

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

**“Utilización de Redes Sociales para el Fortalecimiento de la Comunicación
Externa en Iglesia Cristiana Verbo Carcha”**

LESLIE MAGALY GAMBOA MEZA
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

“Utilización de Redes Sociales para el Fortalecimiento de la Comunicación Externa en Iglesia Cristiana Verbo Carcha”

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

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

LESLIE MAGALY GAMBOA MEZA

Previo a Optar el Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, noviembre de 2014

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilin

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los 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

Iglesia Cristiana
VERBO
CARCHÁ

Guatemala Octubre del 2014.

M.A. SERGIO MORATAYA
Coordinador de EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

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

Por este medio informo que **LESLIE MAGALY GAMBOA MEZA**, con número de carnet No. **9217001**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizo el Ejercicio Profesional Supervisado en Iglesia Cristiana Verbo Carcha, cumpliendo con las trescientas horas (300) de practica a partir del 05 de Mayo al 04 de Julio del 2014.

Realizando el proyecto de comunicación "Utilización de Redes Sociales para el fortalecimiento de la Comunicación Externa de Iglesia Cristiana Verbo Carcha". Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente...


Iglesia Cristiana
VERBO
CARCHA
SAN PEDRO CARCHA, ALTA VERAPAZ
7951-5589 * 7820-2455
SERGIO ROBERTO ALCANTARA MARROQUIN
Anciano que Preside
Iglesia Cristiana Verbo Carcha



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

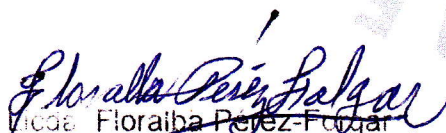
Estudiante
Leslie Magaly Gamboa Meza
Carné: **9217001**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

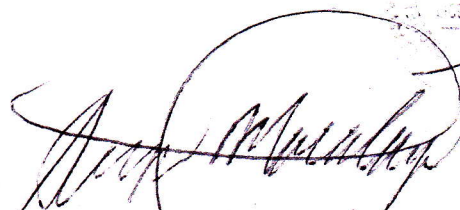
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título **"Utilización de Redes Sociales para el Fortalecimiento de la Comunicación Externa en Iglesia Cristiana Verbo Carchá"**

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Fogar
Supervisora de EPS




Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS/Licenciatura

III



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 éste trabajo.

Agradecimiento

Agradezco a todas aquellas personas e instituciones que colaboraron en la realización de éste trabajo que es la culminación de mis estudios universitarios.

Dedicatoria

A Dios: Por acompañarme en este proceso, dándome la sabiduría para realizar este proyecto.

A mis padres: Por su amor, trabajo y sacrificio en todos los años de mis estudios.

A mis hermanos: Por estar pendientes siempre de mi y por su apoyo en todo momento.

A mis hijos: Por inspirarme a alcanzar esta meta.

RESUMEN

El presente Informe de Comunicación fue realizado en el departamento de Comunicación de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha, ubicada en el municipio de San Pedro Carcha, del Departamento de Alta Verapaz, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Durante 300 horas y en tres etapas (Diagnostico Comunicacional, Estrategia y Ejecución) se diagnosticaron las deficiencias de comunicación que existían en la institución. Para la realización del Diagnostico Comunicacional se utilizaron herramientas cualitativas y cuantitativas que permitieron detectar que la congregación de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha, necesitaba de comunicación alternativa (redes sociales) que estén en constante actualización ya que son los medios más utilizados en la actualidad y que no tienen un costo su utilización. Entre los resultados obtenidos de esta fase tenemos, que la falta de recursos económicos limitan la ejecución de acciones de promoción como publicaciones mensuales del periódico, divulgación de los dos medios de comunicación, que lleguen a la población y a la congregación. Por lo que se propuso el siguiente tema de proyecto **“Utilización de Redes Sociales para fortalecer la comunicación externa en Iglesia Cristiana Verbo Carcha.** En las Estrategias de Comunicación se realizaron acciones para abrir un canal de comunicación para conversar con los jóvenes. Como resultado de la ejecución de esta estrategia se logró la difusión de información institucional lo cual garantiza el fortalecimiento de la comunicación externa de la congregación.

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. JUSTIFICACIÓN.....	1

CAPITULO 1

DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN

1. OBJETIVOS.....	2
1.1. General.....	2
1.2. Específicos.....	2
2. LA INSTITUCION.....	2
2.1. Historia.....	2
2.2. Marco Filosófico.....	6
2.3. Organigrama.....	7
3. FODA.....	8
4. METODOLOGIA.....	9
4.1. Descripción del método.....	9
4.2. Técnica de investigación.....	9
4.3. Instrumentos.....	10
4.4. Universo o población.....	11
4.5. Muestra.....	11
4.6. Cronograma.....	12
5. RECOPIACION DE DATOS.....	13
5.1. Ficha de entrevistas.....	13
5.2. Resultado de entrevistas.....	14
5.3. Tablas comparativas.....	15
5.4. Graficas, cuadros e interpretaciones.....	17
5.4.1. Encuesta a empleados.....	17
5.4.2. Encuesta a miembros.....	22
6. INFOGRAFIA DE LA INSTITUCION.....	28
6.1. El POA del año.....	29
6.2. Campañas realizadas.....	29
6.3. El Plan estratégico que se está ejecutando.....	29
6.4. Presupuesto de comunicación para el próximo año.....	30

CAPITULO 2

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1. ANTECEDENTES.....	31
2. ESTUDIO DE MERCADO (Infografía).....	32
3. OBJETIVOS.....	33
4. PUBLICO OBJETIVO.....	33
5. MENSAJE.....	33
6. ESTRATEGIAS.....	33
7. PLAN DE COMUNICACION.....	34
8. CRONOGRAMA.....	37

9. PRESUPUESTO.....	42
10.CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	43

CAPITULO 3

INFORME DE EJECUCION

1. ESTRATEGIA 1.....	46
1.1. Acción 1.....	46
1.2. Acción 2.....	46
1.3. Acción 3.....	47
2. ESTRATEGIA 2.....	48
2.1. Acción 1.....	48
2.2. Acción 2.....	48
2.3. Acción 3.....	49
2.4. Acción 4.....	50
2.5. Acción 5.....	50
2.6. Acción 6.....	51
2.7. Acción 7.....	51
2.8. Acción 8.....	52
2.9. Acción 9.....	52
2.10. Acción 10.....	53

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES.....	55
2. RECOMENDACIONES.....	55

BIBLIOGRAFIA.....	56
ANEXOS	57

I. INTRODUCCION

El presente informe contiene de manera detallada el trabajo e investigación realizada en la oficina de Iglesia Cristiana Verbo Carcha, San Pedro Carcha, municipio del departamento de Alta Verapaz, durante el Ejercicio Profesional Supervisado EPS, como requisito previo para optar el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se presenta cada una de las etapas que conforman el EPS: Diagnostico, entrevistas, encuestas, resultados obtenidos, incluye una propuesta de Estrategia de Comunicación para el fortalecimiento a la comunicación externa de Iglesia Cristiana Verbo Carcha y su informe de Ejecución.

Logrando con este proyecto la motivación del consejo administrativo y personal de dicha institución por poner en práctica el buen uso de la Comunicación para lograr atraer nuevos miembros a la congregación.

II. JUSTIFICACION

Como profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación veo importante aplicar los conocimientos adquiridos y aplicarlos en instituciones u organizaciones que necesitan alcanzar sus objetivos de llegar a su público objetivo y no saben cómo hacerlo, orientarlos es parte de nuestra responsabilidad. Por lo que aprovechar la comunicación alternativa a través del las redes sociales que es lo moderno y efectivo es una manera de hacer comunicación.

Actualmente la Internet es un medio masivo por el cual miles de personas se comunican de forma rápida y efectiva. Las nuevas herramientas y las nuevas tecnologías ofrecen diversas formas de comunicarse, este es el caso de las redes sociales en línea, las cuales funcionan como comunidades en línea de usuarios de la Internet, permiten a las personas crear fácilmente su propia página, al igual que a las organizaciones o instituciones la cual permite construir y mostrar una red de contactos en línea llamados amigos o seguidores con los cuales pueden comunicarse.

Es importante mencionar que Iglesia Cristiana Verbo Carcha no estaba utilizando este medio de comunicación alternativo de bajo costo y con un gran alcance. Se consideró de importancia trabajar el tema de las redes sociales por varias razones; principalmente porque el mismo es de actualidad y porque en la institución mencionada aún no se ha trabajado como herramienta comercial. Con esta investigación se amplía se logra dar a conocer la institución y abrir un canal de comunicación para congregación.

CAPITULO 1

DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN

1. OBJETIVOS

1.1. General.

Elaborar un diagnóstico de comunicación en la Institución Iglesia Cristiana Verbo Carcha, como un instrumento que ayudara a realizar cambios en la organización a nivel de comunicación.

1.2. Específicos.

- Conocer y analizar la comunicación interna en la iglesia.
- Analizar la comunicación en el proceso externo y e implementar nuevas herramientas tecnológicas para fortalecerlo.

2. LA INSTITUCION.

2.1. Historia:

INICIOS DE VERBO CARCHÁ

La madrugada del 4 de febrero de 1,976 un poderoso terremoto hizo que más de treinta mil guatemaltecos perecieran y dejo a millones de personas sin abrigo adecuado.

Fue en ese tiempo, en que basados en la escritura MATEO 28:18-20 “Y Jesús se acercó y les habló diciendo: Toda potestad me es dada en el cielo y en la tierra. Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo”. Carlos Ramírez un joven americano que formaba parte de la familia “Alcance Evangélico” (Góspel Outreach) y que había estando siendo entrenado para ser misionero con énfasis en el lema “Practica la palabra de Dios” junto a otros jóvenes misioneros sintieron de Dios que ellos debían ser enviados a ayudar a los guatemaltecos que en ese momento estaban pasando por una de las peores crisis que ha azotado nuestro país.

Y así fue como los primeros fundadores de Ministerios Verbo vinieron a Guatemala con la visión de servir, ayudar y proclamar a Cristo a todo aquel que lo necesitara, empezaron Estableciéndose en la granja “Dos Alicias” en las afueras de la ciudad capital, donde vivieron en comunidad, trabajaron en grandes y pequeñas obras de reconstrucción y abrieron sus reuniones dominicales a sus vecinos. Atraídos por su estilo sencillo y su forma honesta de vivir el Evangelio, muchos guatemaltecos comenzaron a unirse a los extranjeros voluntarios.

La reunión de estos misioneros al comienzo de 1977, se convirtió en una congregación de más de 100 adultos para el fin del año. Tanto crecimiento obligó al movimiento a trasladarse a una de las zonas más céntricas de la capital, y es ahí donde se da a conocer la primera "IGLESIA CRISTIANA VERBO" la cual se multiplica de una manera rápida y empieza a expandirse, no solamente en Guatemala sino en forma internacional, plantando iglesias verbo en Nicaragua, Nueva Orleans, Estados Unidos, Canadá, etc. Se da a conocer también Colegio Cristiano Verbo en Guatemala, México, Nicaragua, Ecuador y además se establece la Universidad Panamericana en la ciudad de Guatemala en 1998. Y así ministerios verbo se ha expandido desde 1976 hasta hoy en día.

Contamos un poco la historia para ilustrar cómo los primeros ministros de Verbo, con la visión de alcanzar y transformar el mundo para Cristo, formaron una iglesia sólida con miembros y líderes dedicados a la causa de Jesús, y que esa misma visión sigue latente en nuestros corazones hoy en día, poder servir y trabajar en la expansión del Reino de Dios aquí en San Pedro Carchá, este lindo pueblo donde Dios nos envió a seguir con la visión de ministerios verbo.

En el mes de junio del año 2003 Dios toca a la familia Alcántara Melgar, para venir de Guatemala a San Pedro Carchá a iniciar la obra de Iglesia Cristiana Verbo Carchá, y así poder continuar con la visión de Ministerios Verbo.

Junto a un grupo aproximado de 15 personas, inician las primeras reuniones dominicales de la iglesia en un pequeño local que se ubicaba a la par de la Constructora Ramírez de Carchá, no fue fácil, habían muchas necesidades por cubrir, desde el pago de alquiler del local, pago de luz, compra de instrumentos musicales para la alabanza, compra de sillas, etc. Pero desde los inicios la fidelidad de Dios siempre ha estado en Verbo Carchá, siempre hubo provisión de Dios para cubrir cada necesidad por pequeña o grande que fuera, y damos gracias a Dios por haber agregado a nuestra congregación a personas fieles y con visión que siempre apoyaron a la familia Alcántara Melgar para cubrir las necesidades básicas, y que siempre apoyaron la obra de id y predicar el evangelio...

Así con el tiempo se multiplicó la congregación a poco mas de 80 miembros, por lo que ese local ya era demasiado pequeño para las reuniones dominicales y demás actividades, así que a mediados del año 2004, se vieron obligados a trasladarse a un local que fuese más amplio, y es a partir de esa fecha, Iglesia Cristiana Verbo Carchá se localizó en el salón 1 del Hotel Villa Aurora de San Pedro Carchá, y aunque al principio este salón parecía grande, en poco tiempo nuevamente la congregación se multiplicó, pero no solamente en número, sino en unidad y amor, y en medio de esa unidad se realizaron muchísimas actividades evangelísticas, bautizos, presentación de niños, bodas, equipamientos para parejas, equipamientos para jóvenes, equipamientos para mujeres, actividades especiales para niños, encuentros de hombres, encuentros de mujeres, encuentros de jóvenes y encuentros de niños, noches de poder, mañanas de oración, ayunos de Daniel, Equipamientos y enseñanzas sobre las finanzas, Retiros espirituales, etc. Y muchísimas actividades más que siguieron causando multiplicación.

Como fruto de los encuentros, empezamos a recibir en Verbo Carchá a personas que viajaban cada domingo a la reunión dominical desde Tulumaje (Aldea que se encuentra en el municipio de San Agustín Acasaguastlán, departamento de El Progreso, a 142 kilómetros aproximadamente de San Pedro Carchá)

Transcurrido algún tiempo de que Tulumaje viajaba a los servicios dominicales y otras actividades de la iglesia, por primera vez Dios habla al corazón del Pastor Sergio Alcántara, para mostrarle que había llegado el tiempo de enviar a esta congregación a continuar con la visión de ministerios Verbo al pueblo del cual provenían, y en el mes de Enero de 2007, nace la primera hija de Verbo Carchá, Iglesia Cristiana Verbo Tulumaje...

2 Años después de haber enviado a Tulumaje, a inicios del año 2009, este salón se vio insuficiente, ya que para esa fecha se contaba con más de 200 miembros que incluían a varios miembros, fruto de los encuentros también, que viajaban desde Santa María Cahabón (Pueblo ubicado en el departamento de Alta Verapaz, a 84 kilómetros de San Pedro Carchá)...

Y una vez más hubo la necesidad de hacer cambios que permitieran seguir con la multiplicación a la cual habían sido llamados, y a partir de esa fecha se tomó la decisión de empezar a realizar 2 servicios dominicales diferentes, lo que en consecuencia también ocasionó un incremento en los gastos fijos de la iglesia, ya que también crecieron las necesidades, principalmente la compra de sillas, y el mejoramiento continuo del equipo de sonido, ya que mantener el audio adecuado para cubrir todo un salón lleno, implicaba mejoras, reparaciones, sustituciones de algunos instrumentos musicales por otros mejores, compra de mas micrófonos, y el constante monitoreo de una persona especializada en sonido, trabajar e invertir para lograr que el salón conservara un ambiente bonito, especial, familiar, y que también estuviera al día con la tecnología, ya que se empezó a utilizar la cañonera para que los miembros tuvieran visibilidad de las letras de las alabanzas, de las escrituras bíblicas de cada prédica, videos motivacionales, anuncios sobre actividades conjuntas de ministerios verbo, etc.

También se cambiaban cada cierto tiempo los fondos y diseños del escenario, según los temas a impartir, también se empezó a promover a hombres ungidos de Dios de otros lugares, trayéndolos a impartir palabra fresca y a equipar a la congregación en las diferentes áreas de servicio, etc.

Y así permaneció la Iglesia mientras se multiplicaba poco a poco, hasta que los dos servicios se llenaban.

En octubre del mismo año, Dios habló nuevamente al corazón del Pastor Sergio Alcántara, para que todos los miembros que venían desde Cahabón (a 84 kilómetros de la ciudad de San Pedro Carchá) que ya llevan varios meses viajando en bus, madrugando y poniendo todos sus esfuerzos para estar domingo a domingo en la reunión dominical, fuesen enviados a su pueblo para iniciar una nueva Iglesia Cristiana Verbo Cahabón, y fue otro tiempo tan especial, poder ser testigos del

nacimiento de una segunda hija de Verbo Carchá, ver el nacimiento de una nueva congregación “Verbo Cahabón”...

Luego de haber enviado a los miembros de Cahabón a continuar con la visión de Ministerios Verbo a su pueblo, Verbo Carchá empezó a soñar con un terreno propio...

Con la construcción de un auditorium lo suficientemente grande para que se pudiera volver a una sola reunión y poder estar todos los hermanos juntos en armonía, y aun más, para que hubiera lugar para seguir creciendo y creciendo....

Un día, después de tanto soñar, de visionar, de buscar terrenos que pudieran ser adecuados a lo que se necesitaba, Dios muestra el terreno correcto....

Y se empezó un trabajo duro y en unidad, a orar constantemente para poder comprar un terreno que parecía inalcanzable, pero sabían que para Dios no hay nada imposible y que Él es el dueño del oro y de la plata de este mundo, y que si lo pedían con todo su corazón el iba a proveer para poder comprarlo...

Y sucedió así, como cada uno lo creyó en su corazón, Dios abrió puertas donde creían que no las habían, Dios dio la provisión necesaria para comprar ese terreno...

Y es ahí donde empieza la aventura más grande y emocionante para la congregación Verbo Carchá, el reto de vivir por fe, de confiar en Dios, de saber que el Dios al que buscaban y alababan era un Dios Real, un Dios grande, que había cumplido el sueño de toda una congregación...

Y se empezó a soñar con los planos del auditorio, de que tamaño sería, para que cantidad de personas tendría capacidad, donde se construiría la escuela dominical, como se ubicaría el parqueo, y tantas cosas más que animaban a soñar en grande, a creer en ese Dios que les había provisto de un terreno, a creer que Dios iba seguir abriendo puertas y que iba seguir proveyendo lo necesario para iniciar la construcción...

