983)

Modelo de David K. Berlo: David K. Berlo, según Palacios (1983), “toda comunicación humana tiene alguna persona que posee un objetivo para lanzar al receptor. Esta persona se denominará “fuente”. Una vez que se ha identificado dicha fuente con su propósito específico, este debe ser expuesto en forma de “mensaje”, y debe considerarse como “conducta física del emisor”; o sea, traducción de ideas, propósitos e intenciones en un código o conjunto sistemático de símbolos”. (Palacios, 1983:79). En el modelo de Berlo describe otros elementos tales como el Encodificador o Encoder, Canal o Medio, Decoder o Decodificador”. (Palacios, 1983)

## 2.2 Diagnóstico

El diagnóstico (del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día-*, "a través", y *gnosis*, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.



---

## 2.3 Estrategia

Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. Proviene del griego ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ Stratos = Ejército y Agein = conductor, guía. *Tomado de Wikipedia la enciclopedia libre, recuperado el 5 de febrero de 2012 en <http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategia>*

La estrategia es un modelo de cambio por medio de la ideación del conjunto de pasos, acciones y vías que en un sistema posibilitan el tránsito del estado actual al futuro requerido y deseado.

Para una adecuada dirección del proceso de desarrollo de la creatividad de los sujetos, se requiere del correspondiente planteamiento estratégico en el cual deben de considerarse tres elementos básicos para la formulación estratégica del desarrollo de la creatividad que son:

- Precisar el estado de partida (o actual) del sujeto: barreras, condiciones facilitadoras, cualidades, dominio técnico que se posee, grado de creatividad de sus productos..
- Representarse los cambios deseados o esperados para un superior desarrollo de la creatividad.
- Planteamiento de las diferentes estrategias a seguir en correspondencia con los dos aspectos anteriores. Es menester por lo general plantear varias estrategias porque no sólo se requiere tener en cuenta los distintos tipos de estrategias existentes, sino debido a que desiguales son también por ejemplo, las clases de obstáculos a la creatividad y la validez que los mismos tienen para cada sujeto.

**2.3.1 Elementos de la estrategia de comunicación:** la siguiente es un modelo de comunicación que se basa en el modelo link. *Tomado de la página web de la Universidad de Ciencias Empresariales de Paraguay <http://www.altillo.com/examenes/uces/publicidad/estratenpublicidad/estratenpublicidad2010resfinal.asp>*



1) Público objetivo. Exige tener definido el perfil del público en base a características cuantitativas de tipo socio-demográfico y económico, y las de tipo cualitativo como sus estilos de vida, valores, hábitos, aspiraciones.

2) Problemas. ¿Qué problema queremos resolver con la publicidad? ¿Qué necesidad del consumidor resolverá el producto?

3) Posición. Analizar el posicionamiento decidido para el producto en la mente de nuestro público objetivo -TARGET-.

4) Producto. Analizar la descripción completa del producto, informativas y persuasivas, positivas y negativas, cómo será percibido...

5) Prioridad, promesa, beneficio. De todos los atributos del producto ¿cuál es el principal, en función de las características del mercado?

6) Prueba (REASON-WHY O EL POR QUÉ) ¿Qué pruebas ciertas podemos aportar para demostrar que el beneficio prometido es real? ¿Por qué el consumidor debe confiar en que el producto real, efectivamente le aportará ese beneficio?

7) Presentación. Tono y ritmo del mensaje. Demostraciones o usos del producto que deberán necesariamente aparecer, testimoniales...

8) Punto de diferencia. Creatividad. ¿qué elementos utilizar para diferenciar nuestro mensaje? ¿Cómo lograr que se nos recuerde más y de forma distinta, y al tiempo que el consumidor se sienta motivado a adquirir nuestro producto?

9) Plataforma de difusión ¿Qué medios y soportes utilizaremos? ¿De qué forma?

## 2.4 Información

*“La información es un conjunto organizado de datos, que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o hecho. también permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su uso racional es la base del conocimiento”.* (<http://definicion.de/informacion/>)

*“En sentido general, es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje”.* Tomado de Wikipedia la enciclopedia libre, recuperado el 6 de febrero de 2012 en [http://es.wifipwdia.org/wiki/informaci%C3B3n](http://es.wikipwdia.org/wiki/informaci%C3B3n)



---

La información es el sistema de control, en tanto que es la propagación de consignas que deberíamos de creer o hacer que creemos. En tal sentido la información es un conjunto organizado de datos capaz de cambiar el estado de conocimiento en el sentido de las consignas transmitidas.

Los datos sensoriales una vez percibidos y procesados constituyen una información que cambia el estado de conocimiento, eso permite a los individuos o sistemas que poseen dicho estado nuevo de conocimiento tomar decisiones pertinentes acordes a dicho conocimiento.

En el sitio Wikipedia, la enciclopedia libre describe como principales características de la información las siguientes:

- Significado (semántica): Cada individuo toma de la información obtenida lo necesario para adecuarlo a sus actividades.
- Importancia (relativo al receptor): se refiere a en qué grado cambia la actitud o la conducta de los individuos, no toda la información es utilizada por todos los individuos, cada uno toma de la información lo que necesita.
- Vigencia (en la dimensión espacio-tiempo): La vigencia de la información va a depender de la necesidad de los individuos, la información tiene vigencia cuando su uso es actual y de beneficio para los individuos, aunque esta se haya emitido en distinto tiempo.
- Validez (relativa al emisor): Cuando se conoce que la fuente es confiable.
- Valor (activo intangible volátil): la información tiene un valor relativo, porque en el momento de su uso es importante y cuando se hace uso de ella su valor puede disminuir para un individuo y aumentar para otros.

#### **2.4.1 Usos de la información**

Se considera que la generación y/o obtención de información persigue estos objetivos:

- Aumentar/mejorar el conocimiento del usuario, o dicho de otra manera reducir la incertidumbre existente sobre un conjunto de alternativas lógicamente posibles.



- Proporcionar a quien toma decisiones la materia prima fundamental para el desarrollo de soluciones y la elección.
- Proporcionar una serie de reglas de evaluación y reglas de decisión para fines de control.

En relación con el tercer punto, la información como vía para llegar al conocimiento, debe ser elaborada para hacerla utilizable o disponible (este proceso empírico se llama documentación y tiene métodos y herramientas propios), pero también es imposible que la información por sí sola dote al individuo de más conocimiento, es él quien valora lo significativo de la información, la organiza y la convierte en conocimiento. El dato, por así llamarlo, es en sí un "prefijo" de la información, es decir, es un elemento previo necesario para poder obtener la información.

Según el diccionario de la Real Academia Española – DRAE-, la desinformación es procurar en los sujetos el desconocimiento o ignorancia y evitar la circulación de información, la desinformación afecta la toma de decisiones. *Tomado del Diccionario de la Lengua Española, 22 edición, en línea, recuperado el 6 de febrero de 2012 en <http://www.rae/?val=desinformación>.*

## 2.7 Kiosco

El DRAE prefiere la utilización de "q" para la letra inicial de "quiosco", aunque admite la utilización de la letra "k" ("kiosco"). Kiosco proviene del vocablo francés *Kiosque*, del turco *kioshk*, mirador y este del persa *kusk* que significa palacio “*al principio su único significado era edificio pequeño, de estilo árabe situado en un punto estratégico para contemplar un paisaje o un acontecimiento. Después se añadió a su significado "pabellón de parque o jardines, donde se tocan conciertos". Más tarde su definición incorporó "edificio pequeño destinado a la venta de periódicos, revistas, etc". Finalmente se ha agregado "pequeña estructura, generalmente ubicada en la estrada de centros comerciales que contiene una pantalla de computadora que contiene información”* Tomado de: <http://etimologias.dechile.net/?quiosco>)



---

Kioscos se define también como *“construcción de pequeño tamaño y generalmente hecha con materiales ligeros, destinada a la venta de periódicos, revistas, golosinas y otros artículos en las calles y lugares públicos y construcción de pequeño tamaño, con forma de templete, que se instala en parques y jardines: el pasado domingo hubo teatro para niños en el quiosco de la alameda”*. (tomado del sitios web y recuperado el 3 de marzo en URL <http://es.thefreedictionary.com/kiosco>)

En el sitio Wikipedia, la enciclopedia libre *“quiosco es una construcción ligera formada por varias columnas o pilares que sostienen una cubierta. Puede tener abiertos los lados, siendo entonces equivalente a un pabellón, un templete o un baldaquino; o tenerlos cerrados, con lo que se asemeja a una caseta (en cuyo caso la función sustentante puede recaer en los propios paneles o tabiques de cerramiento, dado lo ligero de la estructura). A diferencia de las pérgolas, la cubierta o techo de los quioscos no tiene oquedades. Su función es proporcionar una relativa protección del sol y de la lluvia, y en su caso servir de espacio escénico para algún tipo de espectáculo al aire libre o proporcionar un pequeño espacio de almacenamiento y puesto de venta en la vía pública de forma estable, por oposición a los de la venta callejera o ambulante (por lo que suelen estar sujetos a algún tipo de regulación, autorización, permiso o concesión administrativa)”*.

