

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various heraldic symbols. The Latin motto "LETTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

**DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA
PARA FORTALECER LAS PLATAFORMAS DIGITALES
DEL CAMPUS VIRTUAL IGLESIA VIDA EN LÍNEA
EN IGLESIA CRISTIANA VIDA VILLA NUEVA**

JIMMY ALEXANDER YOUNG VÁSQUEZ

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021

Universidad De San Carlos De Guatemala

Escuela De Ciencias De La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado De Licenciatura

Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa

**Para Fortalecer las Plataformas Digitales
del Campus Virtual Iglesia Vida en Línea
en Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva**

Comunicación

Presentado por

creando futuro
Jimmy Alexander Young Vásquez

**Para optar al título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor

Licenciado Luis Fernando Lucero

Guatemala, octubre 2021

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yumán

Lcdo. Luis Fernando Lucero Vielman

Lcdo. Mynor René Martínez

Lcdo. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Jimmy Alexander Young Vásquez
Carné: 9611516
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para fortalecer las plataformas digitales del campus virtual Iglesia Vida en Línea en Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Fernando Lucero
Supervisor

M. A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carreón
Coordinador





Guatemala 8 de marzo de 2021
EPSL-C0173

Ingeniero:
Isaac Ochoa
Iglesia Vida
Villa Nueva
Presente

Distinguido Ingeniero Ochoa:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Jimmy Alexander Young Vásquez**, carné no. **9611516** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt



Guatemala, 15 de marzo 2021

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante **Jimmy Alexander Young Vásquez** con número de carné **9611516** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en Iglesia Vida Villanueva ubicada en 1 Calle 7-67 Zona 5 de Villanueva, adaptándonos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir las prácticas en el periodo comprendido de marzo al mes de agosto del 2021.

Atentamente,

Samuel Ríos
Administrador Iglesia Vida





Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo





Dedicatoria a:

Dios:

Por darme la vida, la salud , la sabiduría para poder cumplir esta meta en mi vida. A Él sea toda la Gloria, Honra y Honor.

Mi Esposa:

Mi compañera de mil batallas que estuvo siempre apoyándome incondicionalmente. Sin su apoyo este logro no hubiera sido posible. Te amo

Mis Padres:

Mi madre bella quien siempre me ha motivado a continuar mi carrera. Gracias por tus oraciones y apoyo incondicional, y a mi padre que siempre fue un ejemplo a mi vida, un abrazo al cielo.

Mi Familia:

Por siempre estar allí cuando lo necesité, y que este logro pueda servirles de inspiración para lograr sus metas.



Agradecimientos a:

Universidad de San Carlos de Guatemala

El centro de estudios que me dio la oportunidad de convertirme en un profesional

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por permitirme desarrollar y culminar esta apasionante carrera.

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva

Pastores, líderes y a todo el equipo de Iglesia Vida en Línea que me brindaron todo su apoyo para desarrollar este proyecto y aportar mi granito de arena para cumplir la visión de “crear oportunidades de altura para un futuro lleno de esperanza”

Programa de Ejercicio Profesional Supervisado – Eps –

En especial a los coordinadores Master Evelyn Morazán, Dr. José María Torres Carrera, que con mucha paciencia y sabiduría nos guiaron en este proceso al igual que a mis supervisores Licenciado Mynor Martínez y Licenciado Fernando Lucero por sus valiosos aportes a este informe.

Amigos y compañeros

Al grupo de compañeros y amigos de universidad que durante este proceso no permitieron que me quedará atrás, sino al contrario me brindaron su ayuda incondicional, incluyendo a mis colegas del grupo de EPS 2021 que sin su apoyo no hubiera sido posible. Igual agradecimiento a todos que de alguna manera me motivaron y fueron fuente de inspiración para alcanzar esta meta.



Índice

Índice de Tablas	i
Índice de Figuras	ii
Introducción	iv
Antecedentes	vi
Justificación	viii
Capítulo 1	1
Diagnóstico de Comunicación	1
1.1 La Institución	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación Geográfica	2
1.4 Integraciones y Alianzas Estratégicas	4
1.4.1 Asambleas de Dios	4
1.4.2 Global University	5
1.4.3 Convoy of Hope	5
1.5 Origen e Historia	5
1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución	6
1.7 Organigrama Administrativo	8
1.8 Misión	9
1.9 Visión	9
1.10 Objetivos Institucionales	10
1.11 Público Objetivo	10
1.12 Diagnóstico	11
1.13 Objetivo General	11
1.13.1 Objetivos Específicos	11
1.14 Tipos de Investigación	12
1.15 Enfoque	12
1.15.1 Enfoque Cuantitativo	12



1.15.2 Enfoque Cualitativo	13
1.15.3 Enfoque Mixto	13
1.16 Técnicas de Recolección de Datos	14
1.16.1 Observación	14
1.16.2 Documentación	16
1.16.3 Entrevistas de Profundidad	16
1.16.4 Encuestas	17
1.17 Interpretación de Resultados	18
1.18 FODA	32
1.19 Problemas Detectados	33
1.20 Planteamiento del Problema Comunicacional	33
1.21 Indicadores de Éxito	33
1.22 Proyecto a Desarrollar	34
Capítulo 2	35
Plan Estratégico de Comunicación	35
2.1 Descripción Técnica Plan Estratégico de Comunicación	35
2.2 Misión	38
2.3 Visión	38
2.4 Elementos Comunicacionales	38
2.5 Alcances y Límites de la Estrategia	44
2.6 Metodología para la Aplicación de la Estrategia Comunicacional	44
2.6.1 Objetivo General y Específico	46
2.6.2 Acciones para Conseguir los Objetivos	46
2.6.3 Los Indicadores para Medir su Cumplimiento	48
2.6.4 Los Instrumentos	49
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia	49
2.7 Financiamiento	50
2.8 Presupuesto	51
2.9 Beneficiarios	52



2.10 Recursos Humanos	53
2.11 Área Geográfica de Acción	53
2.12 Cuadro Comparativo de la Estrategia	54
2.13 Cronograma del Plan de Comunicación	55
Capítulo 3	56
Ejecución de la Estrategia	56
3. Informe de la Ejecución	56
3.1 Programa de Publicaciones en el Grupo de Facebook	56
3.2 Manual y Protocolo COVID-19 para Transmisiones en Vivo	62
3.3 Plan de Capacitación para presentadores	65
3.4 Actividades y Calendarización	71
Conclusiones	73
Recomendaciones	75
Fuentes Bibliográficas	76
E-grafías	80
Anexos	82



Índice de Tablas

Tabla 1	FODA de Iglesia Vida en Línea	32
Tabla 2	Programa de publicaciones	46
Tabla 3	Manual de protocolo	47
Tabla 4	Programa de capacitación	47
Tabla 5	Instrumentos	49
Tabla 6	Presupuesto	51
Tabla 7	Beneficiarios	52
Tabla 8	Recursos humanos	53
Tabla 9	Cuadro comparativo de la estrategia	54
Tabla 10	Cronograma del plan de comunicación de Facebook	55
Tabla 11	Planificación general	57
Tabla 12	Cronograma de actividades de febrero a julio	71
Tabla 13	Cronograma de actividades de julio a noviembre	72
Tabla 14	Guía de observación y de entrevista a Samuel Ríos, Administrador	83
Tabla 15	Guía para Oswaldo Ortega	84
Tabla 16	Guía entrevista Pastor Iglesia Vida en Línea	84



Índice de Figuras

Figura 1	Mapa de ubicación de Villanueva, Guatemala	3
Figura 2	Mapa de ubicación Iglesia Cristiana Vida	4
Figura 3	Organigrama administrativo	8
Figura 4	Organigrama ministerial	9
Figura 5	Rango de edad	18
Figura 6	Sexo de los encuestados	19
Figura 7	Frecuencia de visita a las páginas	20
Figura 8	Satisfacción	21
Figura 9	Interacción	22
Figura 10	Interacción chat	23
Figura 11	Página web	24
Figura 12	Transmisiones	25
Figura 13	Servicios dominicales	26
Figura 14	Plataformas	27
Figura 15	Redes sociales	28
Figura 16	Horario	29
Figura 17	Temas de interés	30
Figura 18	Preferencias	31
Figura 19	Elementos de la comunicación	38
Figura 20	Petición de oración, fecha: miércoles 21 de Julio	58
Figura 21	Pregunta para el grupo, fecha: jueves 22 de Julio	58
Figura 22	Programa Vida Live	59
Figura 23	Bienvenida a los nuevos miembros	59
Figura 24	Bienvenida a los nuevos miembros	60
Figura 25	Crecimiento de miembros en el mes de julio	61
Figura 26	Número de publicaciones durante el mes de julio	61



Figura 27	Manual para transmisiones en vivo 1ra. parte	63
Figura 28	Manual para transmisiones en vivo 2da. parte	64
Figura 29	Expositor Jimmy Young	66
Figura 30	Participantes de capacitación Ante las Cámaras	67
Figura 31	Capacitación Ante las Cámaras	68
Figura 32	Foto grupal de capacitación Ante las Cámaras	68
Figura 33	Foto grupal de capacitación de Cómo Conducir un Evento Virtual	69
Figura 34	Capacitación de Cómo Conducir un Evento Virtual	70
Figura 35	Foto grupal de capacitación de Introducción a la Locución	70
Figura 36	Capacitación de Introducción a la Locución	71
Figura 37	Transmisión en vivo	85
Figura 38	Portada grupo Iglesia Vida en Línea	85
Figura 39	Ejemplo de publicación #1	86
Figura 40	Ejemplo de publicación #2	86
Figura 41	Ejemplo de publicación #3	87
Figura 42	Ejemplo de publicación #4	87
Figura 43	Diploma de participación	88
Figura 44	Comprobante de pago capacitación Licda. Carolina Chacón	88
Figura 45	Propuesta de trabajo Licda. Silvia Pérez Telón	89
Figura 46	Comprobante de pago de capacitación por Licda. Silvia Pérez Telón	90



Introducción

Este trabajo se realiza en el contexto de la pandemia COVID-19, cuyas restricciones ha afectado el desarrollo de muchas instituciones e Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva no ha sido la excepción. Como parte de las medidas impuestas por el gobierno se prohibió todo tipo de reunión religiosa con el fin de evitar la propagación de contagios, por lo que en Iglesia Vida tuvo que tomar acciones inmediatas para mantener la conexión con su público de manera virtual.

Por ello, es necesario fortalecer las áreas encargadas de llevar la comunicación digital por medio de las diferentes plataformas, y una de ellas es el nuevo campus de Iglesia Vida en Línea. El transmitir correctamente un mensaje es elemental para alcanzar los objetivos deseados, y este informe como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala aporta herramientas que sean útiles en esa labor.

La comunicación externa es importante en una organización o empresa porque la misma tiene “el objetivo de generar, mantener, o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos” (Martinez, 2017).

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva siempre se caracteriza por la búsqueda de la excelencia en cada detalle, enfocándose en el desarrollo integral de las personas, y brindar oportunidades de altura para que sus miembros se sientan como en casa y suplan sus necesidades espirituales y emocionales. Como parte de la visión de la iglesia, el consejo pastoral apoya el proyecto de Iglesia Vida en Línea, el cual se convierte en un campus virtual que busca lograr ese acercamiento y seguimiento a las personas que se conectan y comunican por las plataformas digitales, que ya sea porque están lejos o por alguna circunstancia en especial no pueden asistir físicamente a una iglesia.

En este diagnóstico y estrategia de comunicación se realiza una evaluación de las fortalezas y debilidades en los procesos de comunicación interna y externa, se hace un recorrido desde el origen



y la historia de Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva, así como su estructura administrativa y ministerial. Contiene una radiografía sobre los principales problemas que afectan la comunicación externa, en especial las que afectan el campus de Iglesia Vida en Línea, así como sus principales fortalezas y oportunidades.

Como resultado de las observaciones, entrevistas y encuestas, se presenta una estrategia de comunicación incluye varias acciones que van enfocadas a fortalecer la comunicación con el público externo.



Antecedentes

La realización de este informe se da dentro de las actividades el Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la cual se tiene el primer contacto con la institución investigada.

Este estudio nace de la necesidad de crear un estudio de comunicación en el área de Iglesia Vida en Línea. Para lo cual inicialmente se conversó con el ingeniero Isaac Ochoa, pastor de dicho campus a quien le agrado la idea de que se fortalezca el área de comunicación especialmente el trabajo que realiza el equipo de presentadores del área a su cargo.

Para hablar de antecedentes se entrevistó al encargado y pastor del área de multimedia, Oswaldo Ortega quien junto con su esposa ya llevan aproximadamente doce años de servir en dicho ministerio que hoy en día se llama “Comunicación Creativa”.

Según Ortega, la iglesia comenzó a usar una cuenta de *Facebook* en el 2013, que estaba a nombre de la pastora Mirna Taracena, y se publicaban las fotos de lo que ocurría durante los servicios. En el 2015 se creó la página oficial de la iglesia donde ya iniciaron con la transmisión de los servicios en vivo. En ese mismo año se creó la cuenta de *YouTube*, con la publicación de videos de anuncios y posteriormente la transmisión en vivo de los servicios presenciales (Ortega, 2021 Comunicación Personal, 19 de abril 2021).

El logo actual que tiene la iglesia se usa desde 2014. En lo que respecta a la imagen institucional no hay ningún documento de política de línea gráfica. Actualmente este logo también es utilizado para todos los campus, inclusive Iglesia Vida en Línea.



A la fecha no hay ningún trabajo académico realizado acerca de Iglesia Cristiana Vida como institución, por lo que el presente es el primero a realizarse (Ortega, 2021 Comunicación Personal, 19 de abril 2021).

En el 2020 la Licenciada Eva Guiselle Flores Peña realizó un diagnóstico de comunicación, llamado “Diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa para fortalecer las redes sociales de la institución Cristo para las Naciones” el cual evalúa el tema de redes sociales y su efecto en una organización cristiana como el caso que ocupa en esta oportunidad (Peña, 2020).



Justificación

La comunicación en una empresa debe responder a las necesidades de su público objetivo. Las redes sociales como herramienta de comunicación externa representan una gran oportunidad para acercarse a los clientes de una organización, y lograr de esta manera una conexión cercana con su público.

Es necesario que los canales de comunicación externa sean eficientes y comuniquen claramente el mensaje que se pretende transmitir. Iglesia Cristiana Vida tiene como objetivo apoyar a las personas en el área de espiritual, emocional y material. Un mensaje comunicado de la manera correcta puede transformar la vida de una persona y por ende transformar la situación de una familia.

Este estudio nos ayuda a conocer las preferencias de parte de los usuarios de las páginas oficiales de Iglesia Vida en Línea, en el que se establece que tipo de contenido es el que más aceptación tiene y también que tipo de publicaciones les gustaría observar. Se realizan las propuestas para elevar el nivel de calidad del contenido que se publica y de esta manera los usuarios puedan estar satisfechos con el mismo.

La población beneficiada con este tipo de contenido son los usuarios de las redes sociales que, por diferentes motivos como problemas de salud, económicos, familiares entre otros no pueden asistir a las reuniones presenciales y a través de las transmisiones generadas pueden recibir un consejo oportuno. También la generación de contenido de valor puede animar a las personas en cualquier momento y pueden tener la confianza de escribir y solicitar ayuda a través de las páginas de Iglesia Vida en Línea



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva

1.2 Perfil Institucional

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva pertenece a las Asambleas de Dios de Guatemala. Es un centro cristiano ubicado en el área sur del departamento de Guatemala, se proyecta a cada estrato de la población guatemalteca sin importar su clase social, además cuenta con un banco de alimentos que se encarga de ayudar a las comunidades de escasos recursos, aparte de brindar ayuda en el área espiritual de las personas y dar a conocer el mensaje de Dios basado en el libro sagrado para la religión cristiana: La Biblia.

Iglesia Vida como organización religiosa tiene varios postulados que definen su esencia en cuanto a la doctrina que los rige. Estos postulados son los siguientes

- a) Somos una iglesia bibliocéntrica
- b) Somos una iglesia teocéntrica
- c) Somos una iglesia comprometida con la gran comisión
- d) Somos una iglesia con proyección social
- e) Somos una iglesia con puertas abiertas a todas las personas con necesidad de Dios
- f) Somos una iglesia con oportunidades para servir.

Como iglesia tiene 16 verdades fundamentales que son las mismas que profesan la organización de las Asambleas de Dios, que se enumeran a continuación:

- La inspiración de las Escrituras



- El único Dios Verdadero
- La deidad del Señor Jesucristo
- La caída del hombre
- La salvación del hombre
- Las ordenanzas de la iglesia
- El bautismo del Espíritu Santo
- La evidencia física inicial del bautismo del Espíritu Santo
- La santificación y su misión
- El ministerio
- Sanidad Divina
- La esperanza Bienaventurada
- El reino milenario de Cristo
- El Juicio Final
- Los cielos nuevos y tierra nueva

1.3 Ubicación Geográfica

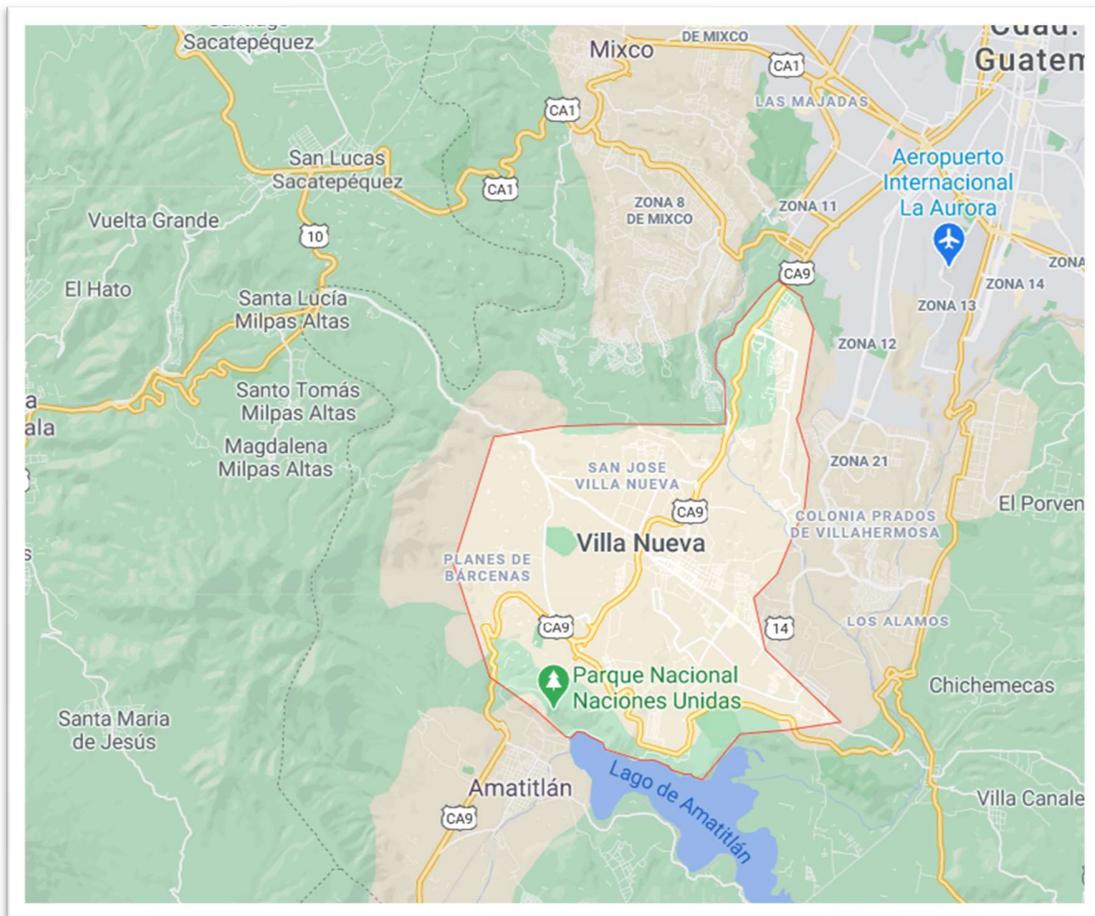
Iglesia Cristiana Vida está ubicada en el municipio de Villa Nueva, al sur del departamento de Guatemala. Villa Nueva, abarca desde el kilómetro 7 de la carretera internacional al pacífico a la altura de la 37 calle de la calzada Aguilar Batres, hasta el kilómetro 25.2 de la carretera internacional al Pacífico CA-9 (Planes de Bárcenas).

Villa Nueva colinda al norte con la Ciudad de Mixco y la ciudad de Guatemala, al oeste con San Miguel Petapa, al sur con el lago de Amatitlán y la ciudad de Amatitlán, al oeste con los municipios de Magdalena Milpas Altas, Santa Lucía Milpas Altas y San Lucas Sacatepéquez.



El municipio de Villa Nueva fue fundado en el año de 1763 por ladinos y españoles. Actualmente es uno de los municipios más productivos del país. Iglesia Vida tiene 16 años de estar en este municipio.