Y así Dios tocó el corazón de muchas personas buenas, dadoras y bondadosas pero sobre todo fieles a creer que todo lo que daban no era para hombres, sino para expandir el Reino de Dios en este pueblo...

Se inició el movimiento de tierra para lograr establecer la planada donde se construiría el templo, y a pesar de los altos costos que incurre la utilización de maquinaria pesada, Dios proveyó para que por varios días, varias maquinas trabajaran duro en ese terreno para poder dejarlo listo y así poder iniciar la construcción del templo en sí...

Pero no solo fueron maquinas pesadas las que trabajaron duro, también hombres y mujeres comprometidos con Dios, comprometidos con la familia Verbo Carchá, apasionados por Cristo, los que dispusieron sus manos, sus vehículos, su tiempo y todo cuanto pudieran poner al servicio de Dios a la disposición de las necesidades que habían que cubrir en el terreno....

Y fue un tiempo muy especial, de trabajo duro, trabajo en equipo, trabajo en unidad, y perseverancia...

Trabajaron hasta poder ver terminada la primera fase, de varias que contribuirían a la construcción del templo.

Y así el 6 de diciembre del año 2009, a los pocos meses de haber iniciado los dos servicios se coloca la primera piedra, con una reunión dominical poderosa donde muchas personas volcaron su corazón para seguir avanzando con la obra de construcción. Y en enero de 2010 empiezan las fases de la construcción.

Hoy en día, contamos con aproximadamente 400 miembros y creciendo...

Tenemos varias necesidades por cubrir, pero de las más inmediatas, es el poder acondicionar un lugar cómodo y adecuado para poder atender a los niños y realizar las escuelas dominicales.

Y otra es el levantamiento de los muros de alrededores del auditorio, ya que actualmente contamos con mantas cirílicas que suplen de momento la necesidad de cubrir del aire, frío, lluvia, sol, etc.,

2.2. Marco Filosófico.

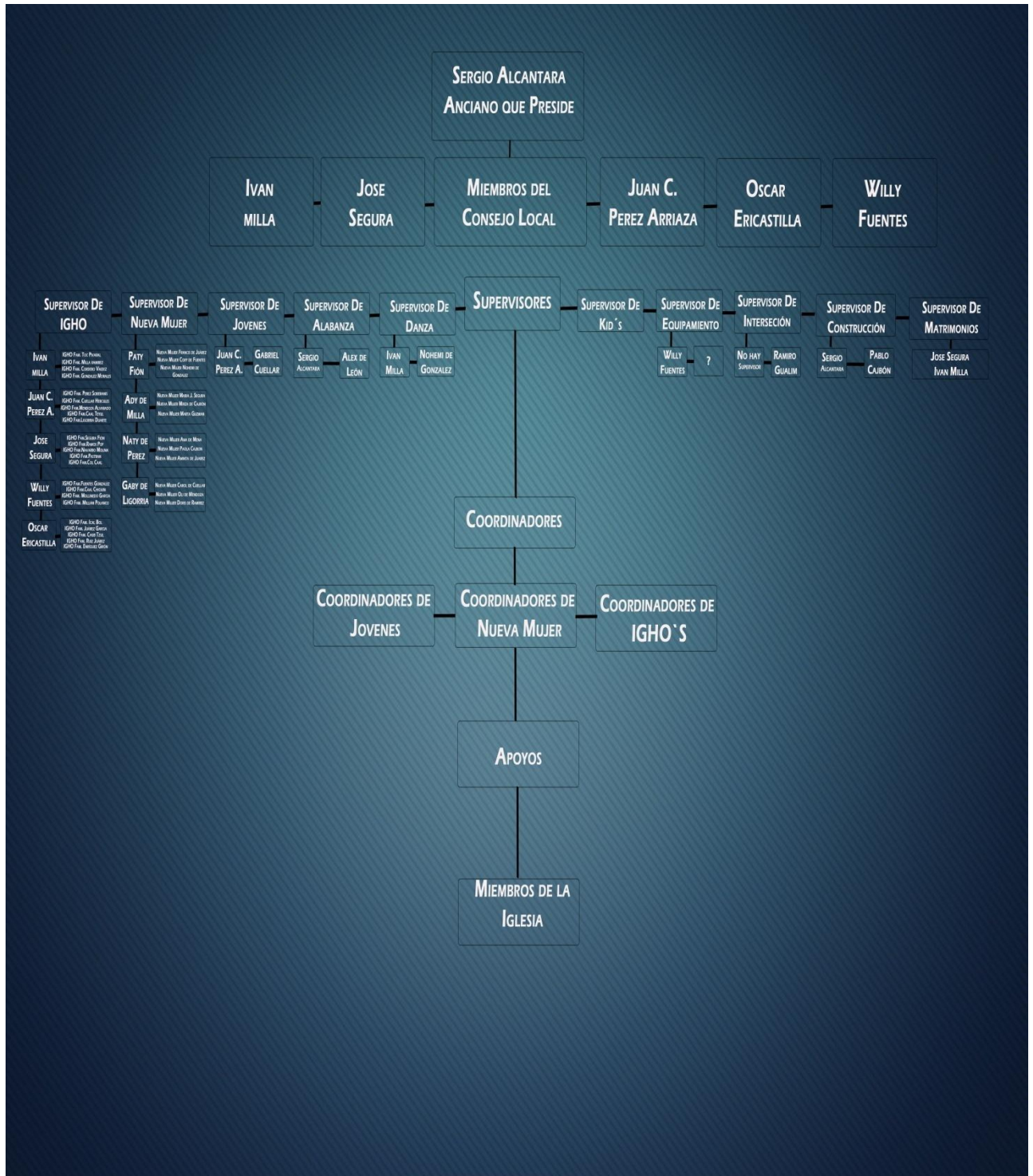
MISION:

“Somos una iglesia que trabaja en la conversión de nuestro país al fin de ser una gran familia que, inspirada por Dios exprese su perfecto amor “

VISION

“Mantener una relación íntima con Dios, permitiendo que su naturaleza nos gobierne, y que su amor, santidad, unidad y poder se manifiesten en nosotros y que se extiendan por medio de nosotros al mundo.

2.3 Organigrama



3. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Cuenta con un departamento de Comunicación (aunque actualmente se está desarrollando mas como producción)	Utilización y aprovechamiento de los Medios de Comunicación externa
Equipamiento y capacitación permanente de los lideres	Expansión en Área Rural y Local
Transporte propio	Cuenta con los recursos tecnológicos (computadoras con acceso a Internet y programas para edición de video y diseño gráfico, cámaras fotográficas) indispensables para poner en práctica la estrategia de comunicación.
Cuenta con Facebook	Promover el departamento de Comunicación de la Iglesia.
Influencia Institucional Positiva	Uso de medios de comunicación internos
Amplias Instalaciones	Realización de la página Web y el blog de la institución y promocionar su utilización.
Imagen Institucional	Uso de redes sociales
Identidad Institucional	Acercamiento y contactos con medios de comunicación e instituciones públicas y privadas.
Principios y Valores	Mejorar y fortalecer la imagen institucional de iglesia
Transmisión del servicio en Televisión	
Proyección social	
Trabajo en equipo	
Participación de la Congregación	
Misión , Visión y objetivos definidos	
Comunicación con otras Iglesias de su misma denominación	

DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de comunicación entre Ministerios	Poco recurso económico
Falta de Capacitación en áreas de comunicación , relaciones humanas y servicio a los miembros	Desconocimiento de la existencia del departamento de comunicación por medio de los miembros
No se está aprovechando el uso de los Medios de Comunicación y de las Redes Sociales	Acceso a la información
Falta de equipo multimedia (cañonera, pantalla, micrófono de solapa, etc.)	Deficiencia de comunicación interna y externa.
La Iglesia no cuenta financiamiento para su difusión en medios de comunicación masivo	No conocer la visión , misión y objetivos
	Nuevas opciones , otras iglesias

4. METODOLOGIA.

4.1. Descripción del Método:

La investigación se realizara de forma **científica**. Según Luis Alexander Melgar (2003), la investigación científica se distingue del acto humano de investigar, por las características de sistemático y objetivo (experimentos, entrevistas y observaciones) de los hechos que interesan. La investigación científica se basa en fuentes apropiadas, en trabajos recientes sobre el mismo tema o problema. La investigación es de tipo descriptiva, porque únicamente se hizo una interpretación de los datos obtenidos, y razonamiento deductivo con técnicas de observación, análisis e interpretación de resultados.

4.2 .Técnica de Investigación:

Centty Villafuerte (2010). Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados. Para recopilar la información se utilizara, la técnica de la observación, el cuestionario y la entrevista. Las tres técnicas permitirán establecer cómo se encuentra la comunicación organizacional interna y externa de Iglesia Cristiana Verbo Carcha.

4.3. Instrumentos:

Para la realización de este estudio se utilizaran los siguientes Instrumentos:

- Entrevista a Consejo Administrativo :

En este paso se entrevistarán a los responsables de dirigir la organización (Consejo Administrativo). La intención es recopilar los datos generales de la empresa, conseguir una descripción de cómo se lleva a cabo la comunicación dentro de la congregación y detectar si existe algún problema que impida su funcionamiento eficiente. Para realizar las preguntas se tomaron los siguientes indicadores:

1. Como se manejan las críticas , sugerencias y necesidades
2. Canales de Comunicación.

(Ver anexo 1)

- Observación :

Después de la entrevista se procede a solicitar muestras de los materiales de comunicación interna con los que se cuenta y se realizará un reconocimiento físico del lugar para identificar los medios de comunicación que se utilizan para dar a conocer la información a los empleados.

- Encuesta a Empleados:

Según Tamayo y Tamayo (2008: 24), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. Es importante señalar, que esta técnica estará dirigida hacia los 12 empleados de Iglesia Cristiana Verbo Carcha, y que contendrá 13 preguntas abiertas y cerradas, las cuales nos permitirán conocer la percepción de los empleados sobre la congregación, evaluando los siguientes indicadores:

1. Indicador Estructura de la Organización
2. Indicador Comunicación

La Encuesta se realizará de forma anónima, por parte del encuestado, con el fin de lograr, la participación total de los empleados y la veracidad en las respuestas.

(Ver anexo 2)

- Encuesta a Clientes externos:

Los clientes externos son los miembros de Iglesia Cristiana Verbo Carcha, conocer su opinión con respecto a la Comunicación Organizacional de la Iglesia es importante para saber si dicha comunicación está llegando de forma efectiva a la población.

Se elaboraron 13 preguntas cerradas y abiertas. Las cuales se expondrá a una parte de la población, según la muestra calculada.

(Ver anexo 3)

4.4. Universo o población:

El universo que se estudió en este Diagnostico de Comunicación, está compuesto por:

- Los empleados de distinto nivel jerárquico, que laboran en oficinas de Iglesia Cristiana Verbo Carcha.
- Los Clientes externos o miembros de Iglesia Cristiana Verbo Carcha.

4.5. Muestra:

"Se llama muestra a una parte de la población a estudiar qué sirve para representarla". Murria R. Spiegel (1991).

La Muestra que tomamos es una Muestra Simple y en forma Aleatoria, esta es un tipo de muestreo en el que se toma solamente una muestra de una población dada, para el propósito de inferencia estadística, puesto que solamente una muestra es tomada. El tamaño de muestra debe ser lo suficientemente grande para extraer una conclusión, por lo que se tomó, según la fórmula aplicada el 21 % de los miembros de Iglesia Verbo Carcha. Es decir 58 miembros de 275 serán encuestados.

4.6. Cronograma:

ACTIVIDAD / FECHA											MARZO									
	18	19	20	21	24	25	26	27	28	3	4	5	6	7	10	11	12	13	14	17
Reunión para solicitar información	X																			
Análisis de información		X	X	X																
Elaboración de Objetivos					X															
Elaboración de FODA						X														
Elaboración de Metodología							X													
Entrevistas a Directivos								X	X	X										
Encuesta a empleados											X	X								
Encuesta a clientes externos													X	X						
Análisis e interpretación de resultados															X	X	X	X		
Radiografía de la institución																X	X			
Elaboración de informe final																		X	X	
Entrega del Documento de Diagnóstico																				X

5. RECOPIACION DE DATOS.

5.1. Ficha de Entrevista:

No.	Nombre del Entrevistado	Puesto	Día	Hora	Tema
1	Ivan Milla	Miembro del Consejo Administrativo	27/02/2014	11:00 a.m.	Comunicación Interna y Externa
2	José Segura	Miembro del Consejo Administrativo y Encargado del Ministerio de Ujieres	27/02/2014	2:00 p.m.	Comunicación Interna y Externa Atención a los miembros por parte de los Ujieres y atención de quejas
3	Willy Fuentes	Miembro del Consejo Administrativo y Encargado del Ministerio de Equipamiento	28/02/2014	10:00 a.m.	Comunicación Interna y Externa Encargado del Centro de Equipamiento Planeación Estratégica (visión, misión, objetivos)
4	Sergio Alcántara	Miembro del Consejo Administrativo y Anciano que Preside la Iglesia	28/02/2014	4:00 p.m.	Comunicación Interna y Externa
5	Oscar Fernando Ericastilla	Miembro del Consejo Administrativo	01/03/2014	8:30 a.m.	Comunicación Interna y Externa
6	Juan Carlos Arriaza	Miembro del Consejo Administrativo	01/03/2014	6:00 p.m.	Comunicación Interna y Externa Inducción y Trabajo en equipo

5.2. Resultados de Entrevistas:

En este capítulo se presentan los resultados de las entrevistas realizadas. Dichas entrevistas fueron realizadas selectivamente a personas que están estrechamente relacionadas y que tienen bajo su cargo la administración de Iglesia Cristiana Verbo Carcha, ya que pertenecen al Consejo Administrativo.

Las Entrevistas fueron realizadas con base en un guion previamente desarrollado, involucrando temas claves para fines prácticos de este Diagnostico. Es importante mencionar que son preguntas concretas, pero que algunas fueron adaptadas a la situación de cada entrevistado. Y que se realizaron en base a tres indicadores: Como se manejan las críticas- sugerencias y necesidades y Canales de Comunicación Interna y Externa.

- Existe un tipo de mecanismo para registrar las sugerencias, criticas y necesidades, pero es importante complementarlo con un buzón de sugerencias y con la elaboración de un Sistema de quejas y sugerencias, que registre, evalúe, mejore y de seguimiento a las quejas y sugerencias. Y que de la evaluación surjan las quejas o sugerencias que deben ser tomadas en cuenta en el mejorar el desempeño de la organización y en los procesos de planeación.
- Al Ministerio de Servidores o ujieres se les ha transmitido la manera jerárquica de dirigir a los miembros en caso de cada consulta, ya que si orientan a los miembros, pero según las entrevistas a este Ministerio no se le ha pasado la visión , misión y objetivos , por lo que es de suma importancia transmitirla , de la misma manera capacitar a este Ministerio en habilidades comunicativas y de servicio al cliente .
- No existe buena comunicación entre los Ministerios, lo que hace necesario buscar mecanismos para que se de esta comunicación.
- El departamento de Comunicación no está realizando una función efectiva hay que enumerar las funciones de este departamento y capacitar a la persona que lo tiene a su cargo , junto con el Anciano que preside la Iglesia, para que juntos puedan dirigir este departamento ,poniendo en marcha el plan estratégico de Comunicación que se elaborara.
- Es necesario buscar otros canales de comunicación que permitan que esta se dé en forma funcional para la congregación.
- En cuanto a comunicación externa, se hace necesario la utilización de medios de comunicación masivos para dar a conocer la organización, para buscar más miembros. También es importante utilizar la tecnología para llegar a más personas.

5.3 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

TABLA COMPARATIVA

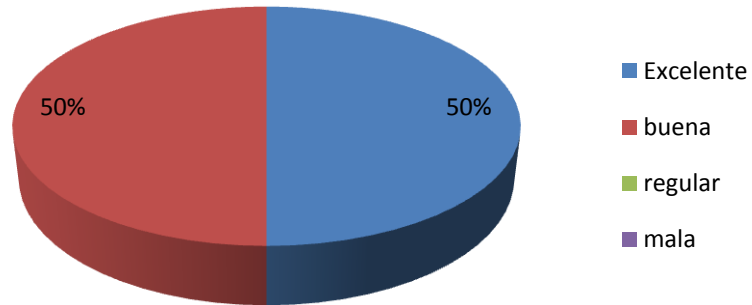
PUNTO DE ENCUENTRO	DICENSOS
<p>1. Los entrevistados coinciden en que el mecanismo que se está utilizando para escuchar y registrar las quejas, sugerencia y comentarios son recibidas por los coordinadores que si ellos pueden las resuelven, sino son expuestas en el consejo. Que algunas veces estas quejas o sugerencias son tomadas en cuenta para el mejor desempeño de la organización y para los procesos de planeación. Las quejas y sugerencias no se registran.</p>	
<p>2. Los seis entrevistados indicaron que los servidores orientan adecuadamente a los miembros de la Congregación dirigiéndolos a la persona indicada.</p>	
<p>3. En cuanto al tema de capacitación, cinco de los seis entrevistados indico que los servidores o ujieres no han recibido capacitación en habilidades de comunicación para atender a los miembros.</p>	<p>1. El entrevistado José Segura indico que se les ha tratado de capacitar en habilidades comunicativas para atender a los miembros, pero se le ha dificultado.</p>
<p>4. Todos los entrevistados coinciden en que tienen reuniones frecuentes los días lunes y martes para comunicar actividades y situaciones de la iglesia y que trabajan en equipo el líder con sus miembros en cada Ministerio.</p>	
<p>5. Cuatro de los cinco entrevistados afirmaron que no existe buena comunicación entre los diferentes Ministerios de la congregación, que muchas veces no se ponen de acuerdo, pues coinciden en actividades programadas el mismo día por dos Ministerios.</p>	<p>2. Dos de los cinco entrevistados por su parte indican que si existe buena comunicación entre los Ministerios, que era mala la comunicación pero que ha mejorado.</p>

<p>6. Los Seis entrevistados coinciden en que no existe plan estratégico de comunicación para el 2014 y tampoco un presupuesto establecido que están consientes que es importante buscar estrategias de comunicación y tener un presupuesto para implementarlas.</p>	
<p>7. Todos los entrevistados coinciden en que la función del departamento de Comunicación es deficiente, que debe mejorar, ya que los medios que ha implementado el departamento han sido pocos y no han sido efectivos.</p>	
<p>8. Ambos entrevistados coinciden en que no existe un presupuesto establecido para el departamento de comunicación.</p>	
<p>9. Los entrevistados coincidieron en que no son suficientes los medios de información que está utilizando la iglesia y que algunos, no todos, son efectivos para integrar los diferentes ministerios.</p>	
<p>10. Ambos entrevistados coinciden en que los medios de comunicación que ha utilizado la iglesia ha sido la televisión y el espacio de anuncios en los servicios cada domingo.</p>	<p>3. El entrevistado Juan Carlos Pérez, recuerda que en años anteriores se utilizo la radio para un programa juvenil. El entrevistado Willi Fuentes indica que se ha utilizado el Facebook como medio de comunicación.</p>

5.4. Graficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.

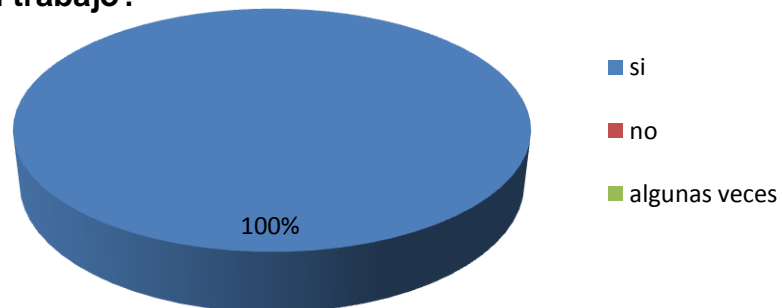
5.4.1 Encuesta a empleados

1 ¿Cómo considera la comunicacion con su jefe inmediato?