Según su uso, los kioscos se pueden clasificar en distintos tipos:

- Quiosco de flores, puesto de venta en el que se comercializan principalmente ramos de flores.
- Quiosco de golosinas, establecimiento comercial en el que se venden principalmente golosinas, cigarrillos, tarjetas telefónicas, etc.
- Quiosco de información, puesto no comercial en el que se provee información turística o referente a campañas públicas.
- Quiosco de música, construcción festiva, normalmente de planta circular o semicircular, que alberga conciertos
- Quiosco de prensa, puesto de venta de dimensiones reducidas en el que se comercializan principalmente periódicos y revistas.



- Quiosco interactivo, computadora localizada en lugar público que permite a los usuarios realizar diferentes acciones.
- Quiosco de necesidad, denominación de cierta clase de urinarios públicos.

En Guatemala los kioscos se utilizan en los centros comerciales y en actividades culturales como puntos de encuentro donde se brinda información de importancia, las personas se acercan y pueden ser provistas de material gráfico que amplía su información y que pueda conservar para tener la oportunidad de leer y retroalimentar el proceso de información.

Actualmente en la Usac, algunas Facultades y Escuelas cuentan con oficinas de información sin embargo estas se encuentran adentro de los edificios y en algunos casos en horarios de medio tiempo, por su ubicación y horario se le es difícil al visitante ubicarlas, perdiendo de esa manera su función de informar.

En Guatemala funcionan varias Universidades privadas y la Usac que es la única Universidad estatal y rectora de de la educación superior, tanto las universidades privadas como la San Carlos, realizan ferias de la educación para dar a conocer sus ofertas educativas con la diferencia que en el caso de las privadas orientan sus actividades especialmente a establecimientos de nivel medio privados en cambio la Usac abre sus puertas para establecimientos tanto públicos como privados, sin embargo ninguna cuenta con kioscos de información permanente y solo dan información a través de sus sitios web o quienes cuentan con oficina de relaciones públicas, de esa forma las Universidades internacionales manejan su información a través de sus sitios web.



---

## III Marco Metodológico

### 3.1 Tipo de investigación

Esta investigación surge a raíz de un proceso de observación en contacto con la población meta, el enfoque es cualitativo de tipo descriptiva-analítica.

- Enfoque cualitativo: es una investigación dentro del contexto social, y atiende al significado que la realidad tiene para los actores sociales así como la forma en que estos significados se vinculan con sus actitudes y conductas. En la presente investigación se realizaron dos actividades básicas que consisten en:
  - 1) Recoger toda la información necesaria y suficiente para alcanzar los objetivos
  - 2) Propone una solución al problema planteado con base en la información obtenida de forma coherente y lógica.
- Descriptiva: este tipo de investigación permite enumerar las características propias del problema, con este tipo de investigación se logra el diagnóstico de la situación actual en materia de información que tienen las personas que acuden a la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central y como este problema afecta a las personas y la USAC.
- Analítica debido a que al finalizar el diagnóstico que dio base la elaboración de la propuesta de implementación de kioscos de información en la USAC. La información recabada se divide en dos partes, por un lado diagnóstica y por otro lado la base para desarrollar una solución al problema.

**3.2 Población:** la población de la siguiente investigación fueron 10,100 estudiantes de nivel medio que acudieron a la semana de la información INFO-USAC 2012, en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**3.3 Muestra:** se realizó una encuesta piloto a 100 personas, posteriormente se tomó una muestra al azar de 1000, hombres y mujeres, adolescentes y mayores de



dieciocho años que acudieron a la Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central zona 12, durante la semana de la información INFO-USAC 2012 durante los días del 24 al 27 de abril de 2012.

### **3.4 Objetivos**

#### **5.4.1 General**

- Diseñar una propuesta comunicacional para la instalación de Infokioscos en lugares estratégicos en la Universidad de San Carlos de Guatemala: Campus Central, para facilitar la comunicación institucional con la población.

#### **5.4.2 Específicos**

- Realizar un diagnóstico que permita establecer las necesidades de comunicación en la Universidad de San Carlos.
- Contribuir al mejoramiento de la comunicación externa de la USAC con los usuarios, para viabilizar los procesos académico-administrativos.
- Proponer una herramienta de información en lugares estratégicos en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **3.5 Técnicas e instrumentos**

Las técnicas a emplear son:

- Observación de conductas de visitantes de la USAC como parte del diagnóstico que permite evaluar el problema de desinformación que tienen los visitantes.
- Investigación bibliográfica
- Encuesta a personas que acuden a la USAC en la actividad de INFOUSAC.

Los instrumentos a emplearse son:

- El cuestionario
- Fichas bibliográficas
- Observación



---

---

## Capítulo IV

### Análisis de resultados

#### 4.1. Introducción

Los kioscos infokioscos tienen hoy múltiples funciones. En una sociedad cada vez más informatizada se hace indispensable poner al servicio de los usuarios y ciudadanos canales de comunicación ágiles, modernos y de fácil uso. Se considera que los infokioscos en la universidad deben estar diseñados específicamente para cumplir diversas funciones y adaptarse a posibles nuevos usos.

Sectores como la administración pública, el ocio y entretenimiento, la publicidad, el turismo, estaciones de transporte, el mundo de la cultura, centros comerciales, etc. aprovechan la capacidad de un kiosco informativo y su gran usabilidad para facilitar información, mostrar publicidad interactiva, realizar trámites administrativos, encuestas, consultar mapas horarios, y un largo etcétera.

Hoy las instituciones necesitan un flujo de datos constantes y precisos para tomar las decisiones correctas que les permita hacerles frente a la intensa competencia a las que están sometidas en un ambiente de globalización para guiar la entidad al logro de sus objetivos.

La magnitud del valor de la información es incalculable, ya que aquellas empresas que cuentan con la mayor cantidad y calidad de datos, podrán tomar las mejores decisiones. En la actualidad la información es un mecanismo indispensable para realizar una administración efectiva de los recursos con los cuales cuentan y ofrecen a la población.

#### 4.2. Procedimiento de la investigación

a. Se realizó una prueba piloto a 100 estudiantes de primer ingreso para probar el instrumento que se pasaría a una muestra de estudiantes que asistieron a la semana informativa denominada INFO- USAC



INFO-USAC 2012, tiene como fin informar y orientar sobre la oferta académica que ofrece la USAC, así como el proceso de ingreso y los requisitos de inscripción que deben cumplir los aspirantes a ingresar a la Universidad de San Carlos de Guatemala en el ciclo académico 2013. La actividad tiene una duración de dos horas, en las cuales los aspirantes recibirán una charla informativa, un recorrido por las instalaciones.

b. La encuesta final como parte del diagnóstico se pasó del 24 al 27 de abril del 2012, en el Campus Central, Ciudad Universitaria Zona 12, en horario de 8:00 a 15:00 horas.

c. Al finalizar la etapa de recolección de la información (estudio de campo) se procedió clasificar la información.

d. Seguidamente, se procedió a tabular los datos y diagramar los resultados.

e. Luego, se procedió a redactar las conclusiones y recomendaciones.