Figura 1
Mapa de ubicación de Villanueva, Guatemala

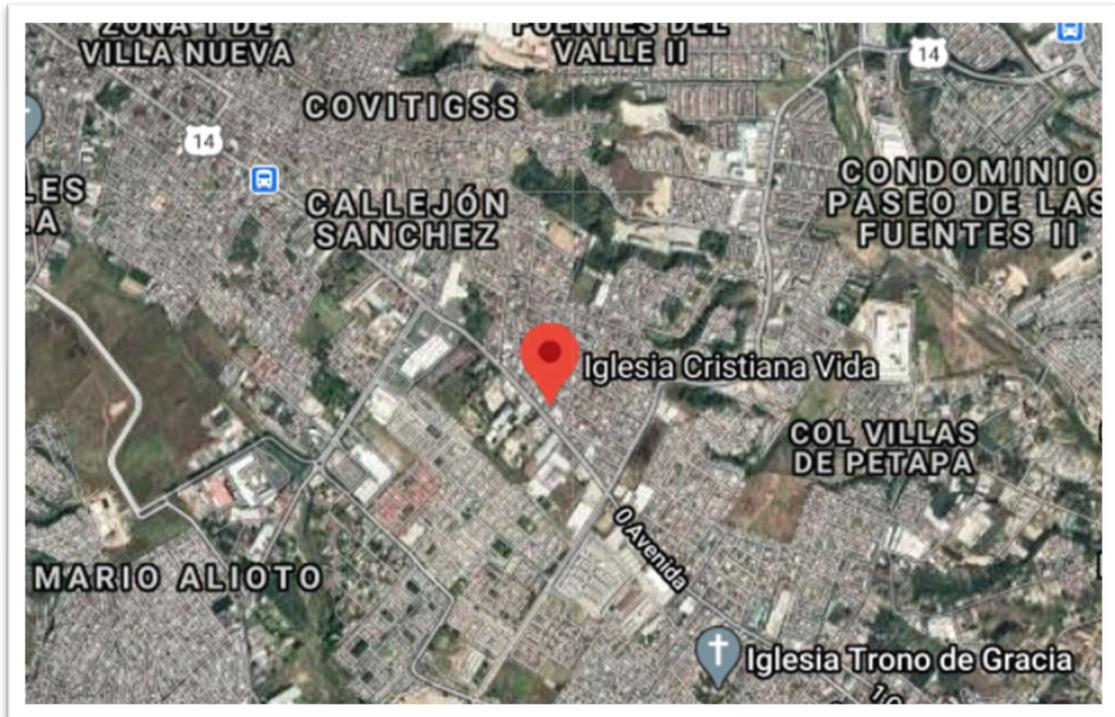


Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Villa+Nueva>

La dirección exacta donde se encuentra ubicada es la 1 calle 7-67 zona 5, Los Planes Villanueva, en un punto estratégico que permite alcanzar a pobladores de San Miguel Petapa, Amatitlán y Ciudad de Guatemala entre otros.



Figura 2
Mapa de ubicación Iglesia Cristiana Vida



Fuente: <https://www.iglesiavida.gt/villanueva/>

1.4 Integraciones y Alianzas Estratégicas

Iglesia Cristiana Vida tiene varias alianzas estratégicas con fin de poder cumplir su propósito de una mejor manera.

1.4.1 Asambleas de Dios

Iglesia Cristiana Vida es parte de la misión Asambleas de Dios, la cual es una organización a nivel nacional e internacional que tiene más de 346,000 iglesias alrededor del mundo, su sede central está en Estados Unidos. En Guatemala las Asambleas de Dios están organizadas por regiones y



distritos, cuentan con 2,634 iglesias diseminadas en todo el país. Iglesia Cristiana Vida pertenece al distrito Petapa.

1.4.2 Global University

A partir de 2017 los pastores generales de Iglesia Cristiana Vida, Romeo y Mirna Taracena fueron nombrados representantes de la universidad Global University, donde se puede estudiar licenciaturas y maestrías en teología en línea. Global University es una universidad cristiana sin fines de lucro, completamente acreditada y de tradición pentecostal con sede en Springfield, Missouri.

1.4.3 Convoy of Hope

Convoy of Hope es una organización sin fines de lucro cuyo fin es ayudar a los más necesitados. Su sede está en la ciudad de Springfield en el estado de Missouri, Estados Unidos. Actualmente tiene alianza con Iglesia Cristiana Vida como un canal para enviar la ayuda dirigida hacia las áreas más vulnerables del país. En este año se puso en marcha el proyecto denominado por sus siglas CADA, centro de alcance, desarrollo y amistad, cuyo fin es capacitar a mujeres en diferentes áreas técnicas para que estén preparadas para iniciar un emprendimiento o incursionar en el mundo laboral.

1.5 Origen e Historia

“La misión de las Asambleas de Dios en Guatemala inicia oficialmente en 1937 en el municipio de Atescatempa, Jutiapa. El primer superintendente fue Juan L. Franklin. La misión fue reconocida por el Gobierno de la República de Guatemala el 26 de junio de 1958, siendo el presidente Miguel Ydigoras Fuentes” (Asambleas de Dios.org.gt, 2021).



Iglesia Cristiana Vida nace en abril 2005. La iglesia nace en un pequeño local del Centro Comercial El Frutal con el liderazgo de los Pastores Romeo y Mirna Taracea. Sólo cinco semanas después se trasladan a un nuevo local ubicado en la Calle Real de Villanueva donde antes funcionaba una bodega.

En 2008 se realizaban dos servicios dominicales cada semana, y en 2010 ya eran cuatro servicios que se realizan el domingo. En el año 2015 se rentó un nuevo terreno donde se construyó el templo mayor, y el templo anterior fue utilizado para las actividades de niños y jóvenes. En 2005 la asistencia era de 85 personas y actualmente llega a más de 3,500 personas (Iglesia Vida GT, 2016).

El proyecto de Iglesia Vida en Línea nace en 2019 con el objetivo de establecer una conexión con las personas que ven las transmisiones en las diferentes plataformas. El 8 de marzo de 2020 se inicia este ministerio bajo el liderazgo del Pastor Isaac Ochoa.

1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución

Iglesia Cristiana Vida tiene un área de administración donde se realizan todas las gestiones contables y administrativas de la iglesia. A su vez hay varios ministerios que atienden a los más de tres mil miembros que semana a semana visitan la iglesia. Dichos ministerios están compuestos por un grupo de voluntarios que sirven incondicionalmente en sus respectivas áreas.

A continuación, se mencionan los principales ministerios que tiene la iglesia:

Comunicación Creativa

Es el área encargada de todo lo que tiene que ver con multimedia. Su función es velar por que los servicios puedan transmitirse eficientemente en las diferentes plataformas de *streaming* así también de administrar y producir el contenido para las redes sociales.

Sonido



Es el área encargada del sonido en el templo. Se encargan del audio de los micrófonos, bocinas, y de los instrumentos musicales entre otras funciones.

Seguridad

Es el ministerio que vela por qué no ocurra ningún incidente que pueda afectar la realización de los servicios o amenazar la seguridad de los asistentes

Servidores

Es el grupo encargado de ordenar el templo para que esté listo al iniciar cada servicio, así como de dar la bienvenida y estar al tanto de cualquier inquietud de los asistentes. También son los encargados de poner en marcha todos los protocolos de bioseguridad derivados de la pandemia COVID-19.

Nexus One

Es el ministerio juvenil de la iglesia, cuyo objetivo es organizar actividades que puedan acercar a los jóvenes a Dios. Nexus One agrupa a varios ministerios juveniles clasificados según la edad.

Vida Kids

Este ministerio es el encargado de organizar actividades para los niños de la congregación.

Campus

Adicionalmente Iglesia Vida cuenta con 3 campus más con sus respectivas sedes y pastores:

- a) Iglesia Vida Xela

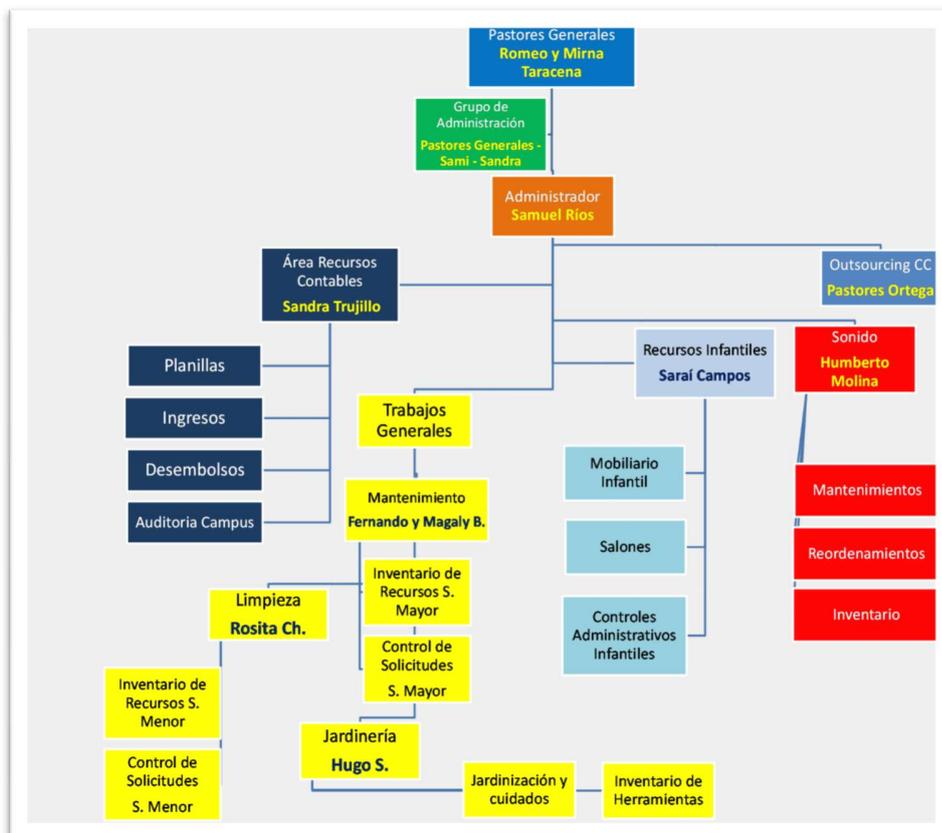


- b) Iglesia Vida Roosevelt
- c) Iglesia Vida en Línea
- d) Iglesia Vida Villa Nueva

1.7 Organigrama Administrativo

Se presenta dos tipos de organigrama, uno que contiene al personal administrativo que tiene una relación de dependencia con Iglesia Vida y otro a nivel ministerial que incluye a los diferentes líderes que tienen diferentes responsabilidades en la organización

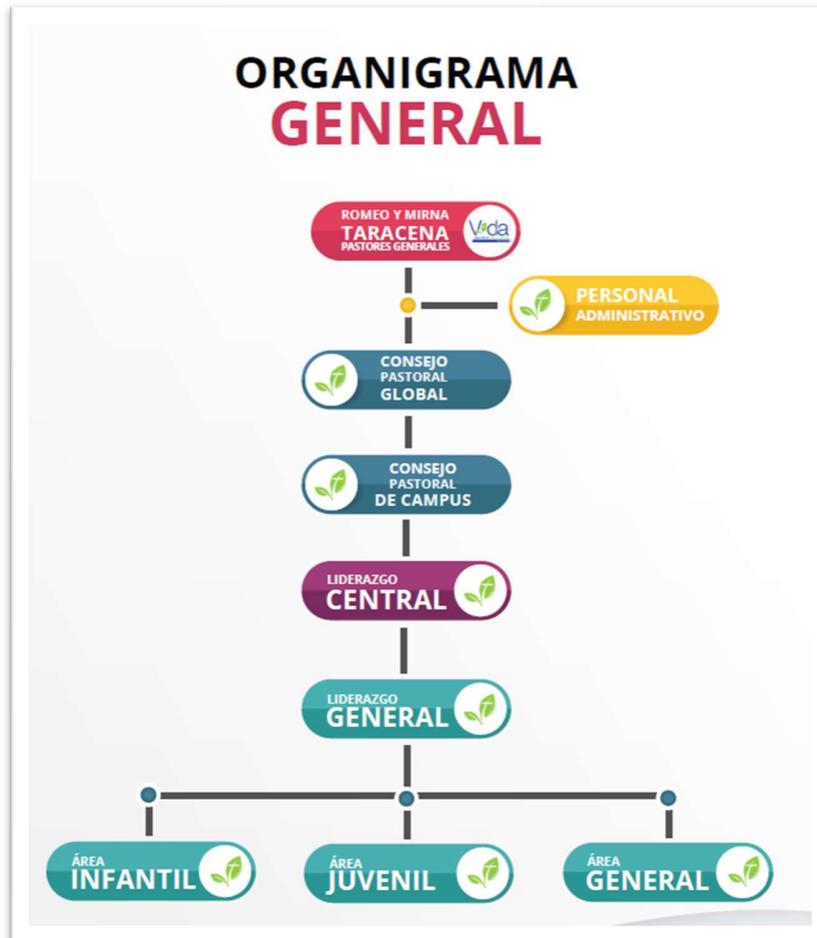
Figura 3
Organigrama administrativo



Fuente: Proporcionado por Samuel Ríos, Administrador.



Figura 4
Organigrama ministerial



Fuente: Manual de Procesos 2019

1.8 Misión

Somos creadores de oportunidades que inspiran a creer servir y permanecer.

1.9 Visión

Creamos oportunidades de altura para un futuro lleno de esperanza.



1.10 Objetivos Institucionales

Los objetivos definidos por Iglesia Vida se definen en metas cualitativas y cuantitativas. Las metas cualitativas contenidas en el manual de procesos 2019 son las siguientes:

- a) Ser de las 10 iglesias más saludables de la república Guatemala
- b) Ser la mejor opción en su población

Las metas cuantitativas son las siguientes:

- a) Crecer en número hasta 5,000 miembros
- b) Inaugurar dos campus en otras comunidades

En cuanto a su proyección al público externo, Iglesia Vida en Línea tiene como objetivo el siguiente:

- a) Tener una comunidad activa de fe
- b) Ser capacitadores y facilitadores de oportunidades para servir en cualquier campus de iglesia vida sin importar distancia

Según lo indicado por Samuel Ríos, administrador de Iglesia Cristiana Vida, estas metas engloban varios aspectos que la organización quiere alcanzar, tales como mantener la doctrina sobre la cual está fundada la iglesia y ser siempre relevantes dentro de la comunidad. Según menciona Samuel Ríos los objetivos se replantean cada cinco años, y el objetivo de abrir dos campus ya fue realizado, y que en este año les toca replantear los mismos.

1.11 Público Objetivo

Según Samuel Ríos el público objetivo es diverso, dado que en la iglesia hay niños y jóvenes que han llegado a congregarse sin la compañía de sus padres, así como también hay familias completas, madres solteras, personas que han rescatado de la calle.



Por medio de las redes sociales su público objetivo es más amplio, toda vez que las personas tengan acceso a redes sociales, no solamente las del área sur del departamento de Guatemala, sino también de cualquier parte del mundo.

1.12 Diagnóstico

“El diagnóstico ayuda a identificar y definir necesidades de comunicación, genera un pronóstico o perfil de acciones y escenarios futuros y deseables” (Ispanel, 2013). Para la realización del diagnóstico se tomaron en cuenta diferentes factores que se obtienen de las herramientas de recolección de datos.

“El diagnóstico en las organizaciones implica el análisis de los aspectos externos y su impacto en la organización, equiparándonos, a su vez con los aspectos internos, la evaluación de estos escenarios permite diseñar estrategias de maximización de oportunidades y de minimización de amenazas haciendo uso efectivo de los recursos organizacionales” (Bravo Rojas, 2019).

Por medio de este diagnóstico se pudo indagar sobre los diferentes aspectos en el área de comunicación en Iglesia Cristiana Vida. Los puntos investigados y observados son vitales para la propuesta de una estrategia que responda a las necesidades de esta institución y contribuyen al logro de sus objetivos institucionales.

1.13 Objetivo General

Evaluar la comunicación en la comunidad de Iglesia Cristiana Vida Villanueva.

1.13.1 Objetivos Específicos

- ✓ Conocer los procesos de comunicación interna y externa en Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva
- ✓ Identificar el alcance de Iglesia Vida en Línea como herramienta de comunicación externa.



- ✓ Medir las preferencias del público acerca del contenido digital de Iglesia vida en Línea.

1.14 Tipos de Investigación

De acuerdo con su profundidad el tipo de investigación que se utiliza en este informe es descriptiva que según Sampieri dice: “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (2014, p.92).

En el diagnóstico se observan las características propias de los procesos de comunicación que utilizan en la iglesia de forma interna y externa. De acuerdo con su alcance esta investigación es transversal dado que el período que abarca el estudio está comprendido entre los meses de abril a agosto del año 2021.

Parte de la investigación es documental porque se requiere de documentos y antecedentes que tiene la institución, y también se utiliza la investigación empírica, porque a través de la observación se descubrieron las principales necesidades de comunicación.

1.15 Enfoque

Se utilizará un enfoque mixto en el cual se utilizan los dos tipos de enfoque descritos a continuación:

1.15.1 Enfoque Cuantitativo

“La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible. El investigador debe evitar en lo posible que sus creencias temores, deseos y tendencias influyan en los resultados del estudio o interfieran en los procesos y que tampoco sean alterados por las tendencias de otros” (Sampieri, 2014, pág. 6).



En este enfoque son importantes los datos estadísticos, instrumentos de medición, que ayudan a establecer conclusiones que generan conocimiento. Se busca también empalmar la realidad subjetiva, con la realidad objetiva, basada en conocimiento sustentado por teorías.

1.15.2 Enfoque Cualitativo

Este tipo de enfoque parte de la experiencia del investigador cuando se involucra en la investigación y saca hipótesis y conclusiones. No lleva un sistema estructurado. Según Sampieri dice que “El enfoque cualitativo se basa más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (2014, pag. 8).

Como el objetivo del diagnóstico es identificar las posibles deficiencias en los procesos de comunicación es necesario indagar con los actores principales para conocer de fuente primaria cuales son esos factores que inciden en la comunicación

1.15.3 Enfoque Mixto

Según Sampieri el enfoque mixto es una combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo. Dentro de sus principales características están las siguientes:

- a) Planteamientos más abiertos que van enfocándose
- b) Se conduce básicamente en ambientes naturales
- c) Los significados se extraen de datos
- d) No se fundamenta en la estadística (Sampieri, 2014, pág. 3)

En el enfoque mixto se toma en cuenta tanto los datos obtenidos de encuestas como la información obtenida de entrevistas, por lo que da un panorama más completo de cómo se encuentra organizada y las falencias en el área de la comunicación.



1.16 Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección empleadas en el presente diagnóstico están dirigidas a la metodología de enfoque mixto, que incluye encuestas que darán datos cuantitativos, así también entrevistas que proporcionan información valiosa para la identificación de las fortalezas y debilidades de la institución.

Como Técnicas de Recolección de datos se entiende como el conjunto de Técnicas y procedimientos que le permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación (Slidesshare.net, 2017|).

1.16.1 Observación

Para la realización del presente diagnóstico fue elemental la técnica de observación, para dar el enfoque cualitativo de la investigación. “La observación cualitativa no es mera contemplación (sentarse a ver el mundo y tomar notas); implica adentrarse profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos eventos e interacciones” (Sampieri, 2014, pág. 399).

Según bitácora de observación adjunta se pudo verificar que la iglesia tiene activas sus páginas de redes sociales, así como su página web. La iglesia tiene definida su visión y misión, además cuenta con un documento que fue entregado a todos sus colaboradores donde están definidos sus objetivos, valores, código de ética, de vestimenta, filosofía y políticas. Cuentan también con estrategias institucionales las cuales se renuevan de acuerdo con el alcance de las metas propuestas.

La iglesia cuenta con dos locales que son arrendados, el primero llamado “templo menor” está destinado para que los niños y jóvenes reciban sus respectivas clases, pero ahora no se utilizan por seguimiento a las normas y protocolos del COVID-19. El segundo local es donde está ubicado el



auditorio mayor, cuenta con capacidad para 1,500 personas aproximadamente y cuenta con área de cafetería y parqueo.

Las redes sociales son el canal donde se da a conocer las actividades de la iglesia, así como las transmisiones en vivo, principalmente se utiliza las plataformas de *Facebook* y *YouTube*. Al ingresar a la página web se observa como opción principal la de reservar lugar además de las opciones para peticiones de oración, diezmos y ofrendas, aparte se puede ver la información general de la iglesia y cuenta con un banco recursos gratuitos y de e-learning.

Aparte de las páginas oficiales cuenta con un grupo privado de *Facebook* con el nombre de Iglesia Vida en Línea cuyo propósito es hacer comunidad, al mismo tiempo que las personas puedan realizar peticiones de oración e interactuar con las publicaciones que allí se presentan.

Los medios de comunicación disponibles para el público interno y externo son las redes sociales. Aparte cuenta con un correo institucional y número telefónico de planta. El correo institucional es hola@iglesiavida.com.gt. En cuanto la comunicación interna con empleados y voluntarios se maneja la plataforma de mensajes WhatsApp.

La iglesia cuenta con organigrama administrativo y aparte un organigrama ministerial. En ambos la cabeza principal son los pastores generales quienes tienen un equipo pastoral con el cual se reúnen para tomar decisiones de interés para la iglesia.

La iglesia cuenta con una sala donde normalmente se realizan las reuniones de trabajo. Actualmente el consejo pastoral y los diferentes ministerios se reúnen por medio de la plataforma *Zoom*, derivado de las restricciones COVID-19. Por lo general cada ministerio realiza planificaciones mensuales con sus diferentes colaboradores. Actualmente se realizan tres servicios generales, uno el miércoles y dos el domingo.



Con respecto al grupo de *Facebook* de Iglesia Vida en Línea se observó que en abril únicamente se realizaron 10 publicaciones y en mayo fueron 13 publicaciones de preguntas para generar interacción, encuestas, transmisiones en vivo, entre otros.

1.16.2 Documentación

La primera fuente de información acerca de Iglesia Cristiana Vida se encuentra en su página web www.iglesiavidagt.com donde se puede obtener información acerca de la misma.

Se tuvo acceso al manual de procesos 2019 donde se puede observar los principios y códigos de ética que rigen a la institución. Dicho documento se encuentra también alojado dentro de la página web de Iglesia Vida.

1.16.3 Entrevistas de Profundidad

De acuerdo con el enfoque cualitativo se utilizó la técnica de la entrevista a profundidad. Se entrevistó a actores claves en Iglesia Vida quienes brindaron información de suma importancia. “Se define entrevista como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Sampieri, 2014, pág. 403).

