

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



**“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
EN LA IGLESIA NUEVO AMANECER”**

MAVY ROXANA DEL CID MORALES

GUATEMALA, MAYO 2019

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

**“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
EN LA IGLESIA NUEVO AMANECER”**

Trabajo de tesis presentado por
MAVY ROXANA DEL CID MORALES

Previo a optar al título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis:
M.A. Amanda Ballina Talento

Guatemala, mayo 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantes

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Presidente	M.A. Amanda Ballina Talento
Revisor	Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles
Revisor	Ing. Sergio Giovanni Gatica
Examinador	M.A. Donaldo Vásquez Zamora
Examinador	M.A. Edgar Augusto Morales García
Suplente	M.A. Mario Roberto Toje Chiquin



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 07 de Mayo de 2015

Dictamen aprobación 70-15

Comisión de Tesis

176-15

Estudiante

Mavy Roxana Del Cid Morales

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Del Cid Morales** :

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.19 del punto 1 del acta 07-2015 de sesión celebrada el 07 de Mayo de 2015 que literalmente dice:

1.19 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Mavy Roxana del Cid Morales, carné 200614006, proyecto de tesis "DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA NUEVO AMANECER". B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciado M.A. Amanda Ballina Talento.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Ingrid Dávila
USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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

263-15

Guatemala, 24 de julio de 2015
Comité Revisor/ NR
Ref CT-Akmg 27-2015

Estudiante
Mavy Roxana Del Cid Morales
Carné **200614006**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Del Cid**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al **COMITÉ REVISOR DE TESIS** para revisar y dictaminar sobre su tesis: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA NUEVO AMANECER**

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

M.A. Amanda Ballina, presidente(a).
Licda. Miriam Yucuté, revisor(a).
Ing Sergio Gatica, revisor(a).

Atentamente

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
Archivo.
AM/Eunice S.

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, 4 octubre del 2018

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

Atentamente informamos a usted que la estudiante Mavy Roxana Del Cid Morales con Carné número 200614006 y registro académico 2449 20966 0101 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: ***Diagnóstico y Propuesta de un Departamento de Comunicación en La Iglesia Nuevo Amanecer.***

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

"Id y enseñad a todos"



Licda. Miriam Yucute
Miembro Comisión Revisora



Ing. Sergio Gatica
Miembro Comisión Revisora



M.A. Amanda Ballina Talento
Presidente Comisión Revisora



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



Guatemala, 11 de febrero de 2019
Tribunal Examinador de Tesis
CT-Akmg-No 007-19

Estudiante
Mayy Roxana Del Cid Morales
Carné: 2449 20966 0101
Registro académico: 200614006
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "Diagnóstico y propuesta de un departamento de comunicación en la Iglesia Nuevo Amanecer", siendo ellos:

- | | |
|--------------------------------------|----------------|
| M.A. Amanda Ballina Talento | presidente(a) |
| Licda. Miriam Isabel Yucaté Muralles | revisor (a) |
| Ing. Sergio Giovanni Gatica | revisor (a) |
| M.A. Donaldo Vásquez Zamora | examinador (a) |
| M.A. Edgar Augusto Morales García | examinador (a) |
| M.A. Mario Roberto Toje Chiquín | suplente |

La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo

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

Aientamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García,
Director ECC


Dra. Aracelly Krisanlla Mérida,
Coordinadora Comisión de Tesis







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



Guatemala, 09 de abril de 2019
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 008-2019

Licenciado (a)
Mavy Roxana Del Cid Morales
Carné: 2449 20966 0101
Registro académico: 200614006
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):


Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: "Diagnóstico y propuesta de un departamento de comunicación en la Iglesia Nuevo Amanecer", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaria General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


Dra. Aracelly Krisanda Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis




Copia: archivo
AM/SVMG/ajjr



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

**Porque Jehová da la sabiduría,
Y de su boca viene el conocimiento y la inteligencia.
Proverbios 2:6**

Para efectos legales la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo

Dedicatoria y agradecimiento

A DIOS

Gracias por ser todo lo que en esta vida pudiese desear. Por ser mi Padre y mi sustento, por permitirme alcanzar esta meta, gracias por siempre estar allí. Por cada detalle que tienes para conmigo, por mi familia y amigos, por todas esas personas que me has permitido conocer durante mis años de vida.

A mi madre Silvia Del Cid

Gracias madre por estar siempre conmigo, por apoyarme y no darte por vencida, por ser un gran ejemplo para mí, por amarme tal cual soy, gracias por ser una mujer muy inteligente, emprendedora y creyente apasionada por Dios. Gracias por la manera en la que me has criado, los valores y principios que en mi has inculcado.

A mi abuelita Julia Del Cid

Gracias abuelita (plasti) por su amor tan incondicional, gracias por siempre, siempre estar allí para mí. Gracias por todas sus oraciones. Agradezco a Dios el que me permita compartir este logro con usted.

A mi familia

Tíos, tías, primos, primas, sobrinos, sobrinas, y familia política GRACIAS, gracias por todo el amor y apoyo durante estos años de vida que Dios me permite tener, gracias por estar siempre allí para mí, gracias por sus oraciones y consejos. Gracias familia por existir, son lo que me motiva a ser mejor cada día. Gracias por formar parte de este logro, es un logro de todos, pues seré el primer miembro de esta familia en graduarse de la universidad.

Mis pastores Boris y Karina Gracias doy a Dios el que me haya permitido conocerles y a toda su familia, gracias por todo el amor y apoyo que he recibido y seguiré recibiendo de ustedes. Gracias por apoyarme durante este proceso.

Amigos Gracias por su cariño y amistad. Por sus consejos y por el apoyo que me han brindado para poder culminar esta meta.

A mi asesora Amanda Ballina Gracias por todo su apoyo y tiempo dedicado durante este proceso, gracias por su confianza, cariño y amistad. Gracias por sus consejos y recomendaciones.

A Dra. Aracelly Mérida Gracias por no darse por vencida conmigo. Agradezco a Dios el que nos permitiese conocernos. Gracias por su cariño y amistad. Que Dios la bendiga y le permita seguir compartiendo de ese enorme conocimiento que posee.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN	III
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONCEPTUAL	1
1.1 TÍTULO DEL TEMA	1
1.2 ANTECEDENTES	1
1.3 JUSTIFICACIÓN	2
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.5 ALCANCES Y LÍMITES	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 HISTORIA MINISTERIOS CRISTIANOS NUEVO AMANECER:.....	6
a) Antecedentes	6
b) Base Legal	6
c) Misión.....	6
d) Visión	6
e) Objetivos de Iglesia Nuevo Amanecer	7
f) Funciones.....	7
g) Estructura Organizacional.....	7
h) Ministerios por los cuales está conformada la Iglesia Nuevo Amanecer	9
2.2 COMUNICACIÓN	11
2.3 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	12
2.3.1 EMISOR:	12
2.3.2 RECEPTOR:	13
2.3.3 EL MENSAJE:.....	13
2.3.4 EL CÓDIGO:.....	13
2.3.5 EL CANAL:.....	14
2.3.6 EL CONTEXTO:	14
2.3.7 LOS RUIDOS:	14
2.3.8 LOS FILTROS:	14
2.3.9 EL FEEDBACK O RETROALIMENTACIÓN:.....	14
2.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN	14
2.4.1 INTERPERSONAL:	14
2.4.2 SIMÉTRICA:.....	15
2.4.3 COMPLEMENTARIA:	15
2.4.4 MONOPÓLICA:.....	15
2.4.5 EMERGENTE:	15
2.4.6 PARTICIPATORÍA:	15

2.4.7 VERTICAL:	15
2.4.8 HORIZONTAL:	15
2.4.9 CIRCULAR:	16
2.4.10 INTRAPERSONAL:	16
2.4.11 GRUPAL:	16
2.4.12 MASIVA:	16
2.5 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN	16
2.6 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN	17
2.6.1 TIPOS DE BARRERAS SEGÚN SU NATURALEZA	18
2.7 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	19
2.7.1 TEORÍA CLÁSICA:.....	19
2.7.2 TEORÍA HUMANÍSTICA:	19
2.7.3 TEORÍA DE SISTEMAS:.....	19
2.8 ESCENARIOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	20
2.8.1 ESCENARIO FÍSICO:	20
2.8.2 ESCENARIO SOCIAL:	20
2.8.3 ESCENARIO INSTITUCIONAL:	21
2.9 CULTURA ORGANIZACIONAL	21
2.10 COMUNICACIÓN INTERNA.....	21
2.10.1 COMUNICACIÓN INTERNA:	22
2.10.2 COMUNICACIÓN EXTERNA:.....	22
2.11 CLASIFICACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN INTERNA	22
2.11.1 COMUNICACIÓN INTERNA FORMAL:.....	22
2.11.2 COMUNICACIÓN INTERNA FORMAL VERTICAL:	22
2.11.3 COMUNICACIÓN VERTICAL ASCENDENTE:.....	22
2.11.4 COMUNICACIÓN VERTICAL DESCENDENTE:.....	23
2.11.5 COMUNICACIÓN INTERNA INFORMAL:.....	24
2.11.6 COMUNICACIÓN INTERNA INFORMAL HORIZONTAL:.....	24
2.12 LÍDER.....	24
2.12.1 TIPOS DE LÍDER	25
2.12.2 LIDERAZGO.....	26
2.12.3 TIPOS DE LIDERAZGO.....	26
2.13 DIAGNÓSTICO	28
CAPÍTULO III.....	29
MARCO METODOLÓGICO.....	29
3.1 MÉTODO	29
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	29

3.3 OBJETIVO GENERAL.....	29
3.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
3.5 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	30
3.6 INSTRUMENTOS	30
3.7 POBLACIÓN	30
3.8 MUESTRA	30
CAPÍTULO IV	31
DIAGNÓSTICO, DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
4.1 DIAGNÓSTICO	31
4.2 DATOS DEMOGRÁFICOS.....	32
4.3 ASPECTO ORGANIZACIONAL	36
4.4 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	42
CAPÍTULO V	47
PROPUESTA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN IGLESIA NUEVO AMANECER.....	47
5.1 JUSTIFICACIÓN	47
5.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	48
5.2.1 PARA LA DIFUSIÓN DE LA EXISTENCIA DE LA IGLESIA NUEVO AMANECER Y EL MEJORAMIENTO DEL FLUJO DE INFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA.....	48
5.2.2 META:	48
5.2.3 MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN	49
5.2.4 VISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN.....	49
5.2.5 LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA EJECUCIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN	49
5.2.6 ESTRUCTURA DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN.....	50
a) Gestor de Comunicación:	50
b) Fotógrafo	51
c) Camarógrafo	52
d) Diagramador	53
e) Diseñador	54
f) Redactor	55
g) Editor	55
h) Community manager	56
5.2.7 ORGANIGRAMA DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN IGLESIA NUEVO AMANECER	56
5.2.8 AUMENTO DE COMPROMISO Y SENTIDO DE PERTENENCIA DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE IGLESIA NUEVO AMANECER.	57
5.2.8.1 Utilización de las herramientas.....	57
5.2.8.1.1 Publicidad en Medios Masivos	57
5.2.9 PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN: RECURSOS FINANCIEROS QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	59

CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
E-GRAFÍA	64
GLOSARIO	66
ANEXOS	69

Resumen

Título:

Diagnóstico y Propuesta de un Departamento de Comunicación en la Iglesia
Nuevo Amanecer

Autor:

Mavy Roxana Del Cid Morales

Problema investigado:

¿Existe la necesidad en la Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer de un
Departamento de Comunicación?

Instrumentos:

Se utilizaron como instrumentos de recolección de información: Fichas
bibliográficas y de resumen, una guía de entrevista semi dirigida con seis preguntas
abiertas, encuesta y un análisis FODA.

Procedimiento

Se realizó una investigación bibliográfica y documental con material obtenido en la
Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Biblioteca
Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así mismo se obtuvo
información a través de consulta de material proporcionado por Iglesia Nuevo
Amanecer.

Se entrevistó a todos los miembros de la Junta directiva de Iglesia Nuevo
Amanecer y también al Pastor General, así mismo se encuestó al 60% de los
miembros esto con el objetivo de elaborar el diagnóstico del actual estado de la
comunicación de dicha congregación.

Con base al diagnóstico realizado, se elaboró la propuesta del Departamento de Comunicación, el cual contiene una serie de puntos de aprovechamiento para la difusión de Iglesia Nuevo Amanecer y la mejora del flujo de la información para todos los miembros.

