

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

**“Fortalecimiento de la gestión de medios y redes sociales de la Unión
Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día”**

Edna Ester Villeda Noj

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2014

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

**“Fortalecimiento de la gestión de medios y redes sociales de la Unión
Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Edna Ester Villeda Noj

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, noviembre de 2014.

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez-Folgar

Unión Guatemalteca

De los Adventistas del Séptimo Día



UNION
GUATEMALTECA
1ª. Calle Vista Hermosa II, Guatemala, C.A.
Teléfonos: 2365-9071, 23691330
Fax: 2369-1106

Guatemala, octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que **Edna Ester Villeda Noj**, con número de carné: **200114207**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la **Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 7 de mayo de 2014 al 10 de julio del mismo año. Realizando el proyecto de comunicación **“Fortalecimiento de la gestión de medios y redes sociales de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día”.**

• Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Gustavo Adolfo Menéndez Landaverde
Director de Comunicación



UNIÓN GUATEMALTECA DE LOS ADVENTISTAS DEL SEPTIMO DÍA.



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Edna Ester Villeda Noj
Carné: 200114207
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Fortalecimiento de la gestión de medios y redes sociales de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día."**

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

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

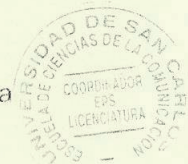
Lidia Floralba Pérez Poigar
Licda. Floralba Pérez Poigar
Supervisora de EPS



Vo. Bo.

Sergio Morataya

M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

RESUMEN

Universidad: de San Carlos de Guatemala.

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Título del Proyecto: “Fortalecimiento de la gestión de medios y redes sociales de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día”

Autora: Edna Ester Villeda Noj.

Metodología: Se utilizó el Método Científico para determinar si existen deficiencias en el manejo de medios de comunicación y redes sociales.

Instrumentos y Técnicas: se utilizó la encuesta y la entrevista, respondidas por los dirigentes de la entidad.

Resultados: Se identificó que la institución no tenía adiestramiento, ni protocolos establecidos para la eficiente relación con los medios de comunicación y el uso de redes sociales, lo que propició la ejecución de un plan estratégico.

Conclusiones: La entidad necesita implementar capacitación constante para mantener la buena gestión con los medios de comunicación y contribuir a destacar la identidad de la organización en el país.

ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	1
DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 General	2
1.3.2 Específicos	2
1.4 La Institución.....	3
1.4.1 Historia	3
1.4.2 Marco Filosófico	5
1.4.3 Organigrama de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala.....	6
1.5 FODA.....	6
1.5.1 Fortalezas	6
1.5.2 Oportunidades	7
1.5.3 Debilidades.....	7
1.5.4 Amenazas	7
1.6 Metodología.....	8
1.6.1 Descripción del Método.....	8
1.6.2 Instrumentos	9
1.7 Recopilación de Datos.....	10
1.7.1 Tablas de resultados de las entrevistas	10
1.7.2 Análisis de Resultados.....	11

1.8 Radiografía de Comunicación Interna y Externa de la Iglesia Adventista del Séptimo Día	23
1.8.1 Canales de Comunicación Interna	23
1.8.2 Canales de Comunicación Externa	23
CAPÍTULO II.....	26
PLAN DE COMUNICACIÓN	26
2.1 Antecedentes	26
2.2 Infografía Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día. .	27
2.3 Objetivos.....	28
2.3.1 Objetivo General	28
2.3.2 Específicos	28
2.4 Público Objetivo	28
2.5 Mensaje	29
2.6 Estrategia.....	29
2.7 Planes de Comunicación	29
2.7.1 Estrategia	29
2.7.1.2 Acciones.....	32
2.7.2 Estrategia	32
2.7.2.1 Acciones.....	32
2.8 Presupuesto	34
2.9 Control y Seguimiento	34
CAPÍTULO III.....	36
EJECUCIÓN	36
3.1 Estrategias Ejecutadas	36
3.1.1 Capacitación sobre gestión de medios y redes sociales.....	36

3.1.1.1 Síntesis del contenido de la capacitación de gestión de medios.	36
3.1.1.2 Síntesis del contenido de la capacitación sobre el manejo de redes sociales.....	37
3.1.2 Elaboración de Manual	37
3.1.2.1 Síntesis del Manual de Gestión de Medios y Usos de Redes Sociales.....	38
3.1.3 Conferencia de prensa	39
CAPÍTULO IV	40
EVALUACIÓN	40
4.1 Evaluación de las estrategias ejecutadas	40
4.2 Impacto y resultado de las estrategias ejecutadas	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS.....	47

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

1.1 Introducción

1.2 Justificación

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos Generales

1.3.2 Objetivos Específicos

1.4 La Institución

1.4.1 Historia

1.4.2 Marco Filosófico (Misión, Visión y Valores)

1.4.3 Organigrama

1.5 FODA

1.5.1 Fortalezas

1.5.2 Oportunidades

1.5.3 Debilidades

1.5.4 Amenazas

1.6 Metodología

1.6.1 Descripción del Método

1.6.2 Instrumentos

1.7 Recopilación de datos

1.7.1 Tabla de resultados de las entrevistas

1.7.2 Análisis de resultados

1.8 Radiografía de Comunicación

1.8.1 Canales de Comunicación Interna

1.8.2 Canales de Comunicación Externa

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

1.1 Introducción

La Iglesia Adventista del Séptimo Día es una organización religiosa mundial, En Guatemala la denominación ingresó en el año 1908, por lo que con más de cien años de permanencia en el país es preciso revisar sus procesos de comunicación, para determinar si los mismos son efectivos.

Por el trabajo del día a día muchas empresas o instituciones no se detienen a revisar o implementar estrategias de comunicación, por lo que la información general y su propia identidad no se da a conocer ante la sociedad.

Pese al crecimiento de la Iglesia Adventista en Guatemala, se busca establecer si los procedimientos de comunicación están plenamente definidos o si se hacen sobre la marcha.

Para ello es necesario realizar un diagnóstico de comunicación en la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día, para verificar las posibles debilidades y contribuir a subsanarlas.

Dicha labor es parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de una estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2 Justificación

Como una forma de poner en práctica los conocimientos adquiridos como estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, más que un requisito para graduarme, busco dejar un aporte a una institución.

El EPS consiste en efectuar un diagnóstico para detectar posibles problemas en la Comunicación, seguido por un Plan Estratégico que sugiera las soluciones a los mismos. El ejercicio se desarrollará en las oficinas centrales de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día donde se espera identificar si existen algunas debilidades en los procesos de Comunicación, que ameriten ser atendidas.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Detectar si existen debilidades en la comunicación interna y externa de la organización religiosa, mediante un diagnóstico previo que permitirá identificar los posibles problemas.

1.3.2 Específicos

Verificar cuáles son las ventajas y desventajas de los procesos de comunicación de la entidad y corroborar que sean eficientes.

Identificar cuáles son los principales problemas que impiden que la comunicación sea eficiente y la institución se dé a conocer ante la sociedad.

Determinar si el personal encargado de la comunicación de la organización recibe capacitación y adiestramiento para la eficiente relación con los medios de comunicación.

Diseñar un plan de comunicación para la creación de soluciones a los problemas identificados en el diagnóstico.

1.4 La Institución

1.4.1 Historia

La historia de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala comienza en 1908, a través de un colegio para la enseñanza de inglés: Guatemala English School. H.A. Owen como su primer director.

Se organiza la Asociación Centroamericana compuesta por Guatemala, Belice, El Salvador y Honduras; y toman como sede a Guatemala. El Pastor E.L. Cardey es el primer presidente.

En 1913 se organiza la Misión de Guatemala, fungiendo el Pr. J.B. Stuyvesant, como presidente, secretario y tesorero.

En 1921 se inicia la construcción del templo de la Iglesia Central de Guatemala.

En 1922 nace la División Interamericana; Guatemala y El Salvador forman una sola Misión, perteneciente a la Unión Azteca.

En 1927 se reorganiza la Misión de Guatemala (sin El Salvador) y nace la Unión Centroamericana, cuyo presidente fue el Pr. E.P. Howard.

En esos años se hacen los primeros intentos por iniciar la obra en Sololá y se adquiere un terreno para dedicarlo como Misión en esa área de población indígena.

Para este año la Iglesia Adventista del Séptimo Día ya contaba con tres congregaciones y 98 miembros, en Jalapa, Puerto Barrios y Ciudad de Guatemala.

En 1933 se instala otro grupo con 10 miembros en Génova, Costa Cuca, Quetzaltenango.

De 1930 a 1938 se expande hacia Petén, Retalhuleu, Suchitepéquez, Chiquimula y Santa Rosa.

Para 1944 los registros de la Iglesia dan cuenta de 24 templos y 800 miembros.

De 1970 a 1978, nace el orfanatorio Los Pinos y el colegio Adventista El Progreso, como parte fundamental para la Educación. Además, se adquieren cinco frecuencias de Unión Radio, 1 en FM y otra en AM, y 3 en onda corta, bajo la dirección del Pr. Esteban López Porras.

En 1999 la Misión de Guatemala se convierte en la Asociación Central de Guatemala y son creadas las Misiones del Sur-Occidente y Nor-Oriente.

Entre 2005 y 2006, se oficializan las Misiones del Sur, Central y del Norte, para hacer seis campos en total en Guatemala, que conforman la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.

En mayo de 2008 la institución celebra el centenario en Guatemala con 655 templos y 200 mil miembros.

Actualmente la Iglesia Adventista del Séptimo Día ha alcanzado los 245 mil miembros activos y cuenta con mil 39 templos a nivel nacional.

1.4.2 Marco Filosófico

Visión

“La Unión Guatemalteca será una Iglesia espiritualmente reavivada y consagrada, comprometida con la predicación del Evangelio Eterno, produciendo un crecimiento y desarrollo integral en sus miembros, Iglesias e Instituciones”.