Entre los actores claves entrevistados está Samuel Ríos, Administrador, quien detalló cómo están organizados administrativamente, los objetivos, metas institucionales, entre otros, mucha de la información que esta detallada en este informe. Asimismo, se conversó con el encargado del departamento de Comunicación Creativa, Oswaldo Ortega sobre los antecedentes en cuanto al área de comunicación externa, información que esta detallada en el apartado de antecedentes al inicio de este informe.



Y por último se conversó con el pastor del campus Iglesia Vida en Línea sobre como fueron los inicios del este proyecto, sobre cómo están organizados, las diferentes áreas que abarca, así como los proyectos y objetivos que quiere alcanzar. La guía de esta entrevista esta en el área de anexos de este informe.

1.16.4 Encuestas

La encuesta es una de las técnicas de recolección de datos con un enfoque cuantitativo “La encuesta permite obtener datos de manera más sistemática que otros procedimientos de observación” (Grasso, 2006).

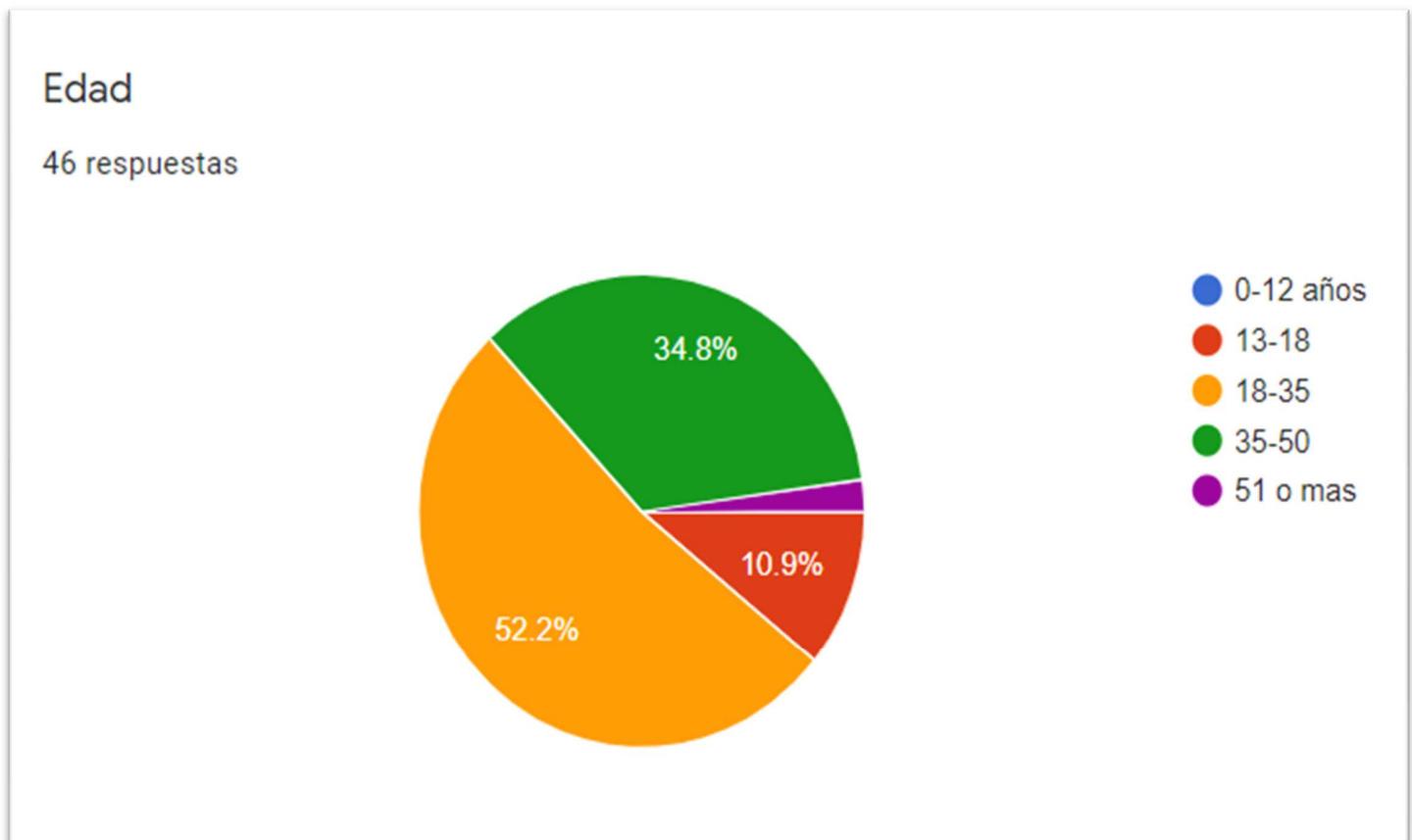
La encuesta se realizó en la plataforma de *Google Forms* con preguntas cerradas, abiertas, de selección múltiple dirigidas a usuarios de la página de Facebook Iglesia Vida en Línea cuya cantidad de usuarios al momento de finalizar el presente informe es de 995 usuarios, de los cuales 46 usuarios respondieron a las preguntas planteadas en la encuesta con respecto a las preferencias y grado de satisfacción del contenido publicado en esta red social.

Una de las modalidades de respuesta utilizadas en la encuesta es la escala de *Likert*, Sampieri dice al respecto: “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los participantes” (Sampieri, 2014, pág. 238). Uno de los objetivos de la encuesta era evaluar la percepción del público objetivo acerca de la comunicación que realiza la institución por medio de las diferentes redes sociales.



1.17 Interpretación de Resultados

Figura 5
Rango de edad

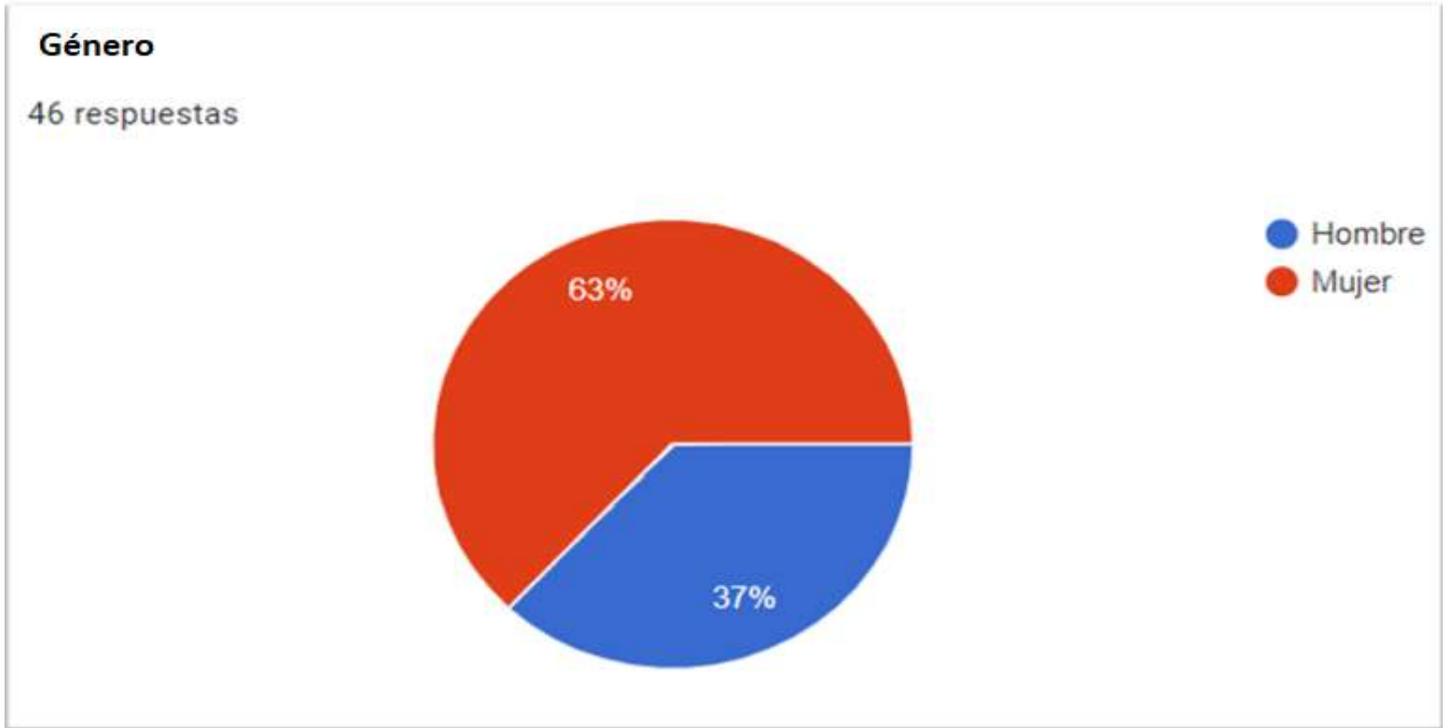


Fuente: Elaboración propia

Se observa que un 52.20% (24 personas) está en el rango de los 18 y 35 años, y en segundo lugar esta el rango entre 35-50 años (16 personas). Esto indica que el mayor porcentaje de usuarios es un público joven y adulto, información valiosa para conocer a los usuarios y que debe servir como guía para la elaboración de estrategias de comunicación en esta red social.



Figura 6
Género de los encuestados

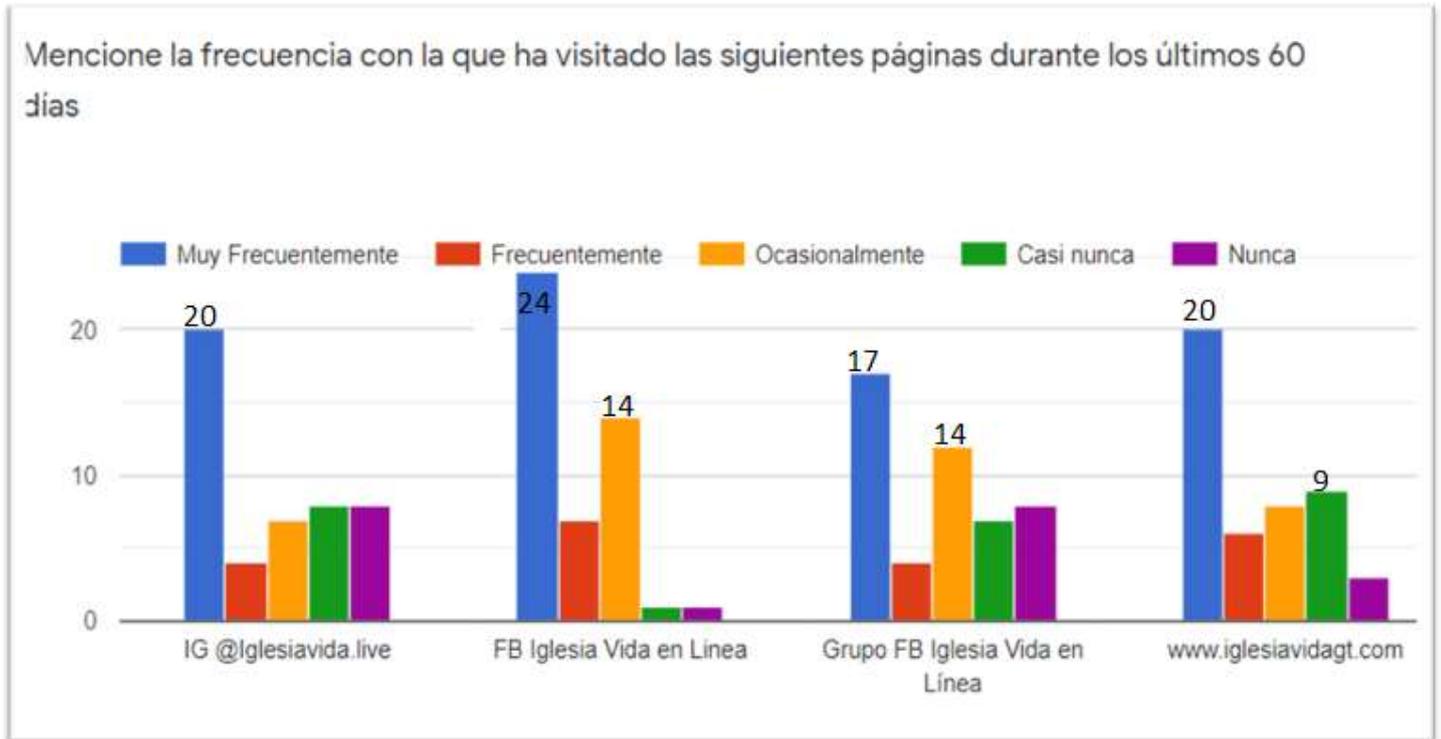


Fuente: Elaboración propia

El 63% (29 personas) de la muestra encuestada es del género femenino. Esto nos da información sobre el género que tiene mayor interés en las publicaciones de Iglesia Vida en Línea, que da una pauta sobre el tipo de contenido a publicar y también sobre que contenido hay que reforzara para que esta página sea vista por ambos sexos.



Figura 7
Frecuencia de visita a las páginas



Fuente: Elaboración propia

Esta gráfica muestra que los encuestados saben que hay redes sociales de Iglesia Vida en Línea y las han visitado más de una vez. La red social más visitada es *Facebook*. Es por ello que este estudio va dirigido a reforzar el contenido en Iglesia Vida en Línea



Figura 8
Satisfacción

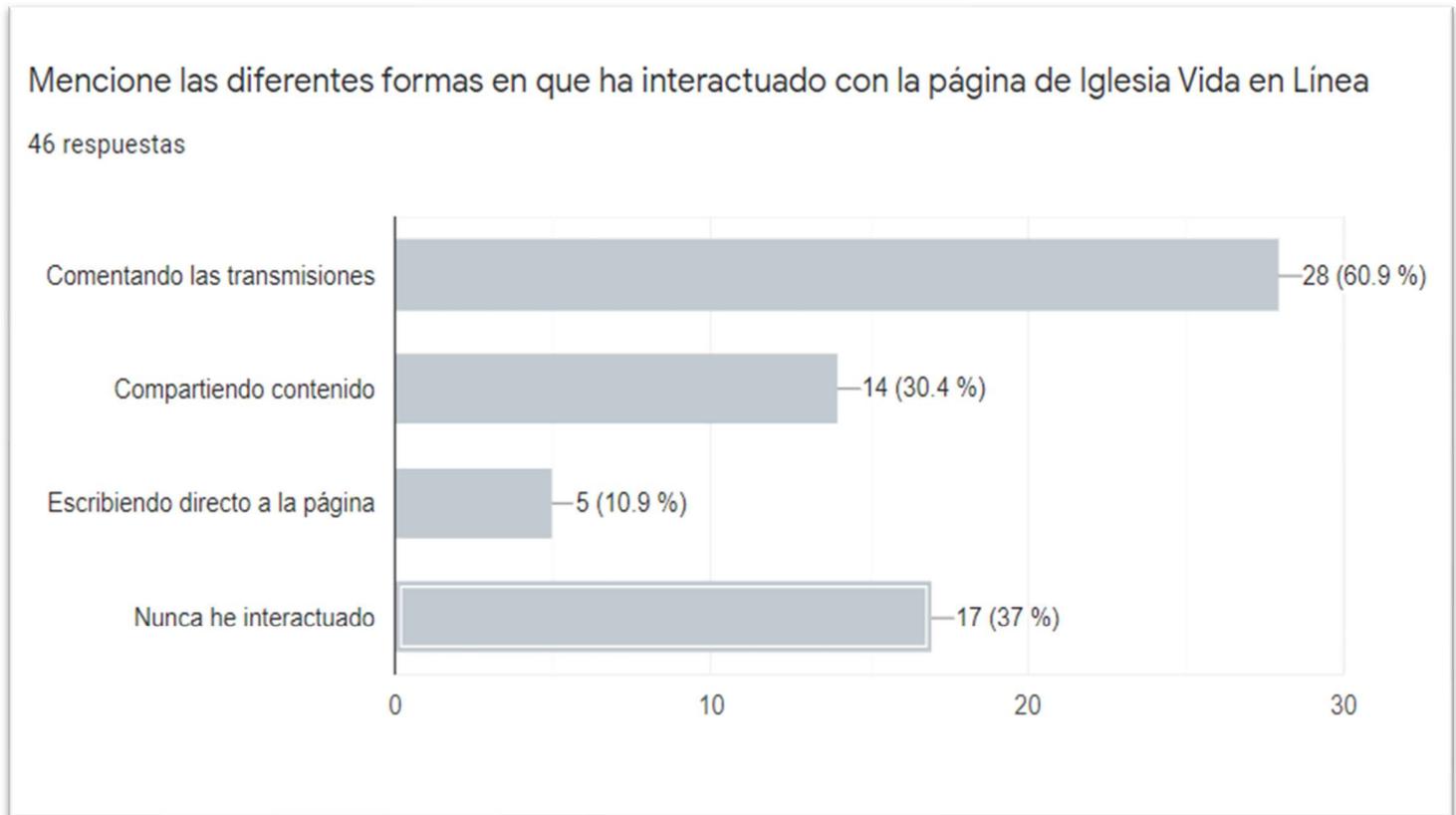


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al contenido en general de las redes sociales de Iglesia Vida en Línea se ve que sólo un 26.1% (12 personas) contestó que está muy satisfecho y hay un porcentaje neutro de un 30.4% (14 personas). Es necesario realizar un programa de publicaciones que pueda captar la atención de los usuarios de manera que el porcentaje de personas satisfechas por el contenido publicado aumente.



Figura 9
Interacción



Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica dice que 17 personas nunca han interactuado con las páginas de Iglesia Vida en Línea y un 60.9% (28 personas) ha indicado que la única forma ha sido comentar en las transmisiones en vivo. Esto deja ver la necesidad de promover dicha interacción, y esto se hará al generar un contenido de mejor calidad y que sea constante.



Figura 10
Interacción chat

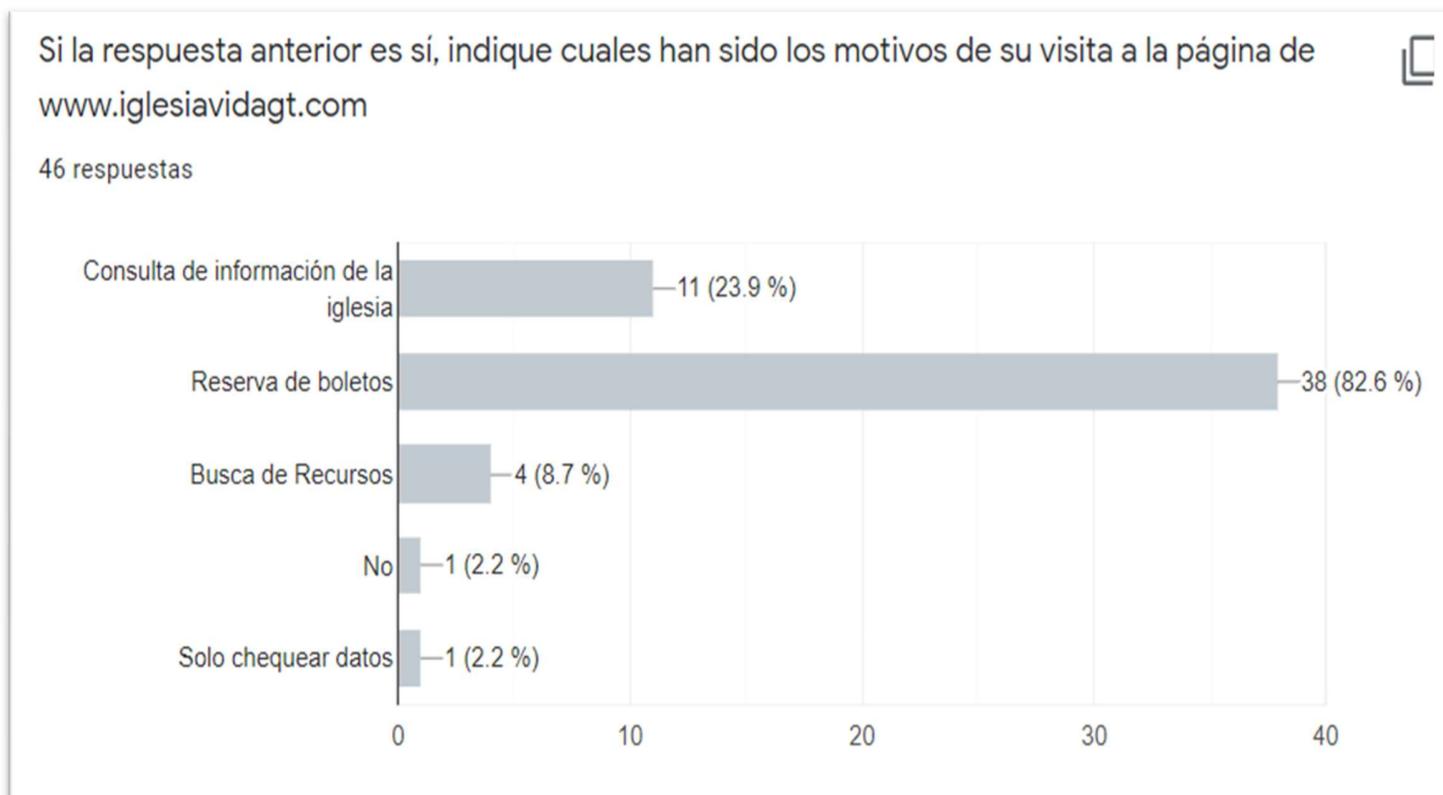


Fuente: Elaboración propia

Hay un marcado porcentaje de un 34.8% de personas que opinan neutro (16 personas) en cuanto a la calificación de la interacción del chat oficial de la iglesia probablemente sea porque no han intentado interactuar aún o le es indiferente e irrelevante. El lado positivo es que sí hay un 41.3 % (19 personas) que están satisfechas. Es importante recalcar que los presentadores de Iglesia Vida en Línea son la imagen inicial en cada transmisión y son los encargados de promover esa interacción por lo cual es importante que se logre la capacitación de los mimos a través del programa propuesto en este estudio.