Resultados

Por medio del diagnóstico de comunicación de Iglesia Nuevo Amanecer, se estableció que dicha congregación no cuenta con la suficiente difusión necesaria, en medios de comunicación masivos y alternativos para darse a conocer.

Así mismo, no mantiene una comunicación efectiva con los miembros, pues solamente transmiten información a través de una fan page en Facebook, la cual no se actualiza con regularidad y no todos los miembros poseen cuenta en Facebook. También los días martes y domingo se transfiere información en forma oral desde el pulpito.

Concluyendo en que Iglesia Nuevo Amanecer necesita contar con un departamento de comunicación efectivo para su difusión eficaz y adecuada que les permita mantener informada a todos los miembros de la congregación y disminuir la desinformación y crear el sentimiento de pertenencia en cada miembro mejorando también las relaciones interpersonales.

INTRODUCCIÓN

La investigación se realizó con el objetivo de diagnosticar la comunicación de Iglesia Nuevo Amanecer, identificando los puntos débiles y de aprovechamiento, para proponer una estrategia de comunicación que ayude con el reforzamiento de la comunicación y cumplimiento de los objetivos de dicha congregación.

Para dicho efecto, este trabajo de investigación responde a la siguiente pregunta:

¿Existe la necesidad en la Iglesia Nuevo Amanecer de un Departamento de Comunicación?

El Marco Conceptual se expone en el primer capítulo, conteniendo los antecedentes de la investigación, estudios realizados con anterioridad relacionados con el tema en cuestión, la justificación de la investigación, también el planteamiento del problema para abordar con y los alcances y límites de la investigación.

El segundo capítulo, Marco Teórico, contiene las teorías e información que fundamentan la investigación, así como conceptos e ideas concretas que se relacionan con el tema a desarrollar.

En el Marco Metodológico, siendo este el tercer capítulo, se detalla el tipo de investigación, los objetivos generales y específicos, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, población y muestra.

Por último, el cuarto y quinto capítulo, en donde se presentan los resultados de la investigación, el diagnóstico y la propuesta de estrategia de comunicación para Iglesia Nuevo Amanecer, en el orden respectivo.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1 Título del Tema

- Diagnóstico y Propuesta de un Departamento de Comunicación en la Iglesia Nuevo Amanecer.

1.2 Antecedentes

Es indispensable conocer acerca de la importancia de la comunicación interpersonal, Marroquín (1995: p.28) indica que las personas se comunican porque esa comunicación es necesaria para su bienestar psicológico. Así mismo afirma que la comunicación interpersonal, no debe medirse solamente por el grado en que la conducta comunicativa ayuda a satisfacer las propias necesidades, sino también por el grado en que facilita a los otros la satisfacción de las propias.

Un departamento de comunicación es parte fundamental de las labores administrativas, es el elemento que hace posible la unión entre todos los individuos dentro y fuera de una organización. Tiene como objetivo general el desarrollar e implantar estrategias de comunicación que respalden a la organización en los logros de sus objetivos, ofreciendo recursos efectivos de coordinación, apoyo en los procesos de cambios y refuerzo en la integración del personal.

Además, es el responsable de alcanzar equilibrios internos para dar a conocer una imagen sana, competitiva, generando buenas relaciones con su entorno. De su desempeño depende que influya en las evaluaciones del total de la organización. (Revista Alto Nivel, 2011).

Existen varias Tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que funcionan como antecedentes en la

Comunicación Organizacional o Interna, entre ellas destacan: “Diagnóstico y Proyecto de comunicación para Hogar Un Mundo Mejor: “La comunicación bien utilizada por las ONG’S puede lograr un cambio positivo en nuestra sociedad, sensibilizar a la población a ser partícipe de un desarrollo para las comunidades o sectores más necesitados”. Chiong (2012: p.18).

Propuesta de Estrategia de comunicación externa para museo Miraflores: “La comunicación constituye una experiencia compartida entre seres humanos que emiten e interpretan simultáneamente los mensajes a través de los procesos de codificación y decodificación”. López (2013: p.13)

Las tesis mencionadas anteriormente aportaron al presente proyecto herramientas necesarias para estructurar una investigación y desarrollar la misma con los fundamentos adecuados.

1.3 Justificación

Bajo la demanda que se tiene en la actualidad de proporcionar mayor información y mejores servicios, los departamentos de comunicación se han convertido en una herramienta muy necesaria y eficaz. Si se estructura y desarrolla de una forma adecuada se lograrán grandes beneficios para la institución, puesto que es un canal donde el informar y mantener informados a las personas es la prioridad para mantener un ambiente agradable, cómodo y donde cada persona se sienta parte de ese lugar.

Para una institución es de suma importancia contar con un Departamento de Comunicación dado que éste constituye una parte fundamental para el buen manejo de la información tanto interna como externa al implementar una buena estrategia de comunicación.

Al momento de mantener una buena comunicación entre los miembros de la iglesia, se logra con mayor facilidad la resolución de conflictos. Hoy en día es indispensable contar con la información necesaria para mantener vínculos de comunicación, no

importando el grupo objetivo al cual deseamos dirigirnos. Transmitir información por cualquier medio, escrito, digital o visual permite que todos se encuentren al tanto de los proyectos que se tienen a corto, mediano o largo plazo.

Al mantener una excelente organización se transmite de mejor manera la información siendo esta más ordenada y confiable, dado que la iglesia está dividida por ministerios no se necesita que cada miembro de cada ministerio este presente al momento de tener una reunión, simplemente con la presencia de un representante o el líder de cada ministerio teniendo en cuenta que el mismo al recibir la información la transfiere a cada miembro del ministerio. O todo aquel que no tenga acceso a una computadora puede tener el boletín que se entregará dominicalmente.

Se realizó un diagnóstico y se determinó la importancia de implementar un Departamento de Comunicación. ¿Qué función cumpliría un Departamento de Comunicación en una iglesia? Este se encargaría de manejar, informar y transmitir todo tipo de información ya sea en forma escrita, oral o digital. Lo importante es que se mantenga al tanto a cada miembro de la Iglesia Nuevo Amanecer sobre los proyectos que se tienen a corto, mediano y largo plazo.

¿Por qué es necesario contar con un Departamento de Comunicación en la iglesia Nuevo Amanecer? Porque hoy en día es indispensable contar con la información necesaria para mantener vínculos de comunicación, no importando el grupo objetivo al cual deseamos dirigirnos. Dado que se pretende llegar a informar a todos los miembros sin importar la edad. Pues quien no tenga acceso a una computadora, tendrá acceso al boletín escrito; y quien no tenga la oportunidad de presenciar el mensaje que se predica los domingos podrá verla a través de un canal online y así mencionar muchas más facilidades con las que se cuentan hoy en día para transmitir la información que se desee y a quien se desee.

¿Cuándo es necesario el empleo de un Departamento de Comunicación? Cuando se ve la necesidad que cada miembro de la Iglesia Nuevo Amanecer tiene para

poder estar informado de alguna u otra forma, se considera necesaria la creación de un Departamento de Comunicación, y así aplicar la estrategia o estrategias de comunicación respectiva, coordinada por personal idóneo para divulgar de forma centralizada toda la información que la iglesia desee transmitir a sus miembros.

1.4 Planteamiento del Problema

Iglesia Nuevo Amanecer fue fundada en Guatemala en el año 2007, es una iglesia independiente pues no se encuentra bajo la cobertura de ninguna otra. Su principal objetivo es ayudar y apoyar a todas familias que allí se congreguen poniendo en práctica el lema “Si lo puedes creer, lo puedes lograr”. Actualmente es liderada por el Pastor Boris Alexander Castillo Vega, cuenta con la asistencia de alrededor 150 miembros.

Se realizan cuatro servicios a la semana domingo a las 10:00, martes a las 19:00, jueves a las 19:30 y los viernes a las 10:00. También se llevan a cabo varias actividades familiares, juveniles e infantiles una o dos veces al mes.

Se encuentra organizada en varios ministerios cuya funcionalidad no se ha logrado al 100%. En el presente estudio se tomará en cuenta nada más la comunicación interna y externa a nivel general. Por lo que se desea diagnosticar en el proyecto, ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de la misma dentro y fuera de la iglesia? ¿Qué medios manejan o cuenta la iglesia para comunicarse con los miembros? ¿Cuenta con un canal directo de comunicación?

Se busca analizar la página de Facebook y el correo electrónico ya que son esos los medios que se emplean para comunicarse interna y externamente. ¿Son funcionales estos elementos para la Iglesia? ¿Cumplen los objetivos de comunicación efectiva? Al descuidar la comunicación interna dentro de la iglesia crean un ambiente desfavorable pues los miembros no se sentirán parte de la institución por lo que su compromiso con la iglesia decae.

Entonces:

¿Existe la necesidad en la Iglesia Nuevo Amanecer de un Departamento de Comunicación?

1.5 Alcances y Límites

Ámbito Geográfico: Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer, ubicada en la 4ta. Calle 1-34 zona 1 de Mixco, Guatemala, Guatemala.

Ámbito Poblacional: Pastor, Líderes de cada Ministerio y miembros de la Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer

Ámbito Institucional: Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer

Ámbito Temporal: Febrero a julio año 2015.

Límites: Este estudio se circunscribió únicamente a la Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Historia Ministerios Cristianos Nuevo Amanecer:

a) Antecedentes

En el año 2007 el Pastor Boris Castillo, quien a sus 33 años establece la Iglesia Cristiana Evangélica pentecostal, Nuevo Amanecer con un grupo aproximado de 30 personas en el local número 70 del centro Comercial El Molino de las Flores, donde anteriormente funcionaba como una sala de cine.

Desarrollando la visión de encuentros, grupos familiares, discipulados, logran un crecimiento hasta llenar el local con un aproximado de 150 personas luego se traslada en el año 2013 a la 4ta. Calle 1-34 de la zona 1 de la Ciudad de Mixco, en donde actualmente se establece y tiene el proyecto de adquirir la propiedad.

b) Base Legal

La Iglesia Nuevo Amanecer fue creada según el Acuerdo Ministerial Número 372-2012, autorizado por el Ministro de Gobernación actual el 30 de octubre 2012.

c) Misión

Cumplir con la gran comisión establecida por nuestro señor Jesucristo según Mateo 28:19 alcanzando, formando y enviando la mayor cantidad de personas utilizando todos los medios que estén a nuestro alcance.

d) Visión

Hoy es un nuevo amanecer para ganar, consolidar, discipular y enviar personas cambiadas por el poder de Dios a transformar Guatemala y las naciones para Cristo. Sí lo puedes creer lo puedes lograr.

e) Objetivos de Iglesia Nuevo Amanecer

- Ser uno de los ministerios Cristocéntricos que se presenta como una de las primeras y mejores opciones como iglesia evangélica.
- Establecer inicialmente los ministerios Cristianos Nuevo Amanecer en la Ciudad de Mixco.

f) Funciones

- Predicar el Evangelio.
- Discipular personas
- Enfoque Social

g) Estructura Organizacional

Junta Directiva:

Pastor General: Boris Alexander Castillo Vega

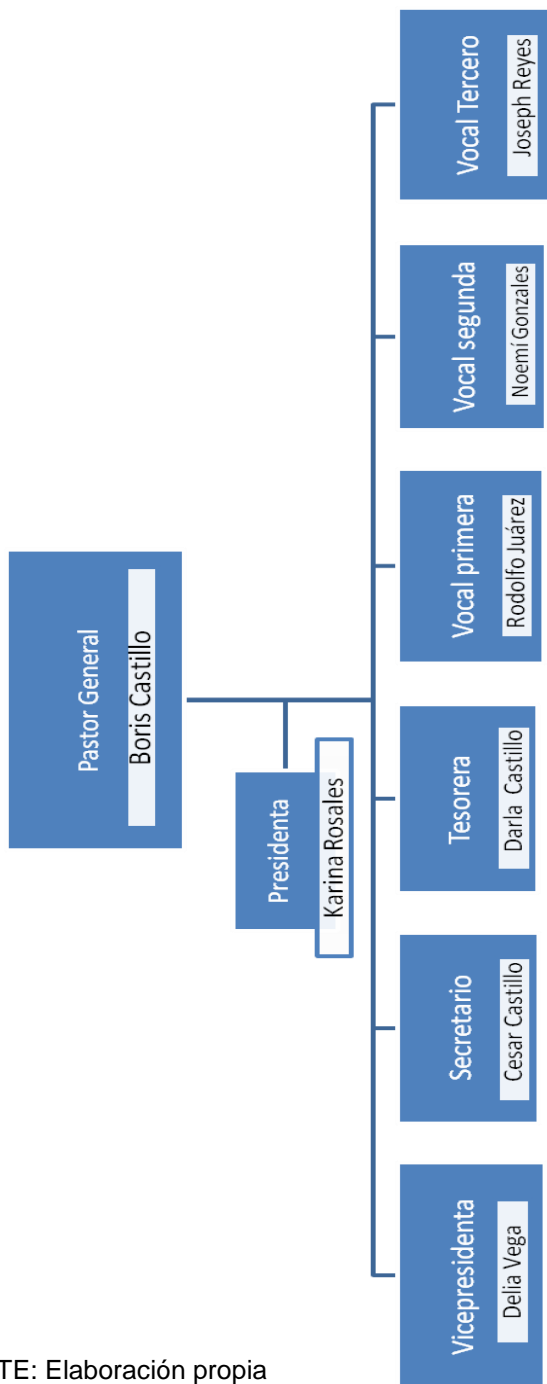
- Presidenta: Evelyn Karina Rosales
- Vicepresidenta: Delia Rosaura Vega
- Secretario: Cesar Adolfo Castillo Vega
- Tesorera: Darla Lorena Castillo Sigüenza
- Vocal Primero: Rodolfo Isaías Juárez Chávez
- Vocal Segunda: Noemí Gonzáles Vega
- Vocal Tercero: Joseph Emmanuel Reyes Trabanino

Funciones de Junta Directiva:

- Velar por el cumplimiento de los objetivos para los cuáles fue creada la Iglesia.
- Planeación Estratégica.
- Evaluación del desempeño del personal encargado de cada ministerio.
- Revisión mensual, bimestral, trimestral, semestral o anual de presupuestos, estados financieros, cumplimiento de metas y objetivos, administración, etc.