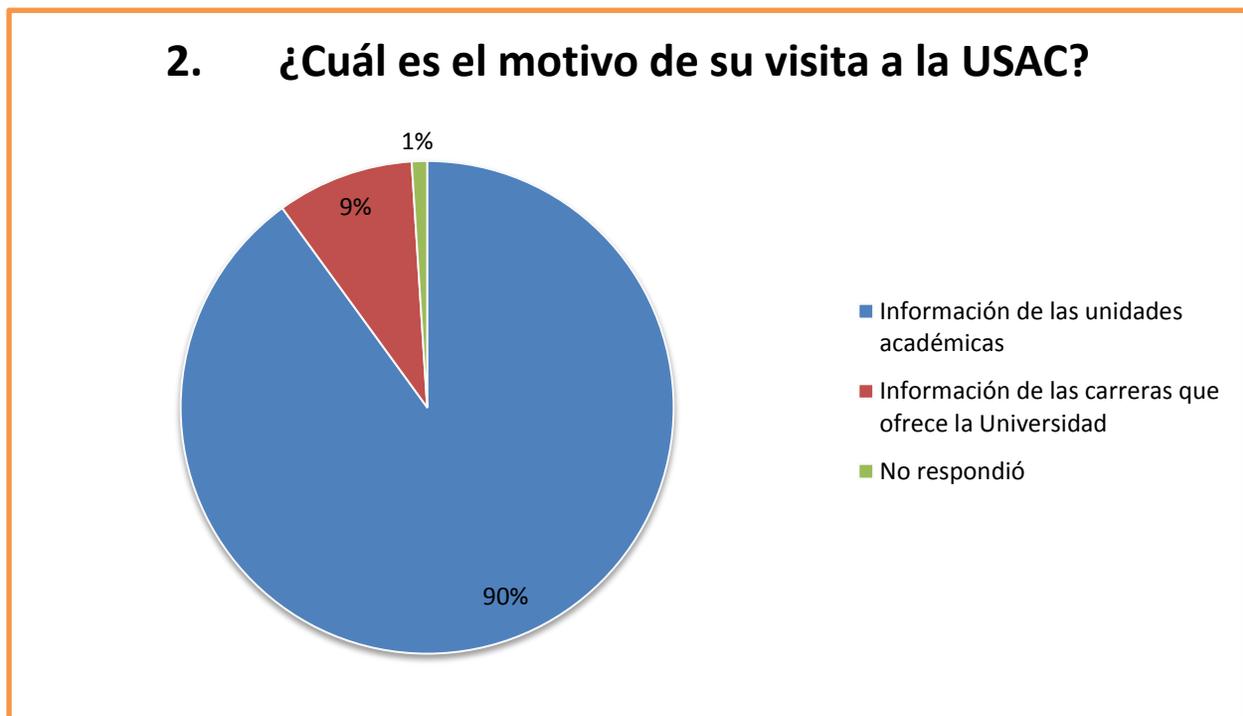
f. Finalmente, con base en los datos ordenados, las conclusiones y recomendaciones, se procedió a redactar la estrategia de comunicación para la instalación de kioscos informativos permanentes en lugares estratégicos en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 4.3. Análisis de Resultados del Diagnóstico

#### 1. ¿Conoce los servicios que presta la Universidad de San Carlos de Guatemala a la población estudiantil y a los guatemaltecos en general?

El 100% de la población estudiantil encuestada respondió que no conoce los servicios de la Universidad de San Carlos. Este es un dato importante tomando en cuenta que la universidad de San Carlos no solo ofrece carreras en las distintas unidades académicas, sino también servicios sociales, de salud y recreación; ofrece también productos de origen animal a bajo precio, entre otros.

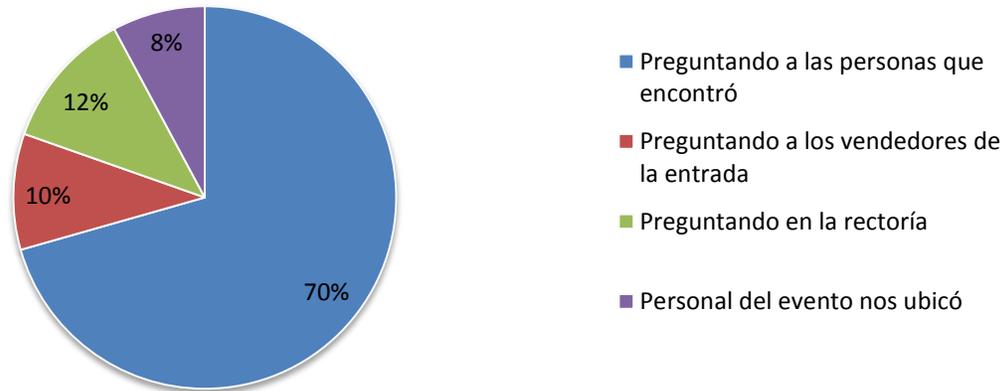
Grafica No. 1



El 90% de las respuestas reflejan que se visita la Universidad por información de las unidades académicas, mientras que el 9% llega por las carreras universitarias, y el 1% no respondió.

**Gráfica No.2**

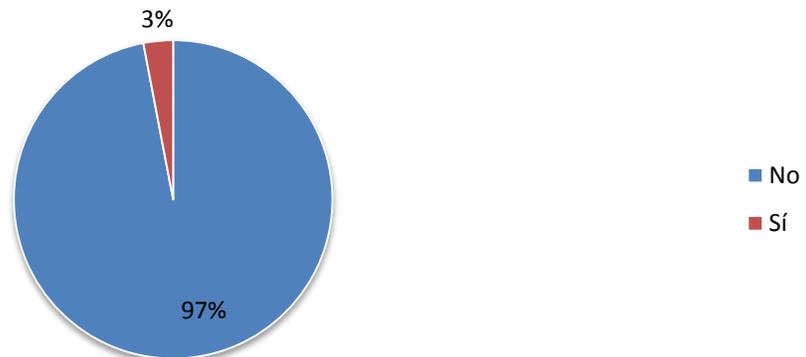
**3. ¿Qué medio utilizó para ubicar la actividad de INFOUSAC?**



El 70% respondió que preguntaron a desconocidos, el 12% acudieron a rectoría. El 10% preguntaron a vendedores ambulantes y el 8% fue atendido por el personal de dicho evento.

**Gráfica No. 3**

**4. ¿Cree usted que la Universidad cuenta con un eficiente servicio de información a estudiantes y visitantes?**



A su respuesta el 97% indicaron que no y solamente un 3% dijeron que si.

**Gráfica No. 4**

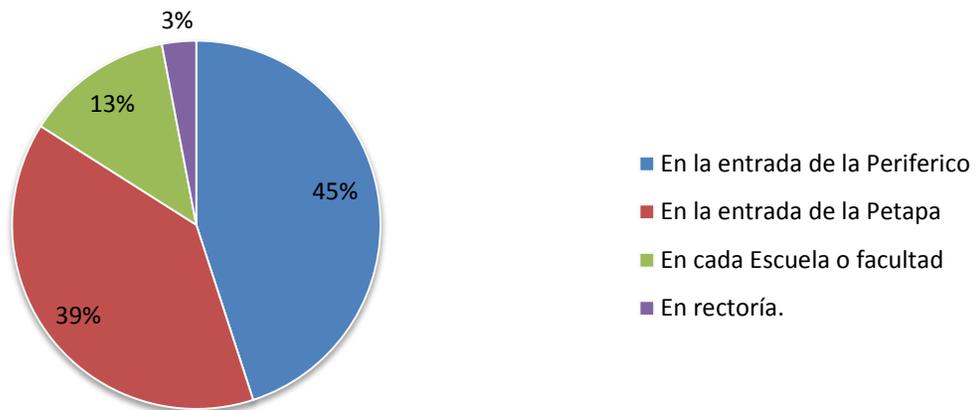
**5. ¿Cree usted que la administración de la Universidad debería instalar infokioscos en lugares estratégicos?**



EL 92% de los encuestados respondieron que sí, un 7% dijo que no y un 1% no respondió.

**Gráfica No. 5**

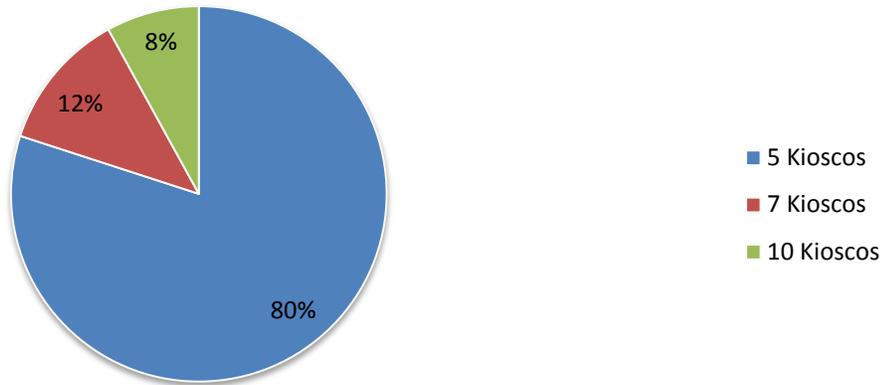
**6. ¿En qué lugares considera que deberían instalarse dichos infokioscos?**



El 45% respondió en la entrada al periférico, un 39% señaló que lo ideal sería en la Ave. Petapa, ya que la mayoría de estudiantes ingresan por esa entrada. Un 13%, opinó que en cada escuela o facultad solamente un 3% indicó que el lugar ideal sería los corredores de Rectoría