Figura 11
Página web

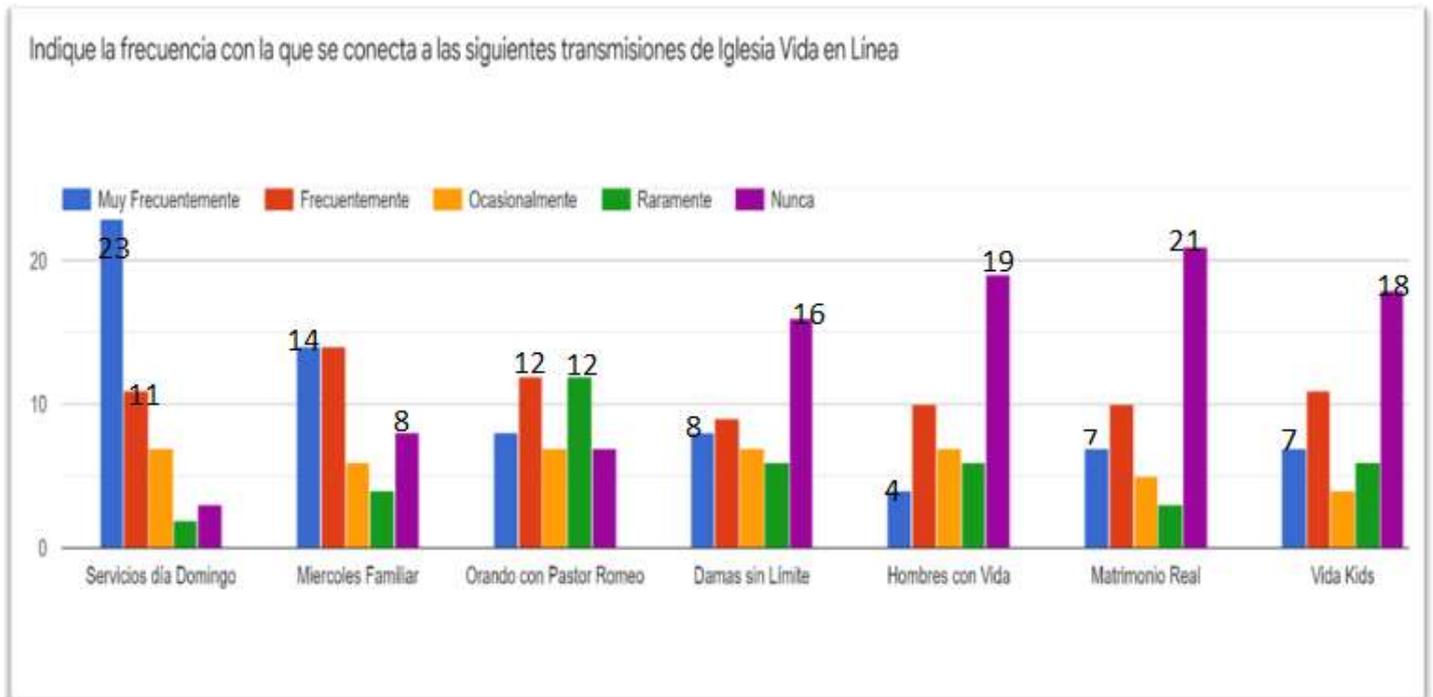


Fuente: Elaboración propia

El principal motivo por el que las personas consultan la página web de la iglesia es para la reserva de boletos, modalidad que inició en el mes de noviembre del año pasado. Es de hacer notar que en la página están disponibles otros recursos e información que según los resultados de esta encuesta no son opciones utilizadas frecuentemente.



Figura 12
Transmisiones

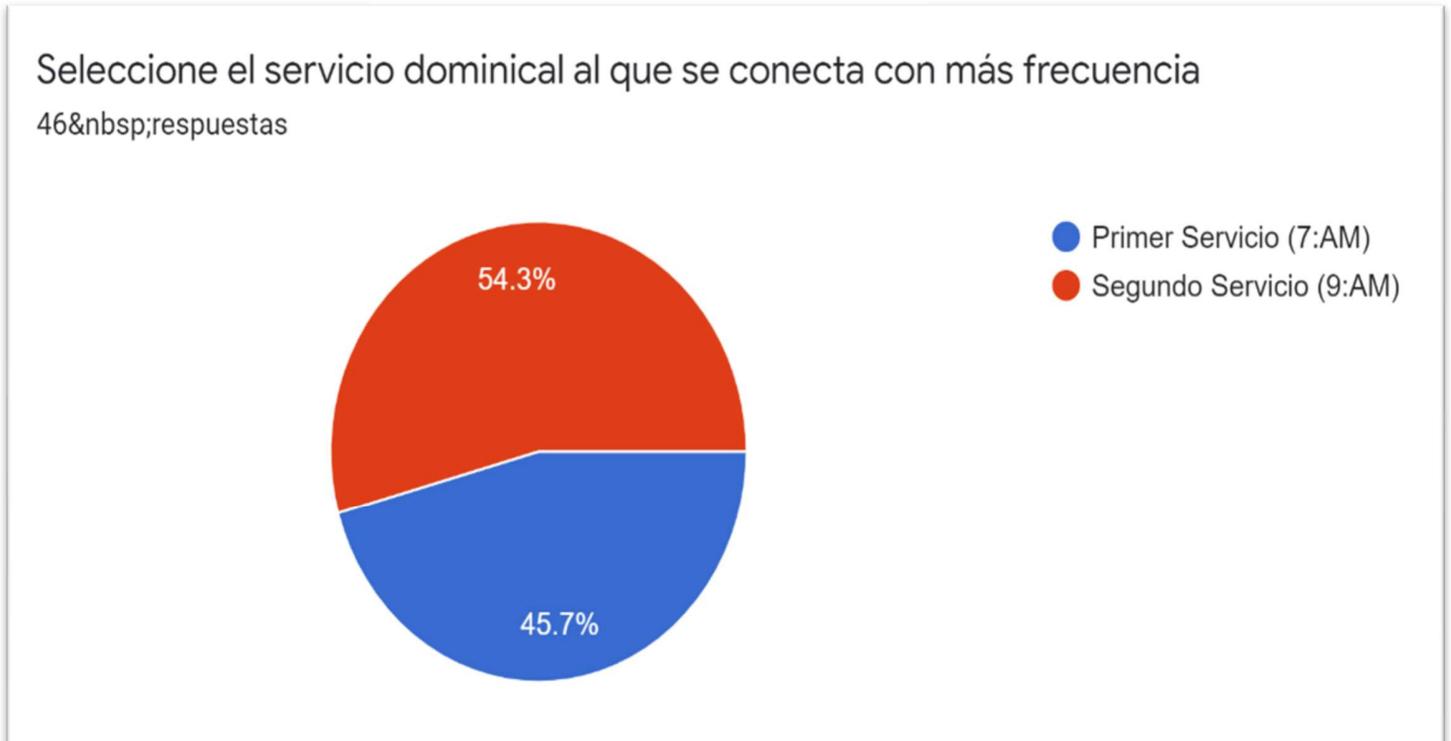


Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se mide la audiencia a las diferentes transmisiones de la iglesia en general, lo que indica que el domingo es el día que tiene mayor audiencia, 23 personas respondieron que lo ven muy frecuentemente. En cuanto los programas de Matrimonio Real, Vida Kids y Hombres con Vida presentan un bajo nivel de preferencia debido a que son contenidos específicos para un grupo de personas en especial. Por ello es necesario capacitar a los presentadores que tienen a cargo abrir y cerrar cada transmisión ya que es donde la mayoría de los usuarios tiene la atención, así como crear un manual de protocolos y procedimientos para evitar contratiempos en las transmisiones.



Figura 13
Servicios dominicales

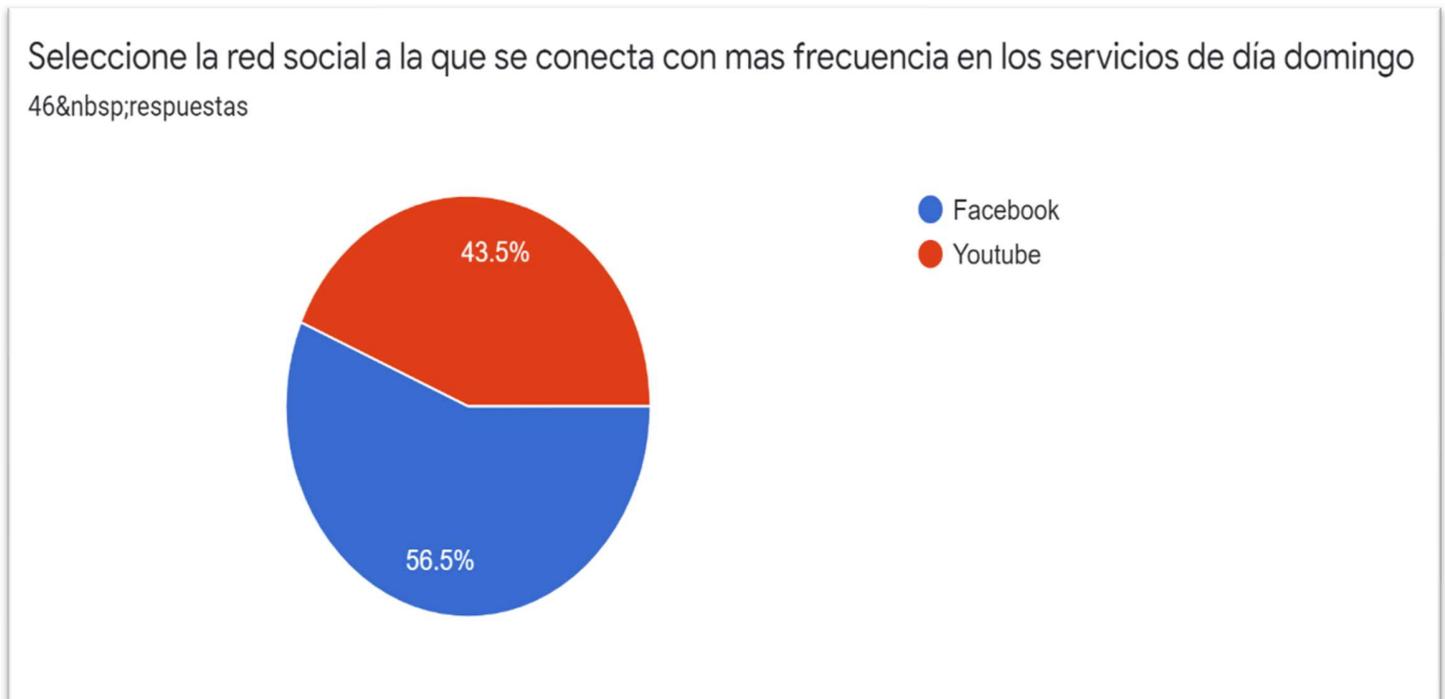


Fuente: Elaboración propia

El día de mayor actividad es el domingo, y esta gráfica muestra a cuál de los dos horarios se conecta un mayor número de usuarios. Como resultado el segundo servicio es el de mayor preferencia, opción por la cual votaron 25 personas mientras que en el primero un total de 21 personas.



Figura 14
Plataformas

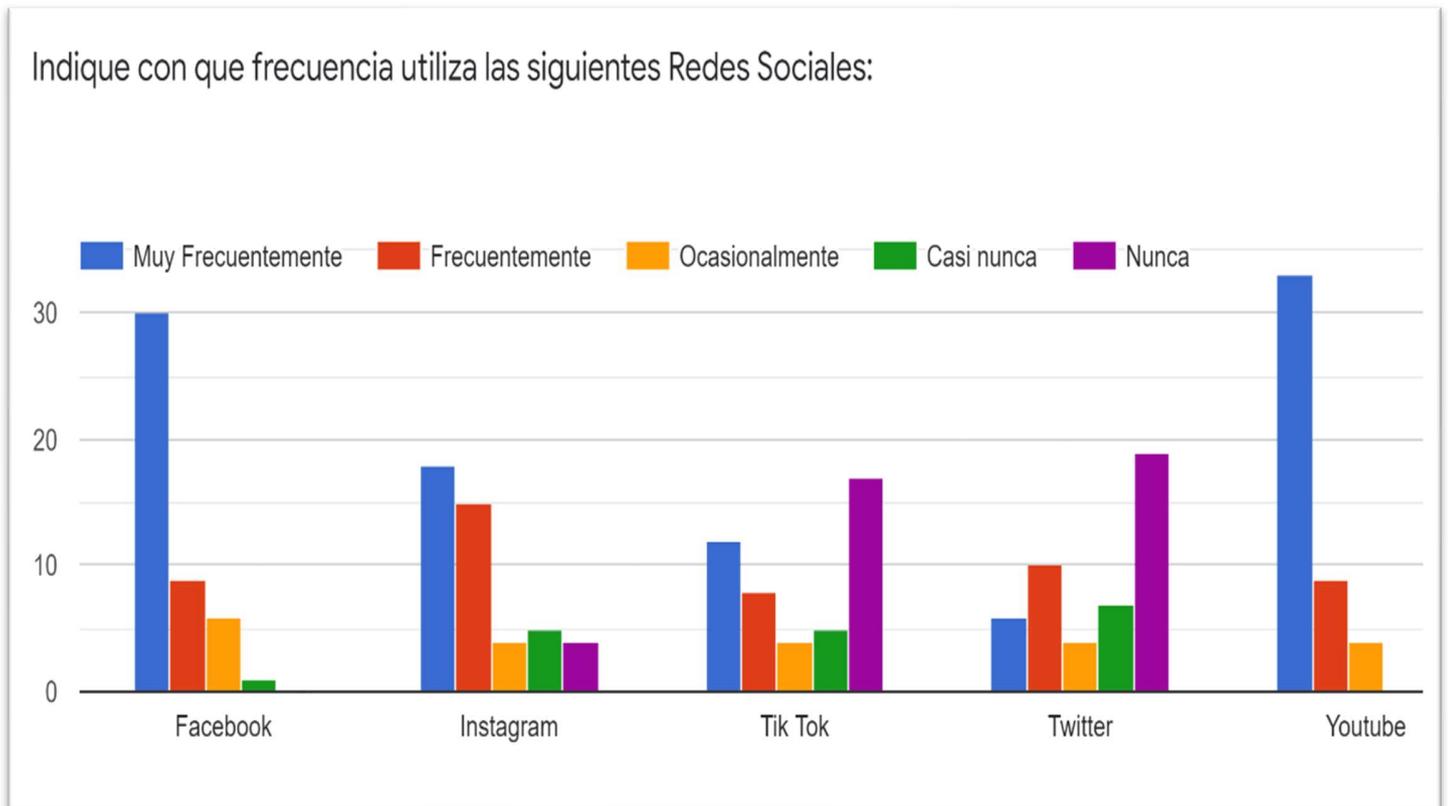


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las transmisiones en vivo, la señal es enviada hacia los diferentes canales de *Facebook* y *YouTube*, y dio como resultado que *Facebook* es la cuenta que tiene una mayor preferencia con un 56.5% (26 personas). Es por ello este estudio está dirigido a mejorar el contenido en dicha plataforma con un modelo de programación de publicaciones semanal así mismo la capacitación a los presentadores que abren y cierran la transmisión de los servicios dominicales y también tienen participación en transmisiones en vivo entre semana como el programa “Vida Live” que se transmite en la página de *Facebook de Iglesia Vida en Línea*.



Figura 15
Redes sociales

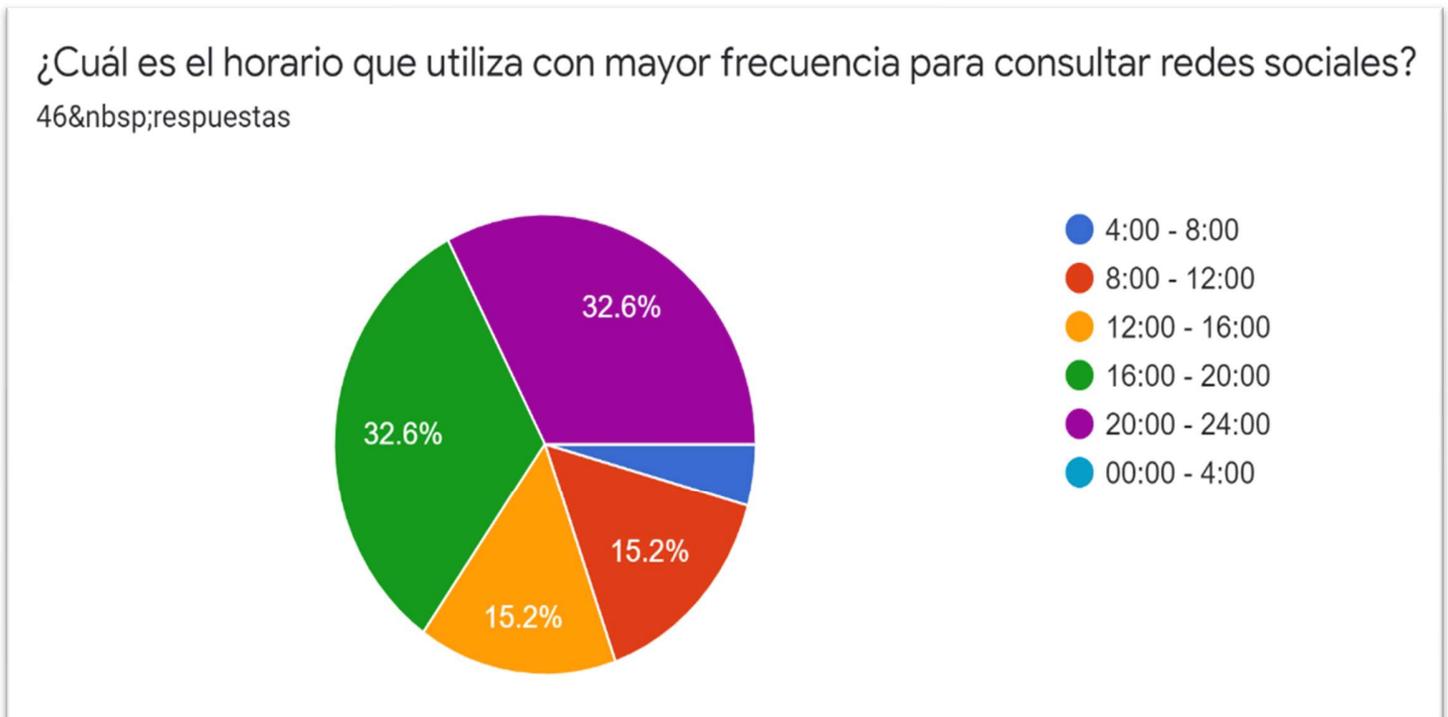


Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se ve que a nivel general las redes sociales de mayor preferencia son *Facebook* (30 personas) y *Youtube* (33 personas). Esto coincide con la preferencia de las personas de observar las transmisiones de los servicios en dichas plataformas. Se puede ver las redes que tienen menos popularidad son *TikTok* y *Twitter*. En un futuro se puede también utilizar estas últimas plataformas para aumentar el alcance del contenido de Iglesia Vida en Línea.



Figura 16
Horario

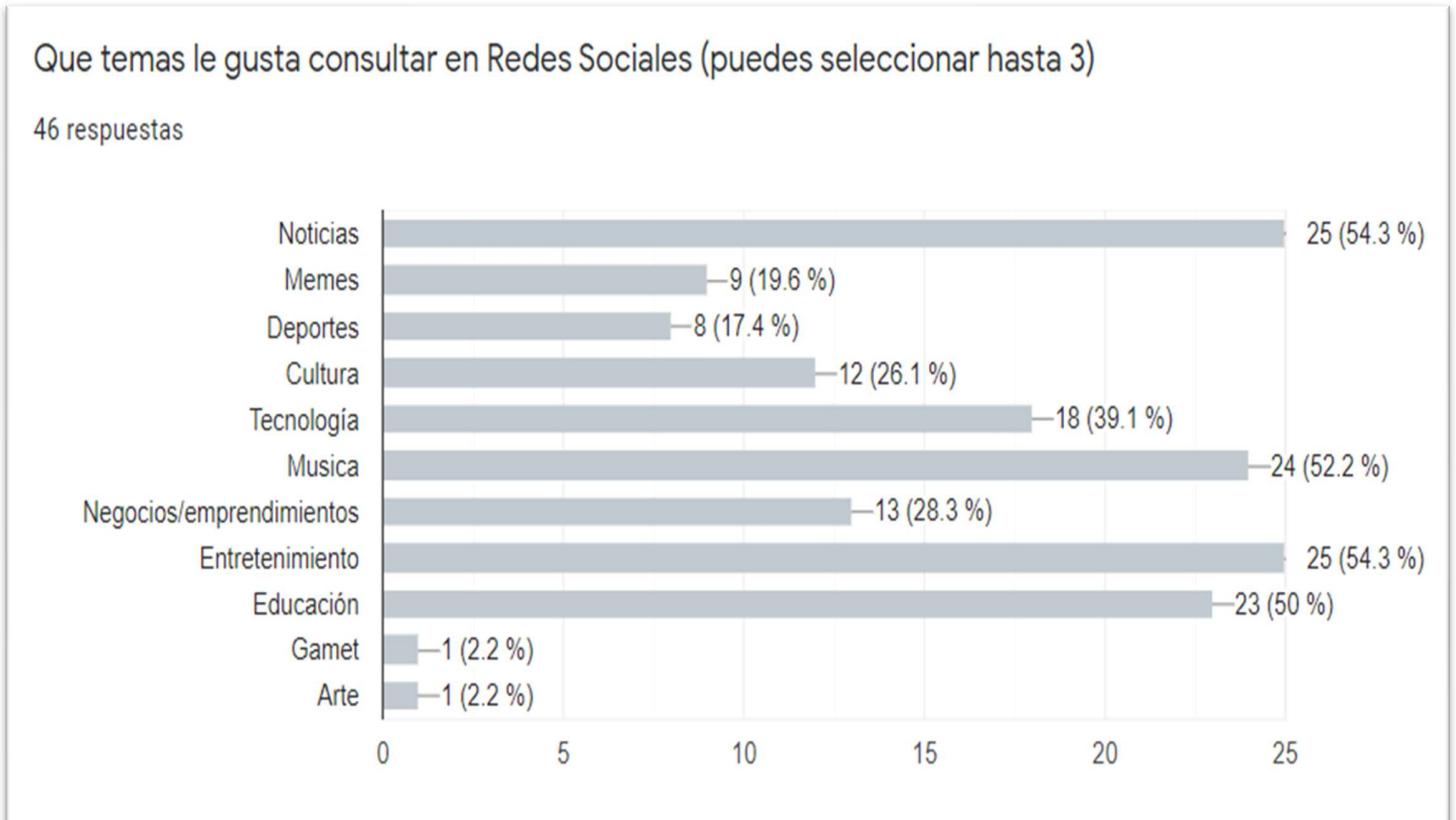


Fuente: Elaboración propia

Esta gráfica sirve para saber el horario en que las personas prefieren ver sus redes sociales. Esto dice que cuando haya un comunicado sumamente importante para compartir con los usuarios debe hacerse en el horario de la tarde y noche donde un total de 15 personas encuestadas respondieron que el horario de 16:00 horas a 20:00 y 15 personas de 20:00 a las 24:00 es el que utilizan para consultar sus redes sociales.