- Dirección, supervisión y control de la adecuada ejecución de la Planeación Estratégica.
- Gestión de Recursos y asignación presupuestaria.

Organigrama



FUENTE: Elaboración propia

h) Ministerios por los cuales está conformada la Iglesia Nuevo Amanecer

- **Evangelización a través de células**

Los grupos familiares donde se comparte de la Palabra de Dios y se dan enseñanzas para crecimiento personal. Se ubica a cada miembro cerca de su domicilio, pueden llevarse a cabo en restaurantes, hogares en donde se abran las puertas y se pueda compartir de la Palabra de Dios.

- **Diaconado y Servidores**

Grupo de hermanos encargados de guardar el ornato y orden del templo, oran, interceden, ayudan al momento de la Santa Cena (repartimiento del pan y del vino), colaboran también en actividades extras como: casamientos, graduaciones, quince años, retiros etc. Ellos y ellas siempre están permanentemente al servicio de los hijos de Dios haciéndolo con gusto y amor.

- **Matrimonios**

Ministerio encargado de orar e interceder por los matrimonios congregados en la iglesia, velan por las parejas recién casadas, instan a las parejas unidas a llevar a cabo sus votos de amor por lo civil y la iglesia para vivir conforme al corazón y voluntad de Dios. Acuden al llamado de los mismos en caso de problemas o diferencias familiares.

- **Ministerio de Caballeros**

Grupo de varones que se reúnen para compartir temas de sumo interés personal, familiar, económico y social, en los cuales son formados a través de la Palabra a ser verdaderos hombres de valor, alcanzar sus metas u objetivos trazados, los instan a guardarse en santidad para agradar y alegrar el corazón de Dios en todo momento y lugar.

- **Ministerio de Alabanza**

Grupo de personas preparadas y dedicadas a guiar al pueblo a la presencia del Señor a través de Cánticos de Júbilo y adoración, quienes ponen al servicio de Dios los dones y talentos recibidos por el Espíritu Santo. Trabajan conjuntamente con los técnicos sonidistas y técnicos electrónicos para realizar las diferentes conexiones, preparando el sonido para el día del servicio, también ayudan a mantener una ecualización y grado de volumen adecuado para cada instrumento que se ejecuta y cada micrófono a utilizarse, creando así un ambiente armonioso y no escandaloso.

- **Ministerio de Niños**

Conformado por jóvenes y adultos que con amor se dedican al cuidado y enseñanza de la Palabra de Dios, niños de 4 a 13 años de edad que asisten a la iglesia, transmitiendo el mensaje a través de juegos, actividades especiales, películas, manualidades, pues no se trata solo de entretener sino de que el niño o la niña conozcan de la vida y milagros de Jesús. Y que tenga la convicción y seguridad de quién es Él y que en cualquier momento, lugar o circunstancia ellos y ellas pueden contar con Él sin importar que.

- **Ministerio de Damas**

Grupo de damas dedicadas a orar e interceder por las demás mujeres, hijas de Dios que han decidido seguir a Cristo. Recibiendo y dando diferentes capacitaciones para ser cada una excelente “Mujer de Dios” una mujer conforme al corazón de Dios, bombardeándolas siempre con palabras positivas, de superación y principalmente de valoración propia.

- **Ministerio de Jóvenes**

Creado para compartir temas de actualidad a nuestros jóvenes, para que sean edificados, motivándolos a través de la Palabra a ser mejores en Cristo, ayudándolos a tomar decisiones correctas, a ser personas de cambio, que puedan influenciar y no ser influenciados por los placeres pasajeros y

dañinos de esta sociedad, que no se avergüencen de ser cristianos sino que inviten a otros jóvenes también a que conozcan y sepan que el ser Cristiano no es algo aburrido y que para divertirse no se necesitan de vicios u otras adicciones que dañan física y espiritualmente.

- **Ministerio de Ayuno e Intercesión**

Se Lleva a cabo todos los viernes de 10:00 a 12:00, es el equipo encargado de orar por las distintas necesidades de los miembros y de las personas que se comunican por teléfono solicitando oración por alguna enfermedad, problema, deuda etc. Se comunican con la persona que presento la petición y le dan seguimiento a esa solicitud de oración hasta obtener una respuesta de Cristo.

- **Ministerio de Danza**

Conformado por jóvenes y señoritas preparadas y dedicadas a guiar al pueblo a la presencia del Señor a través de la danza, quienes ponen al servicio de Dios los dones y talentos recibidos por el Espíritu Santo.

2.2 Comunicación

Cada ser humano necesita comunicar, ideas, sentimientos etc., puesto que la comunicación es un factor vital para toda persona en su interacción y al llevar a cabo cualquier actividad. En toda organización e institución la comunicación juega uno de los papeles principales pues es la encargada de crear una mejor y más efectiva actividad laboral debido a que esta influye en el rendimiento de los trabajadores.

“La comunicación es el fenómeno social que engloba todos los actos a través de los cuales el hombre, como ser vivo, se relaciona con el mundo exterior”. (Ballina, 2002).

La comunicación es uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que comunicamos para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones.

Para Pasquali (2012) la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. "Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad".

La comunicación es un elemento de gran importancia de las relaciones humanas, el ser humano por naturaleza, necesita relacionarse con otras personas para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, y esto lo logra a través de diversos medios de comunicación.

2.3 Elementos de la Comunicación

Son los encargados de que el proceso de comunicación se desarrolle de la mejor manera posible.

Hofstadt (2005: p.10) Aunque la comunicación sea un complejo proceso, a efectos didácticos se ha tratado de operativizar el mismo descomponiéndolo en los diferentes elementos que lo integran, elementos que resultan indispensables, y de los que dependerá que se consiga que la comunicación sea efectiva estos elementos son los siguientes:

2.3.1 Emisor:

Es el sujeto que comunica en primer lugar o toma la iniciativa de ese acto de comunicación.

2.3.2 Receptor:

Es el que recibe el mensaje o, mejor dicho, en un sentido estricto, aquél a quien va destinado el mensaje.

En ambos casos, quizá más que a un sujeto, el concepto corresponda a un rol que debe ejecutarse por parte de un sujeto, porque en un gran número de ocasiones, a lo largo del desarrollo de un mismo acto de comunicar, el emisor se convertirá en receptor y el receptor en emisor, y posteriormente ambos intercambiarán sus papeles en un número indeterminado de ocasiones.

Para que exista comunicación, no necesariamente debe estar presente el receptor, y tampoco se tiene porqué producir ese intercambio de papeles, aunque es lo habitual.

2.3.3 El Mensaje:

Es el conjunto de las diferentes ideas o informaciones que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc. Cuyo significado interpretará el receptor en función de una serie de factores, relacionados fundamentalmente con sus propias experiencias personales y con el contexto sociocultural que le sirva de referencia.

El mensaje consta de la idea o información central que queremos transmitir y de la redundancia que supone todo aquello que adorna el mensaje contribuyendo a captar la atención y facilitar la comprensión.

2.3.4 El Código:

Es el conjunto de claves, imágenes, lenguaje, normas, etc., que sirven para transmitir la información o las ideas que constituyen el mensaje. El código debe de ser compartido por emisor y receptor, pues en caso contrario es imposible que se produzca una comunicación efectiva.

2.3.5 El Canal:

Es el medio a través del cual se emite el mensaje del emisor al receptor. Supone el soporte de la información que actúa como línea de transmisión.

2.3.6 El Contexto:

Supone la situación concreta en la que se desarrolla la comunicación. De él dependerán en gran parte los roles que ejecuten emisor y receptor. El contexto determinará en gran parte la imagen e interpretación que se dará al mensaje, influyendo en la comprensión correcta del mismo.

2.3.7 Los Ruidos:

Son todas las alteraciones que se producen durante la transmisión del mensaje y, pese a su nombre, no tienen por qué tener relación con el sonido.

2.3.8 Los Filtros:

Suponen lo que se denomina barreras mentales, que surgen de los valores, experiencias, conocimientos, expectativas, prejuicios, etc., de emisor y receptor.

2.3.9 El Feedback o Retroalimentación:

Supone la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la interpretación del mismo o sus consecuencias en el comportamiento de los interlocutores.

2.4 Tipos de Comunicación

Según Ramos, (1991) los siguientes son los tipos más importantes de comunicación:

2.4.1 Interpersonal:

Entre un número determinado de personas identificables, los caminos de las relaciones humanas, de la convivencia entre los individuos, el progreso y desarrollo

social, de la procreación de la familia y, por ende, de la conservación y multiplicación de la especie.

2.4.2 Simétrica:

Es la que establecen dos personas con los mismos derechos y obligaciones.

2.4.3 Complementaria:

Es la que establecen dos personas cuya relación se ve afectada por grados de dependencia, la una respecto a la otra.

2.4.4 Monopólica:

Es la comunicación que sigue una orientación vertical descendente, es decir, que es el comunicador el que controla totalmente la elaboración, difusión y destino de los mensajes.

2.4.5 Emergente:

Es la que nace en los preceptores, y se dirige hacia los órganos de decisión político-administrativo.

2.4.6 Participatoría:

Es un sistema mixto en el cual intervienen los comunicadores y preceptores en la elaboración de los mensajes o comunicaciones de los diversos grupos sociales.

2.4.7 Vertical:

Es la que se desarrolla siguiendo un orden de arriba hacia abajo o viceversa, es decir son los flujos de mensajes que tiene lugar entre jefes y empleados y entre estos y sus jefes.

2.4.8 Horizontal:

Es la comunicación que se da entre personas o empleados que gozan de un mismo nivel jerárquico en una institución o empresa.

2.4.9 Circular:

La que se realiza en la empresa o institución entre jefes, empleados, y en ocasiones otras personas.

2.4.10 Intrapersonal:

La de una persona consigo misma mediante la reflexión.

2.4.11 Grupal:

Se da entre los miembros de dos o más colectivos sociales.

2.4.12 Masiva:

Cuando se da entre un gran número de personas. Entre un número amplio y heterogéneo de personas no identificadas., conocida en inglés como mass media, hacen posible la comunicación de masas dentro de una sociedad cualquiera, y hablar de medios tecnológicos, altamente sofisticados y económicamente muy costoso, que se utilizan actualmente, para realizar el proceso de comunicación o comunicaciones significa referirse a todos aquellos medios tecnológicos, altamente sofisticados y económicamente muy costosos, que se utilizan actualmente, para realizar el proceso de comunicación.

2.5 Funciones de la Comunicación

Dependiendo el elemento que predomine en la comunicación para Velásquez, (2008) la comunicación cumple distintas funciones. Entre las que destacan las siguientes:

- a) Referencial: Se utiliza para informar o dar cuenta del mundo exterior. Se dice que ésta es la función comunicativa por excelencia.
- b) Emotiva: Se utiliza para opinar sobre algún aspecto en la realidad o exteriorizar sentimientos o juicios de valor. El mensaje es utilizado como medio para dar cuenta de sí mismo.