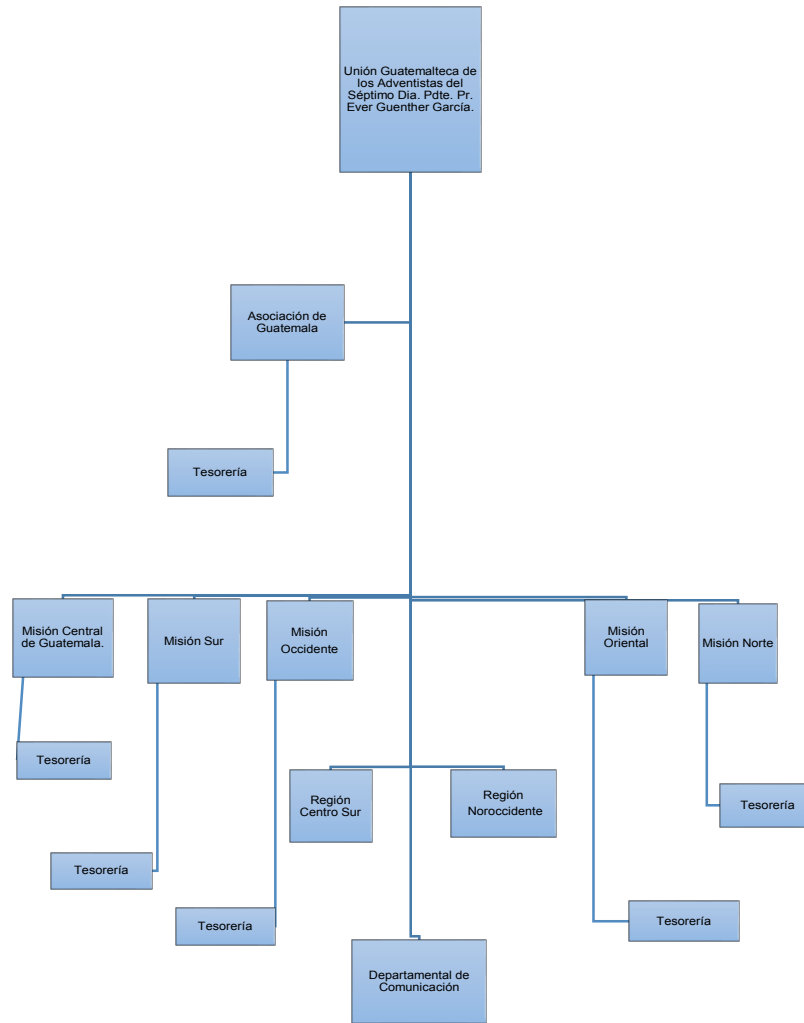
Misión

“Guiados por el poder del Espíritu Santo, discipular a la Iglesia en Guatemala para anunciar el Evangelio Eterno”.

Valores

Consagración, fe, compromiso, pasión, perseverancia, unidad, integridad y servicio.

1.4.3 Organigrama de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala.



1.5 FODA

1.5.1 Fortalezas

Mil 39 templos o sedes a nivel nacional, con 245 mil miembros activos.

Apoyo de los miembros que sostienen cada sede y el sistema de comunicación que incluye la emisora radial Unión Radio 105.7 FM con sus repetidoras.

1.5.2 Oportunidades

En varios departamentos del país, tales como, Jalapa, Chiquimula, Quetzaltenango y Quiché, los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día están dispuestos a invertir en más radios para la transmisión del mensaje o creencias de la organización religiosa.

1.5.3 Debilidades

No hay frecuencias en licitación en la provincia, lo que afecta el hecho de que la institución se dé a conocer.

Falta de recursos económicos para delegar a un grupo específico la Comunicación Institucional de la Iglesia.

1.5.4 Amenazas

La falta de concientización sobre el uso correcto del nombre de la Iglesia amenaza con restarle identidad de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Cada sede o templo antepone el lugar de ubicación al nombre Adventista del Séptimo Día, lo que resta identidad a la institución religiosa.

1.6 Metodología

1.6.1 Descripción del Método

Se aplicará el Método Científico. Los pasos son los siguientes:

Observación

Con este método el primer paso será la observación de los problemas, o posibles problemas. Luego se procederá al planteamiento de la hipótesis, seguido de la comprobación de las mismas mediante la recopilación de datos.

Dicha observación permitirá enlistar las ventajas y desventajas de la comunicación interna y externa de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, sin dejar de identificar las fortalezas y oportunidades, así como las debilidades y amenazas de la Comunicación institucional de la organización religiosa.

Inducción

En este paso se realizará la radiografía general de la Comunicación Institucional de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Seguidamente se planteará el problema sobre las debilidades de la Comunicación interna y externa de la organización religiosa que nos lleve a la respuesta de la hipótesis.

Hipótesis

El planteamiento de la hipótesis se derivará de la observación de los problemas de la Comunicación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, y es aquí donde sale a luz que dichos problemas se deben a la falta de capacitación, organización y recursos para el establecimiento y funcionamiento de un departamento que se

encargue específicamente de la Comunicación interna y externa de la institución religiosa.

Experimentación

Con base en la observación se procederá a indicar las causas puntuales de los posibles problemas de la Comunicación de la institución religiosa. Las posibles deficiencias se corroborarán mediante la recopilación de datos, a través de entrevistas, ejercicio mediante el cual se pedirá a las personas consultadas que proporcionen toda la información importante para la elaboración puntual de un diagnóstico.

Demostración, Refutación o antítesis de la Hipótesis.

Con la información recopilada se procederá a realizar un análisis profundo de los resultados para la creación de un plan estratégico de comunicación, que al aplicarlo permita solucionar los problemas que puedan existir en la organización religiosa.

1.6.2 Instrumentos

Se hará uso de la encuesta. Para ello se aprovechará la junta trimestral de los dirigentes de la Iglesia Adventista del Séptimo Día a nivel nacional para que proporcionen información mediante las respuestas de un cuestionario de preguntas cerradas y de abanico.

1.7 Recopilación de Datos

1.7.1 Tablas de resultados de las entrevistas

PREGUNTAS	PUNTOS DE ENCUENTRO	DISENSOS
¿Cuenta la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día con un Departamento específico de Comunicación?	El presidente y el encargado de la Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día afirmaron que sí existe dicho departamento en la institución, pero ambos aclararon que el mismo también tiene a su cargo otras tareas que no se relacionan con la comunicación.	
¿Centraliza el Departamento de Comunicación toda la información de la institución a nivel nacional?	El presidente de la Unión señaló que el departamento no ha sido explotado, debido a que el encargado realiza otras funciones. En tanto que el Director de Comunicación indicó que se trabaja en ello. Esto hace ver que cada Misión y Región no traslada la información de sus actividades al departamento.	
¿La institución religiosa cuenta con un vocero oficialmente	Ambos coincidieron en que la institución no tiene un vocero que sea el enlace con los Medios de Comunicación.	

nombrado?	Agregaron que por falta de recursos se duplican las funciones, por lo que el encargado de Comunicación eventualmente desempeña ese papel.	
¿Se capacita al personal encargado de la Comunicación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día?	Los entrevistados indicaron que si hay capacitaciones para los encargados de la Comunicación de la institución, sin embargo dijeron que éstas no son continuas.	
¿Se capacita al personal encargado sobre el uso de las redes sociales?	Ambos consultados destacaron la necesidad de capacitar sobre el uso de las redes sociales.	

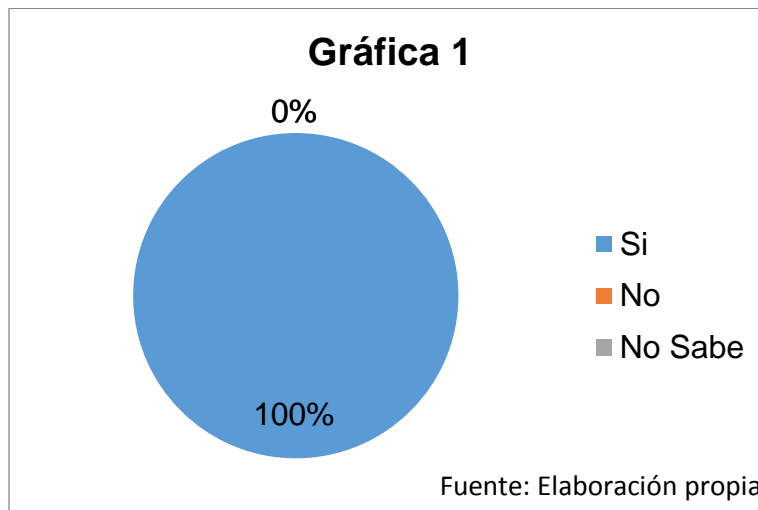
1.7.2 Análisis de Resultados

Encuesta

La encuesta fue respondida por los presidentes y tesoreros de las Misiones: Central, Sur, Occidente, Oriente y Norte. Así como el presidente y tesorero de la Asociación de Guatemala; y los presidentes y tesoreros de las Regiones: Noroccidente y Centro Sur. Todos considerados como altos mandos de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala.

1. ¿Cuenta la organización con un departamento específico de comunicación?

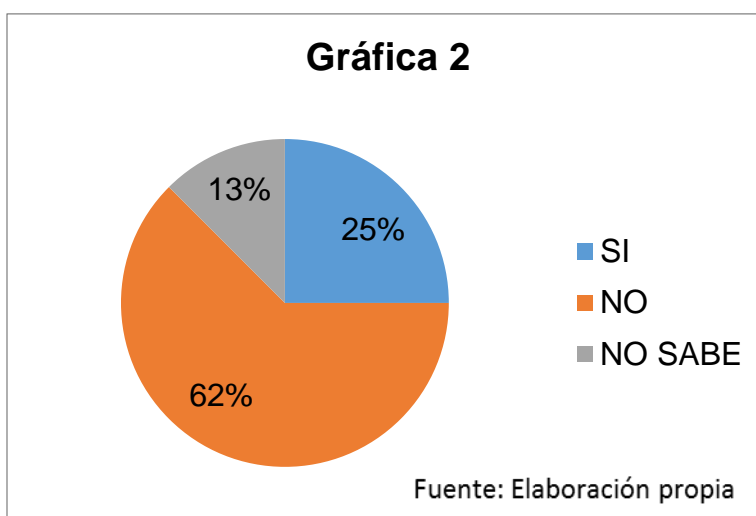
	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	100 %	16
b.	NO	0 %	0
c.	NO SABE	0 %	0
		100%	



Todos los dirigentes de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala respondieron que la institución si cuenta con un Departamento de Comunicación establecido, lo que supone una base importante para que la institución se dé a conocer ante la sociedad.