Figura 17
Temas de interés

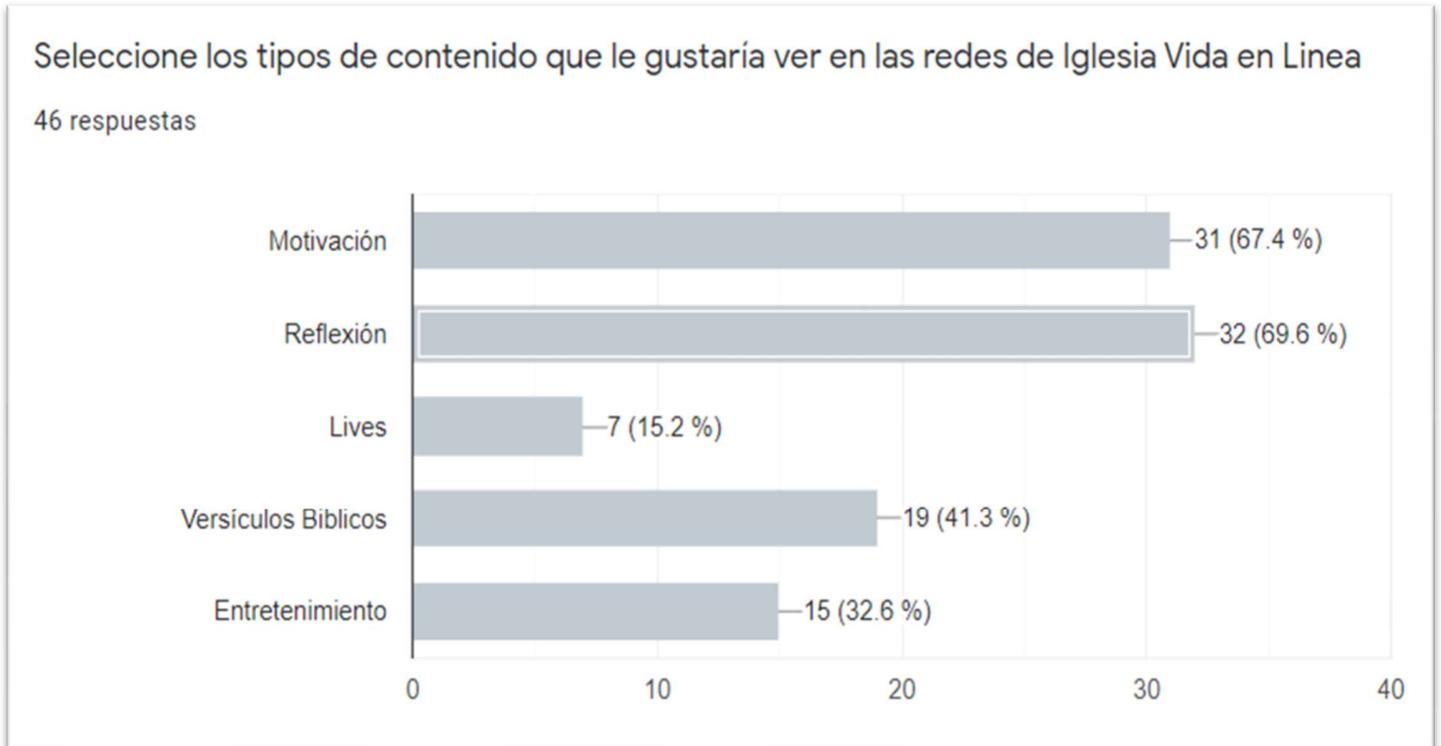


Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se puede apreciar el contenido que seleccionan las personas, aspecto a tomar en cuenta al realizar una estrategia comunicacional. Entretenimiento música y noticias, así como educación son los principales ítems seleccionados. Estas preferencias son a nivel general por lo que es importante tomar en cuenta para incluir contenido relacionado con estos temas.



Figura 18
Preferencias



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta los usuarios seleccionaron el tipo de contenido que es de su preferencia para ver en las páginas de Iglesia Vida en Línea. El resultado dejó una marcada tendencia por ver contenido de motivación (67.4%) y reflexión (69.9%). Es necesario trabajar un plan de contenidos que incluya este tipo de publicaciones.



1.18 FODA

El análisis conocido como FODA por sus siglas, es donde se detalla las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de determinada organización. “El análisis FODA permite determinar las acciones a poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y preparar a la empresa contra las amenazas al tener conciencia de las debilidades y fortalezas” (De Galicia, 2012). Como producto de las técnicas de recolección empleadas, se determinaron los factores a tomar en cuenta en el FODA del área de Iglesia Vida en Línea.

Tabla 1
FODA de Iglesia Vida en Línea

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuenta con una plataforma de redes sociales ya iniciada. ✓ Cuenta con el apoyo del consejo pastoral ✓ Ya cuenta con cámara de video propia para las transmisiones en vivo ✓ Cuenta con el apoyo del ministerio de Comunicación Creativa para las transmisiones en vivo ✓ Facilidad para generar contenido a través de las redes sociales por medio de un celular 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La posibilidad de que aumente el número de seguidores, debido a las restricciones de movilidad vigentes. ✓ Pueden llegar con facilidad a toda la comunidad de Iglesia Vida en Villa Nueva, Roosevelt y Quetzaltenango ✓ Dar a conocer Iglesia Vida para que aumente el número de miembros presenciales ✓ Obtener recursos para mejorar la calidad de las transmisiones ✓ Obtener y cursar capacitaciones para mejorar las habilidades de cada integrante.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El concepto de Iglesia Vida en Línea no está bien claro por todos los usuarios ✓ Falta de publicaciones constantes que generen interacción con el público ✓ Falta de Recursos tecnológicos para generar transmisiones con mayor calidad. ✓ No cuenta con la cantidad de voluntarios idónea. ✓ Falta de recursos financieros ✓ No hay programa de capacitaciones para presentadores de transmisiones en vivo. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Que el número de seguidores se estanque ✓ Que no se logre el objetivo de conectar con el público externo ✓ La falta de recursos provoque que no se logren alcanzar los objetivos deseados. ✓ Que las restricciones derivadas del Covid-19 aumenten y no se puedan hacer grabaciones en vivo ✓ Contagio de uno o varios miembros del equipo. ✓ Dificultad para hacer reuniones y ensayos presenciales debido a las restricciones de distanciamiento social.

Fuente: Elaboración propia



1.19 Problemas Detectados

- La poca conexión con el público objetivo, aunque se tiene presencia en redes sociales aún falta una mayor interacción de parte de los usuarios.
- La falta la creación de más contenido de valor aparte de las transmisiones en vivo. Actualmente no se cuenta con una guía que establezca una programación de contenidos semanal, por lo que flujo de publicaciones no es constante.
- No se cuenta con un manual por escrito para los presentares que participan en las transmisiones en vivo, que establezca los protocolos de seguridad COVID-19 así como los pasos para realizar dicha actividad.
- No se cuenta con un plan de capacitación para el equipo de presentadores para que eleve su nivel de profesionalización y puedan mejorar sus técnicas de comunicación para conectar con el público.
- La falta de recursos financieros para obtener equipo más sofisticado y otro tipo de accesorios para la realización de las transmisiones en vivo.

1.20 Planteamiento del Problema Comunicacional

¿Cuál debe ser la estrategia de comunicación externa para lograr que los usuarios de las redes sociales de Iglesia Vida en Línea puedan tener una mayor conexión?

La falta de conexión de los usuarios con las páginas de Iglesia Vida en Línea se ha visto reflejada la poca interacción en sus páginas oficiales de *Facebook*.

1.21 Indicadores de Éxito

Para el logro del proyecto se cuenta con el apoyo de una plataforma de redes sociales ya creada que cuenta con usuarios activos. Además, hay personas con la mejor disposición de crear contenido



de valor, y dar respuesta y seguimiento a los mensajes y comentarios que ingresen a las plataformas. Además, cuenta con el apoyo del consejo de líderes de la iglesia que ven a este ministerio como una oportunidad de aumentar el alcance en redes sociales.

1.22 Proyecto a Desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa en Iglesia Vida en Línea para fortalecer las plataformas digitales de comunicación.



Capítulo 2

Plan Estratégico de Comunicación

2.1 Plan Estratégico de Comunicación

A raíz de la secuela originadas por la pandemia de COVID-19, las formas de comunicación son diferentes previo a la pandemia. El uso de plataformas virtuales es indispensable en todo tipo de organización, como parte de los nuevos protocolos de bioseguridad impuestos en cada país.

Según (Galán, 2016) el plan estratégico de comunicación recoge la planificación estratégica y organizativa de una institución para abordar sus objetivos y alcanza su misión de futuro. Este nace como resultado de diagnosticar las necesidades de la organización. Entre los aspectos que debe incluir el plan de comunicación están los siguientes:

- La misión de la empresa
- Visión estratégica
- Análisis del presente de la organización y su entorno o escenario
- Plan de acción u operativo con el que llevar a cabo las estrategias que se hallan definido (Galán, 2016).

Un plan de comunicación también establece el tiempo que llevará realizarlo, así también la forma en cómo se va a financiar el mismo. Su correcta elaboración marca la imagen de un profesional de la comunicación.

La existencia de un buen plan de comunicación marca la diferencia entre un comunicador y un comunicador estratégico y debe manifestar de forma sintetizada toda la experiencia y el conocimiento comunicativo que existe en la organización para alcanzar su misión. (Potter, 2002)

En el caso de las redes sociales se ha convertido en una necesidad de las diferentes empresas para tener una mayor interacción con su público externo y es por eso por lo que el presente plan de



comunicación se enfoca en mejorar las capacidades de los miembros de Iglesia Vida en Línea para lograr mayor presencia dentro de las redes sociales.

La estrategia está enfocada en tres ejes fundamentales:

- Aumentar el nivel de alcance e interacción con su público externo a través de mejorar la interacción dentro del grupo privado de *Facebook*, para lo cual se hará un calendario de publicaciones que generen esa identificación y confianza con sus miembros
- Elaboración de un manual para presentadores de transmisiones en vivo
- Programa de Capacitación

De acuerdo con el diagnóstico de comunicación en Iglesia Vida en Línea, las áreas de mejora son la comunicación e interacción con su público externo. Una de las principales fortalezas es que ya se cuenta con una página y un grupo de *Facebook* creadas para lograr dicho objetivo y con colaboradores que cuentan con la disponibilidad de poder apoyar dicho cambio.

El primer eje fundamental del presente plan consiste en la realización de un plan de programación para el grupo de *Facebook* cuyo objetivo principal es lograr un acercamiento con los usuarios miembros de esta comunidad.

Son una excelente herramienta que nos permite crear comunidades en torno a un tema. Los grupos de Facebook se clasifican en función a su temática en diversos tipos como: compraventa, videojuegos, vecino, amigos, familia, viajes, centros educativos o personalizado. Cualquier usuario puede ser parte de un grupo la única condición es no formar parte de más de 6,000 grupos. (Carbellido, 2018)

La programación incluye publicaciones con preguntas de opinión, mensajes de motivación y reflexión en diferentes formatos que fomenten la participación de sus usuarios y puedan sentirse con confianza de poder escribir al mismo en busca de apoyo espiritual.

Una de las áreas que abarca el plan es el área de capacitaciones. Derivado de los nuevos protocolos COVID-19 una buena parte de las capacitaciones se realizan de manera *on line*. Son varias las plataformas que hay en la actualidad, las que destacan son: *Zoom*, *Meet*, y *Microsoft Teams*, entre otras.



La capacitación virtual posee varias ventajas con respecto a las realizadas presencialmente, (Cabero J. , 2006) refiere que las principales ventajas que posee este tipo de capacitaciones son:

- Ambiente de Aprendizaje más cómodo
- Comodidad y Flexibilidad
- Apertura a la interacción con el profesor
- Más tiempo para pensar antes de compartir
- Favorece el trabajo colaborativo con personas de otros países
- Horario flexible
- Desarrollo de autodisciplina

La capacitación por desarrollar está dirigida principalmente a los presentadores de transmisiones en vivo. Las mismas serán impartidas por profesionales en el ramo de la comunicación a través de estas plataformas, así como también se organizarán talleres de realimentación entre el mismo equipo para fortalecer los puntos de mejora.

En cuanto al tercer eje de trabajo se elaborará un manual de procedimientos que servirá de guía al realizar cualquier tipo de transmisión, ya sea en vivo o de manera remota por medio de plataformas digitales.

Los manuales administrativos son documentos escritos que concentran en forma sistemática una serie de elementos administrativos con el fin orientar e informar la conducta de los integrantes de la empresa, unificando los criterios de desempeño y cursos de acción que deberá seguirse para cumplir los objetivos trazados. (Monterroso, 2018)

El fin de este manual es evitar cualquier tipo de contingencia, que cause un atraso en el inicio de las transmisiones y evitar ruido en el mensaje que se quiere dar a los receptores.



2.2 Misión

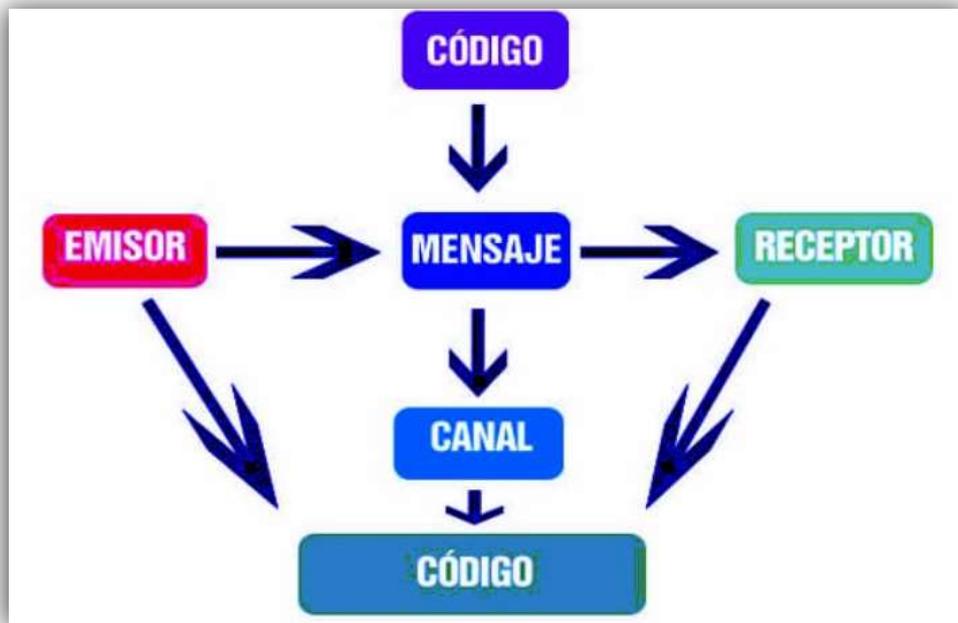
Fortalecer la comunicación externa de Iglesia Vida en Línea a través de las redes sociales para alcanzar una mayor interacción con su público, al implementar un plan de comunicación que incluya diferentes plataformas, así como capacitación de sus colaboradores.

2.3 Visión

Hacer que Iglesia Vida en Línea sea una plataforma donde las personas puedan encontrar apoyo espiritual y emocional y brindar oportunidades de altura para un futuro lleno de esperanza.

2.4 Elementos Comunicacionales

Figura 19
Elementos de la comunicación



Fuente: <https://www.centroestudioscervantinos.es/elementos-de-la-comunicacion/>



Emisor

Es aquel que transmite la información. El emisor no necesariamente tiene que ser un humano. En este caso el que transmite el mensaje es el campus de Iglesia Vida en Línea a través de la red social de *Facebook*.

Receptor

Aquel que individual o colectivamente recibe la información. El receptor es el que descifra el mensaje recibido. Los usuarios de Iglesia Vida en Línea son las personas que reciben el mensaje y por ende son las que deben recibir el mensaje de una forma clara.

Código

Sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje. El lenguaje es uno de ellos, en este caso el lenguaje que utilizan las redes sociales es el español. En las transmisiones en directo del domingo hay una persona que interpreta con lenguaje de señas lo que dicen durante el servicio el cual es también otra forma en que se presentan los códigos.

Canal

Elemento físico por donde el receptor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Los canales que utiliza Iglesia Vida en Línea son las redes sociales tanto en *Facebook* como *Instagram*, así como el canal de *Youtube*.



Mensaje

La propia información que el emisor transmite. La forma en que el mensaje llega a los usuarios de Iglesia Vida en Línea es a través de diferentes publicaciones y transmisiones que tienen como fin de edificar, conectar e interactuar con el público. El mensaje va dirigido para todas las edades para que se pueda escuchar y ver en familia.

Contexto

Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permite comprender el mensaje en su justa medida (Proyecto Cicerón, 2007). El contexto en el que el mensaje se transmite desde hace más de un año es el virus COVID-19, el cual trajo consigo diferentes que afectaron directamente a Iglesia Vida en Línea, y tuvo que implementar nuevas estrategias para sus publicaciones y transmisiones en vivo.

David Berlo creó un modelo de comunicación en el año de 1960 en el que resalta que “La comunicación tiene como objetivo influir en los demás. A medida que la fuente conozca mejor su propósito comunicacional, está será más efectiva y eficaz” (Rodrigo, 2020).

Es importante en redes sociales tomar en cuenta estos elementos de comunicación para transmitir eficazmente el mensaje deseado y que el público objetivo lo reciba de una manera clara. En el presente caso de estudio, Iglesia Vida en Línea es el emisor del mensaje que va dirigido a los seguidores en sus páginas que son los receptores, esto evita toda clase de ruido que interfiera en la misma.

Comunicación Externa

La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente



o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales (Muñiz Gonzalez, s.f.).

Tipos de Comunicación Externa

Comunicación Externa Estratégica

Esta consiste en evaluar los datos y acciones de la competencia con el objetivo de que la empresa pueda elaborar estrategias adecuadas de manera que su posición en el mercado siempre sea relevante (Jean, 2016).

Comunicación Externa Operativa

“Es una de las más importantes porque lleva las actividades del día a día en la relación con el público externo como clientes, proveedores, competidores, etc.” (Jean, 2016).

Comunicación Externa de Notoriedad

Es la que se encarga de promover las actividades de promoción, todo lo que tenga que ver con publicidad, marketing y en si todas las acciones que hacen que la institución sea conocida en el exterior (Jean, 2016).

Comunicación Interna

La comunicación interna se define como “la dirección dirigida al cliente interno, es decir al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motiva a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido” (Velasquez, 2018).



Tecnologías de La Información y Comunicación (TICS)

Este es un nuevo término que combina el uso de las nuevas tecnologías con la comunicación con la comunicación. Los avances de la tecnología en los últimos años son notorios cuando se trata de comunicación. El uso del internet ha revolucionado las formas de comunicar, con la automatización de procesos que aumentan la eficacia en los resultados de las empresas.

Según Grellls (Marques Graells, 2008) son:

“Un conjunto de avances tecnológicos, posibilitados por la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, todas éstas proporcionan herramientas para el tratamiento y la difusión de la información y contar con diversos canales de comunicación. El elemento más poderoso que integra las TICS es la Internet, que ha llevado a la configuración de la llamada Sociedad de la Información.”

Las características que las identifican son (Cabero J. , 1998):

- Inmaterialidad
- Interactividad
- Interconexión
- Instantaneidad
- Calidad de imagen y sonido
- Digitalización
- Penetración en todos los sectores de la sociedad
- Innovación
- Tendencia hacia la automatización
- Diversidad



Redes Sociales

Las diferentes plataformas de comunicación que hay en la actualidad nos conectan con el mundo exterior de una forma instantánea. “Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet” (Peiró, 2017).

En la actualidad las redes sociales más conocidas en nuestro medio son *Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, Whatsapp, LinkedIn y Youtube*.