**Gráfica No. 6**

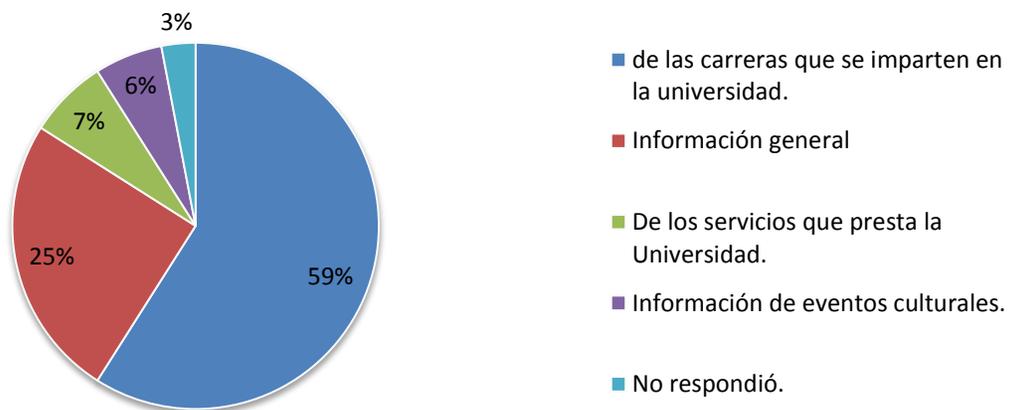
**7. ¿que número de infokioscos sería el ideal, según usted?**



Indicaron que serían 5 kioscos el 80%, 7 según el 12% y el 8% dice que serian 10 los indicados.

**Gráfica No. 7**

**8. ¿Qué tipo de información se debiera proporcionar en dichos kioscos?**



El 59% respondió que las carreras que se imparten en la Universidad, 25% información general, un 7% de los servicios que presta la universidad, 6% Información de eventos culturales y el 3% no respondió.

**Gráfica No. 8**

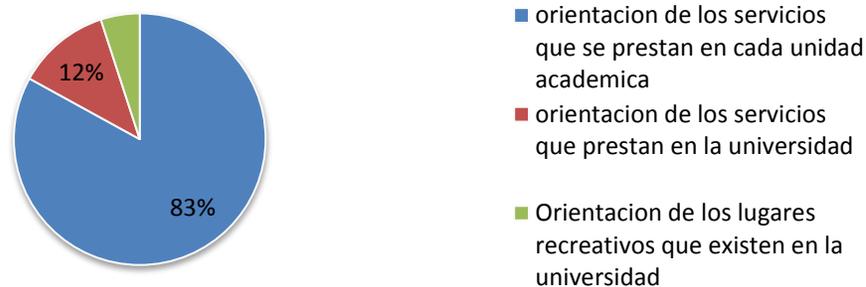
**9. ¿Cuáles serían los principales beneficios que traería consigo la instalación de kioscos informativos?**



Ahorro de tiempo según el 72%, el 17% mejorar la imagen interna y externa de la universidad y el 11% resolver problemas y confrontaciones.

**Gráfica No. 9**

**10. ¿Qué beneficios tendrían dichos kioscos específicamente para los estudiantes de la Universidad?**



El 83% indica que sería la orientación de los servicios que se presentan en cada unidad académica. 12% señala la orientación de los servicios que prestan en la universidad y el 5% la orientación de los lugares recreativos que existen en la Universidad.



---

---

**11. ¿Por qué cree usted que está creciendo el mercado para los kioscos informativos?**

El 100% señaló porque los kioscos han demostrado ser unas herramientas altamente efectivas, para dar satisfacción a los usuarios que buscan información urgente que les permita realizar sus las operaciones de una mejor manera

**12 ¿Cuáles serían las funciones específicas de los Kioscos permanentes de información en la universidad?**

Según los entrevistados los kioscos informativos están llamados a satisfacer las necesidades de información de sus usuarios. Entre las principales funciones que señalaron sobresalen seis y son las siguientes:

- a. Pueden ayudar a descongestionar las filas, ya que permiten una atención personalizada de los usuarios.
- b. Los estudiantes pueden utilizar estos kioscos como punto de información e incluso para realizar trámites personales. Esto agilizará los trámites de inscripción e incluso puede llegar a evitar que el usuario sea atendido en ventanilla.
- c. Estos kioscos informativos pueden ser útiles a los visitantes para consultar los servicios facilitados por la universidad. También podrán ser utilizados para facilitar información turística y cultural.
- d. Situados en lugares estratégicos (entrada del periférico y por la avenida Petapa) serán de gran paso y permitirán facilitar la consulta de horarios de apertura de las facultades y escuelas de la Universidad, fecha de inicio de labores, calendarios de exámenes, adquirir información sobre los nuevos proyectos e infraestructuras, uso transporte interno, etc.
- e. Un kiosco informativo colocado en un lugar estratégico, ayudará que la información se comparta y se aproveche como un recurso colectivo. Los interesados podrán acudir a los distintos kioscos informativos sobre las carreras que ofrecen las 18 extensiones universitarias y 24 unidades académicas del campus central.



f. Los kioscos informativos dentro de la universidad contribuirán a aprovechar al máximo el valor de la información como herramienta para la resolución de problemas. Los visitantes podrán tener información actualizada sobre las 335 carreras que se imparten en la Universidad de San Carlos.

### **Pregunta 13**

**¿Cuáles serían las principales ventajas que tendría la instalación de infokioscos permanentes en la Universidad?**

Según los encuestados, entre las principales ventajas, mencionaron:

- Disponibilidad y diversidad de información
- Atractivos visualmente.
- Fácil ubicación de información general.
- Reducción de costos de personal.
- Interacción con gran cantidad de usuarios.
- Fácil uso.
- Bajo costo de mantenimiento
- Mejor imagen para la administración educativa.



---

## Capítulo V

### Propuesta de comunicación

Los Infokioscos se utilizarán para satisfacer las necesidades informativas del cliente, o para la productividad del personal y reducir los costes operativos, por ello, durante el proceso de desarrollo las instituciones educativas debe hacer todo lo posible para optimizar la facilidad del usuario en torno a la información necesaria para resolver problemas.

Conseguirlo requiere considerar cuidadosamente muchos detalles y decisiones, y frecuentemente supone trabajar con proveedores de soluciones especializados.

Los proyectos de kioscos pueden ser un reto considerable, pero muchas universidades lo han superado, y varios kioscos nuevos de información general ya han entrado en operación para ayudar al estudiantado, trabajadores, visitantes. Estas instituciones se han preparado para reforzar sus operaciones con kioscos, y gracias a ellos ya disfrutan de estudiantes, profesores más satisfechos

Los Infokioscos serán construidos estratégicamente en puntos de mayor afluencia de público que visita a la Universidad de San Carlos para realizar diversas actividades tanto administrativas, académicas y comerciales, debe contar con material impreso con información de las distintas Unidades Académicas, atención permanente.

#### 5.1 Estrategia de Comunicación

1) Público objetivo. Los potenciales usuarios de los infokioscos son estudiantes, trabajadores y público en general, quienes hacen uso de los servicios que ofrece la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como aspirantes a ingresar a las distintas unidades académicas.

2) Problemas: ¿Cuáles son los principales problemas de información que tienen las personas que acuden a la Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central?, partiendo de esta interrogante se puede expresar los siguientes problemas



---

causados por la falta de información para personas que visitan la Universidad de San Carlos:

1. Falta de personal idóneo que se dedique a brindar información que visitan el campus central.
2. Falta de material impreso que oriente a cerca de la ubicación de los edificios de las diferentes unidades académicas.
3. Falta de rótulos que identifiquen las unidades administrativas dentro del campus central.
4. Falta de señales informativas.
5. La nomenclatura de los edificios no es conocida por los visitantes, por lo que es necesario que se identifique cada edificio con el nombre de la unidad académica que alberga y los horarios en el caso de edificios ocupados por más de una unidad académica.

3) Ubicación. La instalación de infokioscos permanentes y móviles en la Ciudad Universitaria implica un uso especial de un bien de dominio público en función del servicio que presta a todos los estudiantes, trabajadores y público en general. Se propone colocar cinco infokioscos en el campus central en los siguientes puntos:

- Entrada por la Avenida Petapa: Es este punto ingresan a la universidad las personas que provienen de las zonas 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17 y 21, Villa Nueva, San Miguel Petapa y partes del oriente del país.
- Ingreso por el Periférico: en este punto ingresan las personas que provienen de las zonas 1,2,3,11,18,19,20,22,23,24,25, Villa Nueva, Mixco, Amatitlán, San Lucas, Antigua Guatemala y partes del sur y occidente del país.
- Plaza de los Mártires, el edificio de Rectoría y el edificio de Recursos Educativos son iconos de la universidad, por lo que al ingresar al campus central muchas personas se dirigen a ellos en busca de información. Debido a que en la Plaza



de los Mártires se realizan actividades en distintas épocas del año se recomienda que en este punto el infokiosco sea móvil.