2. Si su respuesta fue si: ¿Cree que los medios de prensa identifican al vocero o encargados de la comunicación institucional?

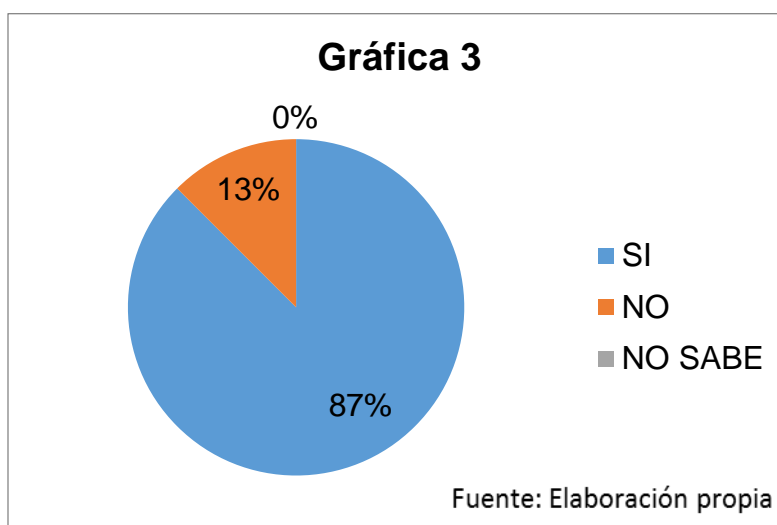
	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	25%	4
b.	NO	62%	10
c.	NO SABE	13%	2
		100%	



La respuesta de la mayoría de los encuestados evidencia que los encargados de la comunicación de la IASD no cumplen de manera efectiva su objetivo. Los dirigentes consideran que los medios de comunicación no identifican al encargado como fuente de información.

3. ¿Se capacita al personal encargado de la comunicación?

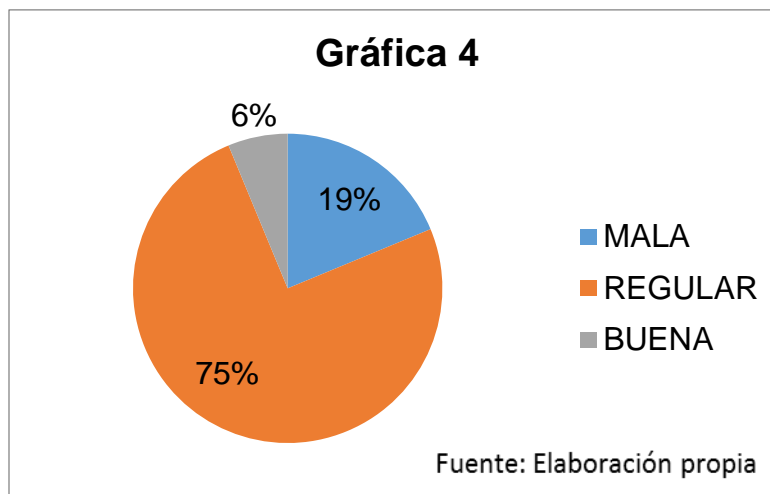
	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	87%	14
b.	NO	13%	2
c.	NO SABE	0%	0
		100%	



Acá hay una opinión casi general. Los encargados de la comunicación institucional si reciben capacitaciones para desempeñar su labor.

4. ¿Cómo califica la relación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día con los medios de comunicación?

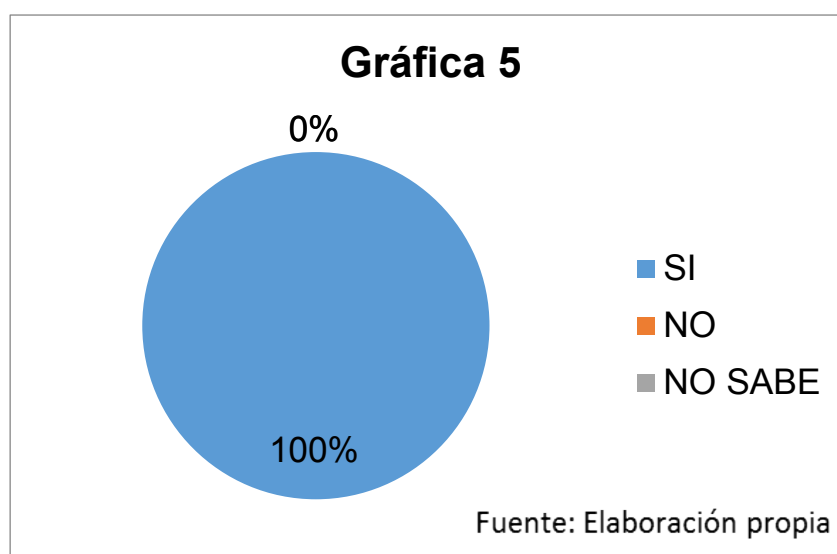
	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	MALA	19%	3
b.	REGULAR	75%	12
c.	BUENA	6%	1
		100%	



El hecho de que solo el seis por ciento indicó que la relación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día con los medios de comunicación es buena, hace ver que podrían existir ciertos problemas que impiden que la institución religiosa goce de mayor cobertura.

5. ¿Considera que debe mejorar la comunicación de la institución?

	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	100%	16
b.	NO	0%	0
c.	NO SABE	0%	0
		100%	

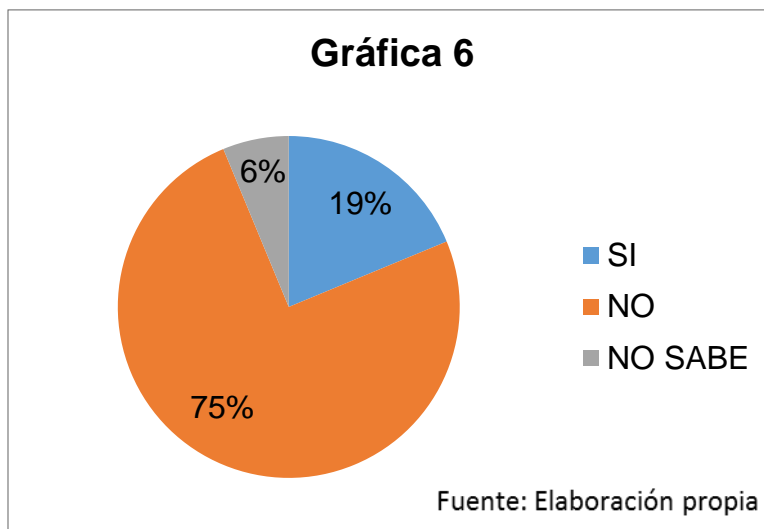


El resultado evidencia que hay una opinión generalizada en cuanto a que la institución necesita mejorar la relación con los medios de comunicación.

En el apartado “ ¿Por qué?” todos coincidieron que la entidad se puede dar a conocer, y para ello es importante la figura de un vocero que sea el enlace directo con los medios.

6. ¿Cree usted que la Iglesia Adventista del Séptimo Día se da a conocer eficientemente ante la sociedad?

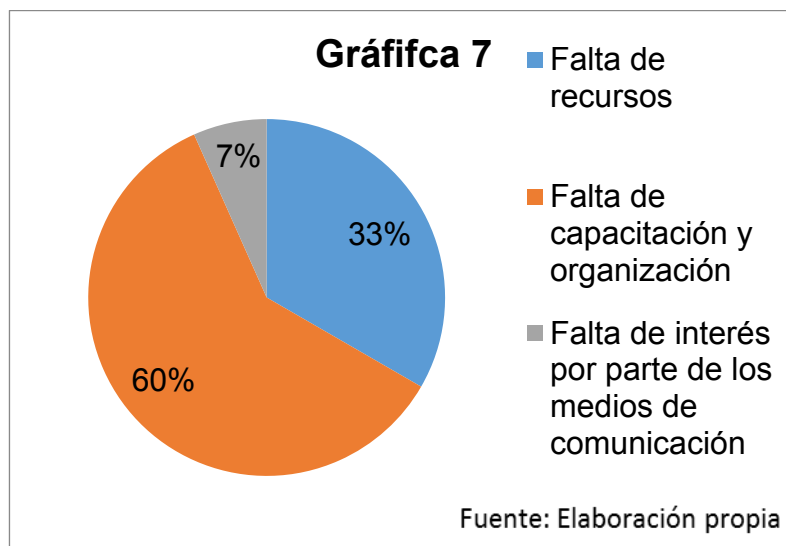
	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	19%	3
b.	NO	75%	12
c.	NO SABE	6%	1
		100%	



El 75 por ciento de los dirigentes considera que los esfuerzos realizados por los encargados de la comunicación externa, no son suficientes para darse a conocer ante la sociedad. Ello podría afectar el aspecto de ganar adeptos, como fin primordial de toda institución religiosa.

7. ¿Cuál cree que es el principal problema que obstruye la comunicación institucional?

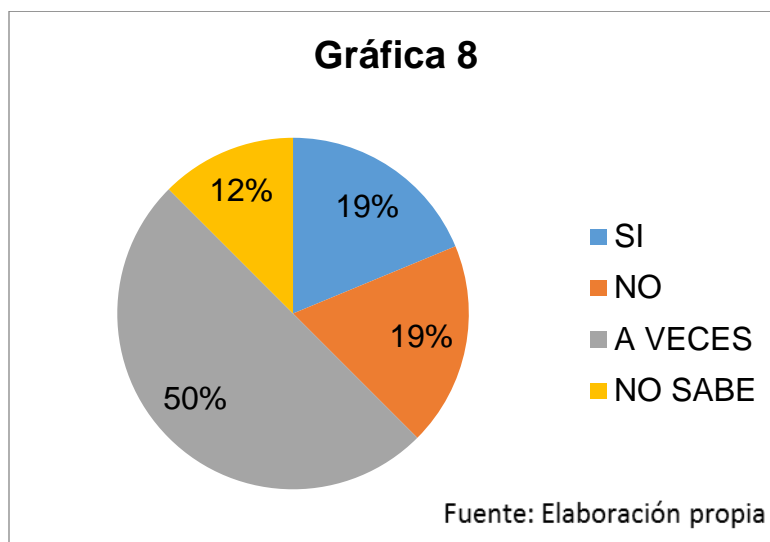
	Opciones	Porcentaje	Resp.
a.	Falta de recursos	33%	5
b.	Falta de capacitación.	60%	9
c.	Falta interés de los medios	7%	1
		100%	



La mayoría dijo que el principal problema recae en la falta de capacitación del personal encargado de la comunicación, así como la falta de organización del departamento encargado. Otro grupo considera que la falta de recursos económicos y otro cree que es la falta de interés por parte de los medios de prensa.