- c) Apelativa: El emisor utiliza el mensaje para lograr que el receptor actúe de determinada manera, acorde con sus intereses. En estos mensajes lo ideal es inducir al receptor a determinadas acciones de consumo.
- d) Fática: Cuando el lenguaje sólo se emplea para abrir, mantener o cerrar una comunicación. Su objetivo es verificar el buen funcionamiento del canal en el proceso comunicativo.
- e) Metalingüística: Tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor.
- f) Poética: El mensaje deja de ser un medio para lograr algo, y se convierte en un fin, el interés de esta se centra en el mensaje.

2.6 Barreras de la Comunicación

Interfieren en el proceso de comunicación generando grandes problemas, pues el mensaje no se envió, no se recibió o si llegó no se entiende. Existen varias barreras que interfieren antes, durante y después de transmitir la información.

Para Boland (2007) en el proceso de comunicación es normal que se presenten ciertas barreras también los denominados ruidos. Las barreras o ruidos son perturbaciones indeseables o interferencias que se producen durante la transmisión y recepción del mensaje que tienden a dificultar su circulación o desvirtuar su contenido.

En las organizaciones podemos encontrar estos tipos de barreras que deterioran la eficacia de las comunicaciones.

- Ideas preconcebidas
- Rechazo de información contraria
- Significados personalizados
- Motivaciones e intereses personales
- Credibilidad de la fuente

- Habilidad para comunicarse
- Clima organizacional
- Complejidad de los canales

Otras barreras

- Falta o ausencia de planeación
- Supuestos o hechos confusos
- Distorsión del contexto del mensaje y/o de la semántica
- Información expresada deficientemente
- Barreras de contexto internacional
- Pérdida de información por retención limitada
- Información con escucha limitada y la evaluación anticipada de la misma
- Comunicación de forma impersonal
- Desconfianza o temores en la comunicación
- Tiempo insuficiente ante los cambios
- Exceso de información.

Según Chiavenato (1994) estas barreras pueden clasificarse según su naturaleza en Técnicas, semánticas y humanas.

2.6.1 Tipos de Barreras según su naturaleza

Técnicas	Semánticas	Humanas
Espacio o distancia	Interpretación de palabras	Variación de percepción
Fallas mecánicas	Decodificación de gestos	Diferencias de sensibilidad
Fallas eléctricas	Traslaciones de lenguaje	Variables de personalidad
Vacíos de tiempo	Significados de signos y símbolos	Discrepancia de competencia
Interferencias Físicas	Sentido de los recuerdos	Límite sensorial

FUENTE: Chiavenato, 1994

2.7 Comunicación Organizacional

Teorías básicas en las que Jablin Frederick (1986) resume la evolución y futuro de la comunicación organizacional.

2.7.1 Teoría clásica:

Esta teoría se desarrolló en Estados Unidos, como resultado de la gran industrialización de los sistemas económicos a finales del siglo XIX. Su objetivo principal consistía en sistematizar la actividad organizada y así lograr optimizar los recursos para luego obtener una mejor eficiencia en las empresas o instituciones.

Así la comunicación era estrictamente formal y descendente (este es un rasgo que continúa vigente en muchas empresas e instituciones). Sin embargo, existía la comunicación horizontal entre gerentes de igual categoría. Según el modelo burocrático presentado por Max Weber, también ubicado dentro de la teoría clásica, la comunicación entre los miembros de organizaciones. Debía ser formal e impersonal en lo posible. Finalmente. Los clásicos mostraron poco interés por el estudio del ambiente organizacional y sus efectos sobre el funcionamiento interno de las organizaciones. Duarte (1993: p.36).

2.7.2 Teoría humanística:

Se desarrolló a mediados de la década de los años 30. Contrario al anterior, este enfoque humanístico dio énfasis a las relaciones interpersonales entre los obreros. Las normas de grupo y el liderazgo en la supervisión. Se concibió a las organizaciones como colectividades sociales, en cuyo interior existían relaciones formales e informales, y donde los niveles técnicos de ejecución eran afectados por los sentimientos de satisfacción y la moral de los obreros.

2.7.3 Teoría de sistemas:

Duarte (1993: p.36). Esta teoría surgió a partir de los estudios de Ludwing Von Bertalanffy (biólogo alemán). Entre los años 1950 y 1968. El planteamiento fundamental es el de las organizaciones como sistemas, en tanto están compuestas

por actividades interdependientes. Una organización con perspectiva de sistema cerrado, es aquella que se contiene a sí misma, con independencia de su ambiente externo. Por el contrario, el sistema abierto la considera como un ente en transformación que mantiene relación dinámica con su ambiente.

La teoría de sistemas consideró las organizaciones en constante relación con su ambiente por lo que la retroalimentación ambiental era necesaria para llevar a cabo sus funciones. Vale anotar que, si bien la teoría de sistemas propone un cambio, éste a su vez lleva de nuevo al equilibrio. A pesar de que la teoría de sistemas se ha tomado como base para los diferentes estudios de la comunicación en las organizaciones, es un enfoque descriptivo y no considera aspectos históricos y ambientales que ayudan a explicar y comprender la naturaleza" de los fenómenos, así como permitir su transformación. Duarte (1993: p.36).

2.8 Escenarios de la comunicación organizacional

La comunicación organizacional generalmente se puede presentar en los siguientes tres escenarios Andrade (2005):

2.8.1 Escenario físico:

Dentro de este escenario se puede considerar el interno y externo, y se consideran todos los elementos decorativos de la organización y también los llamados informativos, por ejemplo: los símbolos de "no pasar", "sólo personal autorizado", etcétera.

2.8.2 Escenario social:

Este escenario incluye a la totalidad de factores que se relacionan con las personas y además de la interacción existente entre las mismas, como ejemplo de este escenario se puede considerar el empleo de papeles de cada miembro dentro de una reunión laboral.

2.8.3 Escenario institucional:

Relaciona los mensajes que la organización emite a sus miembros, proveedores, clientes, y demás personas involucradas; ejemplos de este tipo de comunicación en este escenario son básicamente: memorándums, avisos en pizarra, publicidad, entre muchos más.

2.9 Cultura Organizacional

Asimismo, Castañeda (2012) indica que la comunicación y la cultura organizacional están íntimamente relacionadas. El concepto de cultura se ha integrado en las organizaciones en los últimos años y cada vez está más ligado a la comunicación. En la organización, los medios de transmisión y reforzamiento de la cultura son múltiples, por ejemplo: símbolos, conductas, políticas, procedimientos y normas, instalaciones y tecnología.

Algunos conceptos de cultura:

- Conjunto de conocimientos e ideas no especializados adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura, el estudio y el trabajo.
- Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, etc.

El término cultura, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso.

2.10 Comunicación Interna

El objetivo de la comunicación es lograr transmitir el mensaje y que este sea comprendido de la mejor manera para obtener así mismo una respuesta o comportamiento específico en los receptores o en la población meta. Por tal motivo Benavides (2004) clasifica la comunicación de la siguiente manera:

2.10.1 Comunicación Interna:

Es la que se produce entre los miembros de un mismo organismo o empresa.

2.10.2 Comunicación Externa:

Es la información que se origina entre uno o varios miembros de una empresa y personas que no pertenecen a la misma.

“La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados”.

2.11 Clasificación del proceso de comunicación interna

2.11.1 Comunicación interna formal:

Es el proceso de comunicación que se refiere a aspectos laborales, por lo general el medio más utilizado en este proceso es la escritura.

2.11.2 Comunicación interna formal vertical:

El proceso de esta clasificación vertical se refiere a la dirección que esta lleva pues va dirigida de trabajadores a superiores y viceversa. La mejor parte de este proceso de comunicación es informar que es lo que ocurre en los diferentes niveles de información; en este proceso existen dos posibilidades las ascendentes y las descendentes.

2.11.3 Comunicación vertical ascendente:

Se basa en jerarquía, y va desde los niveles inferiores de la empresa hacia los superiores, su principal función es que los empleados informen a los directivos diversos temas y problemas de la empresa.

Para King (2012) La comunicación ascendente es contraria a la descendente en el hecho de que mientras la segunda es autoritaria, la primera (ascendente) se presenta en empresas cuyo ambiente y proceso de comunicación permite la participación de los empleados y mantiene políticas democráticas para la intervención de los mismos. Los medios más utilizados para la transmisión de la información de forma ascendente son:

- Reunión periódica
- Entrevista personalizada
- Círculo de Calidad
- Vía telefónica
- A través de encuestas
- Sistema de quejas y sugerencias (Buzones, cartas y mensajes a la administración).

2.11.4 Comunicación vertical descendente:

Esta se realiza de arriba hacia abajo en jerarquía. Sirve para enviar órdenes, proporcionar información a los trabajadores, o para motivar a los empleados a conocer y asumir los objetivos de la organización.

Según King (2012) “Una de las características principales de este tipo de información es el hecho de que la información se vuelve difusa y dispersa conforme va descendiendo en la línea de mando y de los niveles jerárquicos. Además el hecho de que una administración de a conocer y solicite el cumplimiento de políticas de trabajo o procedimientos, no existe una garantía para el cumplimiento y logro de los mismos; ya sea por fallas en la comunicación, situaciones imprevistas que alteren los procesos, o simplemente por falta de disciplina de los empleados involucrados. Ante estas circunstancias es indispensable la existencia de un sistema que permita retroalimentar la información recibida. Por último es importante señalar, que la información que se dirige de forma descendente en una organización suele avanzar lentamente, trayendo como consecuencias tardanza en la llegada de la

información a su destino, creando situaciones de frustración a la administración de la empresa”.

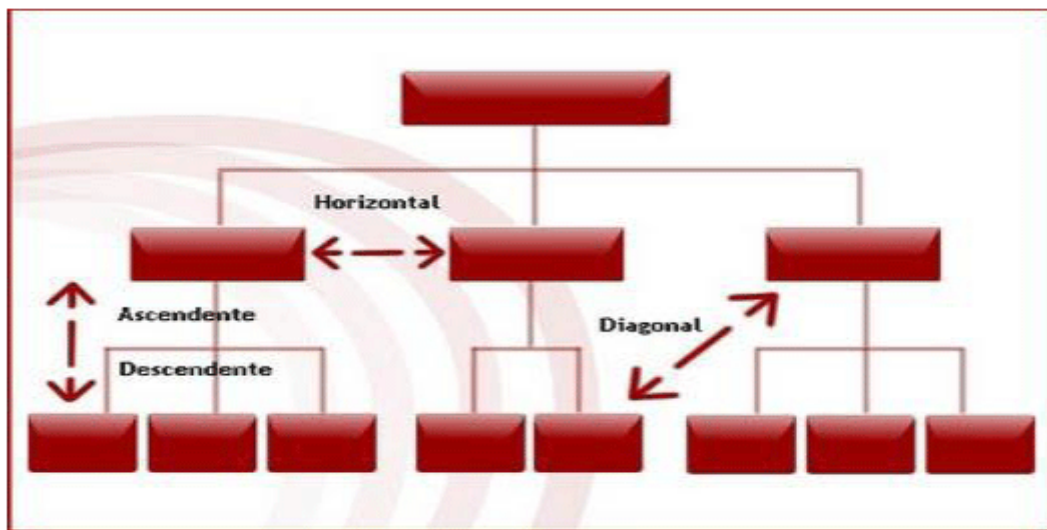
2.11.5 Comunicación interna informal:

Es la clase de comunicación donde el contenido a pesar de ser laboral no utiliza canales oficiales. Es más rápida que la comunicación formal. Es el recurso que se utiliza normalmente para recibir información que no llega de manera eficiente vía canales formales.

2.11.6 Comunicación interna informal horizontal:

Esta clase de comunicación se da entre empleados de un mismo nivel corporativo y una de sus funciones es facilitar la coordinación de tareas, compartir información importante y solucionar conflictos entre compañeros.

Flujo de la comunicación



Fuente http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa19/comunicacion_direccion_naturaleza

2.12 Líder

El Diccionario de la Lengua Española define líder de la siguiente manera:

1. Persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora.
2. Persona o equipo que va a la cabeza de una competición deportiva.

3. Construido en oposición, indica que lo designado va en cabeza entre los de su clase.

2.12.1 Tipos de Líder

Los líderes juegan un papel de suma importancia en cada institución pues de ellos depende el crecimiento para bien de la misma, y el desempeño de cada trabajador.