Este tipo de redes sociales se utiliza actualmente para diferentes motivos como el de hacer nuevos amigos, entretenimiento, denuncia social, publicidad entre otros usos. También son herramientas de comunicación externa que manejan las diferentes organizaciones para comunicarse con su público.

Facebook

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en el mundo. Según el trabajo investigativo de Miralles:

“Es una red social que inicio Mark Zuckerberg 2004 como una plataforma para los estudiantes de Harvard pudieron comunicarse entre ellos. Actualmente es una de las redes sociales con mayor tráfico en todo el mundo. A pesar de que el nacimiento de otras redes han estado presentes Facebook sigue siendo claramente la referencia mayoritaria” (Ruiz Miralles, 2016)

Esta red social que inicialmente era una plataforma para comunicarse entre los estudiantes de una universidad es ahora una herramienta de comunicación indispensable para cualquier institución.



2.5 Alcances y Límites de la Estrategia

Alcances

- Lograr en el período de tres meses cumplir con los objetivos específicos de este proyecto
- Alcanzar el número mayor de usuarios en las redes sociales de Iglesia Vida en Línea especialmente en el grupo privado de *Facebook*
- Servir de apoyo a la comunidad de Villanueva y San Miguel Petapa a través del contenido de valor creado en redes sociales.

Límites

- El tiempo que se tiene para la ejecución de la estrategia quedará muy limitado para lograr los objetivos planteados
- No se cuentan con todos los recursos financieros para la compra de equipo adicional para mejorar las transmisiones en vivo
- Las restricciones y el peligro latente del COVID-19 impide realizar toda clase de actividades con libertad.

2.6 Metodología para la Aplicación de la Estrategia Comunicacional

Elaboración de un calendario de publicaciones por mes y establecer un motivo especial a cada día. Para el logro de este paso, primero habrá una reunión con el encargado de Iglesia Vida en Línea, Isaac Ochoa con quien se acordará qué tipo de contenido es el que se compartirá con los miembros del grupo de *Facebook*. La idea es que cada día pueda haber un contenido específico.

El siguiente paso será la realización de los diseños específicos para cada día, en los que sea necesario se coordinará con la encargada de diseños para elaborar esas publicaciones. Cuando ya



se tiene el contenido y los diseños, se procede a incluirlos en el programa de *Facebook* con hora y fecha para su publicación.

Realizar un calendario de capacitaciones para el área de presentadores que puedan potenciar las habilidades de cada presentador al interactuar con el público. Se creará un grupo de capacitación con el equipo de presentadores en el cual se les enviará un video semanal y con base en el contenido se realizará un taller de discusión y realimentación.

Adicionalmente se tiene planificado organizar talleres virtuales con profesionales en la rama que ayudarán a enfocarse en temas puntuales: cómo conducir un evento virtual, comportamiento ante las cámaras, entre otros.

Elaboración de un manual de protocolos a seguir para las presentaciones en vivo. Este manual es el resultado de lo observado presencialmente durante las transmisiones que se hacen como parte de Iglesia Vida en Línea. Se documentará por medio de un manual todos los pasos a seguir para realizar estas transmisiones, las cuales deben incluir protocolos de COVID-19.

2.6.1 Objetivo General y Específico

Objetivo General

Fortalecer el vínculo de comunicación de Iglesia Vida en Línea con su público a través de la mejora de contenidos digitales en las redes sociales.



Objetivos Específicos

- Crear un plan de contenidos que permita una conexión constante con los usuarios, para fomentar la interacción.
- Implementar un manual de protocolos para las transmisiones en vivo de los presentadores que incluyan las normas COVID-19
- Establecer un programa de capacitación constante para el equipo de presentadores para que estos obtengan las herramientas necesarias para comunicar con excelencia

2.6.2 Acciones para Conseguir los Objetivos

Tabla 2
Programa de publicaciones

Estrategia	Descripción
Problema:	Muy poca interacción
Producto:	Planificación y Programación de Posts en el grupo de Iglesia Vida en Línea
Objetivo de la comunicación:	Fortalecer los vínculos entre los usuarios e Iglesia Vida en Línea
Tipo de Mensaje:	Dirigido al público según programación
Público Objetivo:	Miembros del grupo de <i>Facebook</i> Iglesia Vida en Línea
Medio de difusión:	Plataforma <i>Facebook</i>

Fuente: Elaboración propia



Tabla 3
Manual de protocolo

Estrategia	Descripción
Problema:	No hay manual de procedimientos para las transmisiones en vivo por parte de los presentadores en vivo y esto hace que se comentan errores en las grabaciones, así mismo hay dudas acerca de los protocolos para prevención del COVID-19
Producto:	Manual de protocolos para transmisiones en vivo y normas COVID-19
Objetivo de la comunicación:	Seguir un orden establecido al realizar las transmisiones en vivo para que el mensaje llegue claro.
Tipo de Mensaje:	Dirigido a los presentadores, camarógrafos y personas que intervienen en una transmisión
Público Objetivo:	Usuarios de las páginas de <i>Facebook</i> Iglesia Vida en Línea
Medio de difusión:	Digital Pdf

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4
Programa de capacitación

Estrategia:	Descripción
Problema:	No hay programa de desarrollo para los presentadores
Producto:	Programa de capacitaciones
Objetivo de la comunicación:	Comunicar de manera eficaz el mensaje que se quiere transmitir, al desarrollar las habilidades de cada persona.
Tipo de Mensaje:	Verbal Capacitación por escrito, virtual y presencial
Público Objetivo:	Equipo de presentadores de Iglesia Vida en Línea
Beneficiarios:	Usuarios de las redes sociales de Iglesia Vida en Línea

Fuente: Elaboración propia



2.6.3 Los Indicadores para Medir su Cumplimiento

“Un indicador de gestión (KPI) es una forma de medir si una empresa, unidad, proyecto o persona está logrando sus metas y objetivos estratégicos” (Roncancio, 2019). En el caso de la estrategia destinada a fortalecer el grupo de *Facebook*, la medición es por el número de seguidores y reacciones a las publicaciones. Según estudios los 5 indicadores más importantes en *Facebook* son los siguientes:

- Seguidores
- Alcance
- *Engagement*
- Porcentaje de clics
- Comentarios negativos (Los 5 Kpis mas importantes en Facebook, 2017)

Gracias a las herramientas de medición en la plataforma *Facebook* se pueden observar estadísticas acerca de la interacción del público con una página o grupo como es el caso que ocupa en este trabajo.

En la estrategia esta la programación de capacitaciones para los presentadores, y uno de los indicadores va a ser la realización de estas en las fechas programadas. En cuanto a la elaboración de un manual de protocolos, los indicadores de logro van a ser en primer lugar la reducción de contratiempos y el cumplimiento de cada uno de los pasos por parte de los involucrado, así como que cada uno tenga su respectivo manual



2.6.4 Los Instrumentos

Tabla 5
Instrumentos

Actividad	Plazo	Instrumentos
Planificador publicaciones grupo de <i>Facebook</i>	11 de julio al 11 de agosto	Computadora, software
Capacitaciones a presentadores	15 de julio al 15 de septiembre	Computadora, software, micrófono, iluminación, Internet
Elaboración manual de protocolos.	11 de julio al 11 de agosto	Computadora, software.

Fuente: Elaboración propia

2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

Publicaciones Programadas

- Reunión con el equipo de administradores y moderadores del grupo privado de *Facebook* Iglesia Vida en Línea para escuchar opiniones e ideas acerca del contenido deseado en dicho grupo.
- Elaboración de un primer borrador del calendario de publicaciones standard para el grupo de *Facebook*
- Presentación del borrador hecho al encargado de Iglesia Vida en Línea para su aprobación
- Programar semanalmente las publicaciones aprobadas en el grupo de *Facebook*
- Medir los resultados por semana en relación con la respuesta de los usuarios.



Manual y Protocolo para Presentadores

- Reunión con el equipo de presentadores para confirmar los puntos a establecer en el manual para transmisiones en vivo
- Presentación del borrador del manual al pastor de Iglesia Vida en Línea para su aprobación
- Elaboración de últimas correcciones
- Presentación de Manual y Protocolo COVID-19 para transmisiones en vivo al equipo de presentadores de Iglesia Vida en Línea

Programa de Capacitación

- Presentación del borrador del programa de capacitación al pastor de Iglesia Vida en Línea, Isaac Ochoa
- Presentación programa de capacitación al equipo de presentadores
- Envío de Videos educativo sobre técnicas para hablar en públicos y comportamiento ante cámaras en grupo de WhatsApp
- Taller de realimentación y discusión sobre las ideas principales de lo expuesto en los videos
- Taller sobre como conducir un evento virtual
- Taller sobre el comportamiento ante las cámaras
- Taller sobre Introducción a la Locución

2.7 Financiamiento

El plan estratégico en su totalidad está a cargo del estudiante de EPS dando la pauta para que en un futuro la institución pueda invertir en este tipo de asesoría. En cuanto a dos de las estrategias fueron elaboración propia del estudiante, así como la contratación y pago a los capacitadores externos.



2.8 Presupuesto

A continuación, se detalla el presupuesto necesario para desarrollar las diferentes estrategias:

Tabla 6
Presupuesto

Planificador		
Internet	Q	300
Elaboración diseños	Q	1,200
Investigación y análisis de Contenido Actual	Q	500
Medición y seguimiento a la página de Facebook	Q	800
Manual		
Investigación sobre proceso actual	Q	150
Elaboración de Manual	Q	250
Capacitación		
Elaboración de Programa	Q	100
Virtual		
Internet	Q	225
Conferencistas	Q	750
Presencial		
Alquiler de Lugar	Q	250
Refacción	Q	300
Conferencista	Q	300
Lapices	Q	15
Libretas de apuntes	Q	25
Total	Q	5,165

Fuente: Elaboración propia



2.9 Beneficiarios

Tabla 7
Beneficiarios

Beneficiario	Beneficio
Campus de Iglesia Vida en Línea	Aumentará su presencia e interacción con sus usuarios en redes sociales
Equipo de Presentadores	Obtendrán nuevos conocimientos y se fortalecerán sus capacidades de comunicación para su público externo. Tendrán un manual práctico que les servirá de guía para las transmisiones en vivo.
Miembros del grupo de <i>Facebook</i> de Iglesia Vida en Línea	Tendrán la oportunidad de recibir un contenido constante y con mayor calidad, que sea de edificación para sus vidas.
Iglesia Cristiana Vida	Tendrá la oportunidad de albergar a nuevos miembros que se les ha dado seguimiento de manera virtual en sus puntos físicos, tanto en sus sedes de Villa Nueva, como en Roosevelt y Quetzaltenango.
Seguidores de las diferentes páginas de Iglesia Cristiana Vida, principalmente del área sur del departamento de Guatemala.	Contenido digital con mayor calidad que agregará valor a sus vidas.

Fuente: Elaboración propia



2.10 Recursos Humanos

A continuación, el detalle de las personas involucradas en la presente estrategia:

Tabla 8
Recursos humanos

Nombre y Puesto	Actividad
Pastores Iglesia Vida en Línea: Ing. Isaac Ochoa y Anny Diaz	Encargados de supervisar y aprobar las estrategias propuestas, así como también son generadores de contenido y eventualmente forman parte de equipo de presentadores.
Equipo de Presentadores: Wendy López, Paola Pereira, Gustavo Domel, Walter García, Sary de García, Christian Liquidano	Participantes de las capacitaciones programadas, así como el equipo a quien va dirigido el manual de presentaciones en vivo.
Colaboradora en Diseño Gráfico: Abby Abacal	Eventualmente participará en la creación de publicaciones a programar en el grupo de <i>Facebook</i> .
Camarógrafo: Byron Álvarez	Participa activamente en las tomas para las transmisiones en vivo.
Capacitadores Externos: Licda. Carolina Chacón Licda. Silvia Pérez Telón	Participaran en impartir conocimientos acerca de la profesión.
Estudiante de EPS: Jimmy Young	Programación de publicaciones en grupo de <i>Facebook</i> . Elaboración de Manual para las transmisiones en vivo. Participación como facilitador en capacitaciones programadas.

Fuente: Elaboración propia

2.11 Área Geográfica de Acción

El lugar de acción de las diferentes estrategias es en la sede de Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva, que es donde se tiene las herramientas para llevar a cabo las propuestas descritas en este plan.



Parte de las actividades también se llevarán a cabo desde las viviendas de cada uno de los presentadores: transmisiones desde sus dispositivos, capacitaciones virtuales y reuniones de trabajo.

2.12 Cuadro Comparativo de la Estrategia

Tabla 9

Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Capacitación para presentadores	Fortalecer las capacidades técnicas y profesionales de los presentadores en Iglesia Vida en Línea	Q.1,965	Conferencistas y estudiante de EPS	Villanueva, San Miguel Petapa, y países en el extranjero.	Equipo Iglesia Vida en Línea y seguidores de la página.	11 de julio al 11 de agosto
Planificación de publicaciones en grupo de <i>Facebook</i>	Desarrollar un calendario semanal que sirva como base para las publicaciones en el grupo de <i>Facebook</i>	Q.2,800	Equipo de Vida en Línea y estudiante de EPS	Villanueva, San Miguel Petapa, y países en el extranjero	Equipo Iglesia Vida en Línea y seguidores de la página	15 de julio al 15 de septiembre
Manual para transmisiones en vivo	Establecer una guía para la realización de transmisiones en vivo	Q. 400.00	Estudiante de EPS	Villanueva, San Miguel Petapa, y países en el extranjero	Equipo Iglesia Vida en Línea y seguidores de la página	11 de julio al 11 de agosto

Fuente: Elaboración propia



2.13 Cronograma del Plan de Comunicación

Tabla 10
Cronograma del plan de comunicación de Facebook

Nombre de la tarea	Responsable	Julio 2021																															Agosto 2021																															Septiembre 2021			
		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4									
Grupo Facebook																																																																			
Elaboración Borrador	Jimmy e Isaac	█																																																																	
Reunión con Isaac Ochoa	Jimmy e Isaac	█																																																																	
Presentación Borrador a encargado	Equipo																								█																																										
Prueba piloto 1	Jimmy																															█																																			
Prueba piloto 2	Jimmy									█				█																																																					
Puesta en marcha	Equipo																	█																																																	
Medición resultados	Equipo																															█																																			
Puesta en marcha	Equipo																							█												█																															
Medición resultados	Equipo																															█																																			
Creación de Manual																																																																			
Elaboración Borrador	Jimmy	█																																																																	
Presentación Borrador a encargado	Jimmy e Isaac																							█																																											
Hacer cambios propuestos	Jimmy																								█																																										
Presentación a Equipo	Equipo							█																																																											
Puesta en marcha	Equipo															█																																																			
Evaluación y cambios	Jimmy e Isaac																		█																																																
Puesta en marcha	Equipo																							█																																											
Capacitación																																																																			
Elaboración Borrador	Jimmy	█																																																																	
Presentación Borrador a encargado	Jimmy e Isaac																		█																																																
Envío de Videos educativos a grupo WH	Jimmy											█																																																							
Taller Virtual ! Ante las cámaras !	Equipo																								█																																										
Envío de Videos educativos a grupo WH	Jimmy																								█																																										
Taller Evaluación y discusión contenido	Equipo																															█																																			
Taller como conducir un evento virtual	Equipo															█																																																			
Introducción a la Locución	Equipo																															█																																			

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de la Ejecución

3.1 Programa de Publicaciones en el Grupo de *Facebook*

Objetivo de la Actividad

Crear un plan de contenidos que permita una conexión constante con los usuarios, que provoque la interacción entre los miembros del grupo de *Facebook*.

Descripción de la Actividad

Se creó un plan de contenidos semanal, el cual tiene un calendario de publicaciones para cada día de la semana, en el que se indica horario y persona responsable de la publicación.

Medio Utilizado

Plataforma de *Facebook*.

Área geográfica de Impacto

La principal área de impacto es el área sur de la ciudad de Guatemala que incluye los municipios de Villa Nueva, San Miguel Petapa, Villa Canales y Amatitlán, así como la Ciudad Capital. La visión de Iglesia Vida en Línea aparte de impactar estas comunidades va más allá, y es la de llevar su contenido en cada rincón del mundo donde se conecten a la página .



Presupuesto de esta acción

Sin costo - elaborado por estudiante del EPS.

Comprobación

Se trabaja junto con el encargado de Iglesia en Línea un programa general de publicaciones para trabajar en los próximos meses. Se adjuntan también las capturas de pantalla de algunos ejemplos de publicaciones que se han hecho según programa, así como algunas estadísticas en las que destaca el aumento de número de miembros al grupo.

Tabla 11
Planificación general

No.	Día	Título de la Campaña	Descripción	Formato	Plataforma	Hora	Responsables
1	Lunes	Versículo o Frase Bíblica	Publicación con diseño para dar Aliento	Post	Grupo de Facebook	10:00 a. m.	Isaac Ochoa y Abby
2	Lunes	Vida Live	Una platica tocando el o los puntos principales de la predica del día domingo. Eventualmente se realizan entrevistas con personas de otros ministerios	Vídeo	Streamyard/Grupo de Facebook, Página de Facebook	Entre 18 y 20:30 horas	Equipo Host según calendario
3	Martes	Puntos Principales	Publicación conteniendo los puntos principales de la predica de la predica del último domingo predicado	Post	Grupo de Facebook	16:00 a 18:00 horas	Equipo de Moderadores
4	Martes	Historia	Vídeo corto con resumiendo los 3 puntos principales de la predica del domingo	Vídeo	Historias de Instagra y Página de Facebook	10:00 a. m.	Equipo Host que transmitió el domingo anterior
5	Miércoles	Petición de Oración	Publicación que tiene objetivo principal que las personas puedan colocar en los comenarios su petición de oración	Post	Grupo de Facebook	10:00 a. m.	Equipo de Moderadores
6	Jueves	Live en IG	Conversación sobre un tema a definir con el objetivo de dejar algo positivo en los usuarios	Vídeo	Grupo de Facebook/Instagram	20:00 horas	Equipo de Host que transmitió el día lunes
7	Jueves	Pregunta Random	Pregunta con el objetivo de generar interacción con los usuarios	Post	Grupo de Facebook	6:00 p. m.	Equipo de Moderadores
8	Viernes	Viernes de Testimonio	Motivar para que las pueronas puedan enviar sus testimonios de lo que Dios ha hecho en sus vidas	Post	Grupo de Facebook	17:00	Equipo de Moderadores o cualquiera del equipo de vida en línea
9	Sabado	Invitación	Vídeo corto invitando a que no se pierdan la actividad del día domingo	Vídeo	Historias de Instagra y Página de Facebook	12:00 p. m.	Equipo de host que transmitirá el domingo próximo domingo
10	Domingo	Bienvenida	Tiene el objetivo de dar la bienvenida a los nuevos miembros del grupo	Post	Grupo de Facebook	21:00	Equipo de moderadores
11	TODO AGOSTO	LECTURA DE LA BIBLIA	Live Diario con un capítulo diario de Proverbios cada día	Vídeo	Streamyard/Grupo de Facebook, Página de Facebook	7:00 a. m.	Equipo de Host e invitados

Fuente: Elaboración propia



Figura 20

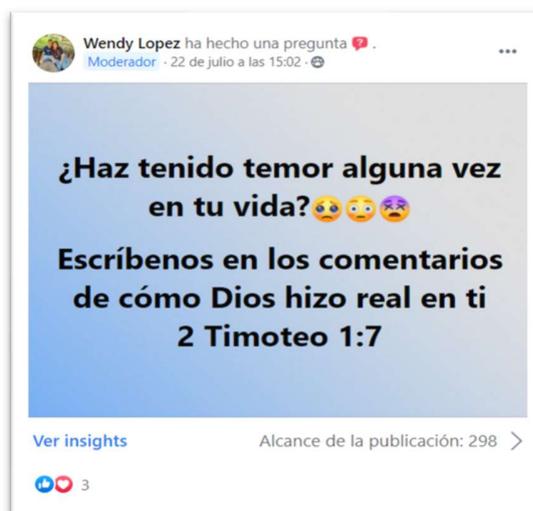
Petición de oración, fecha: miércoles 21 de Julio



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

Figura 21

Pregunta para el grupo, fecha: jueves 22 de Julio



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



Figura 22
Programa Vida Live



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

Figura 23
Bienvenida a los nuevos miembros



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



Figura 24

Bienvenida a los nuevos miembros

Iglesia Vida en Línea
Administrador · 25 de julio a las 22:55 · 🌐

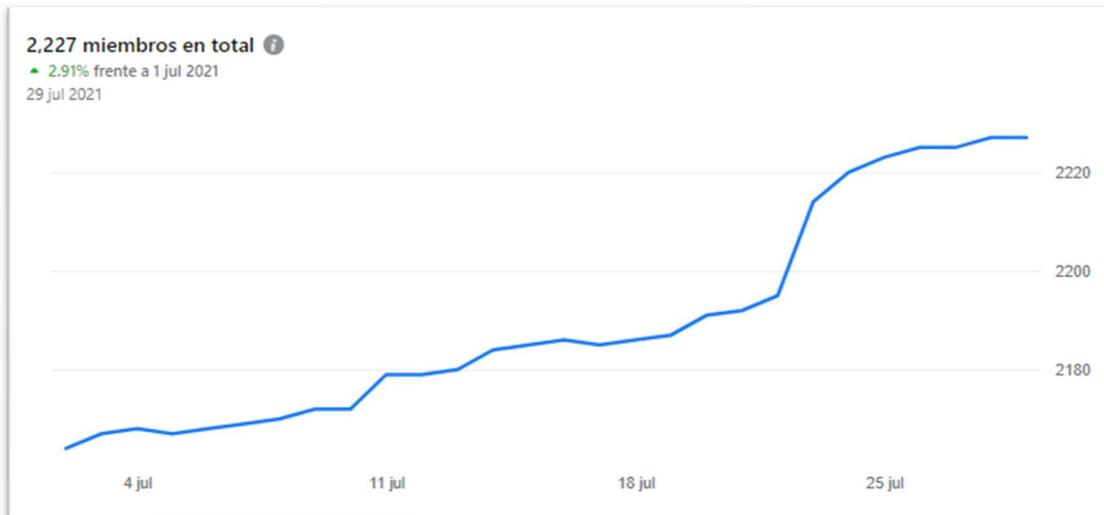
Esta semana tenemos nuevo récord de miembros nuevos!! 🍌🍌
Démosle la bienvenida a la familia de **Iglesia Vida en Línea**.