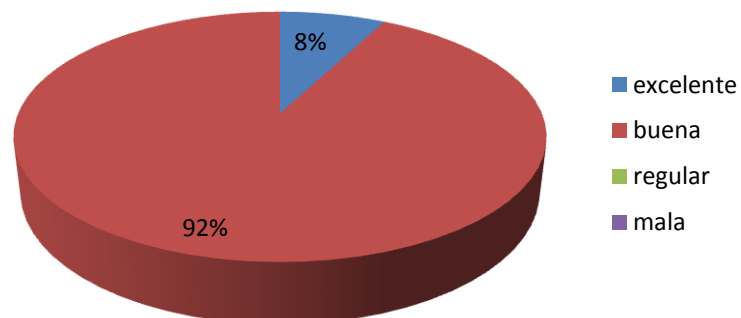
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

2. ¿Recibe la comunicaciòn necesaria para desarrollar correctamente su trabajo?



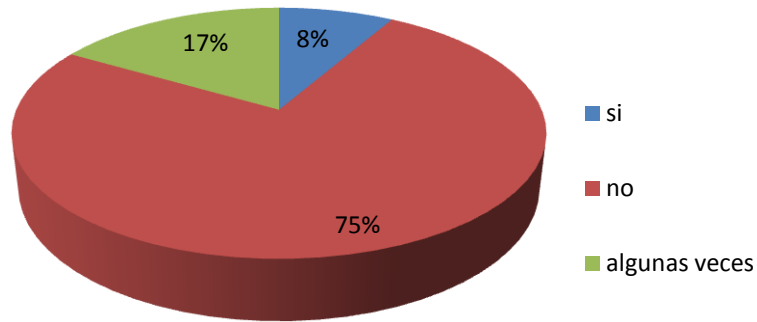
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

3. La comunicaciòn entre el personal de Iglesia Cristiana Verbo Carcha es:



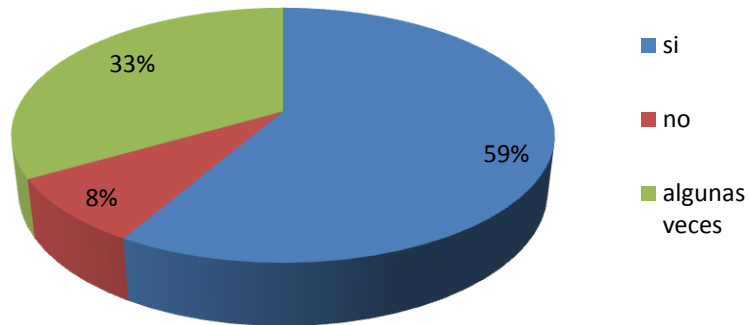
Elaboro: Lleslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

4. ¿Tiene problemas de comunicación con algún compañero de trabajo?



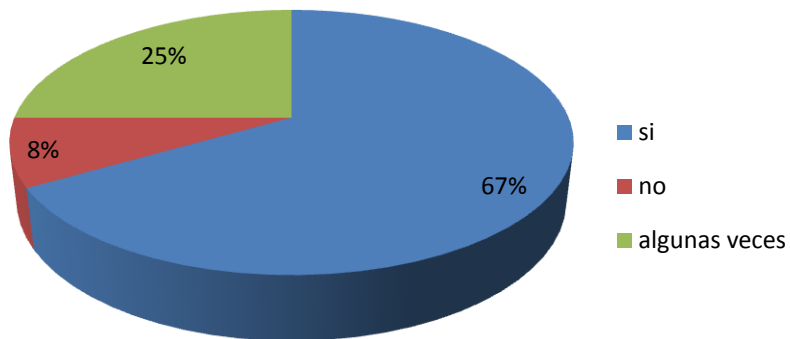
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

5. ¿La (o) convocan a juntas de trabajo?



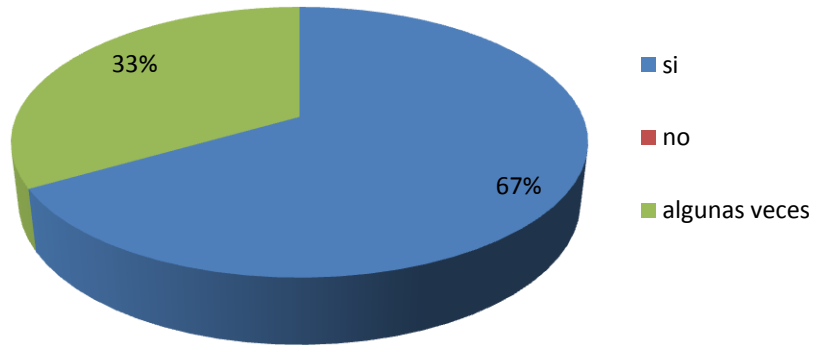
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

6. ¿Asiste a eventos especiales, como reuniones, talleres de capacitación, talleres de motivación, etc. organizados por la Iglesia?



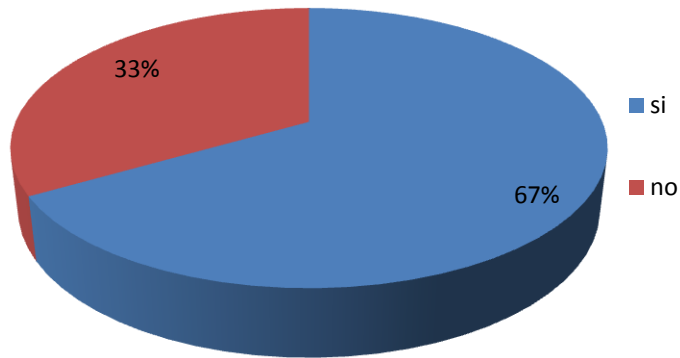
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

7. ¿Considera que esta bien informado sobre las actividades que realiza la Iglesia?



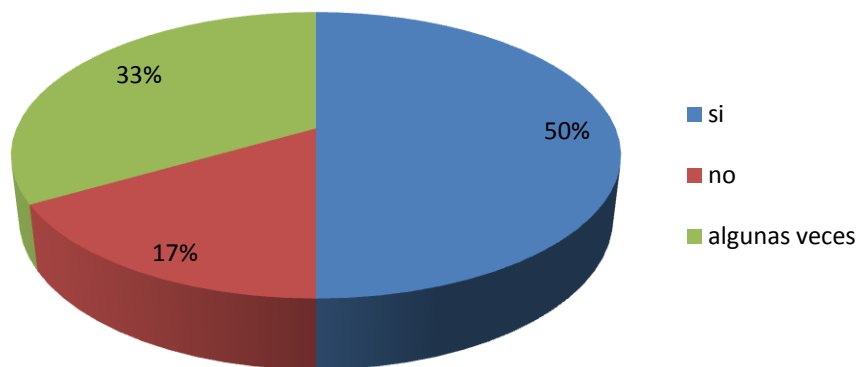
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

8- ¿Se entera del desempeño de su trabajo por terceras personas?



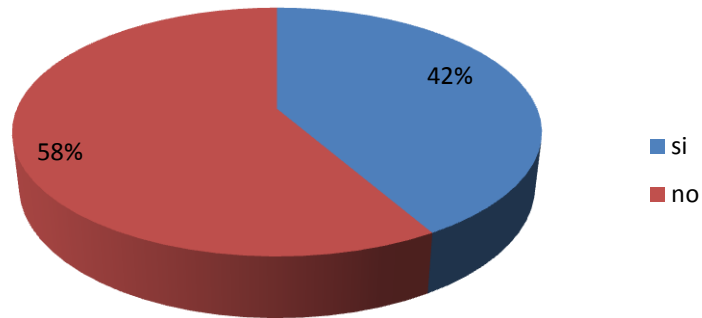
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

9 ¿Comenta o recibe comentarios del desempeño del trabajo de sus compañeros?



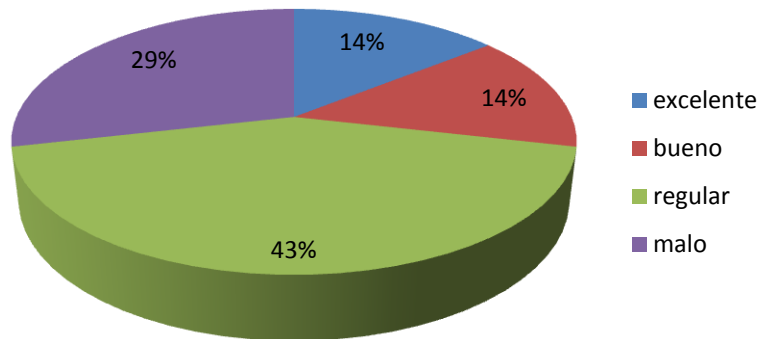
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

10. ¿Siente que cuenta con las suficientes herramientas y canales para informar y estar informado?



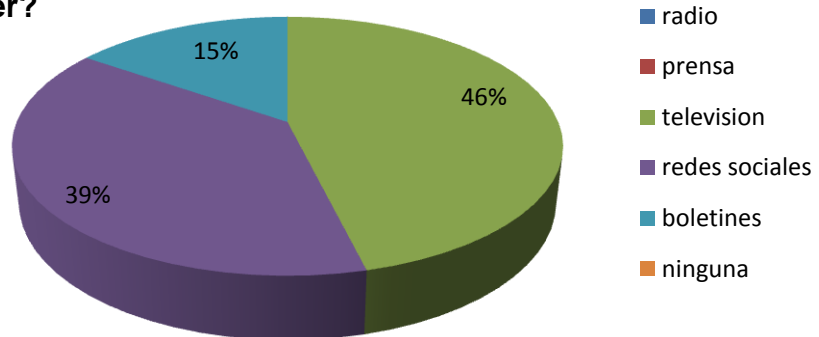
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

11 ¿El desempeño del departamento de comunicaciòn es?



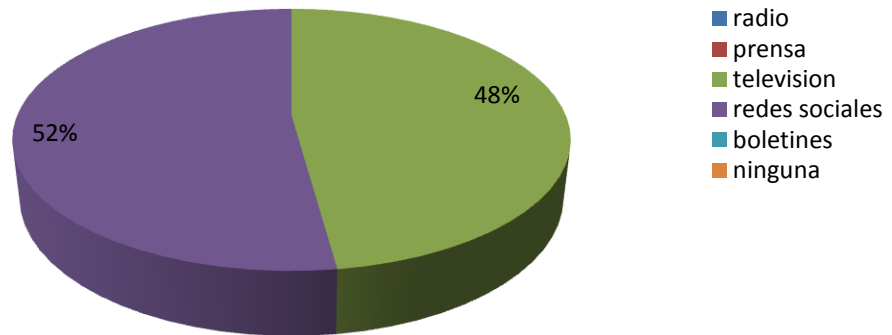
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

12 ¿Qué medios de Comunicaciòn ha utilizado la Iglesia para darse a conocer?



Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

13. ¿Que medios de Comunicación está utilizando actualmente la Iglesia para darse a conocer?



Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA A EMPLEADOS

Pregunta No. 1 La comunicación con jefes inmediatos es buena, pues los entrevistados la calificaron de buen a excelente en porcentajes iguales. Sin embargo esto abre las puertas a desarrollar técnicas encaminadas a mejorarla.

Pregunta No. 2 Todos los empleados respondieron que reciben instrucciones necesarias para desarrollar correctamente sus funciones, lo que significa que la comunicación es efectiva, pues el receptor entiende el mensaje.

Pregunta No. 3 y 4 En su mayoría con respecto a la pregunta 3, respondieron que la comunicación es buena, lo que permite buscar herramientas para que sea excelente, aprovechando la situación también de que la mayoría respondió en la pregunta 4 que no tienen problemas de comunicación con los compañeros de trabajo.

Pregunta No. 5 y 6 Con respecto a la pregunta 5 la mayoría indica que lo convocan a juntas de trabajo, pero un buen porcentaje respondió que algunas, a veces, por lo que hay que fortalecer herramientas de Comunicación descendente, al igual que la mayoría respondió a la pregunta 6 en donde la mayoría dijo que si asiste a eventos especiales, pero un porcentaje menor respondió que a veces.

Pregunta No. 7 La comunicación entre los miembros no está siendo efectiva, pues las respuestas a la pregunta si está siendo bien informado sobre las actividades que realiza la Iglesia, la mayoría respondió que sí, pero no la totalidad de los empleados, un porcentaje menor dijo que algunas veces.

Pregunta No. 8 y 9 En esta interrogante la mitad de los empleados indica que se entera por terceras personas sobre el desempeño de su trabajo y de la otra mitad 3 respondieron que a veces, por lo que el jefe inmediato no les comunica su desenvolvimiento en la organización, sino se enteran por terceras personas, lo que nos permite desarrollar estrategias para cambiar este fenómeno. De la misma manera sucede con la pregunta 13, ya que reciben comentarios del desempeño de sus compañeros, lo cual indica que no hay comunicación directa entre jefe y empleados, lo que a comunicación de logros se refiere

Pregunta No. 10 La mayoría de entrevistados respondió que no cuentan con las suficientes herramientas y canales para estar informados, por lo que esto nos permite crear estrategias para mejorar esta situación.

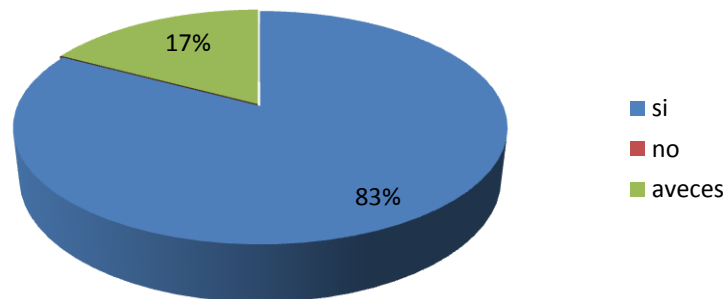
Pregunta No. 11 Con relación a la pregunta del desempeño del departamento de comunicación la mayoría respondió que era regular, 4 de 12 que era malo y 2 de 12 que es bueno, por lo que denota que es necesario fortalecer este departamento para su buen funcionamiento

Pregunta No. 12 Al preguntar qué medios de comunicación ha utilizado la Iglesia , respondieron de la siguiente manera , 5 de 12 entrevistados , respondió que televisión y redes sociales , de la misma manera 5 de doce que televisión , redes sociales y boletines , mientras que dos de 12 que televisión , redes sociales y revistas. Por lo que los medios que han utilizado son Televisión, redes sociales , boletines y revistas .

Pregunta No. 13 Todos respondieron que los medios de comunicación está utilizando la Iglesia son televisión y redes sociales actualmente.

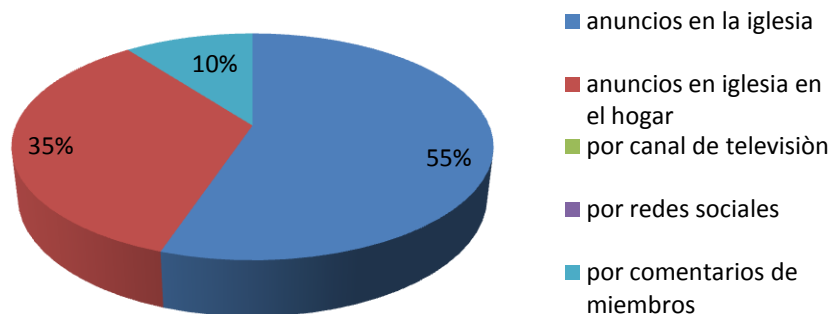
5.4.2 Encuesta a miembros

1. ¿Se entera de las actividades que realiza la Iglesia?



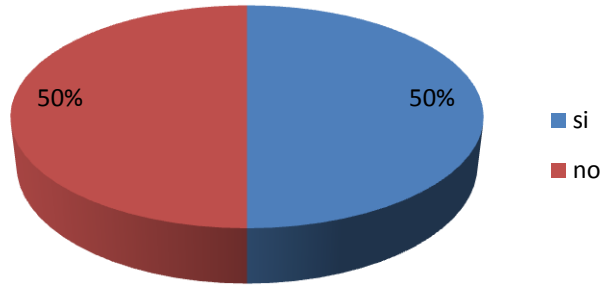
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

2. ¿Cómo se entera de las actividades?



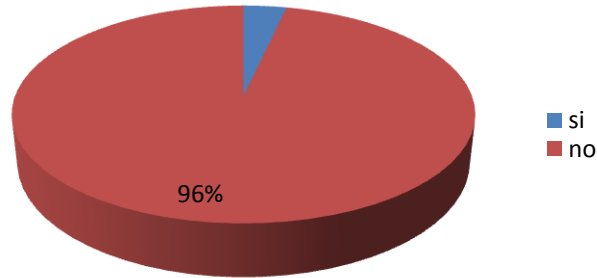
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

3. ¿Ha recibido información de la Iglesia en boletines o trifoliales?