Para Castañeda (2012) Los tipos de líder son los siguientes:

- a) El Administrativo: Cuida del fiel cumplimiento de las tareas, al dirigir el mantenimiento de los procesos de la organización y llevar a cabo sus planes.
- b) El Burócrata: Es el definido por un nombramiento. Tiene a su cargo una labor más o menos especializada en la supervisión y dirección de los procesos de la organización.
- c) El que determina las políticas de la organización: su orientación está básicamente en el control de los procesos desde la determinación de las normas que deben seguirse.
- d) El Experto: Este actúa como un asesor o especialista dentro del equipo sin tener una responsabilidad directa sobre los resultados.
- e) El Idealista: Es un especialista, pero no en la esfera técnica, sino en las ideas y creencias.
- f) El Dirigente: Se trata del líder carismático, que ejerce una gran atracción emocional sobre sus seguidores y suele triunfar porque los seguidores ven en él ciertas cualidades con las que se pueden identificar.
- g) El Dirigente Político: Este surge de la combinación de varias de las cualidades anteriores, determina la política a seguir, a menudo es idealista y debe tener algo de carisma para ser elegido.
- h) El Dirigente Simbólico: Representa a su grupo y habla por él, además de representarlo simbólicamente.

- i) La Figura Paterna: Se refiere al que puede ser dominante, con una conducta prohibitiva, punitiva, exigente y autoritaria; o con tendencia a cuidar, proteger y comprender, ayudar y tranquilizar.

2.12.2 Liderazgo

Definiciones Maldonado (2011)

- El liderazgo es la función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que preceda, inspirando al resto de los que participan de ese grupo a alcanzar una meta común. Por esta razón, se dice que el liderazgo implica a más de una persona, quien dirige (el líder) y aquellos que lo apoyen (los subordinados) y permitan que desarrolle su posición de forma eficiente.
- Es el conjunto de capacidades que una persona tiene para influir en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo en el logro de metas y objetivos.
- También se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo.

2.12.3 Tipos de liderazgo

Según Joan Pons en su blog de WorkMeter, señala que existen 6 tipos de liderazgo se definen a continuación:

- a) Liderazgo natural: se entiende como líder natural aquella persona que, pese a tener una actual sobresaliente en la mayoría de los casos, su figura no está reconocida como tal. Se caracteriza por tener grandes habilidades comunicativas y motivadoras entre las personas, así como satisfacer eficientemente las necesidades de su equipo de trabajo. Se le distingue del resto, y sobre todo del autocrático, en que no impone nada y todas las decisiones son llevadas a cabo con el consentimiento y participación de todas las personas, siendo en este caso muy parecido al liderazgo participativo.

- b) Liderazgo participativo: muy parecido al anterior, este tipo de liderazgo, pese a tener él mismo la última decisión, no duda en consultar y evaluar las opiniones del resto de equipo de personas en el proceso de toma de decisiones. Su motivación principal es crear un gran espíritu de equipo donde cada individuo se sienta importante dentro de la organización y sobre todo valorado, teniendo así un impacto muy positivo en la motivación del grupo de trabajo. Los expertos en la materia recomiendan adoptar este tipo de liderazgo cuando sea de vital importancia trabajar en equipo y la calidad se imponga a la rapidez de sacar las tareas adelante.
- c) Liderazgo autocrático: totalmente opuesto al liderazgo natural o participativo. Su principal característica es el poder absoluto que tiene en la toma de decisiones, dando indicaciones precisas de cómo y cuándo llevar a cabo las tareas. Le gusta tenerlo todo bajo su control y gestiona a las personas con mano de hierro. En muchos casos, este estilo de liderazgo impacta negativamente en la motivación de las personas. Este tipo de liderazgo está recomendado por los expertos en aquellos momentos de crisis donde hay que tomar decisiones duras en beneficio de la compañía.
- d) Liderazgo burocrático: se caracteriza por llevar a cabo las tareas según su “libro de estilo” y “hoja de ruta marcada”. No contemplan ningún cambio y en caso de surgir imprevistos cuenta con soluciones ya preparadas. No muestra demasiado interés en la personalidad de las personas ni en su motivación, siendo su empatía casi inexistente. Este tipo de liderazgo está recomendado principalmente en empresas donde siempre haya cierto tipo de riesgo laboral y se tengan que tomar medidas especiales. No tiene demasiado sentido dentro del trabajo de oficina.
- e) Liderazgo carismático: el líder carismático sobresale del resto por sus cualidades innatas de inspiración y su poder de atracción hacia las personas. Se muestran siempre muy enérgicos al transmitir sus ideas generando satisfacción y entusiasmo dentro del grupo de trabajo; llegando incluso a pensar que sin la figura del líder carismático dentro de la organización no hay éxito. Entre sus principales deficiencias está el centrar demasiados los esfuerzos alrededor de

esta figura puede llegar a ser un problema para la compañía el día que este abandone la organización.

- f) Liderazgo transformacional: muchos expertos coinciden en que es el verdadero pilar dentro de los diferentes estilos de liderazgo empresarial. Puede parecerse bastante al liderazgo carismático en el entusiasmo que transmiten a las personas, aunque al final su ego no es tan grande y antepone el beneficio del grupo al suyo propio. Son una fuente de inspiración para sus equipos, pero a la vez necesitan sentirse apoyados por el resto de personas. El líder transformacional, aparte de cumplir con los objetivos marcados de la mejor manera posible, es el encargado de proponer nuevas iniciativas y agregar valor a las decisiones tomadas.

2.13 Diagnóstico

De la mota (1994: p.429) en su enciclopedia de la Comunicación define el término diagnóstico como el “Informe sintético de un problema estudiado del que surge la posible solución mediante el programa de acción correspondiente.”

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Método

Para la realización de la presente investigación se utilizó el método Deductivo pues se partió de lo general a lo particular.

3.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizó fue el de carácter Descriptivo, la que nos permitió llegar a conocer costumbres, situaciones y actitudes que predominan a través de la descripción de las actividades, procesos, objetos y personas. La finalidad de este tipo de investigación es la identificación y predicción de la relación que se desarrolla entre dos o más variables.

3.3 Objetivo General

- Elaborar una propuesta de comunicación basada en el diagnóstico de la Iglesia Nuevo Amanecer.

3.4 Objetivos Específicos

- Efectuar un diagnóstico de comunicación interna y externa en la Iglesia Nuevo Amanecer que permita establecer los puntos débiles en cuanto a comunicación se refiere.
- Elaborar la propuesta de estrategia de comunicación para Iglesia Nuevo Amanecer, de acuerdo a los resultados obtenidos a través del diagnóstico situacional en los espacios de la comunicación.
- Diseñar la estructura de un Departamento de Comunicación para la Iglesia Nuevo Amanecer.

3.5 Técnica de Investigación

Se utilizó la observación, entrevista y encuesta pues estas técnicas permitieron establecer cómo se encontraba la comunicación tanto interna como externa en la Iglesia Nuevo Amanecer.

3.6 Instrumentos

Para la realización de este estudio se utilizó como instrumentos: fichas bibliográficas y de resumen, entrevista estructurada con preguntas básicas de la iglesia y una encuesta para los miembros de la iglesia Nuevo Amanecer. También se hizo uso del análisis FODA para recabar mayor información que permitiera elaborar la propuesta de comunicación.

3.7 Población

La población estudiada fueron los miembros que se congregan en iglesia Nuevo Amanecer y las personas que conforman la junta directiva de la congregación. Integrada por:

Pastor General. Boris Alexander Castillo Vega.

- Presidenta: Evelyn Karina Rosales
- Vicepresidenta: Delia Rosaura Vega
- Secretario: Cesar Adolfo Castillo Vega
- Tesorera: Darla Lorena Castillo Sigüenza
- Vocal Primero: Rodolfo Isaías Juárez Chávez
- Vocal Segunda: Noemí Gonzáles Vega
- Vocal Tercero: Joseph Emmanuel Reyes Trabanino

3.8 Muestra

Del total de miembros (150 asistentes aproximadamente) se tomó una muestra del 60% de los mismos y se realizaron 90 encuestas a miembros activos dentro de la iglesia, esto para conocer su percepción sobre la información y calidad de la comunicación que se les brinda.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO, DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diagnóstico

Con base a los resultados de las encuestas (ver anexo1), entrevistas (ver nexos 2) y observación (ver anexo 3) realizada en Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer, se llegó a la conclusión de que, dicha institución, cuenta con una estrategia de comunicación deficiente; varios son los puntos que necesitan ser reforzados los cuales se enuncian en el presente diagnóstico.

Iglesia Nuevo Amanecer no cuenta con espacios representativos en los medios masivos de comunicación, que difundan la existencia de la misma, sus servicios y actividades. Esto se debe a que el presupuesto con que esta institución cuenta es limitado, sin embargo, algo que beneficia a esta congregación es la publicidad de boca a boca, ya que gran parte de los visitantes o invitados encuestados afirma haberse enterado de la existencia de la misma, por invitación de amigos.

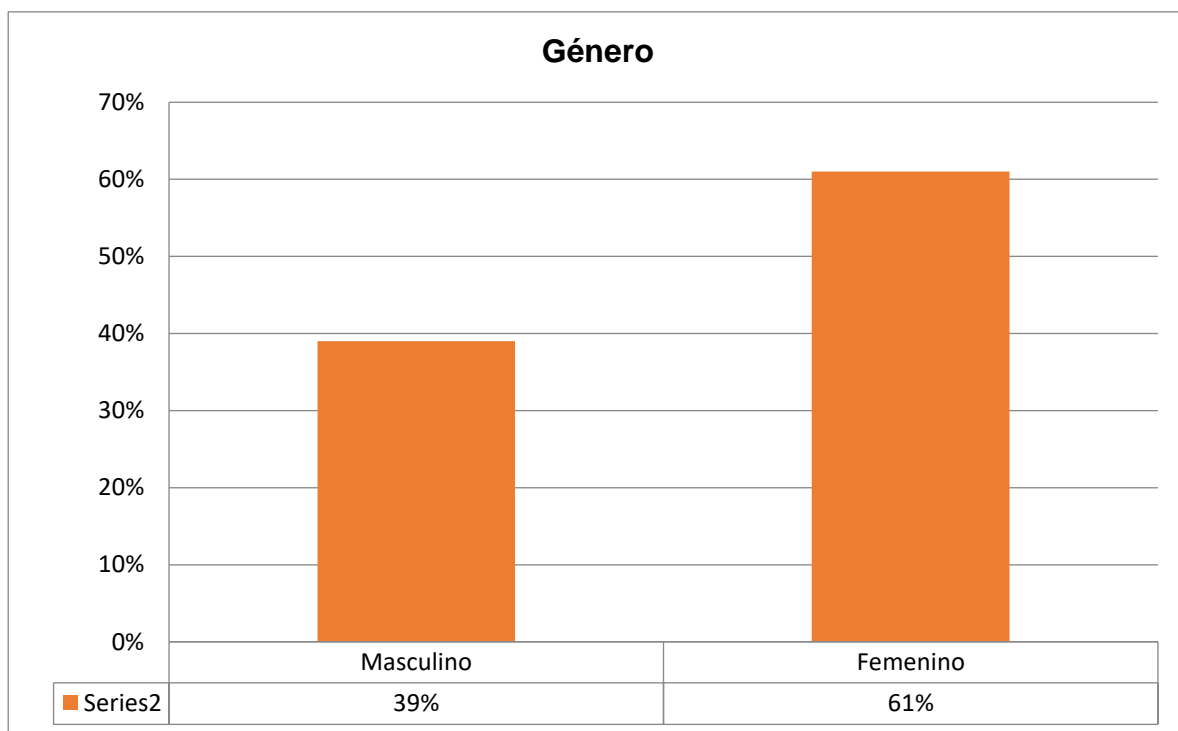
Ahora bien, Iglesia Nuevo Amanecer cuenta con medios propios para su difusión, tales como: fan page en Facebook y Mail, los cuales se encuentran descuidados y en los que se publica información muy esporádicamente, siendo estos medios muy importantes para la captación de invitados con la revolución de la tecnología, el internet y las redes sociales.

Además, una de las grandes deficiencias comunicativas con las que cuenta la congregación, es el hecho de no proveer material impreso gratuito a sus visitantes, donde informen a los mismos sobre sus servicios y actividades, por ejemplo: volantes, boletines informativos, trifoliales. Así mismo material que detalle la historia, misión y visión de la iglesia.

Se encuestó al 60% de los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer, en dicha encuesta se evaluó la opinión de los miembros con relación a la comunicación organizacional en general y comunicación interna. Los resultados estadísticos se presentan a continuación.