8. ¿La entidad convoca a la prensa para la cobertura de sus actividades?

	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	19%	3
b.	NO	19%	3
c.	A VECES	50%	8
d.	NO SABE	12%	2
		100%	

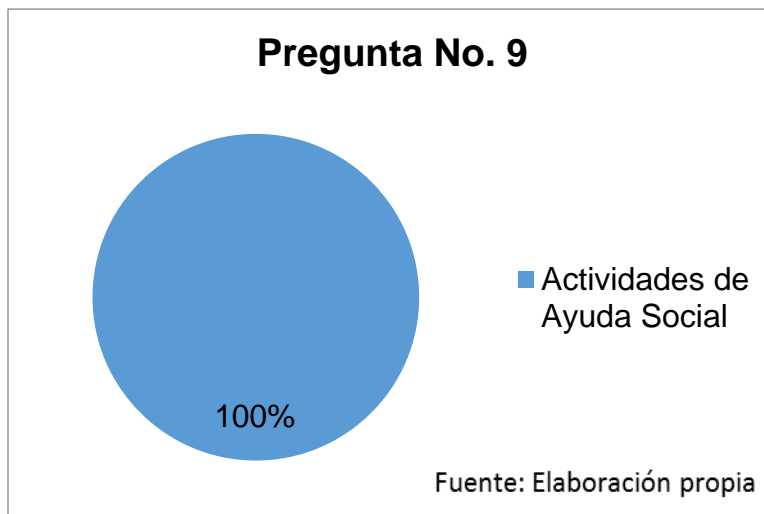


Según la mayoría, convocar a los medios no es una práctica establecida. El 50 por ciento dijo que solo en ocasiones se informa a los medios de sus actividades, lo que refleja que la organización no aprovecha la oportunidad de dar a conocerse ante la sociedad.

9. ¿Qué tipo de actividades o información cree usted que son de interés para la prensa?

	Opciones	Porcentaje	Resp.
a.	Actividades de ayuda social.	100%	16
		100%	

Entre las actividades de ayuda social los encuestados especificaron: jornadas médicas, donaciones de sangre, campañas contra las drogas, entre otras.



Los resultados de esta pregunta reflejan que los dirigentes de institución conocen cuáles son las actividades que interesan a la prensa. Coinciden en que los proyectos y actividades de beneficio social atraen a los periodistas y son una oportunidad para darse a conocer.

10. ¿Considera necesario que cada sede o templo de la Iglesia Adventista del Séptimo Día a nivel nacional se identifique con un único nombre?

	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	100%	16
b.	NO	0%	
		100%	



En esta pregunta todos los encuestados respondieron que sí es necesario que todos los templos o sedes estén identificados de manera uniforme. Con más de mil templos a nivel nacional es una forma oportuna de dar identidad a la organización. Además se evita el hecho de que se confundan con otras instituciones religiosas.

11. ¿Considera necesaria la elaboración y aplicación de un manual para el uso y manejo de las redes sociales?

	Opciones	Porcentaje	Respuestas
a.	SI	100%	16
b.	NO	0%	
		100%	



Se obtuvo una respuesta unificada, todos ven la necesidad de un protocolo establecido para el uso de las redes sociales. En esta pregunta se agregó el apartado “¿Por qué?”, y todos coincidieron en que se necesita un manual para la correcta administración de las redes sociales y el aprovechamiento de las mismas, como una herramienta más eficiente para informar

1.8 Radiografía de Comunicación Interna y Externa de la Iglesia Adventista del Séptimo Día

La Iglesia Adventista del Séptimo Día es una institución religiosa con mil 39 templos o sedes a nivel nacional.

Actualmente cuenta con 245 mil miembros activos que sostienen cada uno de los templos y el Sistema de Comunicación Adventista que incluye la radioemisora Unión Radio 105.7 FM y sus repetidoras.

1.8.1 Canales de Comunicación Interna

- 1) Correo electrónico.
- 2) Mensajes de texto.
- 3) Telefonía móvil.
- 4) Reuniones mensuales con dirigentes.

1.8.2 Canales de Comunicación Externa

1) Departamento de Comunicación.

- a) Ventajas:
 - Existe en la estructura de la institución religiosa.
- b) Desventajas:
 - El Departamento de Comunicación tiene a su cargo otras tareas y su labor no es específicamente enfocada en la comunicación institucional.

- La organización religiosa no cuenta con la figura de vocero que sea la cara de la institución ante la sociedad y el enlace con los Medios de Comunicación.
- No se tiene un manual que establezca los pasos a seguir para la redacción de boletines de prensa y convocatorias de medios de comunicación.

2) Sitio Web

a) Ventajas:

- Está diseñado para informar de las actividades que realiza la institución a nivel nacional.

b) Desventajas:

- Las secciones de las Misiones y Regiones no tienen información actualizada.
- Pocas imágenes.

3) Redes Sociales

a) Ventajas:

- La institución hace uso de las redes sociales como herramienta para darse a conocer.

b) Desventajas:

- No tiene una cuenta institucional y única como Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala en la red social *Twitter*.
- No tiene un perfil oficial institucional en la red social *Facebook*.
- Cada templo tiene su propia cuenta o perfil en las redes sociales y no se aplica un criterio unificado para el uso del nombre y logo de la institución.
- Falta de recurso humano y herramientas tecnológicas.

- No hay un programa de capacitación para los administradores o encargados de las diferentes cuentas de cada templo.

4) Radio emisora Unión Radio 105.7 FM y sus repetidoras en el interior del país.

a) Ventajas:

- Es un medio efectivo para darse a conocer a nivel nacional.

b) Desventajas:

- No hay más frecuencias en licitación.

CAPÍTULO II

PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes

2.2 Infografía

2.3 Objetivos

 2.3.1 Objetivos Generales

 2.3.2 Objetivos Específicos

2.4 Público Objetivo

2.5 Mensaje

2.6 Estrategia

2.7 Planes de Comunicación

 2.7.1 Estrategias

 2.7.2 Acciones

2.8 Presupuesto

2.9 Control y Seguimiento

CAPÍTULO II

PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes

La organización religiosa Iglesia Adventista del Séptimo Día (IASD) ingresó a Guatemala en 1908. Su sede central está ubicada en la 1 calle 18-24 zona 15 Vista Hermosa II, de la Ciudad de Guatemala, como la Unión Guatemalteca de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

La estructura de la institución a nivel nacional se divide en Asociaciones, Misiones y Regiones, con mil 39 templos o sedes en todo el país.

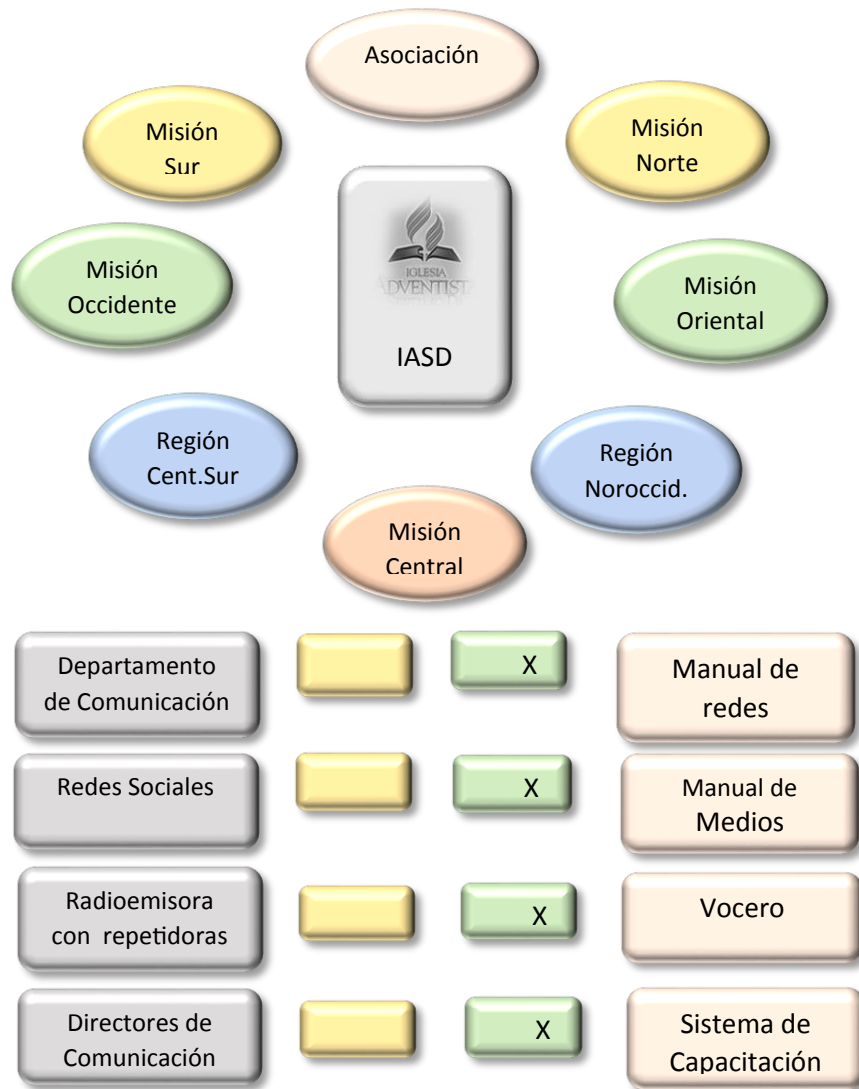
Actualmente la integran 245 mil miembros activos que sostienen la organización en todo el país.