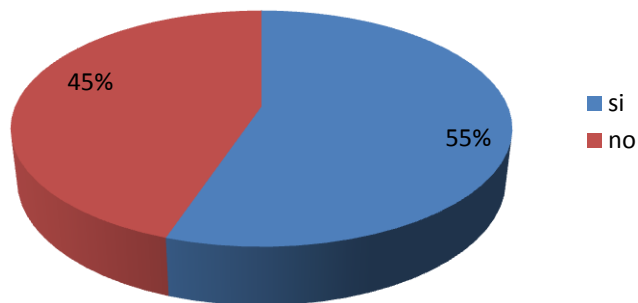
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

4. ¿Sabe Usted si existe departamento de Comunicación en la Iglesia?



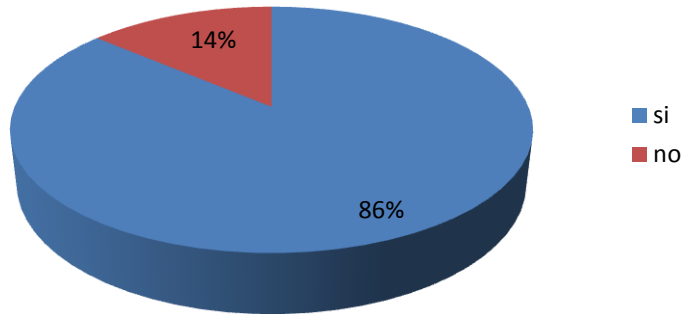
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza EPS Comunicación

5. Cuando llego a la Iglesia por primera vez ¿recibió información sobre los servicios que presta la Iglesia?



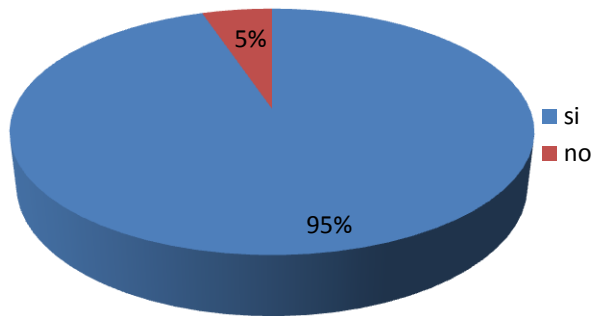
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS comunicación

6. Cuando dan anuncios en la Iglesia ¿le quedan claras las fechas, horarios y actividades?



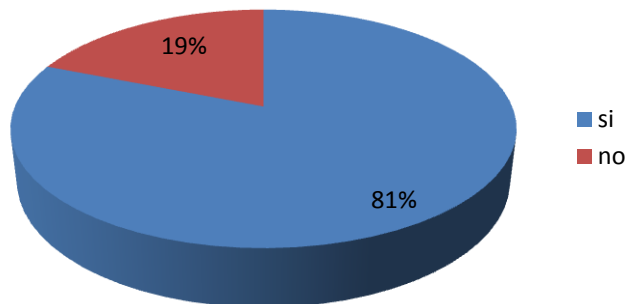
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

7. ¿Le gustaría recibir un boletín mensual de Iglesia Cristiana Verbo Carcha con las actividades realizadas y próximas a realizar?



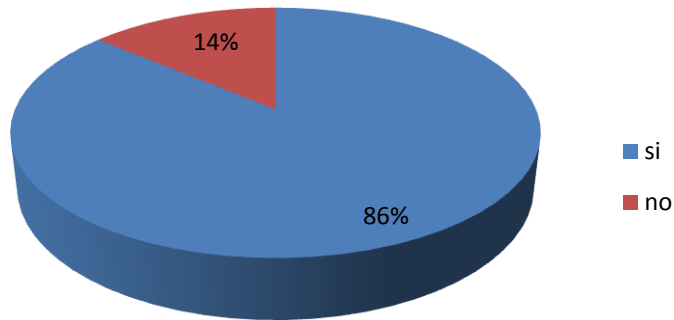
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

8. ¿Comenta Usted con personas de la Iglesia y que no asisten a la Iglesia de las actividades que se realizan en la congregación?



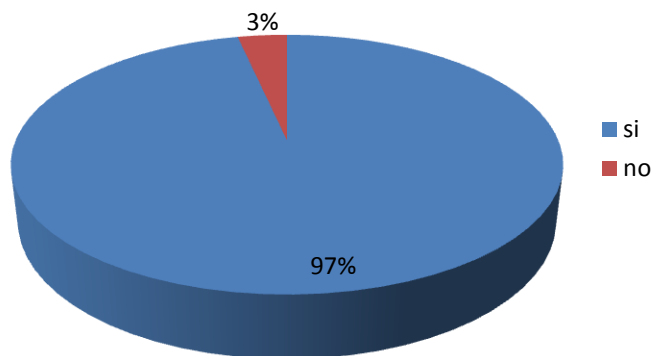
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

9. ¿Conoce al Ministerio de Ujeres o servidores de la Iglesia?



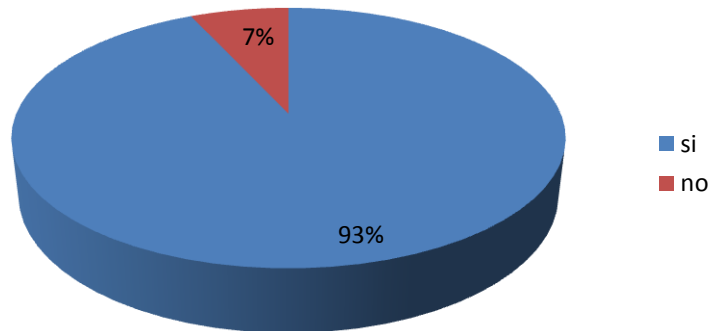
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

10. ¿El sistema de sonido de la Iglesia le permite escuchar con claridad el mensaje de cada domingo o alguna actividad?



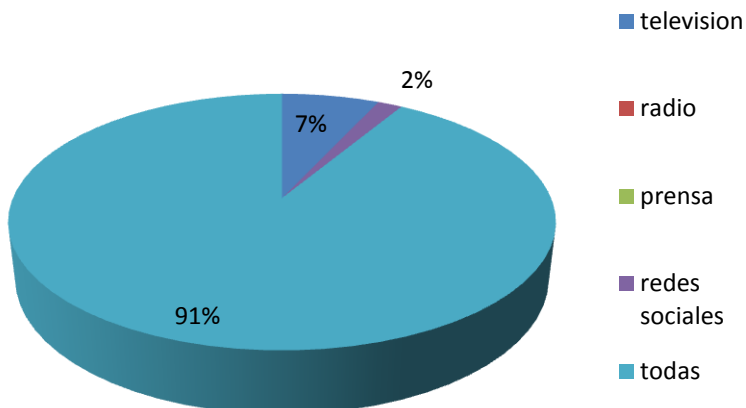
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

11. ¿Le gusta como lo reciben en las actividades de la Iglesia?



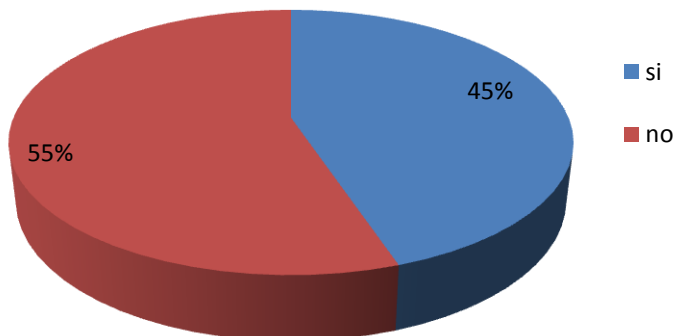
Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

12 ¿Por qué medio de comunicación considera se deben informar las actividades de la Iglesia?



Elaboro: Le3slie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicaciòn

13 ¿Sigue a la Iglesia y sus actividades a través de las Redes Sociales?



Elaboro: Leslie Magaly Gamboa Meza, EPS Comunicación

INTERPRETACION DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA A MIEMBROS

Pregunta No. 1 La mayoría de los miembros de la Iglesia tiene conocimiento de las actividades que realiza la Iglesia y los medios a través de los cuales recibe la información, son los tradicionales en un ámbito como el religioso. Pareciera que no sintonizan el canal de televisión y no hacen uso de las redes sociales. Lo cual puede tratarse de un aspecto generacional.

Pregunta No. 2 y 6 Con respecto a la pregunta está enterado de las diferentes actividades de la Iglesia, un porcentaje alto, es decir la mayoría respondió que sí, al igual que en la pregunta si le quedan claras las fechas, horarios y actividades al anunciarlos en la Iglesia. Esto demuestra que el mensaje si está llegando a los miembros.

Pregunta No. 3 y 7 A la pregunta 3, la mitad de los encuestados indico que ha recibido información en boletines o trifoliales , y la otra mitad que no , y la mayoría en la pregunta 7 afirman que les gustaría recibir un boletín mensual , por lo que es necesario implementar este canal de comunicación .

Pregunta No. 4 El departamento de Comunicación no es conocido por los miembros pues la mayoría de los encuestados respondió que no saben de la existencia del mismo.

Pregunta No. 5 En su mayoría los miembros de la Iglesia respondieron que recibieron información al llegar por primera vez a la Iglesia y un porcentaje menor que no recibieron , sin embargo la diferencia de porcentaje entre una respuesta y la otra es de 10 % , es decir que muchos de los miembros no recibieron esa información importante .

Pregunta No. 8 La mayoría respondió a esta interrogante que si comenta con otras personas acerca de las actividades programadas, lo que demuestra que en su mayoría la información de la Iglesia llega de boca en boca.

Pregunta No. 9 La mayoría de los miembros respondió que si conoce el Ministerio de Servidores, esto nos indica que si los han presentado a la Congregación.

Pregunta No. 10 56 de 58 entrevistados, indicaron en esta interrogante que el sonido les permite escuchar el mensaje de cada domingo y cada actividad programada.

Pregunta No. 11 Con la respuesta de la mayoría nos indica que las personas son bien recibidas en las actividades, lo cual indica que la labor de los servidores es eficiente.

Pregunta No. 12 La mayoría respondió que las actividades de la Iglesia deben informarse por televisión, radio, prensa y redes sociales. Esto es importante pues quieren tener más canales de comunicación disponibles para estar informados de las actividades.

Pregunta No. 13 Las redes sociales en la organización no están siendo funcionales pues la mayoría respondió que no sigue a la Iglesia por este canal, puede ser que sea porque no saben que la Iglesia cuenta con esta herramienta.

6. INFOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN



6.1. El POA del año:

Este punto es inexistente ya que Iglesia Verbo Carcha no cuenta con un Plan Operativo para este año, tampoco lo han trabajado en años anteriores.

6.2. Campañas Realizadas:

En Iglesia Verbo Carcha no se ha elaborado ninguna campaña de Comunicación Masiva, únicamente la congregación ha apoyado con la transmisión de dos campañas que se han elaborado en Guatemala, por las iglesias cristianas siendo estas:

40 Días de Perdón: Es una Mega-Campaña de publicidad en los medios masivos de comunicación que motiva a las personas a perdonar. 40 Días de Perdón también es una movilización de las Iglesias cristianas, del 21 de Febrero al 31 de Marzo del año 2010, para enseñar a cada guatemalteco a perdonar y a recibir el perdón de Dios.

40 Días con Propósito: Es una campaña que está basada en la Biblia, con el propósito del Crecimiento Espiritual de los que participan en ella.

(Anexos 4)

6.3. El Plan Estratégico que se está ejecutando: De Enero a Junio 2014

ACTIVIDAD	FECHA	RESPONSABLE	OBJETIVO
Obra de Teatro: Hasta que la muerte nos separe.	15 de febrero , 7 de la noche , Hotel Mansión Santo Domingo de Guzmán	Ministerio de Matrimonios	Aprender a como llevar un matrimonio.
Predica: Gonzalo (Chalo) Romero ex jugador de Municipal.	02 de Marzo , 7 de la noche , Restaurante La Buga	Todos los Ministerios	Escuchar el testimonio del predicador
Trabajo en equipo: equipamiento apostólico.	7 de Marzo , 7 de la noche , auditorium de la iglesia	Todos los ministerios	Escuchar las enseñanzas del consejo nacional de Verbo
Encuentro de adoradores	5 de abril, 3 de la tarde, auditorium de la iglesia	Ministerio de jóvenes	Adoración
Predica: Rodolfo Rocino	20 de abril , 7 de la noche, auditorium de la iglesia	Ministerio Matrimonios	Aprender cómo resolver problemas en el matrimonio.
Seminario de Danza :	12 de Mayo , 4 de la tarde , auditorium de la Iglesia	Ministerio de danza	Como danzar

Domingo de adoración	07 de Junio , 7 de la noche , auditorium de la iglesia	Ministerio de adoración.	Adoración
----------------------	--	--------------------------	-----------

6.4. Presupuesto de Comunicación para el próximo año:

RUBRO	DESCRIPCION	VALOR MENSUAL
Medio de Comunicación: Televisión	Transmisión del Servicio del día domingo, los días martes de 7 a 9 pm. durante todo el año	Q. 1500.00

CAPITULO 2

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1. ANTECEDENTES:

En la actualidad Iglesia Cristiana Verbo Carcha, cuenta con un departamento de Comunicación, el cual es atendido por una persona que cumple muchas funciones dentro de la empresa, no solo el aspecto de Comunicación. Este departamento está enfocado como un departamento de Producción, pues se produce y edita el servicio dominical para transmitirlo el día martes en un canal cristiano de la ciudad de Cobán, Alta Verapaz.

Actualmente se realiza promoción de algunas actividades de la Iglesia por medio de un Perfil en la Red Social Facebook, la cual es manejada por dos o tres empleados que tienen acceso a la cuenta, no existe dentro de la empresa un Community Manager que administre las Redes Sociales, tampoco se le ha dado capacitación a un empleado para que realice esta función.

Dentro de las Redes Sociales no está utilizando la herramienta del Twitter , la cual es muy efectiva para llegar al grupo objetivo .

La Iglesia Cristiana Verbo Carcha, no ha realizada ninguna campaña masiva en los medios de Comunicación propia de la Iglesia, si ha transmitido dos campañas que son de otras Iglesias, a la congregación:

Cuarenta días de Perdón
Cuarenta días con Propósito

Anteriormente utilizaron medios escritos como trifoldares, pero por el costo de los mismos dejaron de realizarlos.

No han utilizado campañas radiales.

2. ESTUDIO DE MERCADO (Infografía)

COMUNICACIÓN INTERNA

- Memorandos
- Correos electrónicos
- Gestión mediante paseos
- Reuniones periódicas
- Llamadas telefónicas

CANALES DE COMUNICACIÓN

- Reuniones
- Instrucciones
- Bitácora
- Cartas y notas internas
- Circulares
- Memorandos
- Eventos y reuniones

COMUNICACIÓN EXTERNA

- ✓ Llamadas telefónicas
- ✓ Anuncios en servicios
- ✓ Programa semanal por televisión

REDES SOCIALES

(carecen de)

- Sitio web
- Cuenta en Twitter
- Fan page

INFRAESTRUCTURA

- ✓ Oficinas
- ✓ Mobiliario y equipo
- ✓ Salón de Reuniones
- ✓ Conectividad a internet
- ✓ Teléfono / Fax



3. OBJETIVOS:

3.1. General:

- Atraer a clientes potenciales nuevos que asistan a la Congregación de Iglesia Verbo Carcha: hombres, mujeres y jóvenes a través del uso de los Medios de Comunicación modernos para incrementar la población de miembros activos.

3.2. Específicos:

- Abrir nuevos canales de comunicación para que los jóvenes de la Iglesia puedan expresarse.
- Definir un responsable de la Administración correcta de las redes sociales.
- Regular el uso adecuado de las Redes Sociales.

4. PUBLICO OBJETIVO:

Miembros de Iglesia Verbo Carcha:

- 300 Miembros entre hombres y mujeres mayores de edad, con necesidad de enriquecer su conocimiento en la palabra de Dios.
- 150 Personas entre hombres, mujeres y jóvenes de otra religión que no son miembros de la Iglesia, que tienen necesidad de conocer de la Palabra de Dios.

5. MENSAJE:

El Mensaje que quiero que se el publico objetivo escuche y crea esta resumido en la siguiente frase “COMUNICATE CON JESUS “

6. ESTRATEGIAS:

- Capacitar a Community Manager para que maneje las redes sociales en el departamento de Comunicación, para capitalizar al máximo el uso de las mismas.
- Elaborar una Fanpage en Facebook de la Iglesia Verbo Carcha, para abrir un canal de comunicación para conversar con los jóvenes.

Abrir una cuenta en Twitter del Pastor de la Iglesia para que publique Tweets a sus seguidores para enseñar la palabra de Dios, abrir discusiones sobre temas puntuales relacionados con la palabra y actualizarlos sobre las distintas actividades de la iglesia.

- Realizar un Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, para establecer lineamientos que estén alineados al mensaje que necesita transmitir la institución.

7. PLANES DE COMUNICACIÓN:

ESTRATEGIA 1:

Capacitar a Community Manager para que maneje las redes sociales en el departamento de Comunicación, para capitalizar al máximo el uso de las mismas.

Acciones y recursos necesarios

Curso de Community Manager:

- La persona encargada del departamento de Comunicación, recibirá un curso de Community Manager para capacitarse para administrar las redes sociales de la Iglesia, con temas como el buen uso, redes saludables, ganar más fans, fidelidad a los fans, lograr clics, ventas y campañas exitosas etc. En la Academia de cursos libres PCS Internacional de la ciudad de Guatemala.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el curso para la creación de la Fanpage de la Iglesia y el Twitter del Pastor.
- Capacitar al Pastor y al líder de Jóvenes para uso adecuado de la Fanpage y Twitter, para apoyarse en ellos para el uso de ellas.

ESTRATEGIA 2:

Elaborar una Fanpage en Facebook de la Iglesia Verbo Carcha, para abrir un canal de comunicación para conversar con los jóvenes.

Acciones y recursos necesarios

Crear un comité para agilizar aprobación de acciones para la iniciativa:

- Proponer miembros del comité (no más de 5 personas).
- Hacerles llegar invitación formal para formar parte del comité.
- Establecer frecuencia de reuniones para presentación de plan y avances en la ejecución del mismo.

Definir nombre:

- Definir un nombre

Decidir diseño o distribución de espacios en la fanpage:

- Verificar en Facebook la disponibilidad del nombre
- Decidir diseño o distribución de espacios en la Fanpage:
- Informarnos sobre la plataforma de Facebook para usarla correctamente.
- Cuestionarse qué debe reflejar la imagen general de la página.