4.2 Datos demográficos

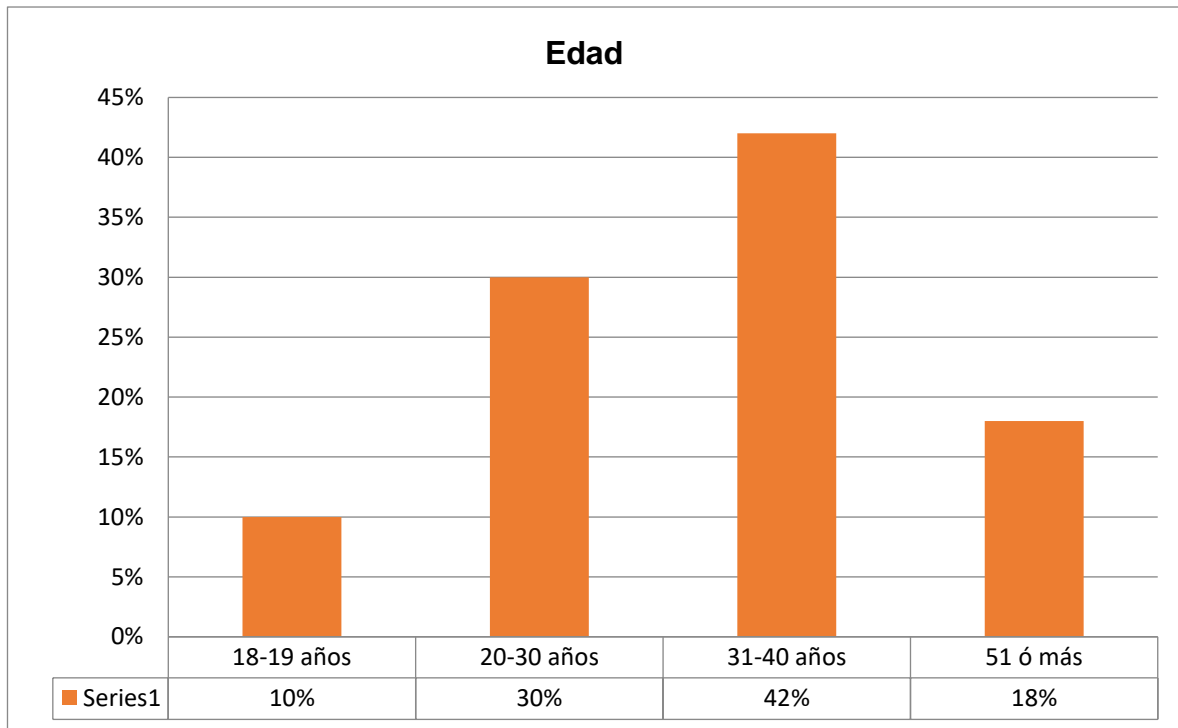
Gráfica 1



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

De acuerdo al resultado obtenido, se sabe que el género que más predomina en Iglesia Nuevo Amanecer es el femenino con un 61%, mientras tanto el género masculino al 39%.

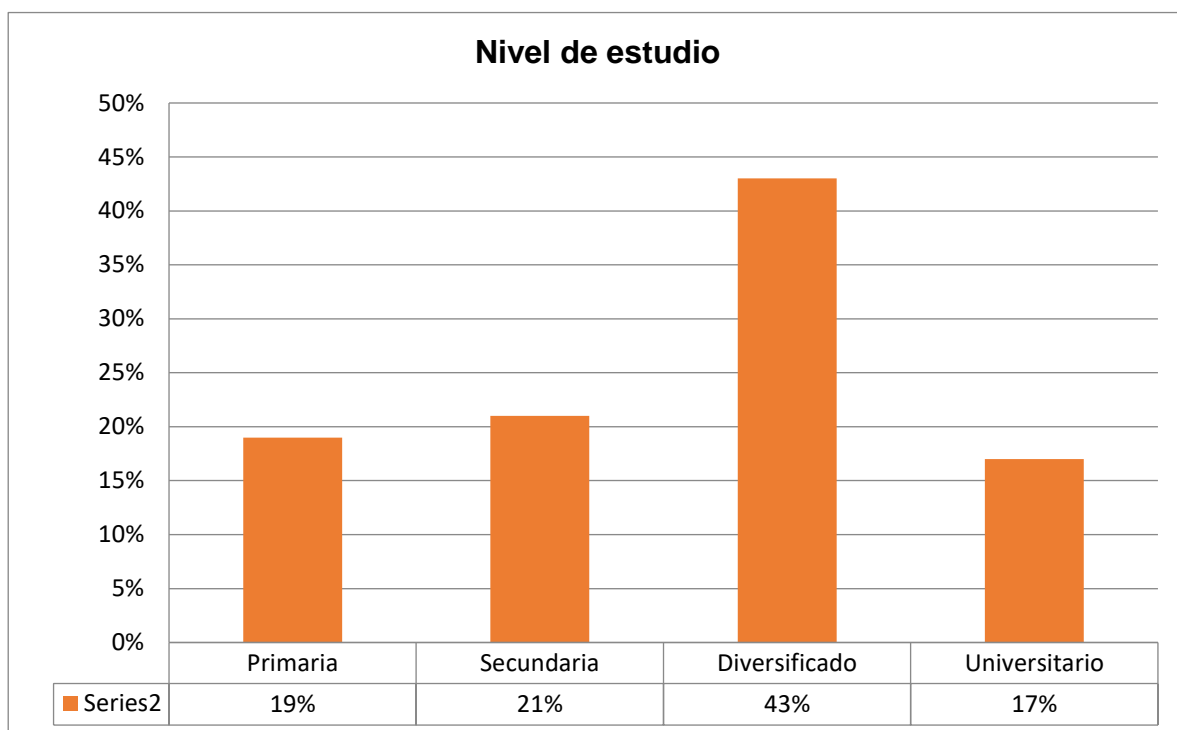
Gráfica 2



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Como lo muestra la gráfica anterior, predomina una población de miembros relativamente jóvenes que oscila entre 31 a 40 años siendo el 42%, así mismo un porcentaje del 30% con un rango de 20 a 30 años mientras que el 18% de ellos se encuentra en un rango de 51 años o más y el 10% de 18 a 19 años.

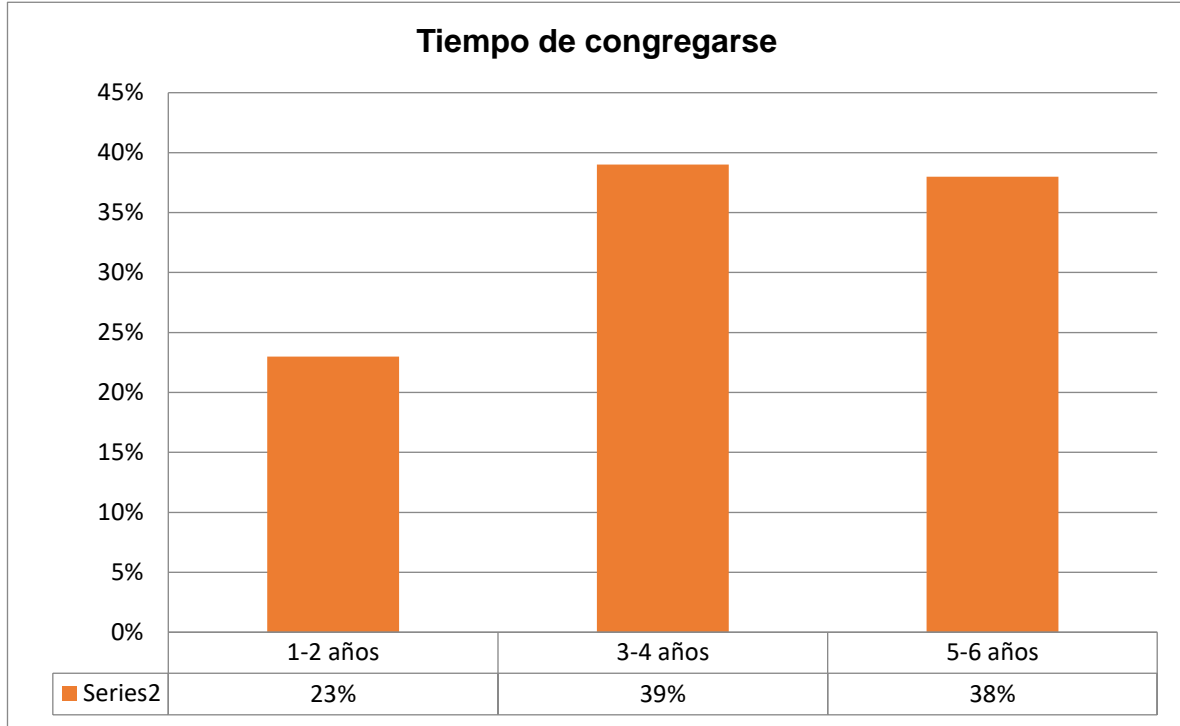
Gráfica 3



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Según los resultados obtenidos los encuestados poseen un nivel académico en su mayoría grados de diversificado pues este abarca el 43% de sus respuestas, el 21% secundaria, el 19% primaria, mientras que el 17% únicamente la educación universitaria.

Gráfica 4



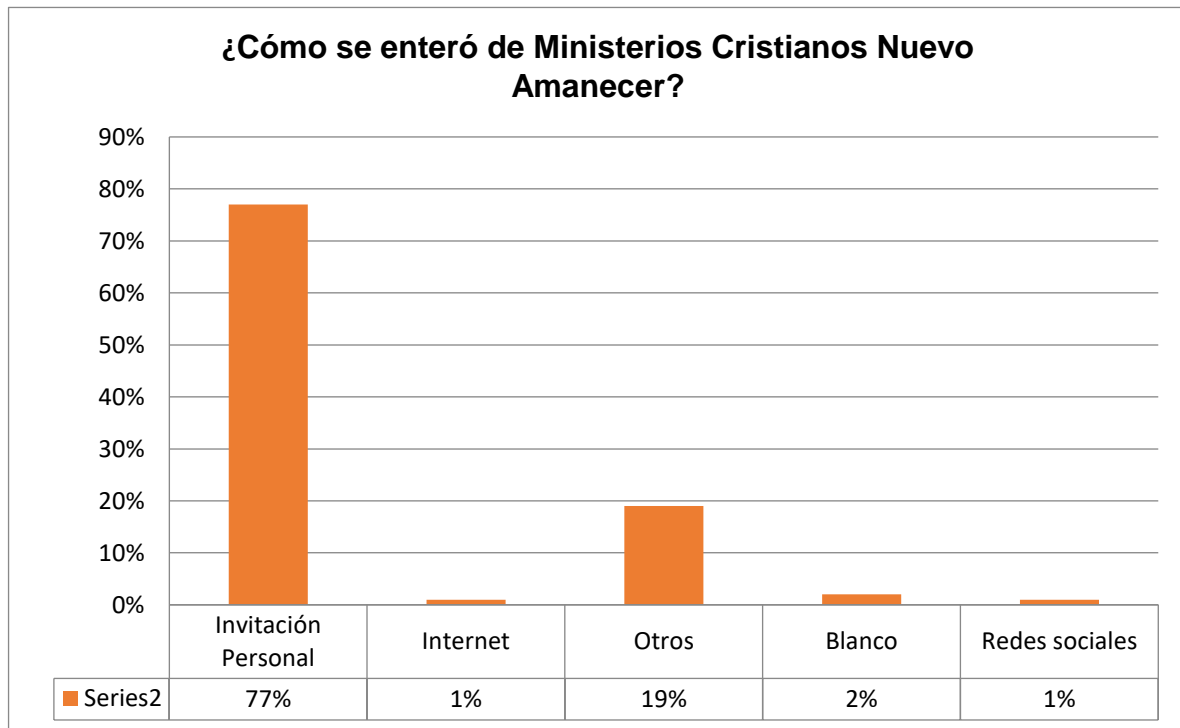
Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Con relación a la antigüedad de los encuestados, se sabe que el 39% se ha congregado en Iglesia Nuevo Amanecer durante 3 y 4 años, el 38% lo ha hecho durante 5 y 6 años y el 23% de la muestra únicamente por 1 a 2 años.

4.3 Aspecto Organizacional

En esta parte se realizaron preguntas relacionadas a la congregación; visión, misión, actividades que realizan, información relacionada sobre los ministerios y cargos.