- Frente al edificio T-9, a un costado de la parada de bus interno: este punto de permitirá brindar información al público que ingresa al campus central en vehículos particulares, esto debido a que el parqueo más utilizado por los visitantes se encuentra a unos metros de distancia. Cabe mencionar que en este punto se reúnen personas que utilizan el transporte interno, pues de allí se puede tener acceso a la Facultad de Agronomía, CALUSAC, Jardín Infantil y Edificio de Recursos Educativos.
- Frente a las instalaciones del edificio que ocupa la Asociación de Estudiantes Universitario (AEU): en este punto atrae a las personas debido a que existe actividad comercial, es por ello un punto importante para orientar a las personas debido que en este punto convergen también la Facultad de Farmacia, Facultad de Veterinaria, Facultad de Agronomía, CALUSAC (edificio nuevo) y los edificios S-10, S-11 y S-12 utilizados por las facultades de Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Sociales e Ingeniería.

La distancia mínima a aplicar entre kioscos –para el mismo uso- será de 200 metros, no siendo aplicable este lineamiento a los kioscos de temporada como el caso de INFO-USAC.

4) Producto. Los infokioscos se ubican en puntos estratégicos a los cuales las personas acuden en busca de información que les será útil para conducirse adentro del campus central y realizar de una forma rápida trámites, principalmente académicos. Como unidad facilitadora de información es el principal organizador y promotor de diferentes actividades de extraordinaria repercusión e importancia dentro de la universidad, mismas que contribuyen a la correcta proyección tanto interna como, externa de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Los beneficios que brindan los infokioscos son la orientación de personas que visitan la universidad, agiliza las



---

acciones para prestación de servicios, ahorra tiempo y dinero a las personas pues al estar mejor informadas de los procesos, pueden acudir a las distintas unidades preparadas para realizar las actividades de su interés.

5) Prioridad. La prioridad es orientar a las personas que aspiran ingresar a las distintas unidades académicas acerca de los procedimientos para nuevo ingreso, la ubicación de las unidades académicas y servicios.

6) Prueba. Según los resultados del estudio realizado el 100% de los encuestados durante la Semana de la Información, manifestaron desconocer cuáles son los servicios que presta la Universidad, tanto académicos como de apoyo al estudiante, áreas deportivas y comercial.

7) Presentación. Los infokioscos deberán contar con una infraestructura adecuada y mobiliario que le permita atender a más de una persona, además de contar con material impreso que va desde información general de la Universidad, hasta mapas o croquis para ubicar a las personas dentro del campus con relación al punto en el que se encuentran. Los nuevos kioscos serán amueblados acordes con el mobiliario urbano, pudiendo permitírseles publicidad acordada y autorizada previamente por el consejo superior universitario.

Adentro de los Infokioscos pueden ubicarse pantallas de televisión en las cuales se transmita constantemente reportajes sobre la historia de la USAC, anuncios sobre eventos y actividades académicas, sociales, culturales y deportivas; además de contar con equipo de cómputo para que el visitante pueda consultar la página de internet de la USAC.

8) Punto de diferencia. Los empleados también son un tema clave, porque son la tarjeta de presentación de los infokioscos. Las personas que atiendan los kioscos informativos deben de contar con el perfil adecuado y estar debidamente identificado en todo momento.



#### Perfil del Facilitador de información:

- Con conocimientos de comunicación y relaciones públicas, preferiblemente egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Conocimientos de paquetes utilitarios e internet.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Conocimiento general de la Universidad, tal como la historia, infraestructura, ubicación, los distintos procedimientos a seguir para ingresar e iniciar una carrera y los servicios que presta.
- Conocimientos de la legislación que rige a la universidad.

#### 5.3 Cuadro de Proyección

<b>Objetivos</b>	Orientar a los estudiantes que aspiran a ingresar a la USAC y público en general que visita el Campus Central.
<b>Metas</b>	Que todos los visitantes que buscan información, queden satisfechos con la atención y orientación recibida
<b>Acciones</b>	Instalar INFOKIOSCOS, con diseño, construcción, mobiliario y equipo adecuado para la atención de quienes buscan información.
<b>Medios/herramientas</b>	Computadoras, pantallas planas proyectando documentales, capsulas informativas, hechos relevantes, estadísticas etc., así como material impreso (boletines, afiches, bifolios, periódicos, revistas, mapas de ubicación entre otros).
<b>Tiempo</b>	Aproximadamente un año, ya que como en todo proceso se debe dar seguimiento a la planificación de diseño, construcción, equipamiento y capacitación de personal
<b>Tipo de Recursos</b>	Económicos y humanos
<b>Evaluación</b>	Seis (6) meses luego de haberse iniciado el servicio.
<b>Observaciones</b>	Unidades cooperantes: División de Servicios Generales D.S.G, Editorial Universitaria, TV USAC, Radio Universidad, Vigilancia entre otras.



---

## Conclusiones

1. Los kioscos como herramientas de información en la actualidad tienen una gran significación para la sociedad en general y especialmente para los estudiantes universitarios que requieren la información más novedosa y auténtica para su formación a la altura de las exigencias sociales del Siglo XXI, a pesar de esto, existe poco conocimiento tanto por parte de docentes, profesionales, estudiantes universitarios, así como la comunidad en general del papel que juegan los kioscos como medios de orientación a propios y extraños.
2. Entre las funciones que deben cumplir de los kioscos, según el 99% de los encuestados, está la de brindar información orientadora a los estudiantes, investigadores, usuarios en general, interesados en consultar los servicios que presta la universidad como una institución social.
3. El kiosco informativo puede convertirse en el principal organizador y promotor de diferentes actividades de extraordinaria repercusión e importancia dentro de la universidad. Uno de los actos de difusión de los kioscos que más pueden contribuir a vincular a toda una comunidad universitaria en beneficio de la sociedad y no estar enmarcados únicamente como depósitos de información técnica.
4. En el complejo mundo de hoy caracterizado por el proceso de globalización las empresas necesitan contar con un flujo constante y preciso de información que les permita tomar decisiones acertadas, para poder enrumbar las organizaciones al logro de sus objetivos y obtener una ventaja competitiva frente a las demás organizaciones.
5. Es obvio que la calidad de las decisiones de cualquier empresa, pequeña o grande, está en función directa del tipo de información disponible; por lo tanto, si se desea que un organización se desarrolle normalmente debe contarse con un buen sistema de información.



6. La información cumple un rol muy importante al producir datos indispensables para la administración y el desarrollo de una institución cuyas características fundamentales deben ser la utilidad y confiabilidad.
7. La información en el campus universitario debe ser precisa, manejable y de fácil interpretación, reflejar la realidad de manera coherente y fiable y servir de soporte para la toma de decisiones.
8. El nuevo enfoque de la administración en la universidad requiere del equipo humano que desarrolla su labor en la misma o en relación con ella, iniciativa, imaginación y capacidad de sus directivos. Estos deben promover incesantemente la consecución de nuevos objetivos y metas a fin de que su gestión no se quede obsoleta y se desenvuelva perfectamente dentro de la dinámica competitiva.



## Recomendaciones

La calidad en los procesos de información y más lo de carácter institucional, juega un papel muy importante en la competitividad de las instituciones, ya que las decisiones tomadas en la misma son con base a los resultados o productos de esos procesos, por lo tanto para que la universidad de San Carlos participe más eficientemente en todas sus actividades se plantean las siguientes recomendaciones:

- La universidad debe crear sistema de información suficientemente efectivo de manera que dentro de la organización la información pueda fluir adecuadamente a todos los niveles jerárquicos y no se convierta en un elemento ineficiente.
- La universidad debe cambiar su actual sistema de información burocrático y convencional para que la función administrativa pueda ir acorde con las posibilidades y/o necesidades reales de la institución.
- Se sugiere, que la Rectoría enfatice la utilización de la información no solo para tomar decisiones sobre su funcionamiento interno o para uso de los visitantes, sino también para obtener resultados acertados o adoptar medidas correctivas en caso de ser necesario.