- Tomar las fotografías que sean necesarias y colgarlas en los álbumes de la Fanpage.
- Si las fotografías son de menores de edad, asegurarse de contar con la autorización por escrito de los padres, que éstas pueden ser publicadas.
- Establecer las distintas actividades, contenidos y temas que podrán moverse a través de la página.
- Definir procesos de publicación, es decir, si alguien dentro de la iglesia está promoviendo una iniciativa, cómo solicitará que sea publicada en la Fanpage.
- Decidir quién administrará la Fanpage para mantenerla actualizada y responder a los posts que se publiquen en la misma.
- Someter a aprobación de los miembros del Comité el diseño final.
- Hacer un lanzamiento interno de la Fanpage:
- Definir la fecha con el Pastor y Consejo
- Organizar al Ministerio de Jóvenes para que apoyen esta actividad.
- Invitar a la congregación tres domingos antes a la fecha del lanzamiento, en los anuncios de la Iglesia.
- Realizar volante para entregar a la congregación al inicio de la actividad, en donde este escrito el nombre de la Fanpage y su importancia, para que los miembros puedan agregar como amigo la página de la Iglesia.

Hacer un lanzamiento interno de la Fanpage:

- Definir la fecha con el pastor y consejo
- Organizar al ministerio de jóvenes para que apoyen esta actividad
- Invitar a la congregación tres domingos antes a la fecha de lanzamiento en los anuncios del servicio
- Realizar volante, playera y globos promocionales, para entregar a la congregación al inicio de la actividad, los globos servirán para decorar el ambiente y las playeras para identificar al comité, consejo y pastor.
- Lanzamiento

Realizar acciones encaminadas a mantener un flujo de contacto constante con jóvenes y otros miembros de la iglesia interesados en informarse o expresarse a través de este canal:

- Asegurarnos de moderar y tener una presencia diaria.
- Presentar contenidos interesantes que genere interacción entre nuestros usuarios, que arme un debate, que potencie la conversación.
- Formar un circuito de atención a usuarios, en donde el usuario encuentre a una persona que está detrás de la pantalla escuchando cuáles son sus problemas y trabajando para resolverlos.
- Aprender a cambiar constantemente, tener la rapidez para adaptarnos a los cambios de la plataforma.
- Crea Administradores, es decir asociarnos con personas, que a su vez tengan amigos en su perfil de Facebook interesados en la temática de la Fan Page. Los asociamos, los nombramos administradores y estos que inviten a esta Fan Page a sus amigos que puedan estar interesados.

- Realizar actividades para interactuar con los seguidores: actividad de preguntón (se realizaran preguntas sobre la Biblia , en la que los seguidores podrán responder y ganarse Nuevos Testamentos y Biblias).

ESTRATEGIA 3:

Abrir una cuenta en Twitter del Pastor de la Iglesia para que publique Tweets a sus seguidores para enseñar la palabra de Dios, abrir discusiones sobre temas puntuales relacionados con la palabra y actualizarlos sobre las distintas actividades de la iglesia.

Acciones y Recursos Necesarios

Definir un nombre y usuario:

- Reunión con el Pastor para definir el nombre y usuario

Decidir Diseño o distribución de Perfil:

- Cuestionar que debe reflejar la imagen del perfil.
- Sesión fotográfica para luego elegir la fotografía del perfil.
- Definir con el Pastor aspectos importantes que se colocaran en la biografía.
- Elegir con el Pastor la fotografía de la cabecera y el fondo.
- Establecer las distintas actividades y temas que podrán publicar en el Twitter.
- Decidir quién administrará además del pastor el perfil de Twitter.

Realizar acciones encaminadas a enseñar la palabra de Dios, abriendo discusiones sobre temas puntuales relacionados con la palabra y sobre las actividades de la Iglesia:

- Compartir contenido original creado por el Pastor, el cual se programara por mes.
- Seguir a fuentes interesantes para tener la posibilidad de interactuar de manera casi inmediata con personas alrededor del mundo que se interesan en los mismos temas que el Pastor.
- Crear conversaciones, interactuar con otros para establecer amistad con posibles clientes potenciales.
- Utilizar la aplicación como Hot Suite para programar algunos mensajes y así poder escribirlos con anticipación.
- Utilizar la dinámica de Hashtang, para crear conversaciones sobre temas específicos programándolos en día y la hora en que se van a realizar e informándolo a los seguidores.
- Crear una Agenda de Publicaciones semanal, para tener programado que mensaje se enviara y que discusiones se abrirán.
- Coordinar acciones de Twitter y Facebook :
- Vincular ambos perfiles
- Decidir que se va a sincronizar

ESTRATEGIA 4:

Realizar un Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, para establecer lineamientos que estén alineados al mensaje que necesita transmitir la institución.

Acciones y Recursos Necesarios

Convocar a una Reunión de Apertura a la elaboración del Manual:

- Dar a conocer a los empleados y Consejo Administrativo de la Iglesia el porqué de la elaboración del Manual de Buenas Prácticas, los principios fundamentales de la presencia en redes y hacer ver que las redes son una herramienta de trabajo.
- Establecer junto al Pastor y Consejo de la Iglesia los lineamientos necesarios que regirán las publicaciones.

Diseño y elaboración del Manual

- Elaboración del Manual
- Presentación del Manual al Pastor de la Iglesia
- Lanzamiento Oficial interno del Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, a consejo y empleados.
- Entrega del Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, con 4 copias para ser entregadas a Administración, Pastor, Encargado del Departamento de Comunicación y Líder del Ministerio de Jóvenes.
- Iniciar el Manejo de las Redes sociales de acuerdo al manual

8. CRONOGRAMA

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	MAYO				JUNIO				JULIO				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5
Estrategia 1: Capacitar a community manager													
Curso de community manager													
La persona encargada del departamento de comunicación recibirá este curso para capacitarse y poder administrar las redes sociales de la iglesia.													
Aplicar los conocimientos adquiridos en el curso para la creación de la fanpage de la iglesia y el twitter del pastor													
Capacitar al pastor y al líder de jóvenes para el uso adecuado de las redes sociales													

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	MAYO				JUNIO				JULIO					
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	
Estrategia 2: Elaborar una fanpage en facebook de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha.														
Crear un comité para agilizar aprobación de acciones para la iniciativa														
Proponer miembros del comité														
Invitación para formar parte del comité														
Establecer frecuencia de reuniones para presentación del plan y avances en la ejecución del mismo														
Definir nombre														
Reunión para definir el nombre														
Decidir diseño o distribución de espacios en la fanpage														
Reunión para decidir diseños.														
Informarnos sobre la plataforma de facebook para usarla correctamente.														
Cuestionarse de que debe reflejar la imagen general de la página.														
Tomar las fotografías necesarias y colgarlas en los álbumes de la fanpage.														
Si las fotografías son de menores de edad asegurarse de contar con la autorización por escrito de los padres, que estas pueden ser publicadas.														
Establecer las distintas actividades que podrán moverse a través de la página														
Definir procesos de publicación, es decir, si alguien dentro de la iglesia está promoviendo una iniciativa, como solicitar que sea publicada en la fanpage														
Decidir quién administrara la fanpage para mantener actualizada y responder a los post que se publiquen en la misma.														
Someter a aprobación de los miembros del comité el diseño final.														

Estrategias, acciones y recursos necesarios (Estrategia 2)	MAYO				JUNIO				JULIO				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5
Hacer un lanzamiento interno de la fanpage													
Definir la fecha con el pastor y consejo.													
Organizar al ministerio de jóvenes para que apoye esta actividad.													
Invitar a la congregación tres domingos antes a la fecha del lanzamiento, en los anuncios de la iglesia.													
Realizar volante para entregar a la congregación al inicio de la actividad.													
Realizar diseño de playeras y globos promocionales, para el lanzamiento.													
Lanzamiento													
Realizar acciones encaminadas a mantener un flujo de contacto constante con jóvenes y otros miembros de la iglesia interesados en informarse o expresarse a través de este canal.													
Asegurarnos de moderar y tener una presencia diaria													
Presentar contenidos interesantes que generen interacción entre nuestros usuarios, que armen debate, que potencie la conversación.													
Formar un circuito de atención a usuarios en donde el usuario encuentre a una persona que está detrás de la pantalla escuchando sus problemas y trabajando para resolverlos.													
Aprender a cambiar constantemente, tener la rapidez para adaptarnos a los cambios de la plataforma.													
Crear administradores													
Realizar actividades (se realizaran preguntas sobre la biblia en las que los seguidores podrán responder y ganarse nuevos testamentos y biblias.													

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
ESTRATEGIA 3: Abrir una cuenta en twitter del pastor de la iglesia														
Definir un nombre y un usuario														
Reunión con el pastor para definir el nombre y usuario														
Decidir diseño o distribución de perfil														
Cuestionar que debe reflejar la imagen del perfil														
Sesión fotográfica para el perfil														
Definir con el pastor aspectos importantes que se colocaran en la biografía														
Elegir con el pastor la fotografía de la cabecera y el fondo														
Establecer las distintas actividades y temas que podrán publicarse en el twitter														
Decidir quien administrara además del pastor el perfil del twitter														
Realiza acciones encaminadas a enseñar la palabra de Dios, abriendo discusiones sobre temas puntuales														
Compartir contenido original creado por el pastor, el cual se programara por mes.														
Seguir a fuentes interesantes para tener la posibilidad de interactuar de manera casi inmediata con personas alrededor del mundo que se interesan en los mismos temas que el pastor.														
Crear conversaciones, interactuar con otros para establecer amistad con clientes potenciales.														
Utilizar la aplicación hot suite para programar algunos mensajes y así poder escribirlos con anticipación.														
Utilizar la dinámica de hashtang para crear conversaciones sobre temas específicos programándolos el día y la hora en que se van a realizar e informándolo a los seguidores.														

Estrategias, acciones y recursos necesarios (Estrategia 3)	AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Crear una agenda de publicaciones semanal para tener programado que mensaje se enviara y que discusiones se abrirán.														
Coordinar acciones de twitter y facebook														
Vincular ambos perfiles														
Decidir que se va a sincronizar														
ESTRATEGIAS, ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
ESTRATEGIA 4: Realizar un manual de buenas prácticas en redes sociales														
Convocar a una reunión de apertura a la elaboración del manual														
Dar a conocer al consejo, pastor y posible administrador, el porqué de la elaboración del manual de buenas prácticas, los principios fundamentales de la presencia en red y hacer ver que las redes son una herramienta de trabajo.														
Establecer junto al pastor y consejo, los lineamientos necesarios que regirán las publicaciones.														
Diseño y elaboración del manual														
Elaboración del manual														
Presentación del manual al pastor de la iglesia														
Lanzamiento oficial interno del manual de buenas prácticas en redes sociales al consejo y pastor de la iglesia y entrega del manual.														
Iniciar el manejo de redes sociales de acuerdo al manual														

9. PRESUPUESTO

A continuación se detallan los costos de las acciones de las estrategias que requieren inversión económica, se obviaron las que no tienen costo alguno.

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	COSTOS
Estrategia 1: Capacitar a community manager	Q 1,150.00
La persona encargada del departamento de comunicación recibirá este curso para capacitarse y poder administrar las redes sociales de la iglesia.	Q 1,000.00
Capacitar al pastor y al líder de jóvenes para el uso adecuado de las redes sociales	Q 150.00
Estrategia 2: Elaborar una fanpage en facebook de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha.	Q 3,050.00
Proponer miembros del comité	Q 50.00
Invitación para formar parte del comité	Q 50.00
Tomar las fotografías necesarias y colgarlas en los álbumes de la fanpage.	Q 500.00
Someter a aprobación de los miembros del comité el diseño final.	Q 50.00
Definir la fecha con el pastor y consejo.	Q 50.00
Organizar al ministerio de jóvenes para que apoye esta actividad.	Q 50.00
Realizar volante para entregar a la congregación al inicio de la actividad.	Q 500.00
Realizar diseño de playeras y globos promocionales, para el lanzamiento.	Q 1,000.00
Lanzamiento	Q 500.00
Realizar actividades (se realizaran preguntas sobre la biblia en las que los seguidores podrán responder y ganarse nuevos testamentos y biblias.	Q 300.00
GRAN TOTAL	Q 4,200.00

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	COSTOS
ESTRATEGIA 3: Abrir una cuenta en twitter del pastor de la iglesia	Q 700.00
Reunión con el pastor para definir el nombre y usuario	Q 50.00
Sesión fotográfica para el perfil	Q 500.00
Compartir contenido original creado por el pastor, el cual se programara por mes.	Q 75.00
Crear una agenda de publicaciones semanal para tener programado que mensaje se enviara y que discusiones se abrirán.	Q 75.00
ESTRATEGIA 4: Realizar un manual de buenas prácticas en redes sociales	Q 1,350.00
Dar a conocer al consejo, pastor y posible administrador, el porqué de la elaboración del manual de buenas prácticas, los principios fundamentales de la presencia en red y hacer ver que las redes son una herramienta de trabajo.	Q 150.00

Establecer junto al pastor y consejo, los lineamientos necesarios que regirán las publicaciones.	Q 150.00
Elaboración del manual	Q 500.00
Presentación del manual al pastor de la iglesia	Q 50.00
Lanzamiento oficial interno del manual de buenas prácticas en redes sociales al consejo y pastor de la iglesia y entrega del manual.	Q 500.00
GRAN TOTAL	Q 2,050.00

10. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	CONTROL Y SEGUIMIENTO
Estrategia 1: Capacitar a community manager	
La persona encargada del departamento de comunicación recibirá este curso para capacitarse y poder administrar las redes sociales de la iglesia.	Constancia de participación en el curso community manager con el diploma.
Aplicar los conocimientos adquiridos en el curso para la creación de la fanpage de la iglesia y el twitter del pastor	Verificación de aplicación de conocimientos con la creación de la página.
Capacitar al pastor y al líder de jóvenes para el uso adecuado de las redes sociales	Cuadro de control de asistencia a capacitación.
Estrategia 2: Elaborar una fanpage en facebook de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha.	
Crear un comité para agilizar aprobación de acciones para la iniciativa	
Proponer miembros del comité	Realizar listado de miembros del comité y girar invitación con firma de recibido para verificar su entrega, realizar bitácora de reuniones.
Invitación para formar parte del comité	
Establecer frecuencia de reuniones para presentación del plan y avances en la ejecución del mismo	
Definir nombre	
Reunión para definir nombre	Control de asistencia a reunión.
Decidir diseño o distribución de espacios en la fanpage	
Reunión para decidir diseños.	Control de asistencia a reunión.
Informarnos sobre la plataforma de facebook para usarla correctamente.	Investigar la plataforma de facebook y anotar los aspectos más importantes.
Reunión para cuestionarse de que debe reflejar la imagen general de la página.	Realizar una lluvia de ideas con el pastor y el consejo y anotar resultados.
Tomar las fotografías necesarias y colgarlas en los álbumes de la fanpage.	Contratación de fotógrafo profesional para la toma y análisis de las fotografías de los álbumes de la fanpage.

Si las fotografías son de menores de edad asegurarse de contar con la autorización por escrito de los padres, que estas pueden ser publicadas.	Realizar las cartas firmadas por el pastor si fuera el caso.
Establecer las distintas actividades que podrán moverse a través de la página	Realizar un listado junto al pastor y al consejo.
Definir procesos de publicación, es decir, si alguien dentro de la iglesia está promoviendo una iniciativa, como solicitara que sea publicada en la fanpage	El proceso deberá ser: solicitar por escrito al encargado del departamento de comunicación la autorización de una publicación y el objetivo de la misma para que El se reúna con el diseñador para la elaboración de un diseño adecuado a la publicación.
Decidir quién administrara la fanpage para mantener actualizada y responder a los post que se publiquen en la misma.	Reunión y control de asistencia para buscar la persona idónea para esta función.
Someter a aprobación de los miembros del comité el diseño final.	Reunión y control de asistencia para presentar los posibles diseños y realizar una votación.
Definir la fecha con el pastor y consejo.	Reunión y control de asistencia para definir la fecha organizar el ministerio para que apoye en la actividad con una hoja de control de actividades asignadas. Se diseñara un volante y se enviara al levantado de texto.
Organizar al ministerio de jóvenes para que apoye esta actividad.	
Invitar a la congregación tres domingos antes a la fecha del lanzamiento, en los anuncios de la iglesia.	
Realizar volante para entregar a la congregación al inicio de la actividad.	
Realizar diseño de playeras y globos promocionales, para el lanzamiento.	
Lanzamiento	
Realizar acciones encaminadas a mantener un flujo de contacto constante con jóvenes y otros miembros de la iglesia interesados en informarse o expresarse a través de este canal.	
Asegurarnos de moderar y tener una presencia diaria	Realizar lista de contenidos y posibles preguntas para crear un debate. Establecer horarios con una hoja de control de quien estará encargado del circuito de atención a usuarios. Realizar listado de actividades para interactuar con los seguidores.
Presentar contenidos interesantes que generen interacción entre nuestros usuarios, que armen debate, que potencie la conversación.	
Formar un circuito de atención a usuarios en donde el usuario encuentre a una persona que está detrás de la pantalla escuchando sus problemas y trabajando para resolverlos.	
Aprender a cambiar constantemente, tener la	

rapidez para adaptarnos a los cambios de la plataforma.	
Crear administradores	
Realizar actividades (se realizaran preguntas sobre la biblia en las que los seguidores podrán responder y ganarse nuevos testamentos y biblias.	

ESTRATEGIAS ACCIONES Y RECURSOS NECESARIOS	CONTROL Y SEGUIMIENTO
ESTRATEGIA 3: Abrir una cuenta en twitter del pastor de la iglesia	
Reunión con el pastor para definir el nombre y usuario	Control de asistencia a la reunión.
Sesión fotográfica para el perfil	Contratación de fotógrafo profesional.
Compartir contenido original creado por el pastor, el cual se programara por mes.	Realización de agenda mensual.
Crear una agenda de publicaciones semanal para tener programado que mensaje se enviara y que discusiones se abrirán.	
ESTRATEGIA 4: Realizar un manual de buenas prácticas en redes sociales	
Dar a conocer al consejo, pastor y posible administrador, el porqué de la elaboración del manual de buenas prácticas, los principios fundamentales de la presencia en red y hacer ver que las redes son una herramienta de trabajo.	Reunión con control de asistencia.
Establecer junto al pastor y consejo, los lineamientos necesarios que regirán las publicaciones.	Reunión para lluvia de ideas, control de asistencia y anotación de resultados.
Elaboración del manual	Impresión del manual.
Presentación del manual al pastor de la iglesia	Reunión con control de asistencia.
Lanzamiento oficial interno del manual de buenas prácticas en redes sociales al consejo y pastor de la iglesia y entrega del manual.	