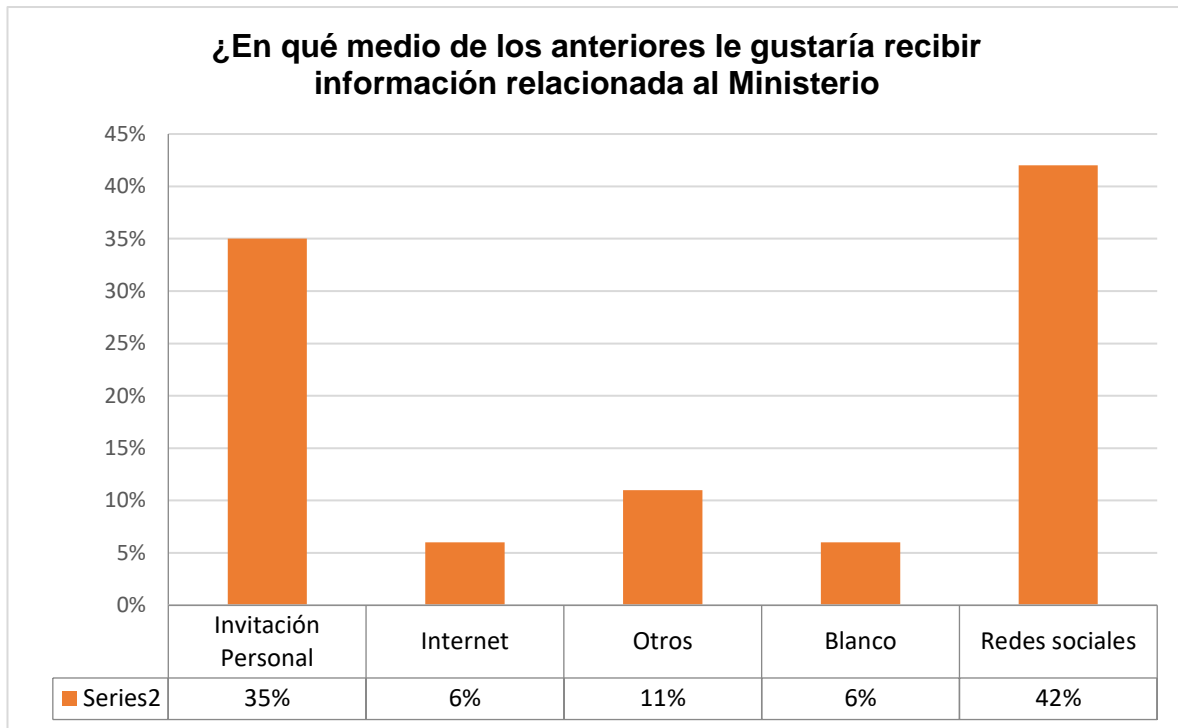
Gráfica 5



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

De acuerdo a los resultados obtenidos, más del 70% de los miembros encuestados, se enteraron de la existencia de la misma a través de la invitación de un amigo. Esto quiere decir, que la mayoría de miembros no se informó de la existencia de la congregación por medio de Redes sociales o Internet.

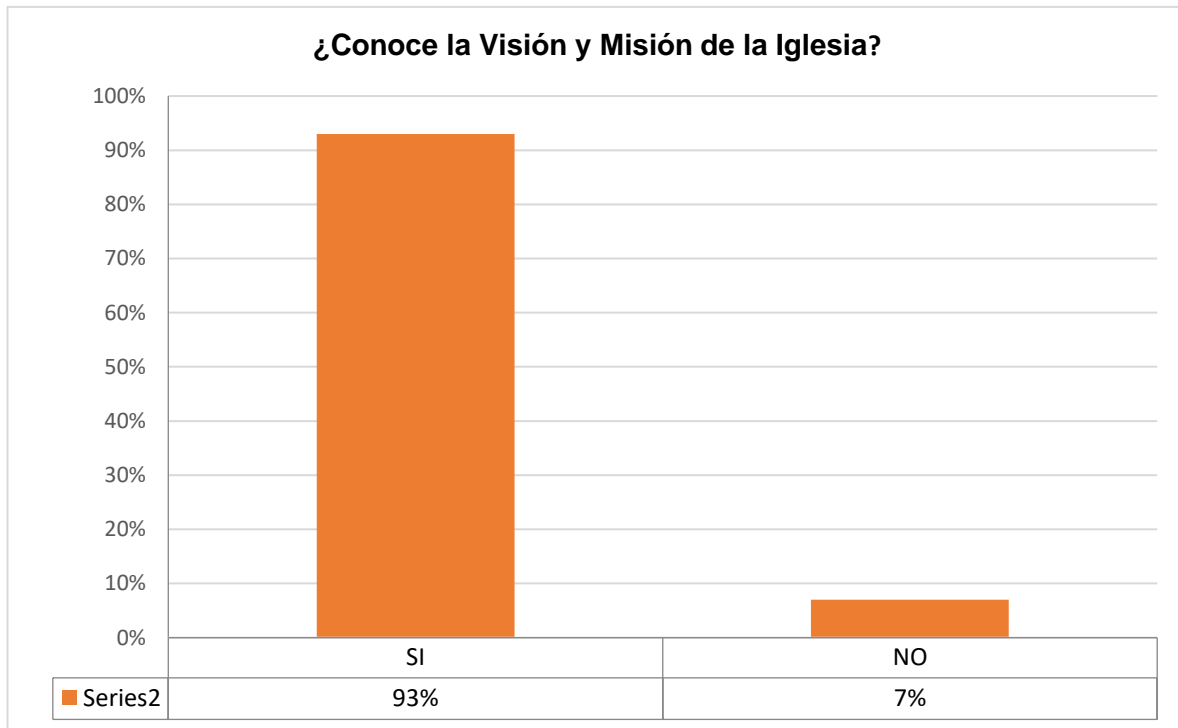
Gráfica 6



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Debido al aumento en la utilización de las redes sociales, por las congregaciones, para dar a conocerse y la aceptación de éstas como un canal para la obtención de información; más del 40% de los miembros encuestados prefieren las redes sociales como Facebook o Instagram para mantenerse informados sobre las actividades o reuniones que Iglesia Nuevo Amanecer calendariza mensualmente. Teniendo en segundo lugar, con un 35% la invitación personal.

Gráfica 7



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Según la información recabada. El 93% de los miembros, sí conocen la visión y misión de Iglesia Nuevo Amanecer y un 7% no. Es importante que todo miembro tenga presente cual es la visión y misión de la congregación para el buen desarrollo de las actividades que se vayan a desarrollar y saber hacia dónde se desea llegar.

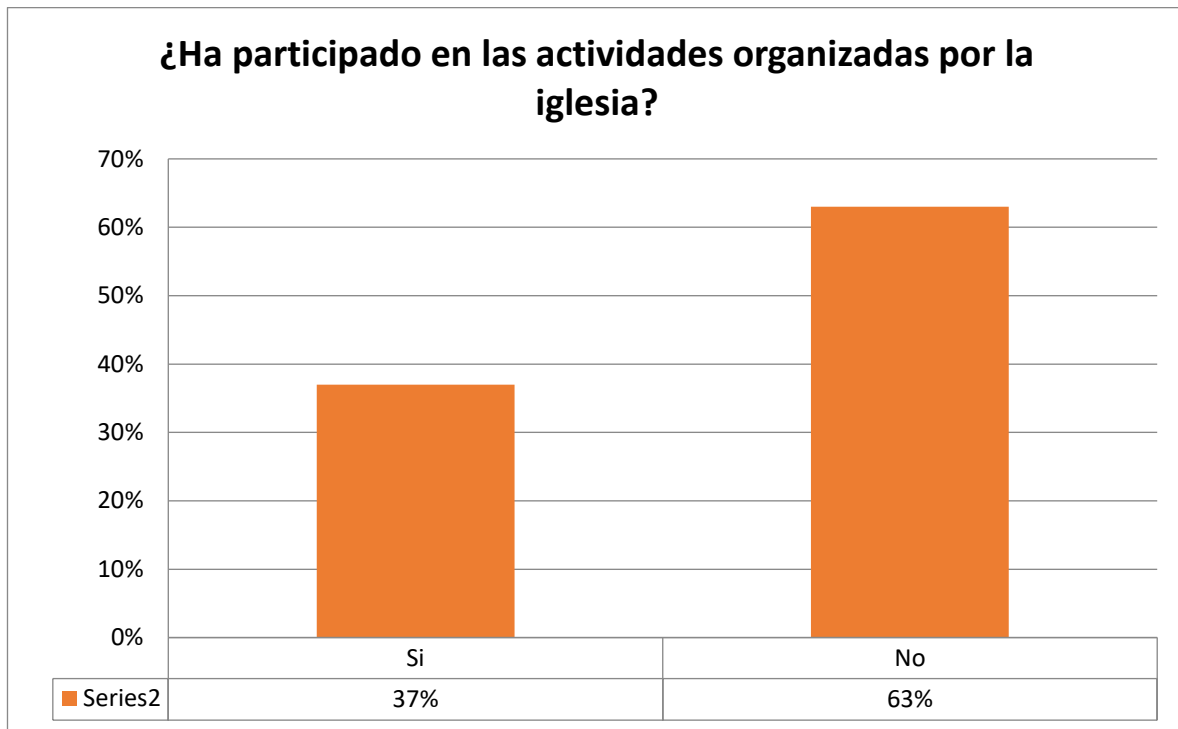
Gráfica 8



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Más del 90% de los encuestados no recibieron ningún tipo de material impreso; volante, boletín o trifoliar que reforzará su experiencia o como mínimo, que le diera la bienvenida o le proporcionará información acerca de la visión y misión de la congregación a diferencia de un 9% el cual si lo recibió.

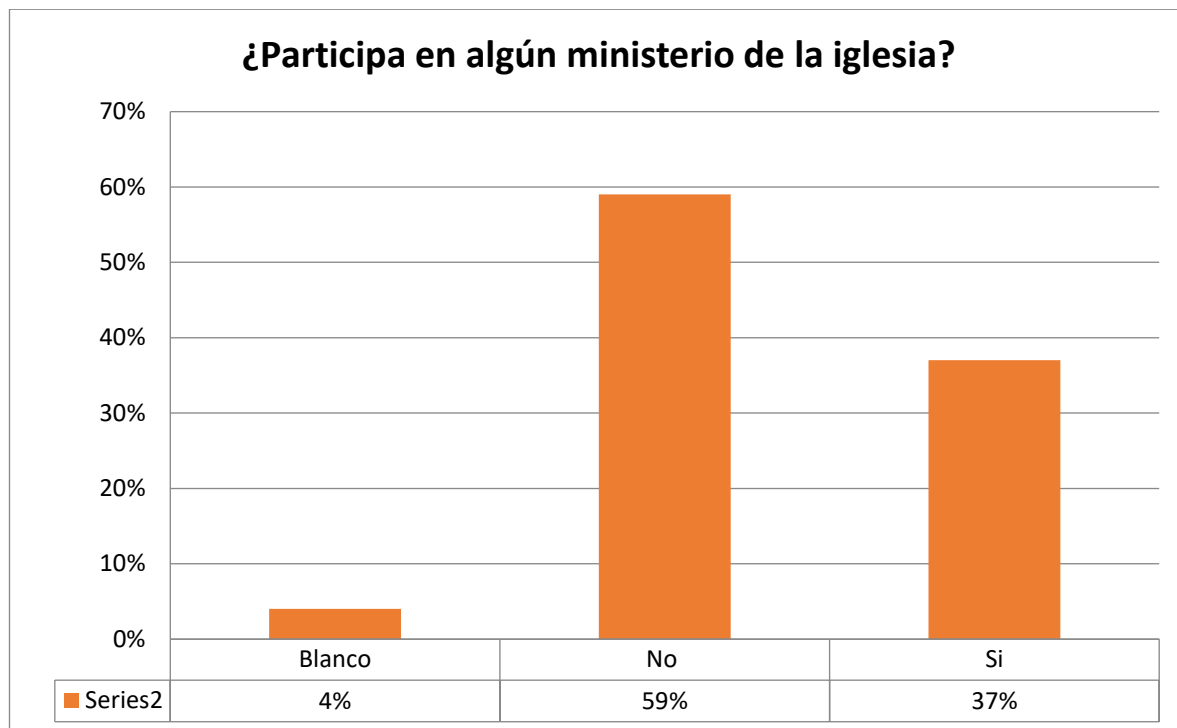
Gráfica 9



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

El 37% de los miembros participa en las actividades que realiza Iglesia Nuevo Amanecer, un 63% revela que aún existe deficiencia en la comunicación, y desinterés en las actividades programadas. Este porcentaje puede afectar en el resultado de excelencia en el desarrollo y servicio que la congregación busca.