---

---

## Bibliografía

1. Báez Evertsz, Carlos J. 2000. La comunicación efectiva. Santo Domingo. Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
2. Barker, Alan. 2001. Cómo mejorar la comunicación. Barcelona. Editorial Gedisa, S. A.
3. Cazali Avila, Augusto. 1997. Historia de la universidad de San Carlos de Guatemala época republicana: (1821). Guatemala. Editorial Universitaria
4. Chávez Cepeda, Juan José. 2011. Elaboración de proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa. Quinta edición, primera reimpresión; Guatemala. Mundicolor
5. León Mejía, Alma B. 2006. Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional. Segunda edición, México. Editorial Limusa S. A. de C.V .
6. Marstone, John E. 1996. Relaciones publicas modernas, tercera edición México. McGrawhill de Mexico SA de CV.
7. Molestina J., Carlos. 1988. Fundamentos de comunicación científica y redacción técnica, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, San José, Costa Rica
8. Constitución de la República de Guatemala. Publicado en el Diario Oficial de fecha 3 de junio de 1985, en tomo 226, Diario 41, página 897
9. Palacios Mejía, Luz Amparo. 1983. La comunicación humana. Bogotá, Colombia. Ediciones Paulinas
10. Revista Agro. 2008. Facultad de Agronomía. Editora Arizandieta 16 p.



---

## **TESIS**

1. Cabrera Maldonado, Bianca Adriana. 2001. Diagnóstico y propuesta de comunicación/ relaciones públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis previa a optra al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación
2. De La Rosa, Luz Anayanci. 2010. Estrategia comunicacional para el manejo de residuos sólidos (caso mancomunidad la laguna). Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
3. Garzaro Andrino, Sandra Waleska. 2006. Las principales estrategias de comunicación empleadas por la procuraduría de los derechos humanos, de Guatemala, ciudad Guatemala. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
4. Herrera Santos, Karla Guisela. 2008. Propuesta de estrategia de comunicación institucional para la radio TGW, la voz de Guatemala. Tesis previo a optar el título de Licecniado en Ciencias de a Comunicación. Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación
5. Miranda García, Ana Raquel. 2004. Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de relaciones públicas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

## **ELECTROGRAFÍAS**

1. <http://definicion.de/informacion/>
2. <http://es.wikipedia.org/>
3. (<http://www.rae.es>)
4. <http://tientate.blogspot.com/2008/09/estrategias-y-creatividad.html>
5. <http://www.usac.edu.gt/>



# Anexos

Estado actual de algunos rótulos de Universidad de San Carlos, campus central.



Estado actual de rótulos de información sobre la ubicación de edificios.



Uso de letreros improvisados para información dirigida a aspirantes de primer ingresar a la USAC.



Mapa de la ciudad universitaria deteriorado y desactualizado.



Vista de la estrada del Periférico hacia la USAC



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Instrucciones: por favor lea las siguientes preguntas y responda en forma clara. No escriba nombre, ni datos personales.**

**Las respuestas servirán de base para realizar una investigación educativa y son estrictamente confidenciales.**

**Agradeciendo de antemano su apoyo y colaboración.**

a. ¿Sabe en qué fecha fue fundada la universidad de San Carlos de Guatemala? Sí ( ) No ( )

b. ¿con que frecuencia visita la universidad de San Carlos?

Diario \_\_\_\_\_ una vez a la semana \_\_\_\_\_ una vez al mes \_\_\_\_\_ ocasionalmente \_\_\_\_\_

1. ¿Conoce los servicios que presta la universidad de San Carlos a la población estudiantil y a los guatemaltecos en general?
2. ¿Cuál es el motivo de su visita a la USAC?
3. ¿Qué medio utilizó para ubicar la actividad de INFOUSAC?
4. ¿cree que la universidad cuenta con un eficiente servicio de información a estudiantes y visitantes?
5. ¿Cree que la universidad debería instalar Kioscos informativos en lugares estratégicos?
6. ¿en qué lugares considera deberían instalarse dichos Kioscos?
7. ¿Qué números de kioscos sería el ideal, según usted?
8. ¿Qué tipo de información deberían proporcionar en dichos kioscos?
9. ¿cuáles serían los principales beneficios que traería consigo la instalación de infokioscos?
10. ¿Por qué cree usted que está creciendo el mercado para los kioscos informativos?
11. ¿Cuáles serían las funciones específicas de los infokioscos permanentes de información en la universidad?
12. ¿Cuáles serían las principales ventajas que tendría la instalación de infokioscos permanentes en la Universidad?
13. Describa, en términos generales, como le pareció el evento de infoUSAC.

## Propuesta ubicación de Infokioscos

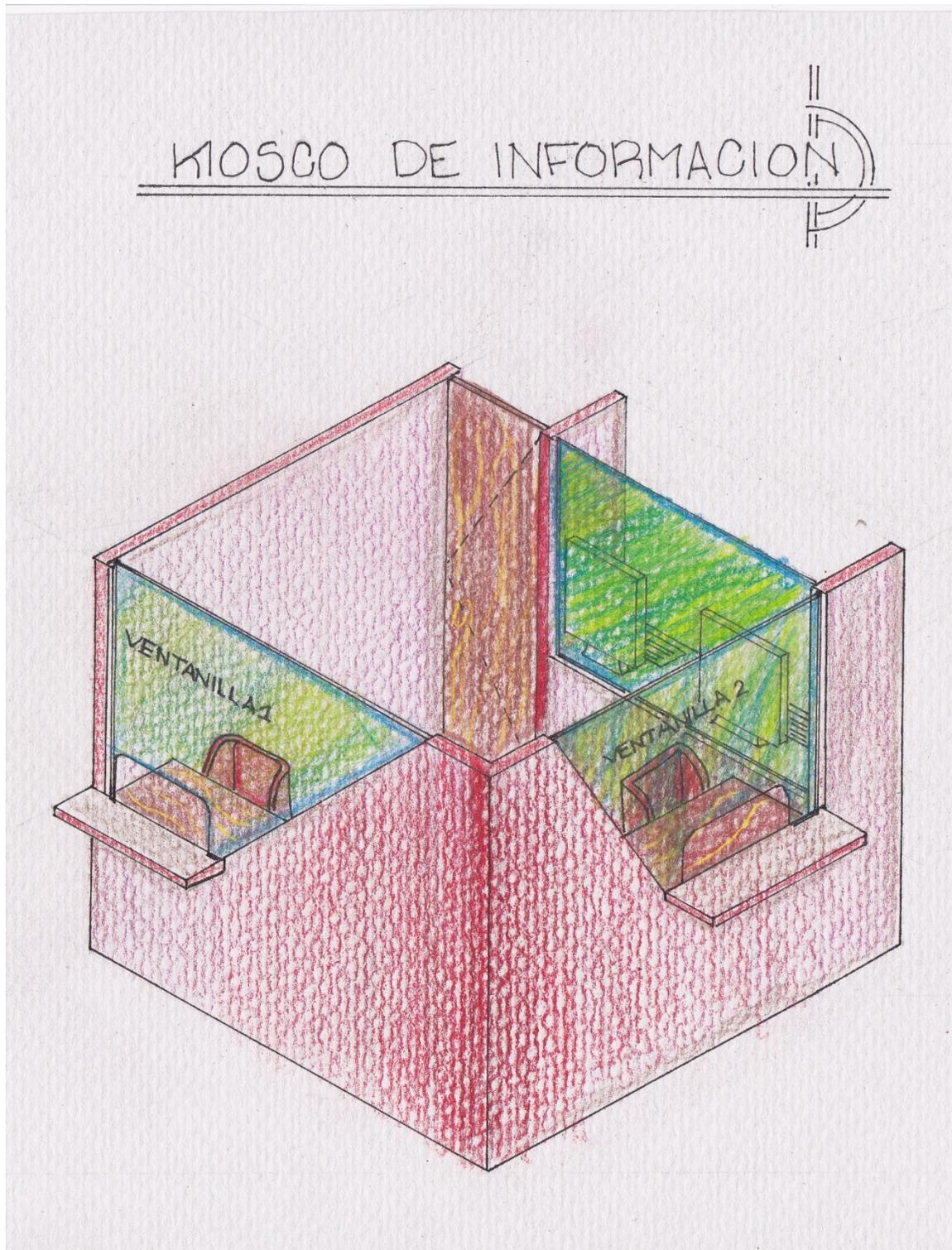
Vista del plano de la ciudad universitaria.