CAPITULO 3

INFORME DE EJECUCION

1. ESTRATEGIA 1

Capacitar a Community Manager para que maneje las redes sociales en el departamento de Comunicación, para capitalizar al máximo el uso de las mismas.

1.1. ACCION 1

(Ver anexo 6: Fotografía 1 y anexo 7: Material 1).

Nombre de la acción

Curso de Community Manager

Objetivo de la acción específica

Que la persona encargada del departamento de Comunicación, reciba el curso para aplicar los conocimientos al administrar las redes sociales de la Iglesia.

Publico Objetivo

Encargado de departamento de Comunicación.

Medio utilizado

Capacitación con temas como el buen uso, redes saludables, ganar más fans, fidelidad a los fans, lograr clics, ventas y campañas exitosas, etc. En la Academia de cursos libres PCS Internacional, en la ciudad de Guatemala.

Área Geográfica de impacto

Departamento de Comunicación de la Iglesia.

Presupuesto invertido en esta acción

Por concepto de pago del Curso de Capacitación Q. 1,000.00.

Resultados en base a indicadores

Se obtuvieron las herramientas necesarias para la administración de las redes sociales de la Iglesia.

1.2. ACCION 2

(Ver anexo 6: Fotografía 2).

Nombre de la acción

Aplicar los conocimientos adquiridos en el curso de Community Manager, para la creación de la Fanpage de la Iglesia.

Objetivo de la acción específica

Poner en práctica lo aprendido, en la creación de la Fanpage de la Iglesia.

Publico Objetivo

Encargado del departamento de Comunicación.

Medio utilizado

Recursos multimedia.

Área Geográfica de impacto

Departamento de Comunicación de la Iglesia

Presupuesto invertido en esta acción

Sin costo.

Resultados en base a indicadores

Al poner en práctica lo aprendido se logro crear la Fanpage de la Iglesia.

1.3. ACCION 3

(Ver anexo 6: Fotografías 3 y 4).

Nombre de la acción

Capacitar al Pastor y al líder de Jóvenes para uso adecuado de la Fanpage.

Objetivo de la acción especifica

Brindar herramientas necesarias para la administración adecuada de las redes sociales de la Iglesia.

Publico Objetivo

Pastor de la Iglesia y Líderes de Jóvenes.

Medio utilizado

Taller de capacitación.

Área Geográfica de impacto

Oficinas de Iglesia (miembros)

Presupuesto invertido en esta acción

Q.150.00

Resultados en base a indicadores

Que el pastor y líder de Jóvenes tengan conocimiento del uso adecuado de las redes sociales.

2. ESTRATEGIA 2

Elaborar una Fanpage en Facebook de la Iglesia Verbo Carcha, para abrir un canal de comunicación para conversar con los jóvenes.

2.1. ACCION 1

(Ver anexo 6: Fotografías 5, 6, 7 y 8)

Nombre de la acción

Reunión con Consejo de la Iglesia

Objetivo de la acción específica

Creación de un comité para agilizar aprobación de acciones para la iniciativa, proponer miembros del comité (no más de 5 personas), establecer frecuencia de reuniones para presentación de plan y avances en la ejecución del mismo, definir un nombre para la fanpage y cuestionarse qué debe reflejar la imagen general de la página. Establecer las distintas actividades, contenidos y temas que podrán moverse a través de la página, definir procesos de publicación, es decir, si alguien dentro de la iglesia está promoviendo una iniciativa, cómo solicitará que sea publicada en la Fanpage. Decidir quién administrará la Fanpage para mantenerla actualizada y responder a los posts que se publiquen en la misma. Definir la fecha para el lanzamiento de la Fanpage.

Publico Objetivo

Consejo de la Iglesia y comité de comunicación

Medio utilizado

Reunión con Consejo con agenda establecida

Área Geográfica de impacto

Consejo de la Iglesia.

Presupuesto invertido en esta acción

Q. 150.00

Resultados en base a indicadores

Se creó el comité de comunicación con el que se estableció un plan de acción para definir el nombre de la fanpage y que debería reflejar.

2.2. ACCION 2

(Ver anexo 6: Fotografías 9 y 10)

Nombre de la acción

Consultas en Plataforma de Facebook

Objetivo de la acción específica

Verificar en Facebook la disponibilidad del nombre e informarnos sobre la plataforma de Facebook para usarla correctamente.

Área Geográfica de impacto

Departamento de Comunicación.

Publico Objetivo

Encargado del departamento de Comunicación.

Medio Utilizado

Equipo multimedia.

Presupuesto invertido en esta acción

Sin costo.

Resultados en base a indicadores

Se estableció el nombre a la Fanpage y se aprendieron los usos de la plataforma.

2.3. ACCION 3

(Ver anexo 6: Fotografías 11 y anexo 7: Materiales 2)

Nombre de la acción

Realizar invitación para comité.

Objetivo de la acción específica

Hacerles llegar invitación formal, para formar parte del comité a las personas elegidas por el consejo.

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo (miembros)

Publico Objetivo

Líderes de la Iglesia

Medio utilizado

Invitación Digital.

Presupuesto invertido en esta acción

Q50.00.

Resultados en base a indicadores

El comité recibió la invitación y asistió a la reunión.

2.4. ACCION 4

(Ver anexo 6: Fotografías 12 y 13)

Nombre de la acción

Sesión fotográfica.

Objetivo de la acción específica

Tomar las fotografías que sean necesarias y colgarlas en los álbumes de la Fanpage

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo.

Publico Objetivo

Consejo y líderes de la iglesia

Medio utilizado

Fotógrafo profesional

Presupuesto invertido en esta acción

Q.500.00

Resultados en base a indicadores

Álbum de fotografías para colgar en la fanpage

2.5. ACCION 5

(Ver anexo 6: Fotografía 14)

Nombre de la acción

Organizar Ministerio de jóvenes.

Objetivo de la acción específica

Organizar al Ministerio de Jóvenes para que apoyen el lanzamiento de la Fanpage.

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo

Publico Objetivo

Ministerio de Jóvenes

Medio utilizado

Reunión con agenda establecida

Presupuesto invertido en esta acción

Q. 50.00

Resultados en base a indicadores

Se conto con el apoyo de jóvenes

2.6. ACCION 6

(Ver anexo 6: Fotografía 15 y anexo 7: Materiales 3)

Nombre de la acción

Invitación lanzamiento

Objetivo de la acción específica

Invitar a la congregación tres domingos antes a la fecha del lanzamiento, en los anuncios de la Iglesia.

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo.

Público Objetivo

Miembros de la congregación de la iglesia.

Medio utilizado

Espacio de anuncios en los servicios

Presupuesto invertido en esta acción

Sin costo.

Resultados en base a indicadores

Los miembros se informaron de la fecha del lanzamiento, para asistir ese día.

2.7. ACCION 7

(Ver anexo 6: Fotografías 16, 17 y 18 y anexo 7: Materiales 4)

Nombre de la acción

Artículos Promocionales para lanzamiento.

Objetivo de la acción específica

Realizar arte y diseño final de volante, playera y globos promocionales, para entregar a la congregación al inicio de la actividad. Los globos servirán para decorar el ambiente y las playeras para identificar al comité, consejo y pastor.

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo

Público Objetivo

Miembros de la congregación de la iglesia

Medio utilizado

Playeras, globos y volantes para promocionar el lanzamiento.

Presupuesto invertido en esta acción

Q. 1500.00

Resultados en base a indicadores

Se identifico la actividad utilizando los materiales de promoción.

2.8. ACCION 8

(Ver anexo 6: Fotografías 19 y 20)

Nombre de la acción

Aprobación de los miembros del Comité el diseño final

Objetivo de la acción especifica

Poner a votación el diseño presentado al Comité

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo

Público Objetivo

Miembros del comité

Medio utilizado

Reunión con agenda establecida

Presupuesto invertido en esta acción

Q.50.00

Resultados en base a indicadores

Los miembros votaron todos a favor del diseño final.

2.9. ACCION 9

(Ver anexo 6: Fotografías 21, 22, 23 y 24)

Nombre de la acción

Lanzamiento de la Fanpage a la congregación de la Iglesia.

Objetivo de la acción específica

Presentar a los miembros de la congregación el sitio oficial en facebook de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha, para que sepan que existe este canal de comunicación. www.facebook.com/iglesiacristianaverbocarcha

Área Geográfica de impacto

Iglesia Verbo

Público Objetivo

Miembros de la congregación

Medio utilizada

Servicio dominical

Presupuesto invertido en esta acción

Q.500.00

Resultados en base a indicadores

Los miembros recibieron la información y el nombre de la fanpage y se hicieron seguidores de la página desde su móvil.

2.10. ACCION 10

(Ver anexo 6: Fotografías 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31)

Nombre de la acción

Realizar acciones encaminadas a mantener un flujo de contacto constante con jóvenes y otros miembros de la iglesia interesados en informarse o expresarse a través de este canal

Objetivo de la acción específica

- Asegurarnos de moderar y tener una presencia diaria.
- Presentar contenidos interesantes que genere interacción entre nuestros usuarios, que arme un debate, que potencie la conversación.
- Formar un circuito de atención a usuarios, en donde el usuario encuentre a una persona que está detrás de la pantalla escuchando cuáles son sus problemas y trabajando para resolverlos.
- Aprender a cambiar constantemente, tener la rapidez para adaptarnos a los cambios de la plataforma.
- Crea Administradores, es decir asociarnos con personas, que a su vez tengan amigos en su perfil de Facebook interesados en la temática de la Fan Page. Los asociamos, los nombramos administradores y estos que inviten a esta Fan Page a sus amigos que puedan estar interesados.
- Realizar actividades para interactuar con los seguidores: actividad de preguntón (se realizaran preguntas sobre la Biblia, en la que los

seguidores podrán responder y ganarse Nuevos Testamentos y Biblias).

Área Geográfica de impacto

Toda Guatemala

Público Objetivo

Miembros de la iglesia y clientes potenciales nuevos

Medio utilizada

Fanpage

Presupuesto invertido en esta acción

Sin costo

Resultados en base a indicadores

Se creó interacción con los seguidores de la fanpage y se regalaron biblias.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- 1.1. Las redes sociales, en especial la Fanpage de Facebook, es una herramienta de información que en la actualidad tiene gran significación en las Iglesias Cristianas ya que permiten atraer clientes potenciales nuevos que asistirán a la congregación.
- 1.2. El uso de Fanpage como canal de comunicación rápido, nos permite que las personas puedan responder en tiempo real a la comunicación emitida, utilizando para la retroalimentación, el mismo canal que se utilizo para promover.
- 1.3. Realizar una estrategia de comunicación de bajo presupuesto por medio de productos comunicacionales alternos: redes sociales (Fanpage) es igual de efectiva y directa que los medios convencionales y sin costo.

2. RECOMENDACIONES

- 2.1. Mantener actualizada la Fanpage creada para cumplir con el objetivo de abrir canales de comunicación para que los jóvenes y la congregación pueda expresarse.
- 2.2. Integrar de manera permanente al encargado del Departamento de Comunicación, el cual desarrolla las actividades de comunicación en sus tiempos libres, para que las Estrategias de Comunicación desarrollada no se pierda.
- 2.3. Que el encargado del departamento de comunicación se mantenga en constante actualización y capacitación de temas relacionados con la comunicación y administración de redes.

BIBLIOGRAFIA

1. Barqueo , José
“Manual de Relaciones Publicas, Barcelona
Editorial Gestión, 2000
2. Benavides Pañeda, Raymundo Javier
“Administración 2004 “
México, D.F. Printedín , México Mc , Graw Hill Interamericana, 2004
3. Canales de Comunicación , Memorándum Actas
Circular y Manual.
Tablón de Anuncios.
4. Centhy Villafuerte , D.B. (2010)
Manual Metodológico para el investigador científico, edición electrónica,
gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010/816
5. Comunicación Horizontal
Blog.
6. Comunicación Interna Empresarial
Destinatarios de la Comunicación / Mírela solución
31 de Julio 2012.
7. Fernández Collado,
La Comunicación en las Organizaciones
Editorial Trillas. México 1997.
8. García , Jiménez Jesús
“La Comunicación Interna “
Ediciones Díaz de Santos. Páginas 384 . 1998
9. Muriel, Maria Luisa y Gilda Rota
“Comunicación Institucional. Editorial Andina
Ecuador 1980.
10. Murray R. Spiegel (1991)
“Teoría Elemental del Muestreo, Teoría de las decisiones, estadística,
ensayos de hipótesis y significación”.
11. <http://www.definicionabc.com/general/infraestructura>
12. <http://www.mitecnologico.com>

ANEXOS:

ANEXO 1

ENTREVISTA



ENTREVISTA

MIEMBROS DEL CONSEJO IGLESIA CRISTIANA VERBO CARCHA

NOMBRE DEL ENTREVISTADO _____

1. ¿Existen mecanismos para escuchar y registrar las sugerencias, críticas y necesidades de los miembros de la Congregación?

SI NO ¿CUAL?

2. ¿Las sugerencias, críticas y necesidades, son tenidas en cuenta para mejorar el desempeño de la Congregación?

SI NO ALGUNAS VECES

3. ¿Las sugerencias, críticas y necesidades, son tomadas en cuenta en los procesos de planeación?

SI NO ALGUNAS VECES

4. ¿Los servidores orientan adecuadamente a los miembros de la congregación, dirigiéndolos a la persona o al Ministerio adecuado, cuando la consulta no es de su competencia?

SI NO ALGUNAS VECES

5. ¿Se capacita y entrena en habilidades comunicativas a los servidores, para atender a los miembros?

SI NO AMPLIE

6. ¿Se tienen reuniones frecuentes con el consejo y líderes de la congregación?

SI NO ¿CADA CUANTO?

7. ¿Existe buena comunicación entre los diferentes Ministerios, de modo que trabajan apoyándose y estableciendo relaciones de colaboración?

SI NO ALGUNAS VECES

8. ¿En la Iglesia hay un Plan Estratégico de Comunicación para el 2014?

SI NO EXPLIQUE

9. ¿Cómo considera el trabajo que realiza el Departamento de Comunicación?

Excelente Bueno Malo Puede Mejorar

10. ¿Existe un presupuesto establecido para poner en marcha un Plan Estratégico de Comunicación?

SI NO

11. ¿Considera que la Iglesia cuenta con suficientes medios y canales de información para estar enterados de lo que sucede en la organización?

SI NO CUALES SON

12. ¿Considera que los medios que implementa el Departamento de Comunicación son efectivos y permiten integrar a cada Ministerio de la Organización?

SI NO AMPLIE

13. ¿Qué Medios de Comunicación a utilizado la Iglesia en años anteriores?

ANEXO 2

ENCUESTA A EMPLEADOS

Encuesta Empleados

Iglesia Cristiana Verbo Carcha

La siguiente encuesta tiene como fin conocer su percepción sobre el estado actual del Área de Comunicación y recibir sus sugerencias para mejorar posibles errores detectados.

Responda en forma veraz y espontanea. Coloque una X donde corresponda.

1. ¿Cómo considera la comunicación con su jefe inmediato?

Excelente Buena Regular Mala

2. ¿Recibe las instrucciones necesarias para desarrollar correctamente su trabajo?

SI NO ALGUNAS VECES

3. La comunicación entre el personal de Iglesia Cristiana Verbo Carcha es:

Excelente Buena Regular Mala

4. ¿Tiene problemas de comunicación con algún compañero de trabajo?

SI NO ALGUNAS VECES

5. ¿La (o) convocan a juntas de trabajo?

SI NO ALGUNAS VECES

6. ¿Asiste a eventos especiales, como reuniones, talleres de capacitación, Talleres de motivación, etc. organizados por la Iglesia?

SI NO ALGUNAS VECES

7. ¿Considera que esta bien informado sobre las actividades que realiza la Iglesia?

SI NO ALGUNAS VECES

8. ¿Se entera del desempeño de su trabajo por terceras personas?

SI NO ALGUNAS VECES

9. ¿Comenta o recibe comentarios del desempeño del trabajo de sus compañeros?
(comunicación)

SI NO ALGUNAS VECES

10. ¿Siente que cuenta con las suficientes herramientas y canales para informar y estar informado?

SI NO

11. ¿El desempeño del departamento de comunicación es?

Excelente Bueno Regular Malo

12. ¿Qué medios de Comunicación ha utilizado la Iglesia para darse a conocer?

Radio _____ Televisión _____ Boletines _____
Prensa _____ Redes Sociales _____ Ninguna _____ Otra _____

13. ¿Qué medios de Comunicación está utilizando actualmente la Iglesia para darse a conocer?

Radio _____ Televisión _____ Boletines _____
Prensa _____ Redes Sociales _____ Ninguna _____
Otra _____

ANEXO 3

ENCUESTA A MIEMBROS

Encuesta Miembros

Iglesia Cristiana Verbo Carcha

La siguiente encuesta tiene como fin conocer su percepción sobre el estado actual del Área de Comunicación de la Iglesia y recibir sus sugerencias para mejorar posibles errores detectados.

Responda en forma veraz y espontanea. Coloque una X donde corresponda.

1. ¿Se entera de las actividades que realiza la Iglesia?

SI NO A VECES

2. ¿Cómo se entera de las actividades?

- ✓ Anuncios en la iglesia _____
- ✓ Anuncios en Iglesia en el Hogar____
- ✓ Por el canal de Televisión _____
- ✓ Por redes sociales _____
- ✓ Por comentarios entre los miembros _____

3. ¿Ha recibido información de la Iglesia en boletines o trifoliales?

SI NO

4. ¿Sabe Usted si existe departamento de Comunicación en la Iglesia?

SI NO

5. ¿Cuando llego a la Iglesia por primera vez ¿recibió información sobre los servicios que presta la Iglesia?

SI NO

6. ¿Cuándo dan anuncios en la Iglesia ¿le quedan claras las fechas, horarios y actividades?

SI NO

7. ¿Le gustaría recibir un boletín mensual de Iglesia Cristiana Verbo Carcha con las actividades realizadas y próximas a realizar?