Cada división tiene su presidente y tesorero, así como un encargado de la comunicación, pero éstos últimos tienen otras atribuciones que no les permiten dedicarse específicamente a esta labor. Lo mismo sucede con el director de comunicación de la unión central, quien coordina otros departamentos y por lo tanto queda en un segundo plano la búsqueda de espacios en los medios de prensa para dar a conocer las actividades que constantemente realizan.

La organización no tiene una guía de gestión de medios y no cuenta con un manual que regule el uso de las redes sociales de cada templo a nivel nacional.

Tampoco tiene definida la figura de vocero, por lo que la prensa no identifica el enlace que pueda proporcionar información de interés social.

2.2 Infografía Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.



Fuente: Elaboración propia.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Elaborar un plan de Comunicación para la implementación de estrategias encaminadas a subsanar los problemas de la comunicación previamente detectados en el diagnóstico efectuado en la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día, cuyo fin primordial es darse a conocer de manera eficiente ante la sociedad guatemalteca.

2.3.2 Específicos

Mejorar el trato con los medios de comunicación para lograr mayor cobertura de las actividades de impacto social.

Regular el uso de las redes sociales como herramienta activa para darse a conocer de manera uniforme.

2.4 Público Objetivo

El Plan Estratégico de Comunicación busca impactar en los encargados de la comunicación de las Misiones y Asociaciones que comprenden la Iglesia Adventista en Guatemala.

HOMBRES	MUJERES	EDADES
22	1	De 20 a 50 años.

2.5 Mensaje

“**Transmitiendo Luz**”. Con él se busca destacar la importancia de dar a conocer a la institución por medio de las actividades con impacto social que efectúa.

2.6 Estrategia

Se elaborará un manual que contendrá generalidades sobre lo que implica el trato con los medios de comunicación. En él se definirá cuáles son las actividades que pueden interesar a la prensa, cómo convocar a la prensa, y cómo proporcionarles la información.

Asimismo, incluirá lineamientos generales sobre el uso correcto de contenidos en las Redes Sociales y la importancia de unificar criterios sobre el uso del logo de la institución en los perfiles de *Facebook* y *Twitter*.

Se impartirá una capacitación a los 23 encargados de la comunicación de toda la organización a nivel nacional, 22 hombres y 1 mujer, en edades comprendidas de entre 20 a 50 años, sobre la importancia del buen manejo de Medios de Comunicación y Redes Sociales.

2.7 Planes de Comunicación

2.7.1 Estrategia

Elaboración del manual con el título: Manual Práctico para la Gestión de Medios de Comunicación y Uso de Redes Sociales, basado en la experiencia reporteril y periodística de la autora del presente Plan de Comunicación, y otras fuentes bibliográficas.

Tabla de Contenido:

MANUAL PRÁCTICO PARA LA GESTIÓN DE MEDIOS Y USO DE REDES SOCIALES	
PRIMERA PARTE: GESTIÓN DE MEDIOS	
CAPÍTULO 1	
Generalidades del Trabajo Periodístico.....	1
Qué es un Medio de Comunicación.....	2
Funciones de un Periodista.....	3
Actividades de interés a la Prensa.....	4
CAPÍTULO 2	
Cómo Invitar a la Prensa.....	5
Guía Básica para la redacción de convocatorias de prensa.....	6
Guía Básica para la redacción de boletines de prensa.....	7
Consejos para lograr mayor cobertura.....	8

CAPÍTULO 3

Cómo Hablar ante la Prensa.....	9
Tipos de entrevistas.....	10
Qué hacer antes, durante y después de una entrevista o conferencia de prensa.....	11
Palabras y frases mal empleadas y su uso correcto.....	12

CAPÍTULO 4

Perfil de un Vocero.....	13
Características de un Vocero.....	14
Funciones de un Vocero.....	15

CAPÍTULO 5

Gestión de Crisis.....	16
Comité de Crisis.....	17
Características de los miembros del Comité de Crisis.....	18
Cómo reaccionar en las redes sociales en momentos de crisis.....	19

SEGUNDA PARTE: USO CORRECTO DE LAS REDES SOCIALES

CAPÍTULO 1

Administración de las Redes Sociales de la IASD.....	20
Consejos para administrar un perfil de <i>Facebook</i>	21
Consejos para publicar en <i>Facebook</i>	22
Qué publicar en la información personal del perfil.....	23
Consejos para administrar una cuenta de <i>Twitter</i>	24
Cómo enmendar un error en <i>Twitter</i>	25
¿Puede el administrador debatir con un usuario en las redes sociales?.....	26
Importancia del <i>Community Manager</i>	27
Funciones del <i>Community Manager</i> de la IASD.....	28
Uso correcto del Logotipo de la IASD.....	29

2.7.1.2 Acciones

Redacción del Manual Práctico para la Gestión de Medios y Uso de Redes Sociales, con los capítulos antes descritos. Finalizada la redacción se procederá a imprimir 8 copias tipo folleto que serán entregadas al presidente de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día, Ever Guenther García, y al director del Departamento de la misma institución, Gustavo Menéndez, en un acto organizado para el último día de la práctica.

2.7.2 Estrategia

Capacitación de dos horas a los 23 encargados de la comunicación de las Misiones y Asociaciones que comprenden la Iglesia Adventista en Guatemala, 22 hombres y 1 mujer, sobre aspectos dirigidos a mejorar el trato con la prensa, así como regular el manejo de contenidos y uso del logotipo de la institución en las Redes Sociales.

2.7.2.1 Acciones

Convocará de los 23 encargados de la comunicación, 22 hombres y 1 mujer, de los ocho campos que conforman la Iglesia Adventista en Guatemala, a una capacitación de 2 horas en el salón de actividades de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día, ubicada en la 1 calle 18-24 zona 15, Vista Hermosa 2, el 19 de junio de 2014 a partir de las 9.00 horas.

En la primera hora de la capacitación se explicarán aspectos básicos y consejos para el mejoramiento de la relación con los medios de comunicación, mediante la proyección de una presentación en Power Point sobre los siguientes temas:

- Definición de las actividades efectuadas por la institución que interesan a la prensa.

- Cómo elaborar una convocatoria de prensa.
- Cómo redactar un boletín de prensa.
- Consejos para titular un boletín de prensa.
- Consejos para tratar con los periodistas en entrevistas y conferencias de prensa.
- Consejos para lograr mayor cobertura de los medios de comunicación.
- Importancia de la figura de vocero de la institución.

Luego de la primera hora de capacitación se ofrecerá un refrigerio de 20 minutos a los participantes.

Durante la segunda hora de la capacitación se darán indicaciones básicas sobre el uso correcto de las redes sociales. Mediante otra presentación en Power Point se explicarán los siguientes temas:

- Cómo regular el contenido de las cuentas de *twitter* y perfiles de *facebook* de los diferentes templos o sedes a nivel nacional.
- Qué publicar en las redes sociales, de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.
- Cómo regular y uniformar el uso del logotipo de la institución.
- La importancia de un *Community Manager*.

2.8 Presupuesto

Asesoría en comunicación. (Diagnóstico)		Q 3,000.00
Elaboración y Ejecución de Plan de Comunicación.		Q 16,000.00
8 impresiones del Manual Práctico para la gestión de Medios de Comunicación y Uso de Redes Sociales.	Q 53.00 c/u	Q 160.00
1 capacitación a 23 encargados de la Comunicación de la institución.		Q 600.00
Refacción y almuerzo para los participantes en la capacitación.		Q 1,000.00
Equipo (Computadora, internet e impresiones).		Q 240.00
TOTAL:		Q 1,000.00

2.9 Control y Seguimiento

Tabla de Evaluación

<ul style="list-style-type: none"> 1 Capacitación de dos horas a los 23 encargados de la comunicación de la IASD, sobre Gestión de Medios y Uso de Redes Sociales 	✓
<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del Manual de Gestión de Medios y Uso de Redes Sociales. 	✓
<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del Plan de Atención a Medios de Comunicación de actividades a efectuarse durante el Congreso de Jóvenes de la IASD, del 	

<p>proyecto: “Abraza a Guatemala”. Del 30 de julio al 02 de agosto de 2014, como forma de aplicar el Manual de Gestión de Medios.</p>	<p>✓</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Visita de Supervisión de Ejercicio de Profesional Supervisado (EPS) por la Licda. Floralba Pérez Folgar. 	<p>✓</p>

CAPÍTULO III

EJECUCIÓN

3.1 Estrategias Ejecutadas

3.1.1 Capacitación: Gestión de Medios y Redes sociales

3.1.1.1 Síntesis de capacitación Gestión de Medios

3.1.1.2 Síntesis de capacitación de Uso de Redes Sociales

3.1.2 Elaboración de Manual

3.1.2.1 Síntesis del Manual

3.1.3 Conferencia de prensa

CAPÍTULO III EJECUCIÓN

3.1 Estrategias Ejecutadas

3.1.1 Capacitación sobre gestión de medios y redes sociales.

Se realizó una capacitación de dos horas dirigida a los 23 encargados de la comunicación de las Misiones y Asociaciones que conforman la Iglesia Adventista en Guatemala, en edades comprendidas de 20 a 50 años.

La actividad tuvo el cien por ciento de asistencia. En la primera fase se trató el tema de la administración de las redes sociales de cada templo a nivel nacional.

3.1.1.1 Síntesis del contenido de la capacitación de gestión de medios.

Expositora: Edna Villeda, autora del presente informe.

Se dieron los lineamientos básicos sobre el manejo de medios de comunicación. Se explicó cuáles son las actividades de interés para los periodistas, cómo hacer que los reporteros consideren importante la información que se les proporciona, se les presentó un modelo de convocatoria de prensa, consejos para lograr mayor cobertura, consejos para hablar en entrevistas y conferencias de prensa y todo lo concerniente a la gestión efectiva de medios en todo el país.

Además se les proporcionó una guía básica para la redacción de boletines de prensa.

3.1.1.2 Síntesis del contenido de la capacitación sobre el manejo de redes sociales.

Expositor: Irving Escobar, coeditor de la página web del diario Prensa Libre.

Previo a capacitarlos sobre la buena administración de las redes sociales, se expuso un análisis efectuado a los perfiles de *Facebook* y cuentas de *twitter* de algunos templos o sedes de la institución, evidenciando deficiencias y el desaprovechamiento de dichas redes por su uso incorrecto.