Monica Fernandez,
German Augusto Alvarez Che,
Sagrario Molina,
Santiago Sarat Gomez,
Susan Chavez,
Monics Lisbeth Medina Gaitan,
Miranda De Diaz Emidalia,
Carlos Arevalo,
Erica Chavez,
Sara Mesías,
Carlos David Arias R,
Braulio Rodas,
Infantil Maranatha,
David Salazar,
Ashly Daniela Juarez,
Julieta Flores,
Lesly Zamora,
Miriam López,
Flor Ixtabalan,
Londy Ramírez,
Marcos Salazar De León,
Isa de Barrera,
Edyson Tzuy,
Johanna De Díaz,
Marta Gonzales,
Danilo Gracia,
Velasquez Cande,
Johana Hernández,
Benjamin Mar,
Ronal Estuardo Ramírez,
Arleth Hernandez,
Johana Aguilar de Carreto,
Carolina De Velasquez,
Lely Poveda,
Mari De Lopez Montenegro,
Toty Mendoza,
Veronica Velasquez,
Yamileth Rivera

Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

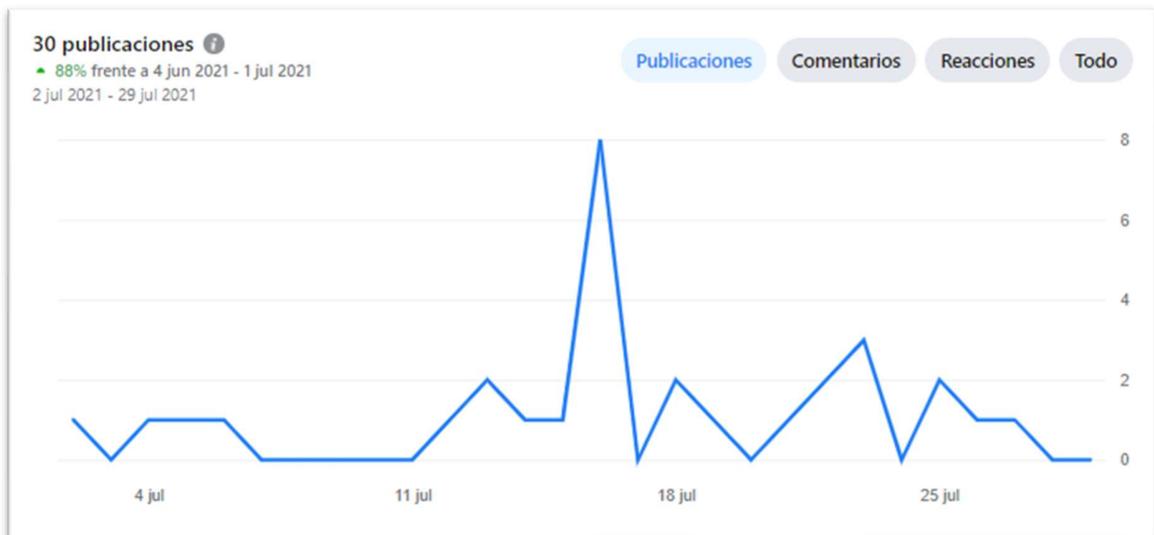


Figura 25
Crecimiento de miembros en el mes de julio



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

Figura 26
Número de publicaciones durante el mes de julio



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



3.2 Manual y Protocolo COVID-19 para Transmisiones en Vivo

Objetivo de la Actividad

Crear un manual de protocolos para las transmisiones en vivo de los presentadores que contengan las normas COVID-19.

Descripción de la Actividad

Se creó un manual de protocolos para realizar las transmisiones en vivo en el cual están detallados los pasos a seguir para realizar una transmisión en vivo que incluye los protocolos COVID-19.

Medio Utilizado

Medio digital.

Área geográfica de Impacto

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva, presentadores de Iglesia Vida en Línea, usuarios que reciben la señal de las transmisiones en vivo, en el área sur de la ciudad y otros países.

Presupuesto de esta acción

Sin costo - elaborado por estudiante del EPS.

Comprobación

Se encuentra en fase de revisión, adjunto del primer borrador.



Figura 27

Manual para transmisiones en vivo 1ra. parte

Manual Para Transmisiones **En Vivo**

1. CAMAROGRAFO

- Hora de llegada 6:00 am
- Sacar estuche cámara y trípode
- Armar Cámara y trípode en el Salón del Banco de Alimentos
- Verificar carga de batería y transmisor
- Verificar ajustes de iluminación

2. HOST

- Hora de llegada 6:AM
- Ir a Maquillaje
- Solicitar micrófonos
- Realizar prueba de audio
- Prueba de encuadre de cámara
- Ponerse de acuerdo con los últimos detalles del script

3. STAFF

- Hora de llegada 6:00 am
- Preparar set de grabación
- Iluminación
- Solicitar Micrófonos para Host
- Estar presente en reunión de inicio de servicio
- Coordinar con CC y camarógrafo el tiempo de inicio y fin del live.
- Estar al tanto que todo marche bien durante la grabación

Fuente: Elaboración propia



Figura 28

Manual para transmisiones en vivo 2da. parte

4. DEL CONTENIDO DEL LIVE:

- Investigar sobre tema, serie y anuncios del día que les toque
- Realizar el script o guía de los temas a realizar en el live
- Practicar el script un día antes al menos
- Si hay invitado avisarle y enviarle carta de invitación al menos 15 días de anticipación
- Coordinar con Sonido si va a ser necesario solicitar micrófono extra

5. PROTOCOLO COVID-19

- Uso de mascarilla todo el tiempo
- Los hosts podrán retirar la mascarilla dos minutos antes de su intervención y al finalizar la misma tienen que volver a colocársela
- Deberán tener el cuidado de utilizar el mismo micrófono para todas las intervenciones que se tengan en el día
- No compartir el micrófono con nadie más
- Coordinar con anticipación la solicitud de un micrófono extra cuando hallan más de dos presentadores
- Si se entrevista a alguien que no sea invitado oficial, el entrevistado deberá portar la mascarilla.
- Consultar siempre con el departamento de sonido cuando sea necesario desinfectar los micrófonos
- Aplicación de gel desde los dispensadores ubicados en la iglesia, y se recomienda cargar gel de uso personal y aplicar cuando se hallan manipulado aparatos u objetos. |

Fuente: Elaboración propia



3.3 Plan de Capacitación para presentadores

Objetivo de la Actividad

Fortalecer las capacidades técnicas y profesionales de los presentadores de Iglesia Vida en Línea.

Descripción de la Actividad

Se fortalecieron las capacidades técnicas a través de la realización de talleres enfocados al área de comunicación, los cuales se efectuaron de plataformas virtual ante las dificultades ocasionadas por las restricciones Covi-19 para reunirse presencialmente.

Medio Utilizado

Plataforma Virtual y Presencial.

Área geográfica de Impacto

Iglesia Cristiana Vida Villa Nueva, presentadores de Iglesia Vida en Línea .

Presupuesto de esta acción

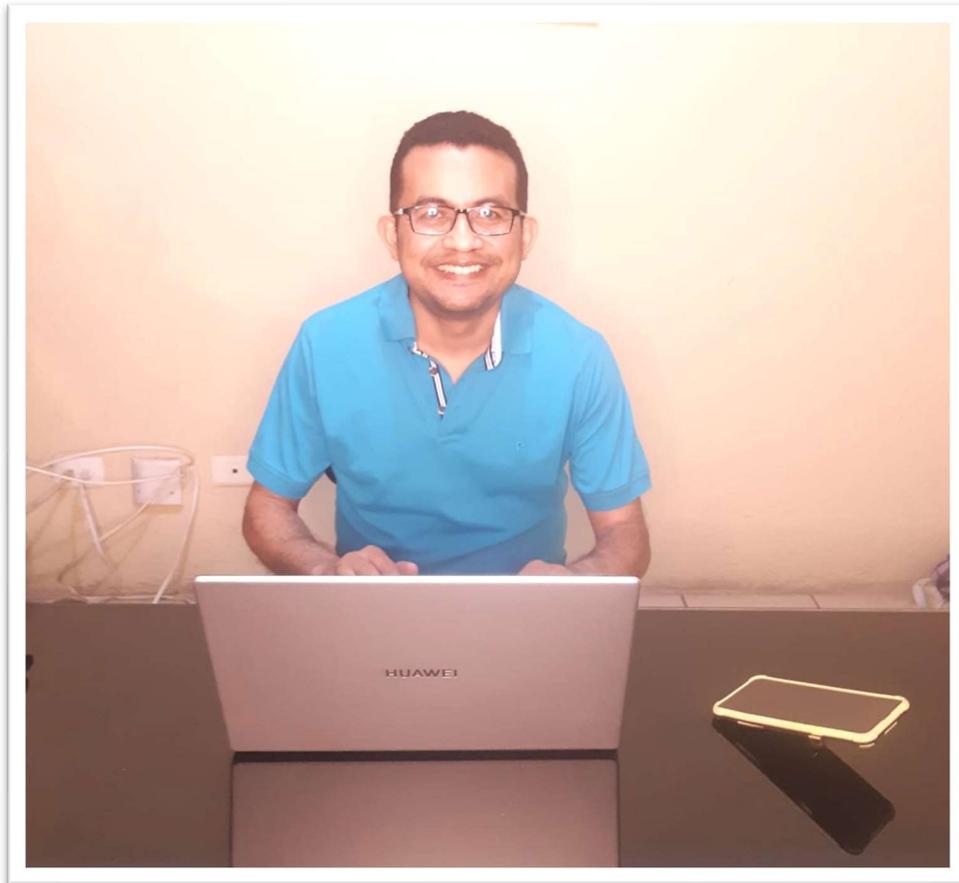
Q. 1,965.00 que incluye el pago a los conferencistas y gastos relacionados.



Comprobación

El primer taller efectuado fue impartido por el estudiante del EPS, Jimmy Young, el tema fue ¡Ante las Cámaras! que tuvo la participación del equipo de presentadores por medio de la plataforma *Google Meet*. La duración del curso fue de una hora donde se enseñaron consejos para el comportamiento ante las cámaras durante una grabación.

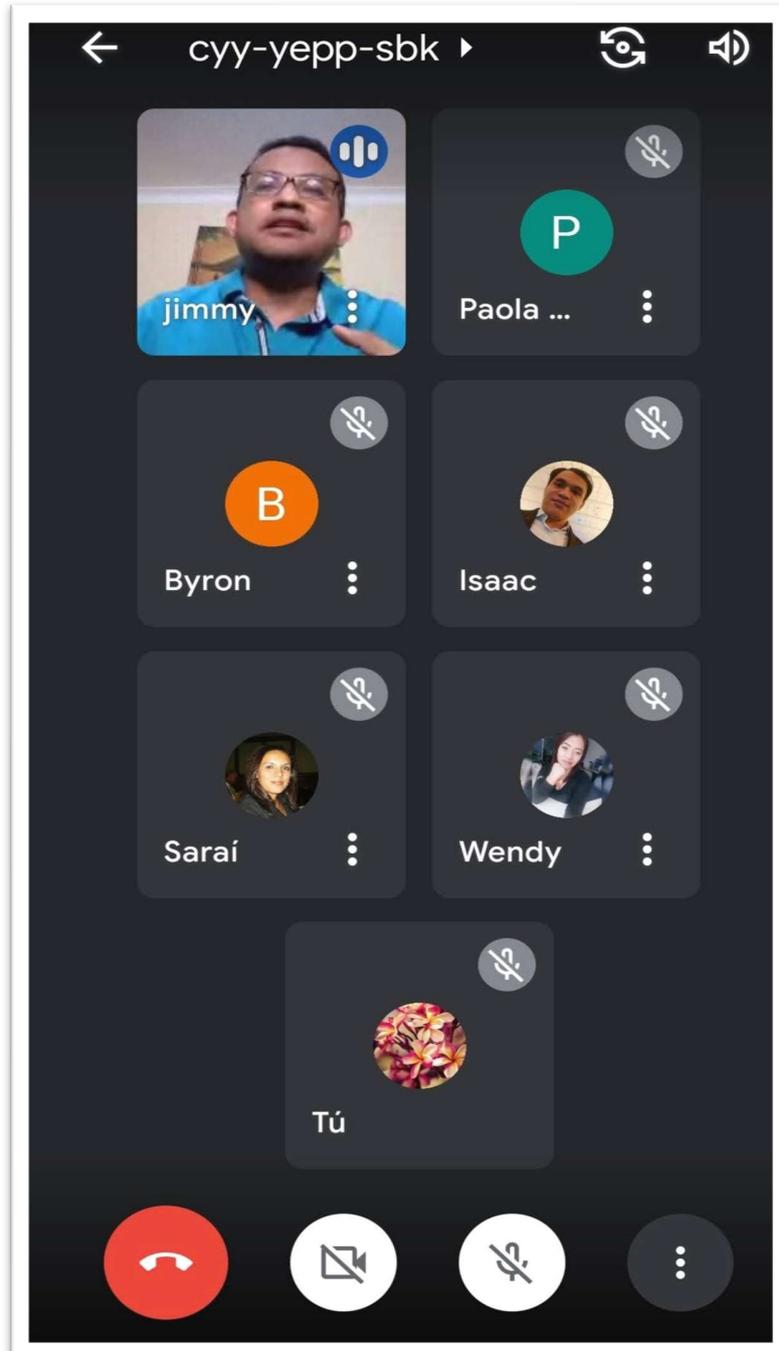
Figura 29
Expositor Jimmy Young



Fuente: Elaboración propia



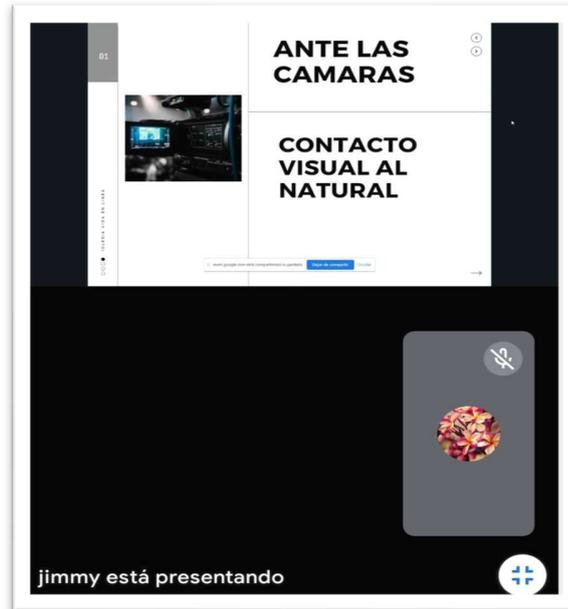
Figura 30
Participantes de capacitación Ante las Cámaras



Fuente: Elaboración propia



Figura 31
Capacitación Ante las Cámaras



Fuente: Elaboración propia

Figura 32
Foto grupal de capacitación Ante las Cámaras

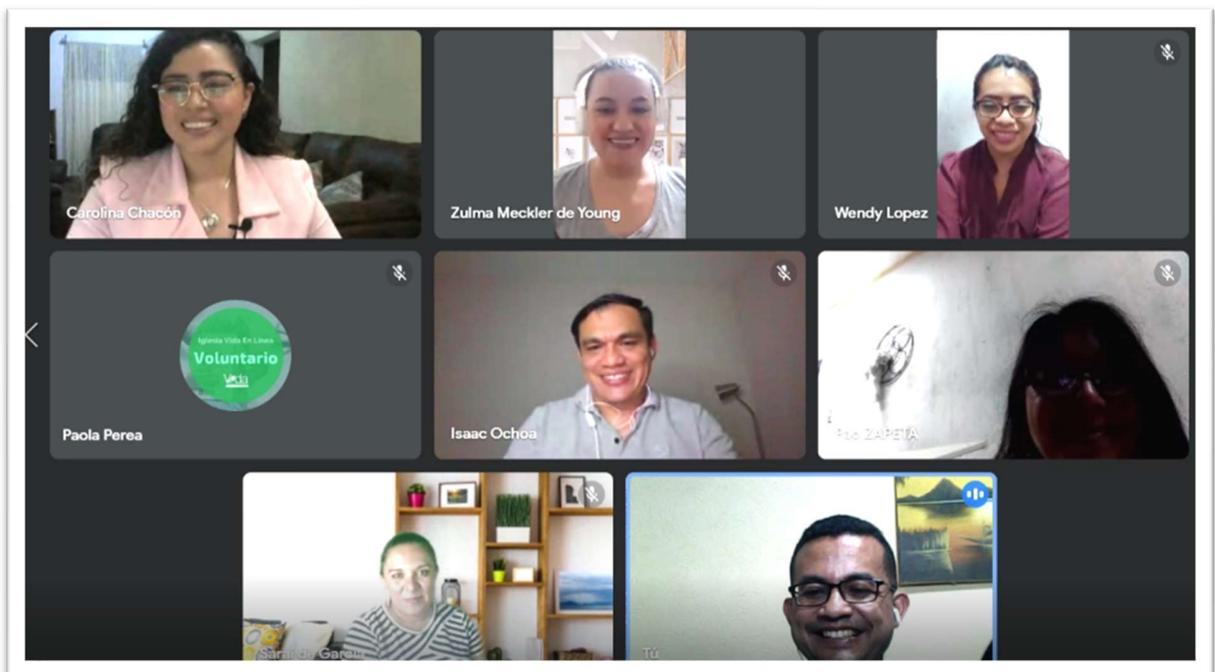


Fuente: Elaboración propia



El segundo taller fue efectuado el 14 de agosto, impartido por la licenciada Carolina Chacón, con el tema “Conduciendo un evento virtual”. Se aprendieron aspectos que se tienen que cuidar cuando se conduce un evento de manera virtual, que es una de las principales actividades que realiza el grupo de presentadores. Adjunto capturas de pantalla de la actividad.

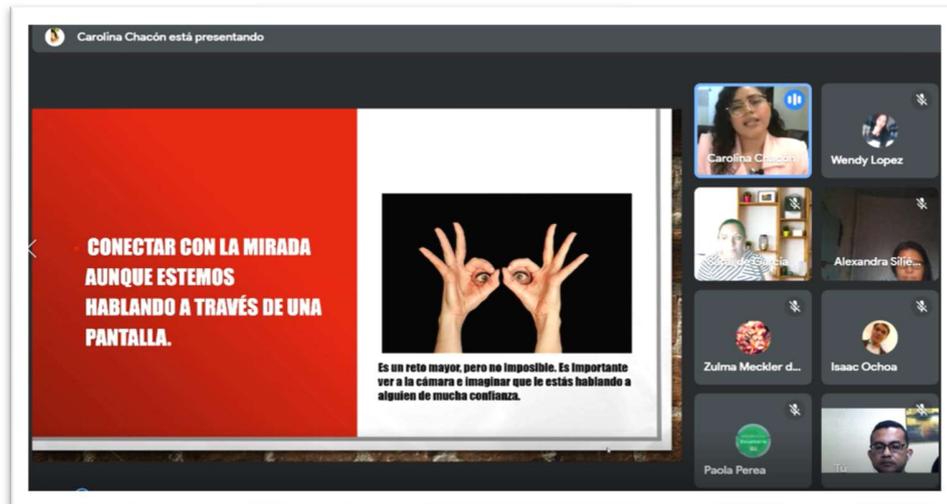
Figura 33
Foto grupal de capacitación de Cómo Conducir un Evento Virtual



Fuente: Elaboración propia



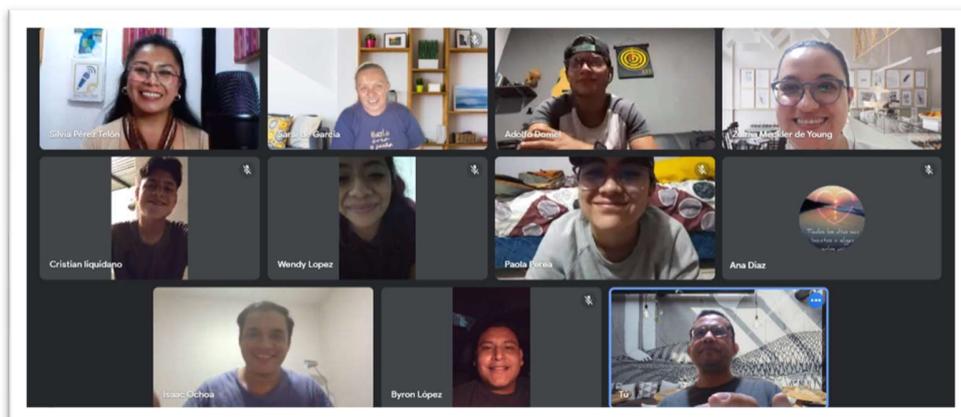
Figura 34
Capacitación de Cómo Conducir un Evento Virtual



Fuente: Elaboración propia

El último taller realizado estuvo a cargo de la licenciada Silvia Pérez Telón, quien es coaching vocal independiente, docente en la Universidad de San Carlos de Guatemala y en la escuela de Locución de la radio T.G.W. El tema impartido fue “Introducción a la Locución” que incluyó técnicas para mejorar la interpretación, dicción, fonación y respiración.