SI NO

8. ¿Comenta Usted con personas de la Iglesia y que no asisten a la Iglesia de las actividades que se realizan en la congregación?

SI NO

9. ¿Conoce al Ministerio de Ujieres o servidores de la Iglesia?

SI NO

10. ¿El sistema de sonido de la Iglesia le permite escuchar con claridad el mensaje de cada domingo o alguna actividad?

SI NO

11. ¿Le gusta como lo reciben en las actividades de la Iglesia?

SI NO

12. ¿Por qué medio de comunicación considera se deben informar las Actividades de la Iglesia?

- ✓ Televisión _____
- ✓ Radio _____
- ✓ Prensa _____
- ✓ Redes Sociales _____
- ✓ Todas _____

13. ¿Sigue a la Iglesia y sus actividades a través de las Redes Sociales?

SI NO

Matriz o vaciado de las encuestas:

Encuesta a miembros

PREGUNTA	SI	NO	A VECES	ALGUNOS	OTRAS RESPUESTAS
1) ¿Se entera de las actividades que realiza la iglesia?	48	0	10	0	
2) ¿Cómo se entera de las actividades?					Anuncios en la iglesia: 32 Anuncios en iglesia en el hogar: 20 Por el canal de televisión: 0 Por redes sociales: 0 Por comentarios entre los miembros: 6
3) ¿Ha recibido información de la Iglesia en boletines o trifolios?	29	29			
4) ¿Sabe usted si existe departamento de comunicación en la iglesia?	2	56			
5) Cuando llego a la Iglesia por primera vez ¿recibió información sobre los servicios que presta la Iglesia?	32	26			
6) Cuando dan anuncios en la Iglesia ¿le quedan claras las fechas, horarios y actividades?	50	8			
7) ¿Le gustaría recibir un boletín mensual de Iglesia Verbo Carcha con las actividades que se realizadas y próximas a realizar?	55	3			
8) ¿Comenta usted con personas de la Iglesia y que no asisten de las actividades que se realizan en la congregación?	47	11			
9) ¿Conoce el Ministerio de ujieres o servidores de la Iglesia?	50	8			

10) ¿El sistema de sonido de la Iglesia le permite escuchar con claridad el mensaje de cada domingo o alguna actividad?	56	2			
11) ¿Le gusta como lo reciben en las actividades de la Iglesia?	54	4			
12) ¿Por qué medio de comunicación considera se deben informar las actividades de la iglesia?					Televisión : 4 Radio : 0 Prensa : 0 Redes Sociales : 1 Todas : 53
13) ¿Sigue a la Iglesia y sus actividades a través de las Redes sociales?	26	32			

Encuesta a empleados

PREGUNTA	SI	NO	A VECES	ALGUNOS	OTRAS RESPUESTAS
1) ¿Cómo considera la comunicación con su jefe inmediato?					Excelente: 6 Buena: 6 Regular: 0 Mala: 0
2) ¿Recibe las instrucciones necesarias para desarrollar correctamente su trabajo?	12	0	0		
3) ¿La comunicación entre el personal de Iglesia Cristiana Verbo Carcha es?					Excelente: 1 Buena: 11 Regular: 0 Mala: 0
4) ¿Tiene problemas de comunicación con algún compañero de trabajo?	1	9	2		
5) ¿La (o) convocan a juntas de trabajo?	7	1	4		

6) ¿Asiste a eventos especiales, como reuniones, talleres de capacitación, talleres de motivación, etc., organizados por la Iglesia?	8	1	3		
7) ¿Considera que esta bien informado sobre las actividades que realiza la Iglesia?	8	0	4		
8) ¿Se entera del desempeño de su trabajo por terceras personas?	6	3	3		
9) ¿Comenta o recibe comentarios del desempeño del trabajo de sus compañeros?	6	2	4		
10) ¿Siente que cuenta con las suficientes herramientas y canales para informar y estar informado?	5	7			
11) ¿El desempeño del departamento de comunicación es?					Excelente: 0 Bueno: 2 Regular: 6 Malo:4
12) ¿Que medios de Comunicación ha utilizado la Iglesia para darse a conocer?					Televisión y Redes Sociales: 5 Televisión, redes sociales y boletines: 5 Televisión, redes sociales y revistas: 2
13) ¿ Que medios de comunicación está utilizando actualmente la Iglesia					Televisión y Redes sociales : 12

ANEXO 4:

CAMPAÑAS

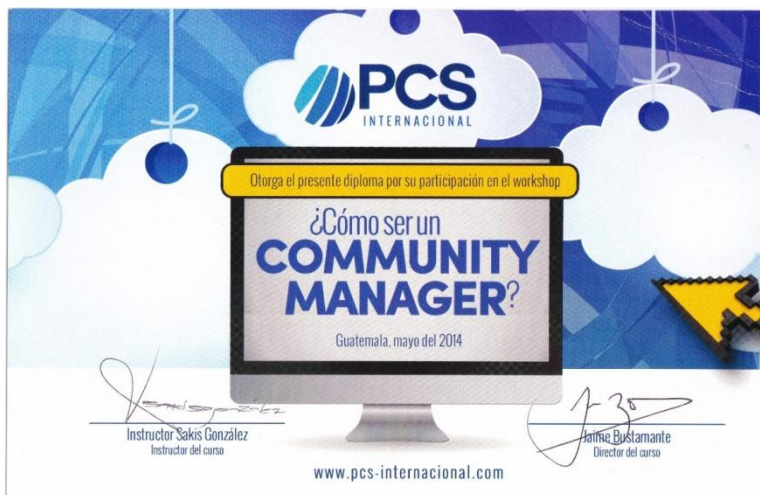


ANEXO 5:

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA 1

- ✓ Diploma de Curso de Community Manager

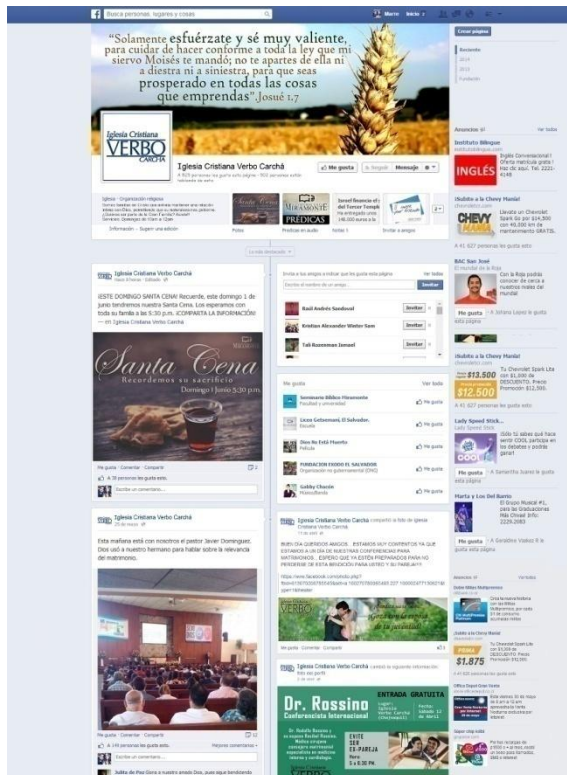


✓ Temas de Capacitación para Pastor y Líderes en Redes Sociales

TEMAS	TIEMPO
• Medios Sociales y sus usos para promocionar el negocio	2 horas
• Uso del facebook	1 hora
• Manual del facebook	1 hora
• Buen uso de las redes	1 hora
• Errores en el facebook	1 hora
• Uso del twitter	1 hora
• Como ganar más fans	1 hora
• La fidelidad de los fans	1 hora
• Campañas exitosas	1 hora
• Mejores prácticas de atención al usuario de las redes sociales	2 horas
TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN	12 horas

ESTRATEGIA 2

✓ Elaborar una fanpage en facebook de la Iglesia Cristiana Verbo Carcha



- ✓ Creación de Comité para aprobación de acciones de la fanpage

COMITÉ FANPAGE

1. Sergio Alcántara / Anciano que preside la congregación
2. Ady de Milla / Ministerio de Matrimonios
3. Carol Hercules de Cuellar / Ministerio de Nueva Mujer
4. Aldo Gonzales / Ministerio de Alabanza
5. Gabrile Cuellar / Ministerio de Jóvenes

- ✓ Invitación para formar parte del comité



Solicitamos tu colaboración para formar parte del comité creador de la fanpage de **facebook** de Iglesia Cristiana Verbo Carchá.

Te daremos los detalles en nuestra primera reunión:

Día: Martes 3 de Junio
Lugar: Oficinas de Iglesia Verbo Carchá
Hora: 6:30PM



Agradeceremos tu presencia!!

EPS de comunicación y consejo de la iglesia.



- ✓ Control de frecuencia de reuniones para avances en la fanpage

REUNIONES FANPAGE

Día: _____

Hora: _____

Lugar: _____

Participantes:

Tema a tratar: _____

- ✓ Definir nombre y acciones para la creación de la fanpage

Definición de Nombre y Acciones de la fanpage
con el Consejo y Pastor de la Iglesia

AGENDA A TRATAR

1. Sugerencias del nombre
2. Diseño
3. Distribución de espacios
4. Que debe reflejar la imagen general de la pagina
5. Procesos de publicación
6. Definir administrador de la página
7. Definir fecha del lanzamiento de la fanpage
8. Organización del ministerio de jóvenes para apoyo en el lanzamiento

- ✓ Fotografías para colgar en los álbumes de la fanpage



Miembros del consejo de Iglesia Cristiana Verbo Carcha

- ✓ Actividades, temas y contenidos de la fanpage

ACTIVIDADES FANPAGE

❖ **PREGUNTON**

Se realizaran preguntas sobre la versículos claves, para motivar a los miembros a leer la biblia.

❖ **CONCURSOS**

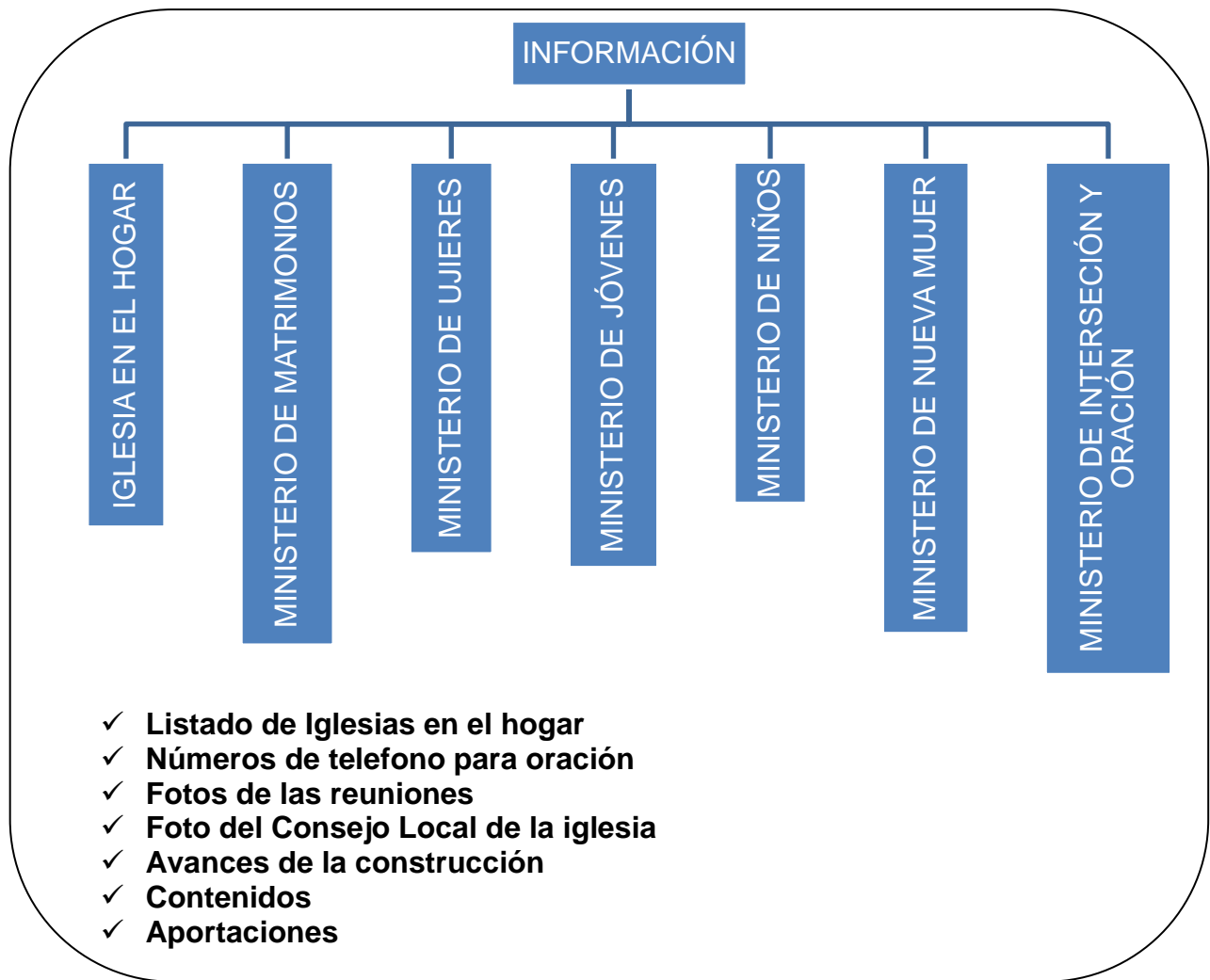
Con temas determinados en donde se sorteen entradas a actividades, biblias y otros premios para hacer atractiva la fanpage a los miembros de la congregación.

❖ **ADIVINANZAS**

TEMAS EN LA FANPAGE

REFLEXIONES
CITAS BIBLICAS
TESTIMONIOS
BODAS DE MIEMBROS
PRESENTACIÓN DE NIÑOS
BAUTIZOS
AVANCES EN LA CONSTRUCCIÓN
DEBATES DE TEMAS
FOTOGRAFIAS DE VISITAS A OTRAS IGLESIAS
ENCUENTROS
VISITAS DE PREDICADORES
CONFERENCIAS
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

CONTENIDOS EN LA FANPAGE



- ✓ **Invitación a congregación para lanzamiento**

Texto de Invitación a Congregación

Iglesia Cristiana Verbo Carcha, el Consejo de la Iglesia y el Pastor los invitamos al lanzamiento oficial de la fanpage de facebook de nuestra iglesia el domingo 29 de junio durante el servicio.
Habran actividades especiales, no se lo pueden perder.

- ✓ Volante y globos promocionales para entregar a la congregación

PARTE FRONTAL

NOMBRE DE FANPAGE DE IGLESIA CRISTIANA VERBO CARCHA



Y COMUNICATE CON JESUS

PARTE POSTERIOR

DANOS TU



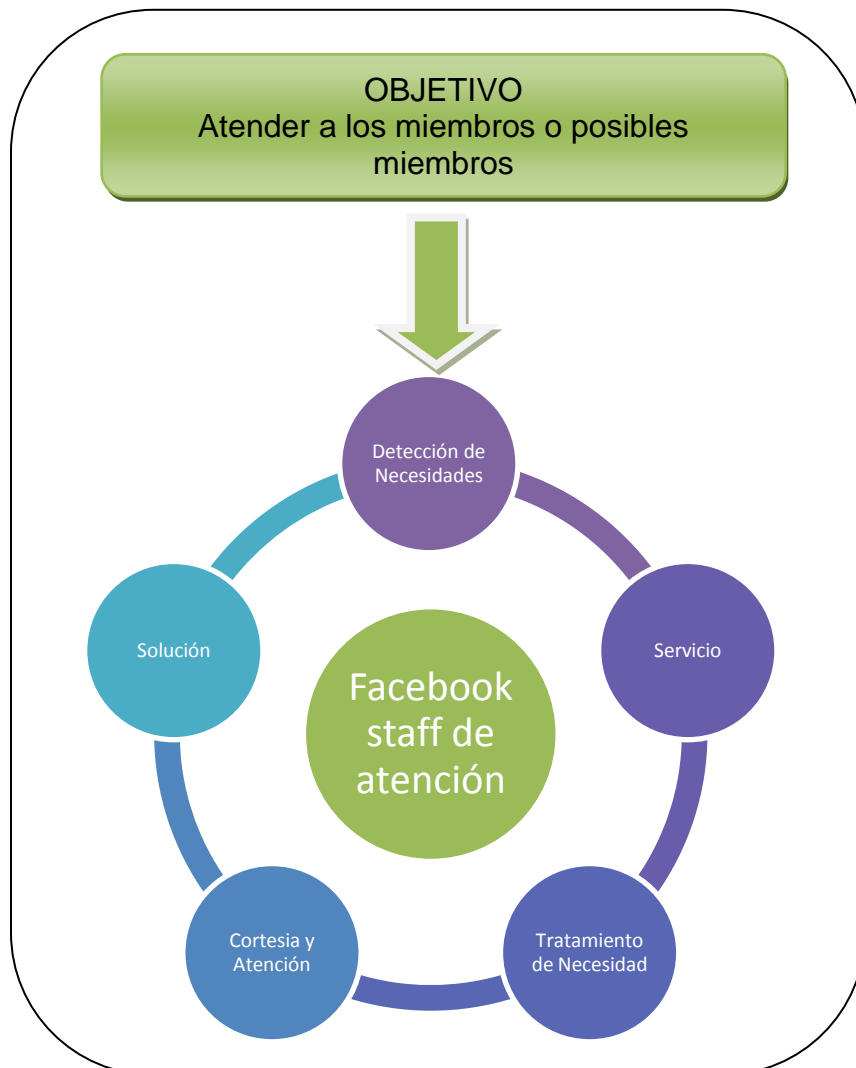
- ✓ Aprobación de diseño de fanpage

Aprobación de Diseño de Fanpage
Consejo y Pastor de Iglesia

Solicitamos votar por la opción que mas fue de su agrado, colocando una "X" junto al numeral de su elección.