Se proporcionaron los pasos a seguir para: saber qué publicar en las redes sociales, cómo corregir información errónea, cómo reaccionar en ellas en momentos de crisis, y una serie de consejos para evitar que los contenidos no contravengan con los principios de la organización religiosa.

3.1.2 Elaboración de Manual

Se creó un manual práctico que contiene los lineamientos necesarios para mejorar el trato con los medios de comunicación y la administración de las redes sociales, como *Facebook* y *twitter*.

El documento está dividido en dos partes: 1) Gestión de Medios 2) Uso de Redes Sociales.

Consta de 46 páginas y fue impreso tamaño media carta. El contenido está basado en la experiencia periodística de la autora de éste informe, y de otras fuentes bibliográficas que se anotaron en el documento impreso.

3.1.2.1 Síntesis del Manual de Gestión de Medios y Usos de Redes Sociales.

PARTE 1 GESTIÓN DE MEDIOS

Capítulo 1: explica en qué consiste el trabajo periodístico, las funciones de un periodista y qué vende un Medio de Comunicación, como base para que la institución entienda qué tipo de información le interesa a la prensa y a qué actividades se le puede invitar para tener cobertura.

Capítulo 2: da lineamientos para invitar a la prensa, cómo elaborar una convocatoria que capte la atención del periodista y que tanto el reportero como el jefe de redacción decidan que la actividad amerita cobertura.

En este tema se dan consejos de cómo elaborar boletines de prensa como una forma de facilitar el trabajo a los periodistas. Se incluyen detalles de cómo redactar un titular. Éste debe ser claro y resumir en una sola frase el contenido del boletín. También se adjuntan recomendaciones para lograr más cobertura: cuándo convocar y qué días se puede efectuar una conferencia de prensa.

Capítulo 3: abarca los pasos a seguir para dar entrevistas. Qué hacer antes, durante y después de una entrevista o conferencia de prensa. Incluye una serie de consejos de cómo hablar ante la prensa.

Capítulo 4: explica cuáles son las funciones y las características de un vocero para la institución. Señala cuál es el trato que debe tener con los Medios de Comunicación, enfocado a lograr y mantener una relación efectiva con los reporteros y que éstos le reconozcan como una fuente de información.

Capítulo 5: aborda información importante para enfrentar momentos de crisis en la institución y cómo reaccionar en las redes sociales. Se recomienda quiénes deben integrar un Comité de Crisis y las características de cada uno de los

integrantes, con énfasis en resguardar la reputación y credibilidad de la organización religiosa.

PARTE 2 USO DE REDES SOCIALES

Capítulo 1: se desarrolla el tema sobre el manejo de las redes sociales, específicamente Facebook y Twitter, que son las más utilizadas por la institución. Qué publicar apegados a las reglas, normas y creencias de la organización religiosa y todo lo concerniente a la administración responsable de las redes sociales.

Además aborda el tema de la importancia de la figura del community manager y sus funciones.

3.1.3 Conferencia de prensa

Se efectuó una conferencia de prensa donde se aplicaron los contenidos de la capacitación y el Manual de Gestión de Medios. Este producto no estaba contemplado en el Plan, sin embargo, la planificación y ejecución del mismo sirvió para poner en práctica los lineamientos dados a los encargados de la comunicación de la entidad, encaminados a mejorar el trato con los medios y dar a conocer las actividades de impacto social que organiza la institución religiosa.

Se obtuvo la cobertura de medios televisivos, escritos, radiales y páginas web de: Prensa Libre, Siglo 21, Guatevisión, Canal Antigua, TN 23, Emisoras Unidas, Radio Sonora, TGW y la Agencia AGN.

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN

4.1 Evaluación de las estrategias ejecutadas.

4.2 Impacto y resultados de las estrategias
ejecutadas.

CAPÍTULO IV EVALUACIÓN

4.1 Evaluación de las estrategias ejecutadas

Manual de Gestión de Medios y Redes Sociales

Tras la entrega de ocho ejemplares del Manual Práctico, las autoridades de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día acordaron trasladar un documento para cada Asociación, Misión y Región que conforma la entidad a nivel nacional.

Capacitación sobre Gestión de Medios y Redes Sociales

Después de la capacitación al personal encargado de la comunicación de todos los campos de la entidad, las autoridades de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día acordaron establecer un programa de capacitación continuo, con el fin de reforzar y mantener la aplicación de los conocimientos dados para la eficiente comunicación externa.

Conferencia de Prensa

Las autoridades de la organización religiosa decidieron establecer como protocolos institucionales, los pasos a seguir para el buen manejo de medios contenidos en el manual práctico. Ello a raíz de la alta cobertura periodística que se obtuvo en la conferencia de prensa efectuada para dar a conocer un proyecto de obra social de la entidad.

4.2 Impacto y resultado de las estrategias ejecutadas

El Departamento de Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día aplicó los conocimientos dados en las estrategias planificadas y ejecutadas para la eficiente relación con los medios de comunicación, al organizar y convocar a la prensa a un Congreso Internacional de Jóvenes desarrollado en Guatemala el 29 de julio de 2014. En la convocatoria destacó la participación del presidente Otto Pérez Molina en el evento, así como una jornada de donación de sangre, actividad que captó la atención de los periodistas.

En esta actividad la entidad aplicó el modelo de convocatoria de prensa y todos los pasos contenidos en el Manual y la Capacitación, dando como resultado una alta cobertura periodística cuya evidencia se adjunta en los Anexos de este informe.

CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Mediante la fase diagnóstica se identificó que no están definidas las funciones del Departamento de Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día. Las tareas ajenas que efectúa impiden la buena gestión de medios.
- Por desconocimiento y escaso presupuesto no se aplican estrategias de comunicación dirigidas a mejorar la imagen de la institución y la relación con los medios de comunicación.
- La entidad religiosa carece de personal especializado en comunicación, lo que limita el aprovechamiento de las redes sociales y la cobertura periodística de las actividades de impacto social que realiza constantemente.

RECOMENDACIONES

- Separar las funciones ajenas al Departamento de Comunicación para hacer más efectivo su desempeño en tareas de su competencia.
- Asignar más recursos económicos al departamento de manera que permita ejecución de proyectos de comunicación y la aplicación de estrategias que logren efectivizar el manejo de medios.
- Establecer un sistema de capacitación permanente al personal encargado de la comunicación y evaluar la aplicación constante de los lineamientos aportados con el Manual de Gestión de Medios y Uso de Redes Sociales elaborado durante el Ejercicio Profesional Supervisado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación General. 2005. *Manual de la Iglesia Adventista del Séptimo Día*. 17ª revisión. Asociación Casa Editora Sudamericana. Buenos Aires, Argentina.
2. División Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. 2012. *Manual de Comunicación Puentes de Esperanza*.
3. Leñero, Vicente y Carlos Marín. 1986. *Manual de Periodismo*. México, Barcelona, Buenos Aires: Tratados y Manuales Grijalbos.
4. Ramírez Capello, Enrique. 2007. *Manual de Redacción*. Cuaderno Docente No. 7. s.l. Universidad de las Comunicaciones.

E Grafía

5. Aced, Cristina, *Cómo elaborar un plan de Comunicación, Manuales Prácticos de las PYME plan de comunicación*. 2009. Consultado de febrero a abril de 2014 en: http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
6. Cabanas Gancedo, Javier, y Miguel Ángel Garijo Ureta, *Diagnóstico de Comunicación y Plan de Comunicación: Instrumentos de participación en el proceso de cambio*. Plan de Comunicación. 2002 y 2003. Consultado en enero de 2014 en sitio web: http://www.ugr.es/u-veracruzana/comunicaciones_archivos/a2-mx-UPuebla2-final.pdf
7. Centro Asociado a la UNED de Pontevedra. 2014. *Plan de Comunicación Externa*, Consultado el 19 de marzo de 2014 en sitio web de

http://www.unedpontevedra.com/archivos_publicos/qweb_paginas/5310/pla ndecomunicacioncapontevedra.pdf

8. Club de Conquistadores. 2008. *Historia de la Iglesia Adventista en Guatemala*. Consultado el 10 de abril de 2014 en sitio web: <http://www.pasionclub.com/2008/08/historia-iglesia-adventista-en-guatemala/>
9. Comunidad iebschool. 2013. *Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la empresa*. Obtenido el 4 de julio de 2014 en: <http://comunidad.iebschool.com/iebs/geeral/que-es-un-community-manager/>
10. Media Prensa. 2008. *Los Titulares*. Gobierno de España, Ministerio de Educación. Obtenido el 19 de mayo de 2014 en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag7.html>
11. Morataya, Sergio. 2014. *Crisis en las Redes Sociales*. Obtenido el 2 de julio de 2014 en: <http://www.sergiomorataya.com/2014/05/crisis-en-las-redes-sociales.html>
12. Sánchez, María Luisa. 2004. *Comité de Crisis, actores, roles y trabajo*. Obtenido el 9 de junio de 2014 en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer17-05-sanchez.pdf>
13. Tic Beat. 2011. *Consejos para gestionar la página de Facebook de tu empresa*. Obtenido el 17 de junio de 2014 en: <http://www.ticbeat.com/socialmedia/consejos-gestionar-pagina-facebook-empresa/>

Entrevista

14. García, Ever Guenther. 10 de abril de 2014. Guatemala. Presidente de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.

15. Menéndez, Gustavo. 23 de abril de 2014. Director de Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.

ANEXOS

1. Entrevistas

Entrevista a Pr. Ever Guenther García.

Cargo: Presidente de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.

1. ¿Cuenta la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día con un departamento específico de Comunicación?

Si hay un departamento de Comunicación pero el encargado tiene otras tareas asignadas.

2. ¿Centraliza ese departamento toda la información de la institución a nivel nacional?

Este departamento no ha sido explotado, la persona encargada, es decir, el director de Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día no realiza solo esa función.

3. ¿La institución religiosa cuenta con un vocero oficialmente nombrado?

No se cuenta con la figura de vocero como tal, esa función la desempeña el Director de Comunicación de la Unión. Cada Misión Departamental cuenta con sus encargados de comunicación, pero un vocero no hay.