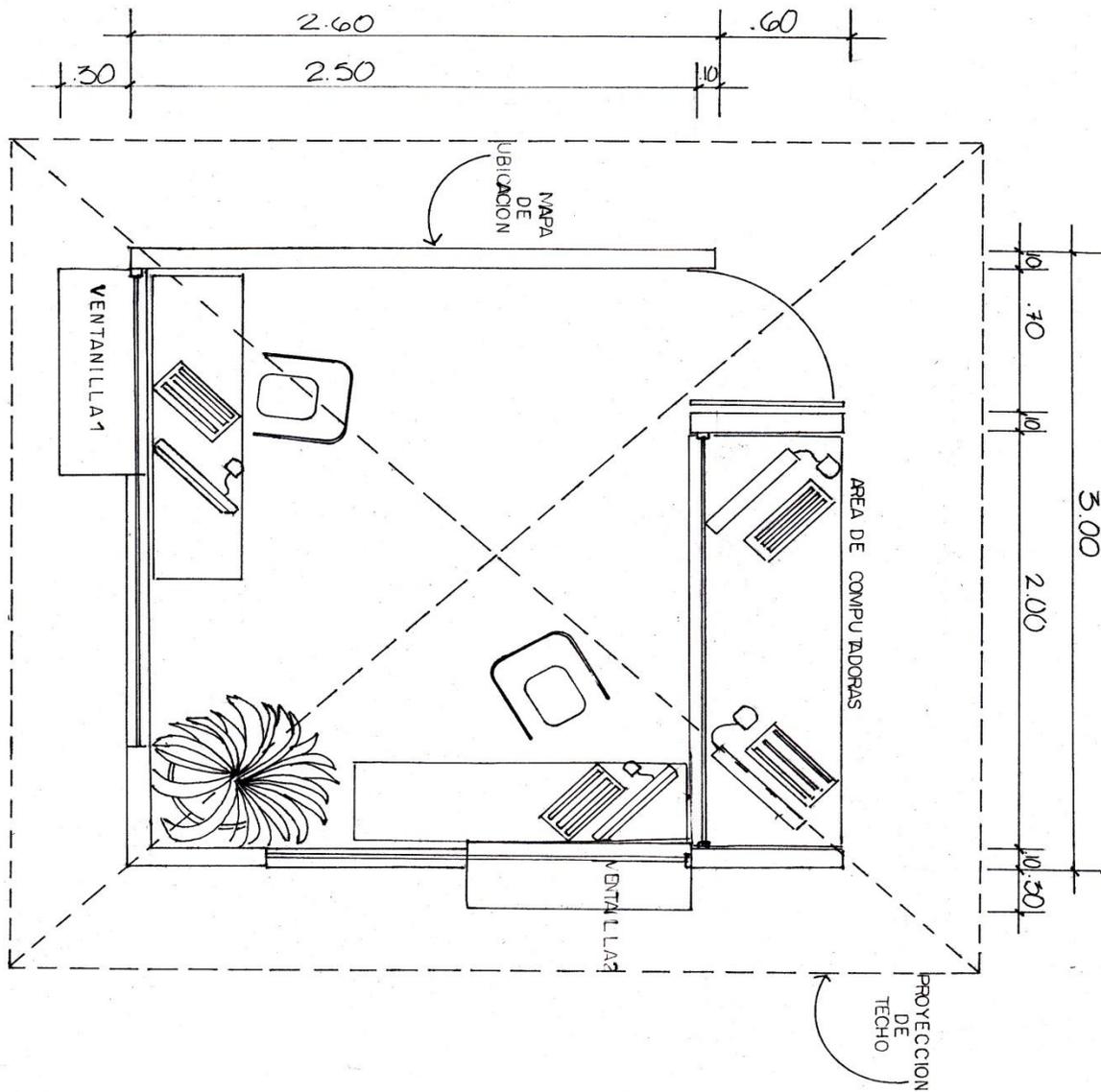
 Infokiosco

1. Entrada Petapa
2. Entrada Periférico
3. Plaza de los Mártires
4. Parada de bus de transporte interno, T9
5. Frente a la Asociación de Estudiantes Universitarios

## Presentación



# Planta





## Listado de carreras que ofrece la Universidad de San Carlos de Guatemala

AUDITOR TECNICO (Plan Sabatino)
BIBLIOTECARIO GENERAL
GERENCIA EN DESARROLLO COMUNITARIO
INGENIERIA FORESTAL
LOCUCION PROFESIONAL
LOCUCION PROFESIONAL (Plan Sabatino)
ORIENTACION VOCACIONAL Y LABORAL
PERIODISMO PROFESIONAL
PERIODISMO PROFESIONAL (Plan Sabatino)
PERIODISMO PROFESIONAL PARA EL DESARROLLO (A DISTANCIA)
PERIODISTA PROFESIONAL
PROFESOR DE EDUCACION PRIMARIA INTERCULTURAL
PROFESORADO DE EDUCACION ESPECIAL
PROFESORADO DE EDUCACION PREPRIMARIA BILINGUE INTERCULTURAL
PROFESORADO DE EDUCACION PREPRIMARIA INTERCULTURAL
PROFESORADO DE EDUCACION PRIMARIA BILINGÜE
PROFESORADO DE EDUCACION PRIMARIA BILINGÜE INTERCULTURAL
PROFESORADO DE EDUCACION PRIMARIA BILINGUE INTERCULTURAL
PROFESORADO DE EDUCACION PRIMARIA INTERCULTURAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN FISICA - MATEMATICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN AREA TECNICA AGRICOLA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN AREA TECNICA COMERCIAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN AREA TECNICA EN ECONOMIA DOMESTICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN AREA TECNICA INDUSTRIAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN ARTES PLASTICAS E HISTORIA DEL ARTE
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ECONOMICO CONTABLES
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ESPECIALIZADO EN BIOLOGIA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ESPECIALIZADO EN MATEMATICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ESPECIALIZADO EN MATEMATICA Y FISICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ESPECIALIZADO EN QUIMICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS ESPECIALIZADO EN QUIMICA Y BIOLOGIA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS NATURALES CON ORIENTACION AMBIENTAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN COMPUTACION E INFORMATICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACION BILINGUE INTERCULTURAL



CON ENFASIS EN LA CULTURA MAYA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACION BILINGUE INTERCULTURAL, CON ENFASIS EN LA CULTURA MAYA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACIÓN FÍSICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACION MUSICAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN FILOSOFIA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN IDIOMA INGLES
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN INNOVACIONES EDUCATIVAS CON ENFASIS EN PROCESOS DE APRENDIZAJE
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN LENGUA Y LITERATURA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN MATEMATICA - FISICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN MATEMATICA Y FISICA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA CON ORIENTACION EN MEDIO AMBIENTE
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y CIENCIAS NATURALES CON ORIENTACION AMBIENTAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y EDUCACION INTERCULTURAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y EDUCACION INTERCULTURAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y PROMOTOR DE DERECHOS HUMANOS Y CULTURA DE PAZ
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN ADMINISTRACION EDUCATIVA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN ADMINISTRACION EDUCATIVA CON ORIENTACION EN MEDIO AMBIENTE
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN FORMULACION DE PROYECTOS EDUCATIVOS
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN INVESTIGACION EDUCATIVA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA, CIENCIAS SOCIALES Y FORMACION CIUDADANA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PSICOLOGIA
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN QUIMICA - BIOLOGIA
PROFESORADO EN EDUCACION MEDIA EN EDUCACION BILINGUE INTERCULTURAL CON ENFASIS CULTURA MAYA
PROFESORADO EN ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACIÓN FÍSICA
PROFESORADO EN ENSEÑANZA MEDIA EN EDUCACION PARA CONTEXTOS MULTICULTURALES
PROFESORADO EN ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA



PROFESORADO EN ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN INVESTIGACION EDUCATIVA
PROFESORADO EN PSICOPEDAGOGIA
PUBLICIDAD PROFESIONAL
TÉCNICO EN ACUICULTURA
TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS (Plan Diario)
TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS (Plan sabatino)
TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS
TECNICO EN ADMINISTRACION EDUCATIVA
TECNICO EN AGRIMENSURA
TECNICO EN ARQUEOLOGIA
TECNICO EN COMERCIO INTERNACIONAL
TECNICO EN CONSERVACION DE ALIMENTOS VEGETALES
TECNICO EN CONSERVACION Y MANEJO DEL BOSQUE TROPICAL
TÉCNICO EN DEPORTES
TECNICO EN DISEÑO GRAFICO
TECNICO EN ENFERMERIA
TECNICO EN FRUTICULTURA TROPICAL
TECNICO EN GEOLOGIA
TECNICO EN GERENCIA PARA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE
TECNICO EN GERENCIA Y GESTION EMPRESARIAL
TECNICO EN GESTION EDUCATIVA BILINGUE INTERCULTURAL
TECNICO EN GESTION EDUCATIVA INTERCULTURAL
TECNICO EN LINGUISTICA MAYA
TECNICO EN MUSEOGRAFIA
TECNICO EN PLANIFICACION CURRICULAR
TECNICO EN PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS
TECNICO EN PROCESAMIENTO DE CARNES Y DERIVADOS
TECNICO EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS LACTEOS
TECNICO EN PROCESOS AGROINDUSTRIALES
TECNICO EN PRODUCCION AGRICOLA
TECNICO EN PRODUCCION AGRICOLA (Readecuación curricular)
TECNICO EN PRODUCCION AGROPECUARIA
TECNICO EN PRODUCCION DE ACEITES, GRASAS Y DERIVADOS
TECNICO EN PRODUCCION DE GRANOS BASICOS
TECNICO EN PRODUCCION FRUTICOLA
TECNICO EN PRODUCCION PECUARIA
TECNICO EN RECREACION