1. _____
2. _____
3. _____

- ✓ Circuito de atención a seguidores de la fanpage



- ✓ Lanzamiento de la fanpage

PROGRAMACIÓN DEL LANZAMIENTO DE LA FANPAGE

1. Inicio con música de fondo / Alabanzas
2. Presentación de la Actividad / Gabriel Cuellar, Encargado de Ministerio
3. Palabras de Bienvenida / Sergio Alcántara, Anciano que preside la congregación
4. Presentación Fanpage / Leslie Gamboa, EPS Comunicación
5. Presentación de pagina en línea / Leslie Gamboa, EPS Comunicación
6. Tema *“Las Redes Sociales”* / Gabriel Cuellar, Encargado Ministerio de Jóvenes
7. Entrega de Unifoliar / Ministerio de Jóvenes
8. Despedida

- ✓ Diseño de playera y globos para el lanzamiento de la fanpage



- ✓ Comisiones para el lanzamiento de la fanpage

COMISIONES

1. Recepción de miembros
2. Sonido y Audiovisuales
3. Entrega de Volantes
4. Decoración

ESTRATEGIA 3

- ✓ Abrir una cuenta en twitter del pastor de la iglesia



- ✓ Definir nombre y acciones para la creación de la cuenta en twitter

Definición de Nombre y Acciones de la cuenta en Twitter con el Consejo y Pastor de la Iglesia

AGENDA A TRATAR

1. Sugerencias del nombre
2. Diseño
3. Distribución de espacios
4. Que debe reflejar la imagen general del perfil
5. Procesos de publicación
6. Definir fecha del lanzamiento del perfil
7. Organización del ministerio de jóvenes para apoyo en el lanzamiento

- ✓ Sesión fotográfica y elección de fotografías



- ✓ Actividades y temas del perfil de twitter

ACTIVIDADES TWITTER

- ❖ **PREGUNTON**

Se realizaran preguntas sobre la versículos claves, para motivar a los miembros a leer la biblia.

- ❖ **CONCURSOS**

Con temas determinados en donde se sorteen entradas a actividades, biblias y otros premios para hacer atractiva la fanpage a los miembros de la congregación.

- ❖ **ADIVINANZAS**

TEMAS EN EL PERFIL DE TWITTER

REFLEXIONES
CITAS BIBLICAS
AVANCES EN LA CONSTRUCCIÓN
DEBATES DE TEMAS
FOTOGRAFIAS DE VISITAS A OTRAS IGLESIAS
ENCUENTROS
VISITAS DE PREDICADORES
CONFERENCIAS
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

- ✓ Agenda de publicaciones semanales en twitter

AGENDA DE PUBLICACIONES SEMANALES TWITTER

Semana del ___ al ___ de _____ de _____.

ACTIVIDADES: _____

ESTRATEGIA 4

Realización de manual de buenas prácticas en redes sociales

- ✓ Contenido de manual de buenas prácticas en redes sociales

MANUAL DE BUENAS PRACTICAS EN REDES SOCIALES

CONTENIDO:

1. Introducción
2. Procedimiento para la creación y eliminación de herramientas
3. Derechos de propiedad intelectual, derechos de imagen y protección de datos
4. Difusión de las redes sociales
5. Evaluación y monitorización de las redes Sociales
6. Plan de crisis en las redes sociales
7. Guía de estilo
 - 7.1. Consejos y normas en la utilización de herramientas
 - 7.2. Política lingüística
 - 7.3. Grafismo, avatares, imágenes
 - 7.4. Contenido
 - 7.5. Tono de conversación
 - 7.6. Gestión de comentarios
 - 7.7. Mantenimiento y actualización
8. Procedimiento para la creación de contenido
9. Redes sociales Iglesia Cristiana Verbo Carcha, datos básicos de cada herramienta y recomendaciones (facebook y twitter)

- ✓ Reunión con consejo y pastor

REUNION

MANUAL DE BUENAS PRACTICAS EN LAS REDES SOCIALES CONSEJO Y PASTOR DE LA IGLESIA

AGENDA:

1. Importancia del Manual de Buenas Prácticas y el por qué de su elaboración
2. Lineamientos necesarios que regirán las publicaciones
3. Cotización de precio del Manual
4. Fecha de presentación del Manual al pastor y consejo
5. Fecha de entrega del Manual a Pastor , consejo y administradores

ANEXO 6:

FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1

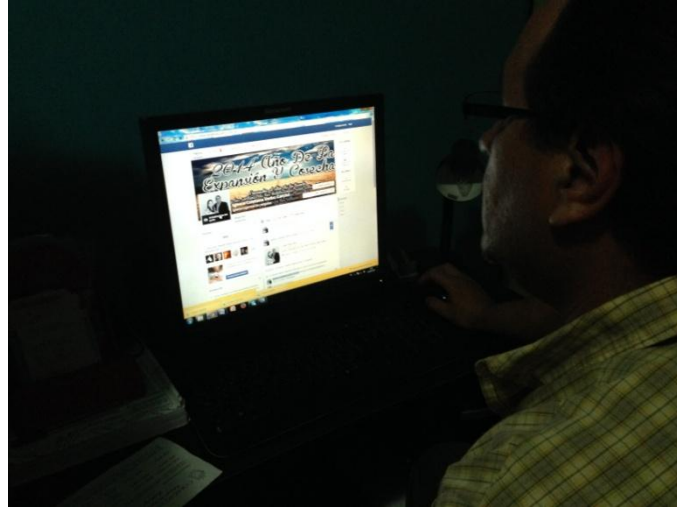
Estrategia 1 - Acción 1



Recibiendo Diploma Curso
Community Manager

Fotografía 2

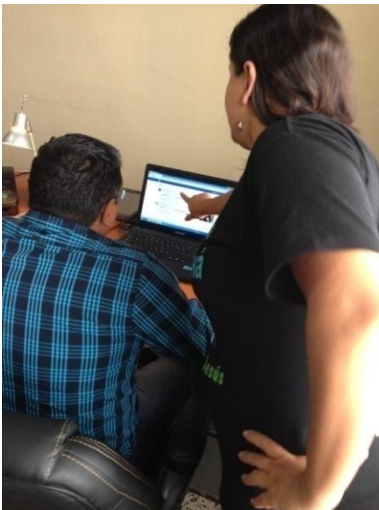
Estrategia 1 – Acción 2



Aplicando los conocimientos del Curso.

Fotografía 3

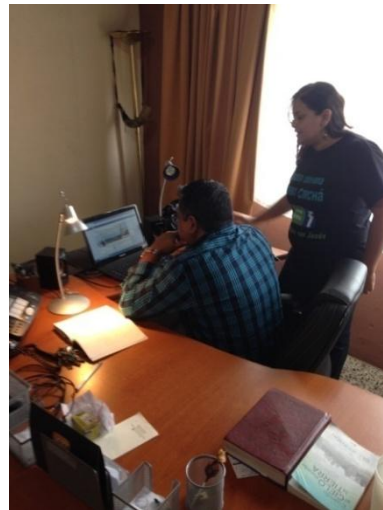
Estrategia 1 – Acción 3



Capacitación a Pastor de Iglesia Cristiana Verbo Carcha, en uso de la Fanpage.

Fotografía 4

Estrategia 1 – Acción 3



Fotografía 5
Estrategia 2 – Acción 1



Fotografía 6
Estrategia 2 – Acción 1



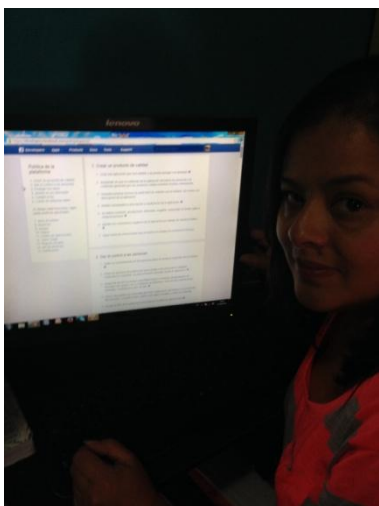
Reunión con Consejo de la Iglesia. Asistentes 5 personas

Fotografías 7 y 8
Estrategia 2 – Acción 1



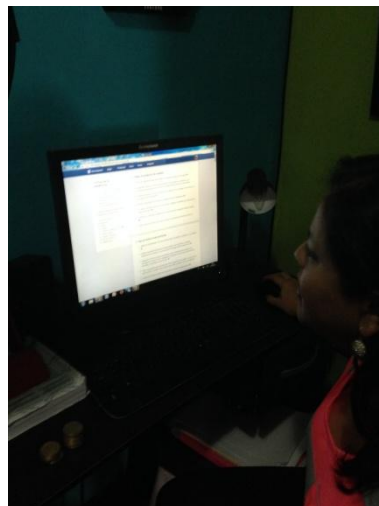
Reunión con Consejo de la Iglesia. Asistentes 5 personas

Fotografía 9
Estrategia 2 – Acción 2



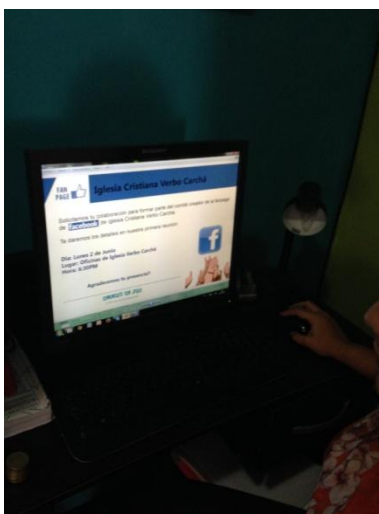
Verificar en Facebook la Disponibilidad del nombre.

Fotografía 10
Estrategia 2 – Acción 2



Informarnos sobre la plataforma de Facebook para su uso.

Fotografía 11
Estrategia 2 – Acción 3



Invitación virtual para formar Comité

Fotografía 12
Estrategia 2 – Acción 4



Miembros del Consejo Local y Esposas

Fotografía 13
Estrategia 2 – Acción 4



Familia del Anciano que Preside la Congregación

Fotografía 14
Estrategia 2 – Acción 5



Reunión con Ministerio de Jóvenes para organizar apoyo en lanzamiento de fanpage. (13 asistentes)

Fotografía 15
Estrategia 2 – Acción 6



Invitación a la congregación para lanzamiento de fanpage.

Fotografía 16
Estrategia 2 – Acción 7



Playera promocional del lanzamiento de la fanpage.

Fotografía 17
Estrategia 2 – Acción 7



Globos promocionales del lanzamiento de la fanpage.

Fotografía 18
Estrategia 2 – Acción 7



Volantes promocionales del lanzamiento de la fanpage.

Fotografía 19
Estrategia 2 – Acción 8



Reunión para aprobación de diseño de la fanpage, asistentes 4 personas.

Fotografía 20
Estrategia 2 – Acción 8



Fotografía 21
Estrategia 2 – Acción 9



Lanzamiento de la fanpage en la congregación.

Fotografía 22
Estrategia 2 – Acción 9



Fotografía 23
Estrategia 2 – Acción 9



Fotografía 24
Estrategia 2 – Acción 9



Preparando el ambiente para el lanzamiento de la fanpage en la congregación.

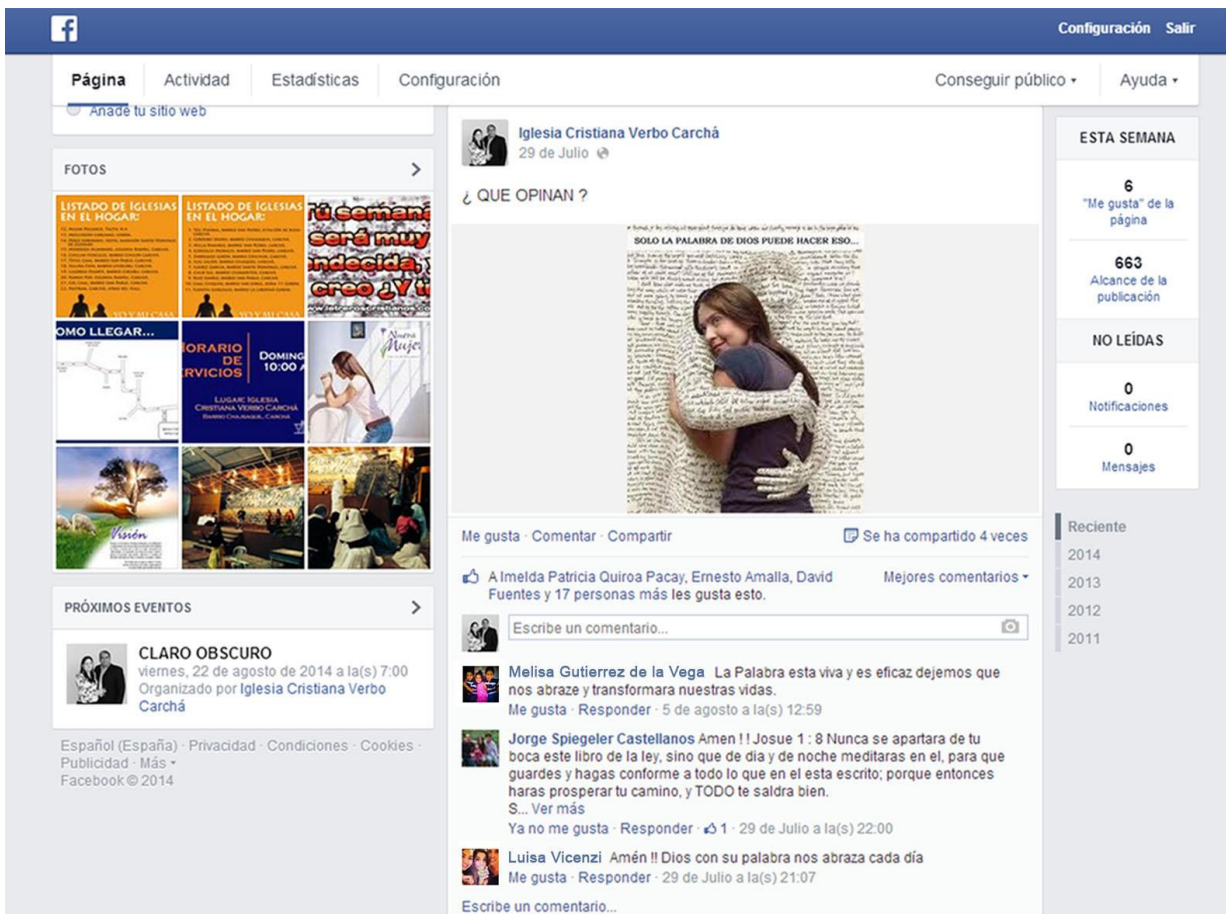
Fotografía 25
Estrategia 2 – Acción 10





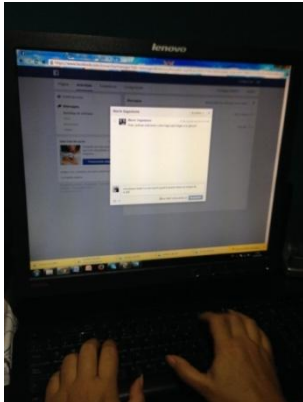
Presencia diaria en la Fanpage.

Fotografía 26 Estrategia 2 – Acción 10

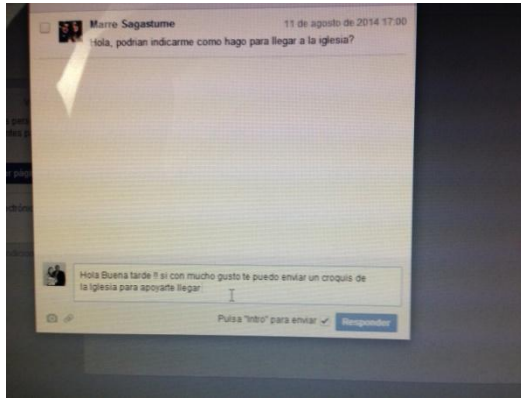


Presentación de contenidos que generen interés de interacción entre los seguidores.

Fotografía 27
Estrategia 2 – Acción 10



Fotografía 28
Estrategia 2 – Acción 10



Circuito de atención a usuarios para atender sus necesidades.

Fotografía 29
Estrategia 2 – Acción 10



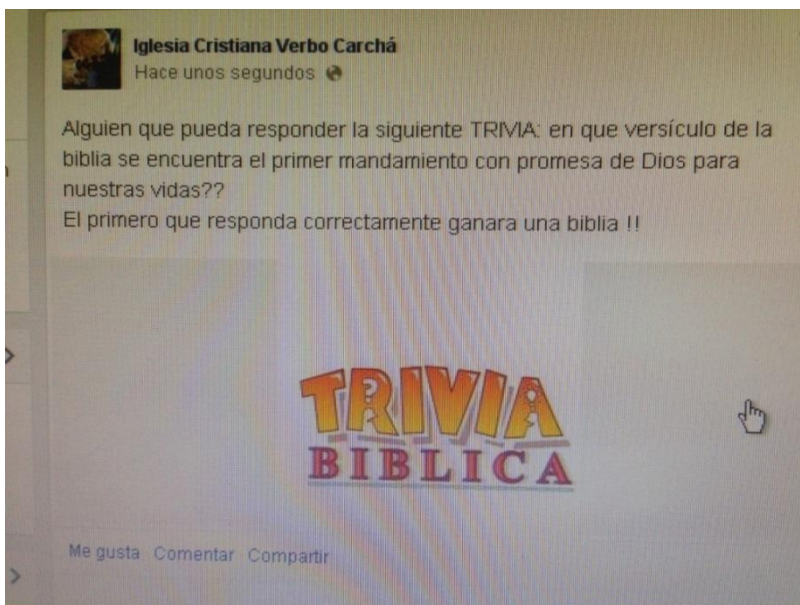
Creación de administradores de la Fanpage.

Fotografía 30:
Estrategia 2 – Acción 10



Creación del concurso de trivias bíblicas.

Fotografía 31
Estrategia 2 – Acción 10



Primera trivia lanzada en la fanpage.

ANEXO 7:

MATERIAL EJECUTADO

Material 1

Estrategia 1 – Acción 1



Diploma Curso Community Manager

Material 2

Estrategia 2 – Acción 3

A Facebook fanpage banner for 'Iglesia Cristiana Verbo Carchá'. It includes the text: 'Solicitamos tu colaboración para formar parte del comité creador de la fanpage de **facebook** de Iglesia Cristiana Verbo Carchá. Te daremos los detalles en nuestra primera reunión: Día: **Martes 3 de Junio** Lugar: **Oficinas de Iglesia Verbo Carchá** Hora: **6:30PM** Agradeceremos tu presencia!!' Below the text is the Facebook logo and a photo of hands giving thumbs up. At the bottom, it says 'EPS de comunicación y consejo de la iglesia.'

Invitación virtual para formar Comité

Material 3

Estrategia 2 – Acción 7



Artículos promocionales lanzamiento de la Fanpage.

Material 4
Estrategia 2 – Acción 8



Diseño de la fanpage aprobado por consejo de la Iglesia.