4. ¿Considera que la Iglesia Adventista del Séptimo Día se da a conocer de manera eficiente ante la sociedad?

No, no nos damos a conocer bien ante la sociedad, empezando con los términos utilizados con el nombre. En cada templo no se indica el nombre completo de la Iglesia Adventista del Séptimo Día y por eso nos confunden con otras denominaciones y se pierde ese espacio para darnos a conocer. La sociedad no nos identifica.

5. ¿Cuál es el principal problema que considera obstruye la comunicación hacia la sociedad?

Considero que hace falta un criterio unificado para la utilización del nombre, para que en cada templo se utilice el nombre correcto sin cortarle ni agregarle palabras.

6. ¿Los encargados de la Comunicación de la organización religiosa son especializados en la materia?

No son especializados.

7. ¿Se capacita al personal encargado de la Comunicación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día?

Si reciben capacitación, pero considero que tendría que ser más personalizada y continua.

8. ¿Cuenta la institución religiosa con un reglamento o manual para el uso y manejo adecuado de las redes sociales?

Ignoro si existe, y de existir no se implementa.

9. ¿Cree que las redes sociales son una herramienta importante para que la institución religiosa se dé a conocer ante la sociedad?

Sí, pero en la Iglesia –Adventista del Séptimo Día- no las hemos podido explotar por falta de personal capacitado. No hay una persona encargada, no podemos pagarle a una persona a tiempo completo para que se dedique a eso y se atreva a englobar todo, porque la mayoría de templos tiene sus cuentas en Twitter.

10. ¿Cuáles cree que son las fortalezas de la institución?

Nuestra institución se caracteriza por el apoyo de sus miembros. Gracias a ello adquirimos las últimas dos frecuencias radiales en la provincia. Los miembros son los que sostienen el sistema de Comunicación.

11. ¿Cuáles cree que son las oportunidades?

Tenemos la oportunidad de darnos a conocer, la hermandad en varios departamentos están dispuestos a invertir en la compra de más frecuencias radiales, aunque no hay en licitación.

12. ¿Identifica las debilidades de la institución?

Falta de recursos para financiar los proyectos.

13. ¿Cuáles cree que son las amenazas latentes?

La principal es la falta de concientización por parte de los miembros para el buen uso del nombre correcto de la Iglesia –Adventista del Séptimo Día-.

Así mismo falta uniformidad para el uso correcto del logo y lograr darnos a conocer ante la sociedad y que la prensa nos reconozca.

Entrevistado: Pr. Gustavo Menéndez.

Cargo: Director de Comunicación de la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día.

1. ¿Cuenta la Unión Guatemalteca de los Adventistas del Séptimo Día con un Departamento específico de Comunicación?

Si lo tiene, pero también se encarga de otros departamentos y programas de la institución. Se rige por cuatro ejes con base a un mapa estratégico establecido por la estructura de la Iglesia Adventista a nivel mundial.

¿Centraliza el Departamento de Comunicación toda la información de la institución a nivel nacional?

Eso es lo que se busca a través de los encargados de Comunicación de cada Misión y Región a nivel nacional.

2. ¿La institución religiosa cuenta con un vocero oficialmente nombrado?

En Guatemala no existe la figura, a nivel mundial si existe. En la Unión Guatemalteca por falta de recursos se duplican las funciones y tampoco hay Departamento de Relaciones Públicas.

3. ¿Considera que es posible que la institución tenga un Departamento encargado específicamente de la Comunicación?

Si es posible, lo que sucede es que a la Comunicación de la Iglesia no se le ha dado importancia, no se invierte en el desarrollo de la imagen. La institución recién está abriendo los ojos a la Comunicación Corporativa.

4. ¿Cuál es el principal problema que lo impide?

El presupuesto, se dificulta pagar a personas para que realicen el trabajo a tiempo completo.

5. ¿Se capacita al personal encargado de la Comunicación sobre la relación con los Medios de Comunicación?

Se hace una vez al año por la estructura de la institución, los nombramientos de los asignados solo duran un año, ahí se tendría que evitar la rotación.

Hace falta que definamos cuáles son las actividades o informaciones de interés para los Medios de Comunicación.

6. ¿La organización capacita al personal encargado sobre el uso y manejo de las redes sociales?

No, se tiene que trabajar en ello.

7. ¿Existe una cuenta o perfil institucional y único en las redes sociales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Guatemala?

Se trabaja en eso, porque en Twitter nos identificamos como Unión Guatemalteca, y no como Iglesia Adventista del Séptimo Día Guatemala.

2. Encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado (EPS)
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

ENCUESTA

Encuesta para Diagnóstico de Comunicación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

1. ¿Cuenta la Iglesia Adventista del Séptimo Día con un departamento específico de Comunicación?

Si ___ No___ No sabe___

2. Si su respuesta fue si: ¿Cree que los medios de prensa identifican al vocero o encargados de la comunicación institucional?

Si___ No___ No sabe___

3. ¿Se capacita al personal encargado de la Comunicación de la Iglesia?

Si___ No___ No sabe___

4. ¿Cómo califica la relación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día con los medios de Comunicación?

Mala ___ Regular___ Buena___

5. ¿Considera que debe mejorar?

Si___ No___ No sabe___

¿Por qué?

6. ¿Cree usted que la Iglesia Adventista del Séptimo Día se da a conocer eficientemente ante la sociedad?

Si___ No___ No sabe___

7. ¿Cuál cree que es el principal problema que obstruye la comunicación institucional de la Iglesia?

8. ¿La Iglesia Adventista del Séptimo Día convoca a los medios de comunicación para la cobertura de sus actividades?

Si___ No___ A Veces___ No Sabe___

9. ¿Qué tipo de actividades o información cree usted que son de interés para la prensa?

10. ¿Considera necesario que cada sede o templo a nivel nacional identifique a la Iglesia con un único nombre?

Si___ No___

¿Por qué?

11. ¿Considera necesario un manual para el uso y manejo de información en redes sociales?

Si___ No___

¿Por qué?

3. Programa para la capacitación.

Punto	Hora	Encargado (a)
<ul style="list-style-type: none">• Bienvenida	9.00 horas	Pr. Gustavo Menéndez, Director de Comunicación de IASD.
<ul style="list-style-type: none">• Primera Parte capacitación: Gestión de Medios.	9.10 horas	Edna Villeda. Estudiante de EPS.
<ul style="list-style-type: none">• Fase de Preguntas y Respuestas.	10.00 horas	Edna Villeda. Estudiante de EPS.
<ul style="list-style-type: none">• Receso y <i>Coffee Break.</i>	10.10 horas	
<ul style="list-style-type: none">• Segunda Parte de la capacitación: Uso de Redes Sociales.	10.30 horas	Invitado: Irving Escobar, Editor Página Web y Redes Sociales de diario Prensa Libre.
<ul style="list-style-type: none">• Fase de Preguntas y Respuestas.	11.30 horas	Edna Villeda. Estudiante de EPS.
<ul style="list-style-type: none">• Conclusión	12.00 horas	Pr. Gustavo Menéndez.
<ul style="list-style-type: none">• Almuerzo	12.30 horas	

4. Calendario de actividades

ACTIVIDADES	FECHA
<ul style="list-style-type: none">• Inicio de Práctica Supervisada	7 de mayo
<ul style="list-style-type: none">• Inicia redacción de la Primera Parte del Manual Práctico para la gestión de Medios Comunicación y Uso de Redes Sociales.• Redacción del Capítulo 1 Generalidades del Trabajo Periodístico.<ul style="list-style-type: none">○ Introducción.○ Qué es un medio de comunicación.○ Funciones de un periodista.○ Actividades de interés a la prensa.	15 y 16 de mayo.
<ul style="list-style-type: none">• Redacción del Capítulo 2, Como Invitar a la Prensa.<ul style="list-style-type: none">○ Guía básica para la redacción de convocatorias de prensa.○ Guía básica para redacción de boletines.○ de Consejos para lograr mayor cobertura.	Del 19 al 26 de mayo.
<ul style="list-style-type: none">• Redacción del Capítulo 3, Como Hablar ante la Prensa.<ul style="list-style-type: none">○ Consejos para dar entrevistas y conferencias de prensa.○ Qué hacer antes, durante y después de una entrevista.	Del 27 de mayo al 6 de junio.

<ul style="list-style-type: none"> • Redacción del Capítulo 4, Perfil de un Vocero. <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de un vocero. ○ Funciones de un vocero. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Redacción del Capítulo 5, Gestión de Crisis. <ul style="list-style-type: none"> ○ Guía para el manejo de crisis. ○ Comité de crisis. ○ Características de los miembros del comité de crisis. ○ Cómo reaccionar en las redes sociales en momentos de Crisis. 	Del 9 al 13 de junio.
<ul style="list-style-type: none"> • Redacción de la Segunda Parte del Manual. • Capítulo 1: Cómo Administrar las Redes Sociales de la IASD. <ul style="list-style-type: none"> ○ Cómo administrar un perfil de <i>facebook</i>. ○ Consejos para publicar en <i>facebook</i>. 	Del 16 al 25 de junio.
<ul style="list-style-type: none"> • Reunión preparatoria para la capacitación dirigida a los 23 encargados de la Comunicación. 	16 de junio.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de presentaciones en Power Point de la capacitación de dos horas a los 23 encargados de la comunicación de la institución a nivel nacional. 	17 y 18 de junio.
<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la capacitación arriba descrita. 	19 de junio.

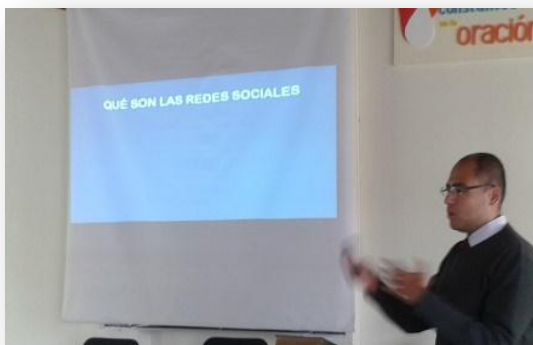
<ul style="list-style-type: none"> • Continúa redacción de Segunda Parte del Manual. <ul style="list-style-type: none"> ○ Consejos para administrar una cuenta de <i>twitter</i>. ○ ¿Puede el administrador debatir con un usuario en las redes sociales? ○ Cómo enmendar errores en <i>twitter</i>. ○ Importancia del <i>Community Manager</i>. ○ Funciones del <i>Community Manager</i> de la IASD. ○ Uso correcto del logotipo de la IASD. 	<p>26 de junio al 07 de julio.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Impresión de 8 copias del manual. 	<p>08 al 10 de julio.</p>

5. Fotografías



Capacitación sobre Gestión de Medios 19/06/2014. Expositora: Edna Villeda.