Figura 35
Foto grupal de capacitación de Introducción a la Locución



Fuente: Elaboración propia



Figura 36
Capacitación de Introducción a la Locución



Fuente: Elaboración propia

3.4 Actividades y Calendarización

Cronograma

Tabla 12
Cronograma de actividades de febrero a julio

No.	Actividad	MESES																																		
		Febrero				Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio										
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	
1	Cursos propedeuticos	■	■																																	
2	Conferencias y Primera visita a la Institución					■	■	■	■																											
3	Entrega de papelería de Eps																																			
4	Reunión Informativa Eps																																			
5	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación										■	■	■	■	■																					
6	Capacitación con Supervisor															■	■																			
7	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación																																			
8	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación																				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
9	Presentación Diagnostico para supervisor e institución																																			

Fuente: Elaboración propia



Tabla 13
Cronograma de actividades de julio a noviembre

No.	Actividad	Meses																													
		Julio					Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre									
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5					
10	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación																														
11	Entrega de informe avances fase 3																														
12	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación																														
13	Elaboración y correcciones del informe final																														
14	Entrega del informe final y copias a bibliotecas.																														
15	Finalización de Eps de Licenciatura																														
16	Graduación																														

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

- Los procesos de comunicación interna en la Iglesia Cristiana Vida Villanueva fueron modificados derivado de las restricciones COVID 19. Las reuniones presenciales se cambiaron por reuniones virtuales. Las plataformas que más se utilizan internamente son *WhatsApp*, *Zoom* y *Meet*.
- Las redes sociales son las principales plataformas de comunicación externa. La creación del campus Iglesia Vida en Línea reforzó la comunicación con el público externo a través de la creación de un grupo privado de *Facebook* cuya función principal es conectar a los miembros del grupo.
- En Julio, el grupo privado de *Facebook* de Iglesia Vida en Línea tuvo un incremento de miembros (ver Figura 25). El alcance geográfico se ha extendido más allá de las fronteras de Guatemala con miembros de otros países del mundo. La mayor parte de personas que comentan e interactúan son de San Miguel Petapa, Villa Nueva y Villa Canales.
- Según las encuestas realizadas muestran que la red social predilecta por los usuarios es *Facebook* y también que el programa de mayor preferencia es la transmisión en vivo de los servicios dominicales.
- Se implementó el plan de contenidos propuesto durante julio y agosto. Éste incluye un tipo de publicación para cada día de la semana con diferentes formatos y horarios. En esos meses se logró dar seguimiento a las publicaciones realizadas y se pudo observar un mayor número de reacciones a las mismas.



- Se realizó el manual de transmisiones en vivo, el cual es un documento que detalla los pasos a seguir en esa actividad, que incluye los protocolos COVID-19. Actualmente queda pendiente la última revisión y entregarlo al encargado de Iglesia Vida en Línea
- El programa de capacitaciones que se implementó para el equipo de Iglesia Vida en Línea brinda herramientas técnicas y profesionales para que se desenvuelvan de manera eficaz y lograr conectar con el público objetivo. Los consejos que se aprendieron en los primeros tres cursos de cómo actuar ante las cámaras, cómo conducir un evento virtual e introducción a la locución, ya son parte de la rutina y en el corto plazo se realizarán las últimas dos capacitaciones.



Recomendaciones

- Las reuniones de trabajo presenciales en los diferentes ministerios de Iglesia Cristiana Vida se efectúan con más frecuencia, por lo que la recomendación principal es guardar las medidas de bioseguridad como el uso obligatorio de las mascarillas, el tener siempre gel antibacterial para la desinfección de manos, la toma de temperatura a cada una de las personas reunidas y guardar el distanciamiento entre cada asistente.
- Aumentar el número de publicaciones en las diferentes páginas de Iglesia Vida en Línea. Crear contenido de interés para los usuarios a través de *posts* de reflexiones, motivación, preguntas que generen la interacción del público y también de historias entre otras formas de generar contenido.
- Es importante darle seguimiento al plan de publicaciones en la plataforma de *Facebook*, se sugiere designar a una persona responsable, de manera que se cumpla lo programado para la semana, así mismo estar al tanto de las herramientas de medición que proporciona esta plataforma para saber cuál es la aceptación del público y en base a los resultados obtenidos establecer nuevas estrategias.
- Designar a una persona para supervisar que se cumplan los pasos establecidos en el manual de transmisiones en vivo con el fin de que no haya contratiempos durante esa actividad y a la vez resguardarse de contraer el virus COVID-19.
- Dar seguimiento al programa de capacitaciones para que se pongan en práctica los conocimientos adquiridos por medio de supervisión y retroalimentación al equipo de Iglesia Vida en Línea



Fuentes Bibliográficas

(s.f.).

Asambleas de Dios.org.gt. (01 de 04 de 2021). Recuperado el 04 de 04 de 2021, de

<https://asambleasdedios.org.gt/historia>

Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la Investigación*. Mexico: RED TERCER MILENIO S.C.

Bravo Rojas, L. M. (05 de 01 de 2019). *Perspectiva teórica del diagnóstico comunicacional*.

Zuila, Venezuela.

Cabero, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en*.

Granada: Grupo Editorial Universitario.

Cabero, J. (04 de 2006). Bases pedagógicas del E-Learning. *Revista de Universidad y Sociedad*

del Conocimiento, 3(1).

Carbellido, C. (05 de 02 de 2018). *uncommunitymanager.es*. Recuperado el 24 de 06 de 2021, de

<https://www.uncommunitymanager.es/grupos-facebook/>

Dominguez, D. C. (15 de julio de 2020). <https://books.google.com.gt>. Obtenido de

<https://books.google.com.gt>.

ecured. (4 de junio de 2020). Obtenido de *ecured*:

https://www.ecured.cu>investigacion_cientifica

elementosdelacomunicacion.com. (07 de 2020). Obtenido de *elementosdelacomunicacion.com*:

<http://www.elementosdelacomunicacion.com>

Española, R. A. (agosto de 2013). *Diccionario*. México,D.F: Ultra, S.A.

Freijeiro, S. D. (2010). <https://books.google.com.gt/>. Obtenido de <https://books.google.com.gt/>:

<https://books.google.com.gt/>

Galán, J. S. (16 de 06 de 2016). *Ecnomipedia.com*. Recuperado el 24 de 06 de 2021|, de

<https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>

González, R. A. (07 de 2020). *Diagnóstico Pedagógico*. Obtenido de

<https://books.google.com.gt/>: <https://books.google.com.gt/>



Grasso, L. (2006). *Encuestas, elementos para su diseño y análisis*. Argentina: Encuentro Grupo Editor.

<https://rockcontent.com>. (17 de julio de 2020). Obtenido de <https://rockcontent.com>.

<https://www.isotools.org>. (07 de 2020). Obtenido de <https://www.isotools.org>.

Iglesia Vida GT. (31 de 05 de 2016). Recuperado el 10 de 04 de 2021, de

<https://www.youtube.com/watch?v=fMpYhwGaeE0>

Intelligen.es. (17 de 01 de 2017). Obtenido de <https://itelligent.es/es/las-5-kpis-mas-importantes-facebook/>

Ispanel, A. S. (2013). *Diagnóstico Comunicacional Participativo y Diálogo del proyecto Evolución 25*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

Jean, A. (02 de 02 de 2016). *cglobal.com.ar*. Recuperado el 10 de 08 de 2021, de

cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/

Manual de Organización de la Escuela de Trabajo Social. (2012). *Consejo Directivo de la Escuela de Trabajo Social*. Guatemala.

Manual de Organización de la escuela de trabajo social de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (2012).

Manual de Organización, Escuela de Trabajo Social. (2012). Guatemala.

Marques Graells, P. (01 de 03 de 2008). *Pangea.org*. Recuperado el 15 de 08 de 2021, de

<https://pangea.org/peremarques/tic.htm>

Martinez, J. (27 de 02 de 2017). <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>. Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>

Martínez, M. (s.f.). Tipos de Investigación. *Diagnóstico de Comunicación*. Guatemala.

Moguel, E. A. (27 de mayo de 2020). *google.libros*. Obtenido de google.libros:

<https://book.google.com.gt>

Monterroso, H. E. (05 de 2018). *Gestiopolis.com*. Recuperado el 27 de 06 de 2021, de

<https://www.gestiopolis.com/manuales-administrativos/>



- Muñiz Gonzalez, R. (s.f.). *Marketing XXI*. Recuperado el 21 de 06 de 2021, de <https://www.marketing-xxi.com/capitulo-8-la-comunicacion-integral-en-el-marketing.html>
- Namakforoosh., M. N. (27 de mayo de 2020). *Google. libros*. Obtenido de Google. libros: <https://book.google.com.gt>
- Ortega, O. (19 de 04 de 2021). *Comunicación Personal*.
- Peña, E. G. (2020). *Diagnóstico y estrategia de Comunicación interna y externa para fortalecer las redes sociales de la institución Cristo para todas las Naciones*. Guatemala: Usac.
- Potter, L. R. (2002). *The Communication Plan: The herarth of Strategic Commmunication*. New York: International Asociation of Business Communicators.
- Proyecto Ciceros*. (25 de 07 de 2007). Recuperado el 29 de 06 de 2021, de http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm
- Question Pro*. (27 de 04 de 2021). Obtenido de https://docs.google.com/forms/d/1m_4JarW2TAmqrYo_2Tm2DgT38wFAU0araYpadVS2QcY/edit#responses
- QuestionPro*. (28 de 08 de recuperado 2020). *Investigación Descriptiva*. Recuperado el 28 de 08 de 2020, de <https://www.questionpro.com>
- Raiola networks*. (25 de 08 de 2020). Obtenido de Raiola networks: <https://raiolanetworks.es/blog/plan-de-comunicacion>
- renatamarciniak.wordpress.com*. (07 de 01 de 2013). Obtenido de [renatamarciniak.wordpress.com: https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07](https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07)
- Rodrigo. (30 de 08 de 2020). *Todosobrecomunicación.com*. Recuperado el 22 de 2021 de 08, de <https://todosobrecomunicacion.com/modelo-de-comunicacion-de-david-k-berlo/>
- Roncancio, G. (19 de 08 de 2019). Recuperado el 27 de 06 de 2021, de *Pensemos*: <https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF, Mexico: McGrawHill.
- slideshare.net*. (20 de 12 de 2015). Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net>
- Slidesshare.net*. (23 de 01 de 2017|). Recuperado el 24 de 04 de 2021, de <https://es.slideshare.net/JuanSebastianGarciaM/las-tnicas-de-recoleccion-de-datos>



- Soriano, R. R. (1988). *Google, bibliogroup: "Folios universitarios"*. Obtenido de Google, bibliogroup: "Folios universitarios": <https://books.google.com.gt/trabajosocial.usac.edu.gt>. (19 de mayo de 2020). Obtenido de <http://trabajosocial.usac.edu.gt>.
- Tudela, J. B. (noviembre de 2009). *Investigación Cualitativa*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Recuperado el 27 de mayo de 2020, de google.libros: <https://book.google.com.gt>
- Velasquez, A. F. (02 de 06 de 2018). *Questionpro.com*. Recuperado el 01 de 02 de 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-interna-impacto-2/>
- Vertice, P. (2007). *Comunicación Interna*. Virtual Vertice. *virtual.usac.edu.gt*. (mayo de 2020). Obtenido de <https://virtual.usac.edu.gt/antecedentes/>



E-grafías

(s.f.).

Asambleas de Dios.org.gt. (01 de 04 de 2021). Recuperado el 04 de 04 de 2021, de <https://asambleasdedios.org.gt/historia>

Dominguez, D. C. (15 de julio de 2020). <https://books.google.com.gt>. Obtenido de <https://books.google.com.gt>.

ecured. (4 de junio de 2020). Obtenido de ecured:

https://www.ecured.cu>investigacion_cientifica

elementosdelacomunicacion.com. (07 de 2020). Obtenido de [elementosdelacomunicacion.com](http://www.elementosdelacomunicacion.com): <http://www.elementosdelacomunicacion.com>

<https://rockcontent.com>. (17 de julio de 2020). Obtenido de <https://rockcontent.com>.

<https://www.isotools.org>. (07 de 2020). Obtenido de <https://www.isotools.org>.

Iglesia Vida GT. (31 de 05 de 2016). Recuperado el 10 de 04 de 2021, de

<https://www.youtube.com/watch?v=fMpYhwGaeE0>

Intelligen.es. (17 de 01 de 2017). Obtenido de <https://itelligent.es/es/las-5-kpis-mas-importantes-facebook/>

Carbellido, C. (05 de 02 de 2018). *uncommunitymanager.es*. Recuperado el 24 de 06 de 2021, de <https://www.uncommunitymanager.es/grupos-facebook/>

Martinez, J. (27 de 02 de 2017). <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>. Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>

Muñiz Gonzalez, R. (s.f.). *Marketing XXI*. Recuperado el 21 de 06 de 2021, de

<https://www.marketing-xxi.com/capitulo-8-la-comunicacion-integral-en-el-marketing.html>

Proyecto Cíceros. (25 de 07 de 2007). Recuperado el 29 de 06 de 2021, de http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

Question Pro. (27 de 04 de 2021). Obtenido de

https://docs.google.com/forms/d/1m_4JarW2TAmqrYo_2Tm2DgT38wFAU0araYpadVS2QcY/edit#responses



QuestionPro. (28 de 08 de recuperado 2020). Investigación Descriptiva. Recuperado el 28 de 08 de 2020, de <https://www.questionpro.com>

Raiola networks. (25 de 08 de 2020). Obtenido de Raiola networks:
<https://raiolanetworks.es/blog/plan-de-comunicacion>

renatamarciniak.wordpress.com. (07 de 01 de 2013). Obtenido de
renatamarciniak.wordpress.com: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07>

Roncancio, G. (19 de 08 de 2019). Recuperado el 27 de 06 de 2021, de Pensemos:
<https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos>

slideshare.net. (20 de 12 de 2015). Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net>

Slideshare.net. (23 de 01 de 2017). Recuperado el 24 de 04 de 2021, de
<https://es.slideshare.net/JuanSebastianGarciaM/las-tcnicas-de-recoleccion-de-datos>

Soriano, R. R. (1988). *Google, bibliogroup: "Folios universitarios"*. Obtenido de Google,
bibliogroup: "Folios universitarios": <https://books.google.com.gt/>

trabajosocial.usac.edu.gt. (19 de mayo de 2020). Obtenido de <http://trabajosocial.usac.edu.gt>.

virtual.usac.edu.gt. (mayo de 2020). Obtenido de <https://virtual.usac.edu.gt/antecedentes/>



Anexos

Tabla 14

Guía de observación y de entrevista a Samuel Ríos, Administrador

Principios y Valores			
Visión y Misión			
No. Empleados			
No. Lideres			
No. De Servidores			
No. De Ministerios			
Alianzas estratégicas			
Manual de Procedimientos			
Código de conducta			
Plan estratégico Institucional			
Instalaciones Propias			
Correo Institucional			
Intranet			
Sala de Reuniones			
Presencial Home Office			
Medidas Covid			
Canales de comunicación Interna			
Canales de Comunicación Externa			
Manual de puestos			
Asamblea de Dios			
Reuniones de trabajo			

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 15

Guía de entrevista para Oswaldo Ortega, Antecedentes.

Antecedentes, algún estudiante ha realizado trabajo	
Alguna empresa externa ha hecho estudios o medición de las redes,	
Fases de Evolución de la comunicación externa, Paginas, Logo, Imagen institucional	
Cuanta gente conecta a las transmisiones en promedio	
Alcance	
Documento de política de línea grafica	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16

Guía entrevista Pastor Iglesia Vida en Línea

Como nació el proyecto	
Antecedentes, estudio	
Objetivo	
Como se ha manejado la imagen	
Como ha sido la respuesta de las personas	
Que canales utiliza (FB, IG, <i>YouTube</i>)	
Canales de comunicación interna	

Fuente: Elaboración Propia



Figura 37
Transmisión en vivo



Fuente: Elaboración Propia

Figura 38
Portada grupo Iglesia Vida en Línea



Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



Figura 39
Ejemplo de publicación #1



Logo: utiliza el logo oficial de Iglesia Vida
Imagen: No lleva ningún tipo de imagen únicamente fondo predeterminado.
Motivo: Saludo día de la Madre
Comentarios: 5
Reacciones: 0
Alcance: 312 personas
Miembros activos al momento de la publicación: 1491
Hashtags: 0

Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

Figura 40
Ejemplo de publicación #2



Publicado por: Administrador
Tipo de Publicación: Encuesta
Motivo: Misiones
Comentarios: 0
Reacciones: 12
Alcance: 493 personas
Votos: 48
Miembros activos al momento de la publicación: 1491
Hashtags: 0

Fuente: Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



Figura 41
Ejemplo de publicación #3



Publicado por: **Administrador**
Tipo de Publicación: **Live**
Motivo: **Vida Live**
Comentarios: **0**
Reacciones: **9**
Alcance: **507 personas**
Miembros activos al momento de la publicación: **1491**
Hashtags: **0**

Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>

Figura 42
Ejemplo de publicación #4



Publicado por: **Página**
Tipo de Publicación: **Post**
Motivo: **Bienvenida**
Comentarios: **0**
Reacciones: **8**
Alcance: **430 personas**
Miembros activos al momento de la publicación: **1491**
Hashtags: **0**

Fuente: <https://www.facebook.com/groups/iglesiavidaenlinea>



Figura 43
Diploma de participación



Fuente: Comunicarte Producciones

Figura 44
Comprobante de pago capacitación Licda. Carolina Chacón

Factura Pequeño Contribuyente

JOSELYN CAROLINA, CHACÓN PIRIR
Nit Emisor: 84636211
COMUNICARTE PRODUCCIONES
14 CALLE B 07-68 COLONIA LA VERBENA JOYA 3, zona 7,
Guatemala, GUATEMALA
NIT Receptor: 22954090
Nombre Receptor: JIMMY ALEXANDER, YOUNG VASQUEZ

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:
FAB37738-402E-47FE-A171-706FC7EAF98B
Serie: FAB37738 **Número de DTE:** 1076774910
Numero Acceso:
Fecha y hora de emisión: 14-ago-2021 22:22:46
Fecha y hora de certificación: 14-ago-2021 22:22:46
Moneda: GTQ

#No	B/S	Cantidad	Descripcion	P. Unitario con IVA (Q)	Descuentos (Q)	Total (Q)	Impuestos
1	Servicio	1	POR SERVICIOS TÉCNICOS EN TALLER VIRTUAL	200.00	0.00	200.00	
TOTALES:					0.00	200.00	

* No genera derecho a crédito fiscal

Datos del certificador

Superintendencia de Administración Tributaria NIT: 16693949



Fuente: Comunicarte Producciones



Figura 45
Propuesta de trabajo Licda. Silvia Pérez Telón

Guatemala, 10 de agosto de 2021.

Propuesta de servicios

Atención a: **Jimmy Young**
Servicio: Taller de introducción a la locución.

Presentación:

Mucho gusto Jimmy, soy Silvia Pérez Telón, locutora y licenciada en ciencias de la comunicación; me dedico a prestar servicios en estas áreas. Actualmente brindo talleres de introducción a la locución en la Academia de TGW y talleres personalizados, tanto en línea como presenciales.

Es grato para mí apoyarte en un taller como parte de la ejecución de tu proyecto de EPSL.

Cantidad	Descripción	Precio
1	Taller 'Introducción a la locución' para un grupo de 12 personas de la Iglesia Cristiana Vida. Día: sábado 4 de septiembre. Hora: 18:00 a 19:30 Medio: Plataforma virtual. Duración: 90 minutos. Contenido: abarca la parte anatómica y fisiológica de 1. Respiración. 2. Producción de la voz. 3. Dicción. 4. Interpretación.	A discreción

Muchas gracias por tu atención, quedo atenta a tus comentarios.

Cordialmente,

Silvia Pérez Telón
Locución y comunicación profesional

Fuente: Licda. Silvia Pérez Telón

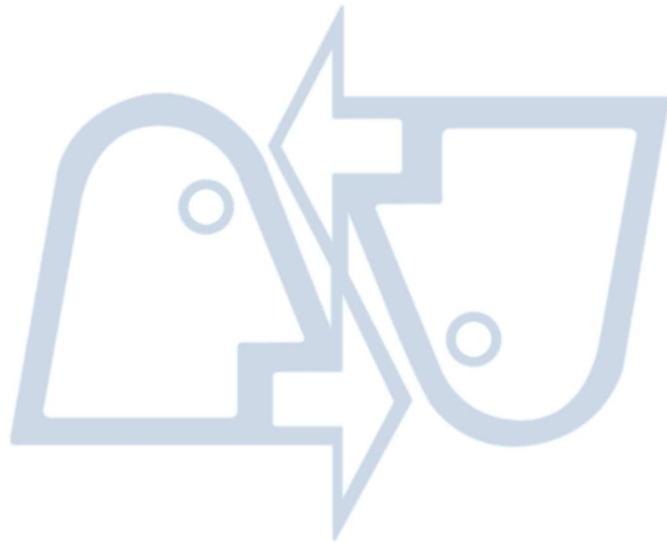


Figura 46

Comprobante de pago de capacitación por Licda. Silvia Pérez Telón

 <p>Silvia Pérez Telón Locución y comunicación profesional. Cel. 4204-0323</p> 	Valor: <u>Q.275.00</u>
Recibí de: <u>Jimmy Young</u>	
Dirección: <u>Ciudad.</u>	
La cantidad de: <u>Doscientos setenta y cinco quetzales exacto.s</u>	
Por: <u>Taller de 'Introducción a la locución' para Iglesia Vida en línea el sábado 04/09/21 de 18:00 a 19:30 horas vía GoogleMeet.</u>	
Lugar y fecha: <u>Guatemala, 05 de septiembre de 2021.</u>	
Firma: _____	Silvia Pérez Telón

Fuente: Licda. Silvia Pérez Telón



Comunicación

creando futuro