TECNICO EN RESTAURACION DE BIENES MUEBLES
TECNICO EN SILVICULTURA Y MANEJO DE BOSQUES
TECNICO EN TRABAJO SOCIAL
TECNICO EN TRADUCCION E INTERPRETACION MAYA-ESPAÑOL
TECNICO EN TRADUCCION Y CORRESPONDENCIA INTERNACIONAL
TECNICO EN TURISMO
TECNICO UNIVERSITARIO EN AGRIMENSURA
TECNICO UNIVERSITARIO EN ARCHIVOS
TECNICO UNIVERSITARIO EN ELECTRONICA
TECNICO UNIVERSITARIO EN METAL Y MECANICA
TECNICO UNIVERSITARIO EN PROCESOS DE MANUFACTURA
TECNICO UNIVERSITARIO EN PRODUCCION ALIMENTARIA
TECNICO UNIVERSITARIO EN REFRIGERACION Y AIRE ACONDICIONADO
TERAPIA DEL LENGUAJE
TERAPIA OCUPACIONAL Y RECREATIVA
TRABAJADOR SOCIAL
TRABAJADOR SOCIAL RURAL

Licenciaturas:

ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS (Diario)
ADMINISTRACION DE EMPRESAS (Plan Diario)
ADMINISTRACION DE EMPRESAS (Plan sabatino)
ARQUITECTURA
BIOLOGIA
CIRUJANO DENTISTA
CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA
CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA (Plan Sabatino)
ECONOMIA
ECONOMIA CON ENFASIS EN PROYECTOS Y GERENCIA PARA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE
INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
INGENIERIA AGRONOMICA
INGENIERIA AGRONOMICA EN RECURSOS NATURALES RENOVABLES
INGENIERIA AGRONOMICA EN SISTEMAS DE PRODUCCION AGRICOLA
INGENIERIA AMBIENTAL
INGENIERIA CIVIL
INGENIERIA ELECTRICA
INGENIERIA ELECTRONICA



INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE TIERRAS
INGENIERIA EN ALIMENTOS
INGENIERIA EN CIENCIAS Y SISTEMAS
INGENIERIA EN GESTION AMBIENTAL LOCAL
INGENIERIA EN INDUSTRIA ALIMENTARIA
INGENIERIA EN INDUSTRIA DEL BOSQUE
INGENIERIA EN INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y FORESTALES
INGENIERIA FORESTAL
INGENIERIA INDUSTRIAL
INGENIERIA MECANICA
INGENIERIA MECANICA ELECTRICA
INGENIERIA MECANICA INDUSTRIAL
INGENIERIA QUIMICA
INGENIERO AGRONOMO
INGENIERO AGRONOMO CON ENFASIS EN FRUTICULTURA
INGENIERO AGRONOMO CON ORIENTACION EN AGRICULTURA SOSTENIBLE
INGENIERO AGRONOMO CON ORIENTACION EN EL MANEJO Y CONSERVACION DE SUELOS Y AGUA
INGENIERO AGRONOMO EN SISTEMAS DE PRODUCCION
INGENIERO AGRONOMO EN SISTEMAS DE PRODUCCION AGRICOLA
INGENIERO AGRONOMO EN SISTEMAS DE PRODUCCION AGROPECUARIA
INGENIERO EN AGRONOMO EN RECURSOS NATURALES RENOVABLES
INGENIERO GEOLOGO
LICENCIATURA EN ZOOTECNIA
LICENCIATURA EN ACUICULTURA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE RECURSOS TURISTICOS
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGIA
LICENCIATURA EN ARQUEOLOGIA
LICENCIATURA EN ARTE
LICENCIATURA EN ARTE DRAMATICO
LICENCIATURA EN ARTE DRAMATICO CON ESPECIALIZACION EN ACTUACION
LICENCIATURA EN ARTES VISUALES
LICENCIATURA EN ARTES VISUALES CON ESPECIALIZACION EN PINTURA
LICENCIATURA EN BIBLIOTECOLOGIA
LICENCIATURA EN CIENCIA POLITICA
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION (Plan Sabatino)
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES, ABOGACIA Y NOTARIADO



LICENCIATURA EN CIENCIAS LINGUISTICAS CON ESPECIALIDAD EN TRADUCCION E INTERPRETACION
LICENCIATURA EN DANZA
LICENCIATURA EN DANZA CONTEMPORANEA Y COREOGRAFIA
LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
LICENCIATURA EN ECONOMIA CON ENFASIS EN PROYECTOS Y GERENCIA PARA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE
LICENCIATURA EN EDUCACION AMBIENTAL
LICENCIATURA EN EDUCACION BILINGUE INTERCULTURAL CON ENFANSIS EN LA CULTURA MAYA
LICENCIATURA EN EDUCACION BILINGUE INTERCULTURAL CON ENFASIS EN LA CULTURA MAYA
LICENCIATURA EN EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACION
LICENCIATURA EN EDUCACION PARA CONTEXTOS MULTICULTURALES CON ENFASIS EN LA ENSEÑANZA DE LOS IDIOMAS MAYAS
LICENCIATURA EN ENFERMERIA
LICENCIATURA EN ENSEÑANZA DE LA QUIMICA Y BIOLOGIA
LICENCIATURA EN FILOSOFIA
LICENCIATURA EN FISICA APLICADA
LICENCIATURA EN HISTORIA
LICENCIATURA EN INNOVACIONES EDUCATIVAS CON ENFASIS EN PROCESOS DE APRENDIZAJE
LICENCIATURA EN LA ENSEÑANZA DE LA MATEMATICA Y FISICA
LICENCIATURA EN LA ENSEÑANZA DE LA MATEMATICA Y LA FISICA
LICENCIATURA EN LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS ECONOMICO CONTABLES
LICENCIATURA EN LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA ESPAÑOL Y LITERATURA
LICENCIATURA EN LETRAS
LICENCIATURA EN LINGÜISTICA APLICADA EN METODOLOGIA DE LA ENSEÑANZA DE IDIOMAS
LICENCIATURA EN MATEMATICA APLICADA
LICENCIATURA EN MUSICA
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA CON ENFASIS EN ADMINISTRACION Y EVALUACION DE PROYECTOS EDUCATIVOS
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA E INTERCULTURALIDAD
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA E INVESTIGACION EDUCATIVA
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y ADMINISTRACION EDUCATIVA
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y ADMINISTRACION EDUCATIVA CON ESPECIALIDAD EN MEDIO AMBIENTE
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y ADMINISTRACION EDUCATIVA CON ESPECIALIDAD EN MEDIO AMBIENTE (Plan Dominical)
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y ADMINISTRACION EDUCATIVA CON ORIENTACION EN MEDIO AMBIENTE
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION



LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y DERECHOS HUMANOS
LICENCIATURA EN PEDAGOGIA Y PLANIFICACION CURRICULAR
LICENCIATURA EN PERIODISMO
LICENCIATURA EN PSICOLOGIA
LICENCIATURA EN PSICOPEDAGOGIA
LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES
LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA
LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL
LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL CON ORIENTACION EN PROYECTOS DE DESARROLLO
LICENCIATURA EN TURISMO
LICENCIATURA EN ZOOTECNIA
LICENCIATURA EN ZOOTECNIA CON ENFASIS EN SISTEMAS DE PRODUCCION AGROPECUARIA
MEDICINA VETERINARIA
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNISTA
MEDICO Y CIRUJANO
NUTRICION
PROFESORADO DE EDUCACION PREPRIMARIA BILINGÜE INTERCULTURAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN CIENCIAS NATURALES CON ORIENTACION AMBIENTAL
PROFESORADO DE ENSEÑANZA MEDIA EN PEDAGOGIA Y TECNICO EN ADMINISTRACION EDUCATIVA CON ORIENTACION EN MEDIO AMBIENTE
PROFESORADO EN ENSEÑANZA MEDIA CON ESPECIALIZACION EN MATEMATICAS Y FISICA
QUIMICA
QUIMICA BIOLOGICA
QUIMICA FARMACEUTICA
TERAPIA OCUPACIONAL Y RECREATIVA
ZOOTECNIA