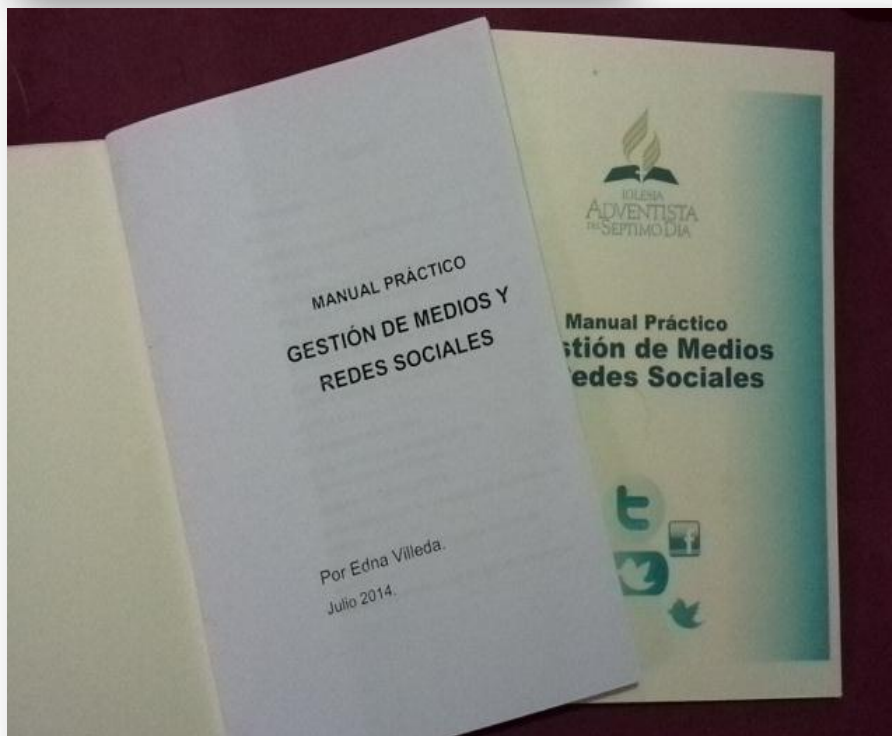
Almuerzo ofrecido a los participantes en la capacitación.



Capacitación sobre Redes Sociales.
Expositor: Irving Escobar, coeditor de página Web de Prensa Libre.
19/06/2014



Manual impreso tamaño media carta. Consta de 46 páginas, tipo libro.





Entrega del Manual 23 de julio de 2014. En la Foto de izquierda a derecha: Edna Villeda; Guenther García, presidente de la Unión Guatemalteca de los Adventistas



En la preparación del boletín previo a la conferencia de prensa el 27 de julio de 2014

Autoridades de la Iglesia Adventista dan la Conferencia de Prensa con base en los lineamientos del Manual



Diferentes medios dan cobertura a la Conferencia de Prensa

6. Cobertura Periodística

Publicación Canal Antigua 27/07/14

Publicación Noticiero Guatevisión. 27/07/2014

Publicación Noticiero TN 23. 27/07/14



Los innovadores desafían las reglas, rechazan lo predecible, avanzan cuesta arriba

27/07/14 - 18:17 COMUNITARIO

Iglesia Adventista invirtió Q600 mil en proyectos sociales

La Iglesia Adventista del Séptimo Día presentó este domingo los resultados de la iniciativa Abraza Guatemala, en la cual, con un fondo de Q600 mil, lograron culminar más de 30 proyectos como construcción de viviendas y remodelación de escuelas.

Twitter 28 | +1 5 | Me gusta | Compartir 560

CIUDAD DE GUATEMALA – Los proyectos, que se realizaron durante el primer semestre del año, fueron ejecutados por 350 jóvenes de Guatemala, Belice, México, El Salvador, Costa Rica, Colombia y Trinidad y Tobago. Muchos de ellos aportaron de su dinero para que la iniciativa tuviera los costos que se requerían.

Abraza Guatemala consiguió culminar 23 proyectos de viviendas, entre las cuales se construyeron ocho para personas en extrema pobreza, entre las cuales se encontraba una familia que perdió su hogar durante el sismo que ocurrió en San Marcos el pasado 7 de julio.

Además, se logró la recuperación de cinco cachas deportivas, se remodelaron cuatro salones y techos de escuelas y se atendió a necesidades de comunidades pobres y asilos de ancianos.

La institución religiosa anunció que habrá una segunda fase del proyecto, donde esperan beneficiar otras 23 comunidades y en la que participarán jóvenes de al menos 37 países.

Las comunidades beneficiadas fueron de los departamentos de Guatemala, Totonicapán, Izabal, Chimaltenango, El Progreso, Suchitepéquez y San Marcos. En la capital se realizaron 13 de los 23 proyectos.

Herramientas

Imprimir | Ajustar
Enviar | Ajustar
Comentar | Compartir

Tags

Abraza Guatemala, Iglesia Adventista, Guatemala



gmunoz@siglo21.com.gt

Jóvenes trabajan por la niñez y juventud

A la campaña de Abraza a Guatemala, se unirán en esta semana jóvenes de otras nacionales.

Noticia

Fotos (1)



En la iniciativa participan 350 jóvenes. Foto S21/Cortesía Edna Villeda

La Iglesia Adventista del Séptimo Día presentó la iniciativa denominada Abraza a Guatemala, en la cual trabaja se trabajan en 23 proyectos para mejorar espacios recreativos y educacionales, a beneficio de personas de escasos recursos, principalmente niños y jóvenes de diferentes partes del país.

Enrique Umanzor, coordinador del proyecto, señaló que esta una iniciativa que promueve la iglesia, en la cual además de fomentar la oración, buscan que los jóvenes se involucren en proyectos para ayudar a otras personas.

En esta iniciativa participan 350 jóvenes, de los cuales 144 provienen de nueve países, quien ha aportado su trabajo voluntario y económico.

La primera inversión de estos proyectos ha sido de Q600 mil, de lo Q450 mil son donaciones, entre los cuales se encuentra la construcción de ocho viviendas para personas en pobreza extrema; cinco trabajos de recuperación de canchas deportivas, parques recreativos y guarderías; cuatro proyectos de remodelación de salones y techos de escuelas; cuatro obras de servicio a la comunidad; y dos asilos.

Fotos

Envíe sus mensajes a cabina desde su teléfono celular al 8970

Ahora Violencia Estados Unidos PNC Farándula Ébola Irak Liqa Española

Inicio Nacionales Internacionales Deportes A Primera Hora El Chapuz

Inicio > Nacionales

Proyecto “Abraza Guatemala” apoya a familias de escasos recursos

Domingo, 27 Julio, 2014 - 17:10

Twitter

Recomendar Compartir 504



Jóvenes de una asociación altruista que forma parte del proyecto “Abraza a Guatemala” y quienes apoyan a familias de escasos recursos en el barrio El Gallito y de otras comunidades relataron sus experiencias de las labores que han efectuado en las comunidades.

La asociación se dedica a la construcción de viviendas con el apoyo de donaciones y esperan ayuda de 37 países para ejecutar nuevos proyectos.



La asociación, conformada por jóvenes, apoya a familias de escasos recursos en diferentes comunidades. Foto Henry Bin.



You are here: Home • Noticias • Política •

Organización Abraza a Guatemala concluye 23 proyectos de desarrollo comunitario

Written by Ferdy Montepeque/AGN | Published in Política | Sunday, 27 July 2014 15:28

Share 9 Tweet 0 +1 0

font size Email Print



Foto cortesía. Abraza

Guatemala, 27 jul (AGN).- La Organización Abraza a Guatemala, auspiciada por la Iglesia Adventista del Séptimo Día, finalizó 23 proyectos de infraestructura en 7 de los 22 departamentos de este país centroamericano, informaron hoy fuentes de esa institución.

De acuerdo con los directivos, entre de los proyectos se encuentran ocho de construcción de viviendas, cinco de remozamiento de canchas deportivas, mejoramiento de dos asilos, entre otros. Para la realización de las obras se destinaron entre 2.500 y 5.000 dólares, para cada una.

A decir de Enrique Umazor, representante de Abraza a Guatemala, los proyectos se desarrollaron con el apoyo de 350 jóvenes voluntarios nacionales y extranjeros, en los departamentos de Guatemala, Totonicapán, Izabal, Chimaltenango, El Progreso, Suchitupéquez y San Marcos.

“Necesitamos tener más presencia en los lugares donde las condiciones son más precarias. En la capital hemos trabajado en 13 proyectos y en el interior en 10. El apoyo de los Cocodes (Consejos Comunitarios de Desarrollo) y de los vecinos ha sido

7. Diseño de productos entregados



Diseño de portada del Manual de Gestión de Medios y Redes Sociales.

8. Imágenes que evidencian el impacto y resultado de los productos entregados.

Conferencia de prensa Congreso Internacional de Jóvenes. Expone Gustavo Menéndez, director de Comunicación. 29/07/2014



QR Publicación Radio Punto, Congreso de Jóvenes y donación de sangre. 30/07/14.



Publicación de Noticiero Guatevisión 02/08/14.

9. Convocatoria de prensa según Modelo plasmado en el Manual.



Invita a los Medios de Comunicación a la conferencia de prensa para dar a conocer el proyecto:

“ABRAZA A GUATEMALA”

Oración y beneficio social de jóvenes nacionales y extranjeros para la niñez y
juventud guatemalteca.

Lugar: Hotel Panamerican, zona 1.

Fecha: domingo 27 de julio.

Hora: 10.30 a.m.

Más información al teléfono: 30004738