Gráfica 10



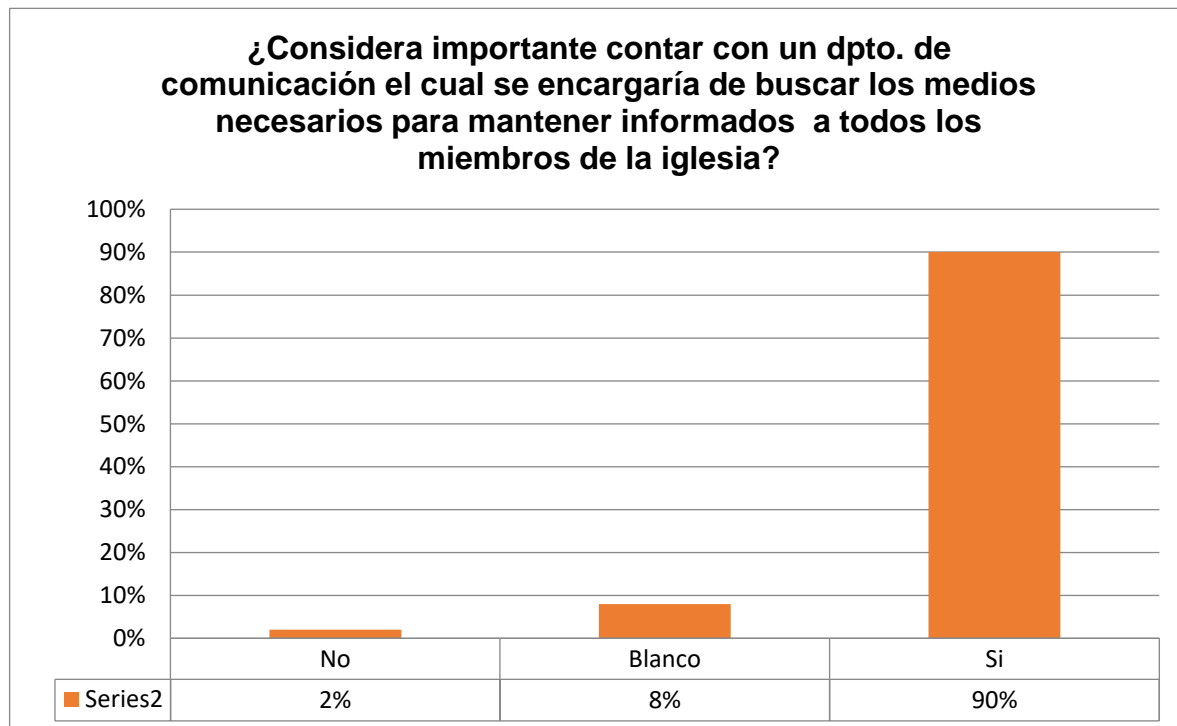
Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

El 37% de los miembros forma parte de algún ministerio de Iglesia Nuevo Amanecer, mientras que un 59% no está integrando ningún ministerio y un 4% no respondió a la interrogante.

4.4 Comunicación organizacional

En esta parte se explican las respuestas a las preguntas relacionadas con la comunicación y los aspectos que intervienen en ella dentro y fuera de la congregación.

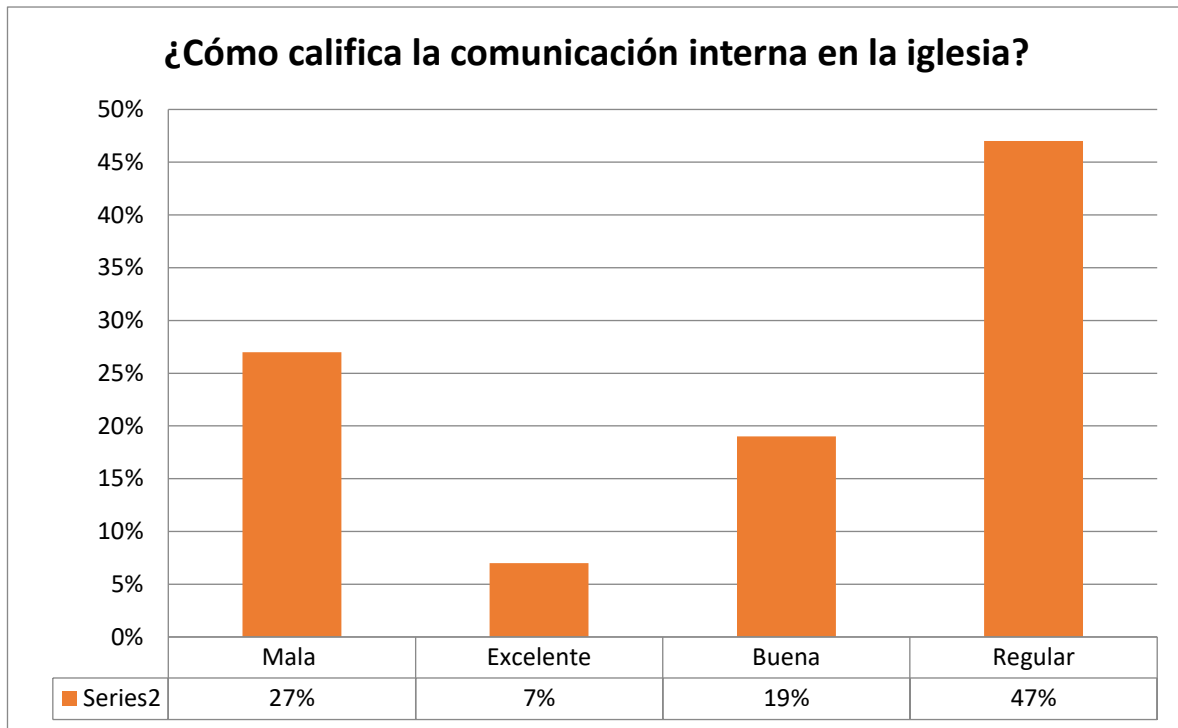
Gráfica 11



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

Según los resultados obtenidos un 90% de los encuestados considera sumamente importante que Iglesia Nuevo Amanecer cuente con un Departamento de Comunicación; logrando así implementar una excelente estrategia de comunicación, logrando una comunicación constante, actualizada y puntual. Alcanzando a todos los miembros sin excepción alguna pues de una u otra forma se le mantendrá al tanto de todo lo que la congregación organice o desee dar a conocer.

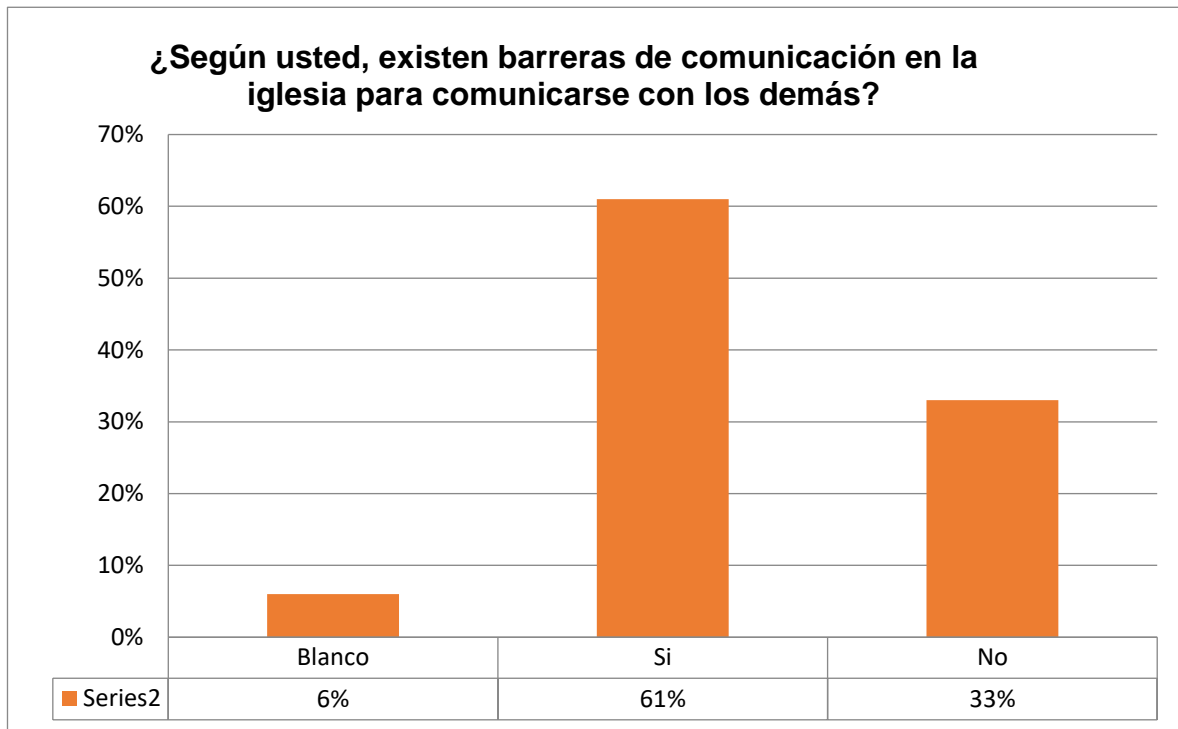
Gráfica 12



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

La interrogante sobre la comunicación interna en general de la congregación, muestra datos preocupantes ya que el 47% calificó como regular y un 27% como mala, datos que confirman los resultados de interrogantes anteriores sobre desinformación. Aunque un 19% la calificó como buena, el número debe llevarse a un 100% con el fin de reducir los flujos incontrolados de desinformación y el riesgo de conflictos entre los miembros.

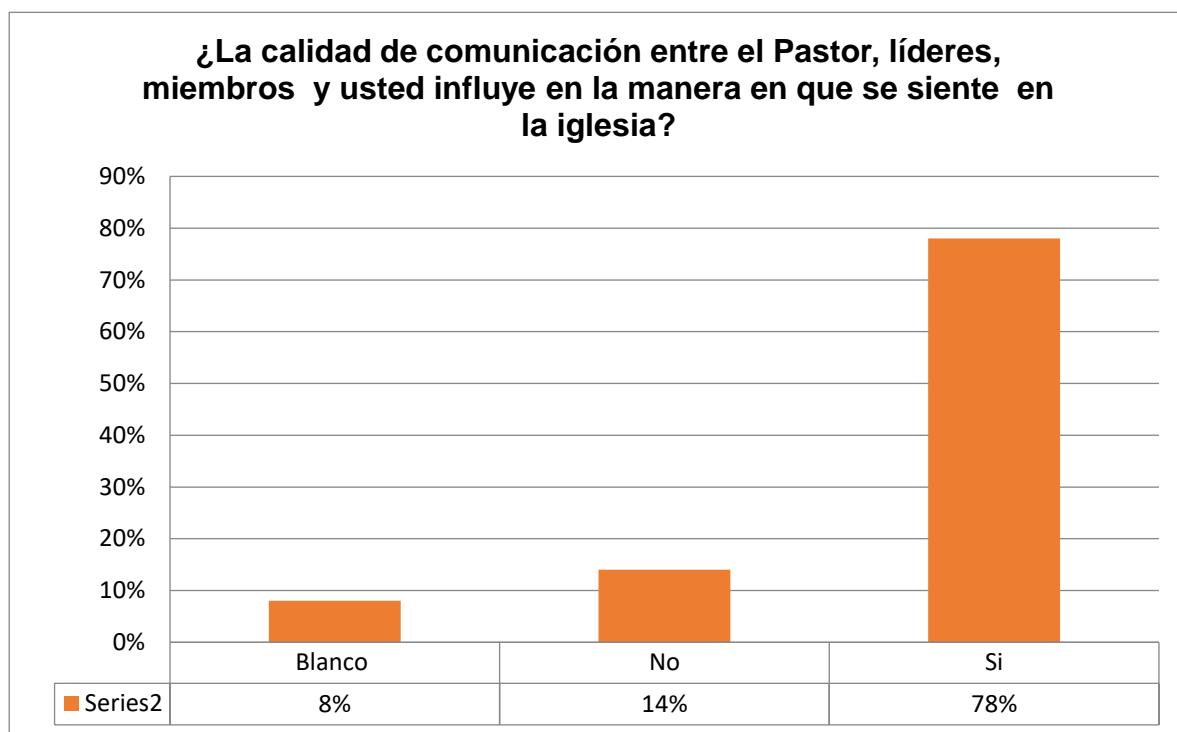
Gráfica 13



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

El 61% considera que existen barreras de comunicación dentro de la iglesia, esto da como resultado que la comunicación no es fluida y que el congregado no la recibe de la mejor manera. Cuando en una congregación existen barreras de comunicación se limita la efectividad de ésta y en muchos casos los invitados son los primeros en percibir la situación.

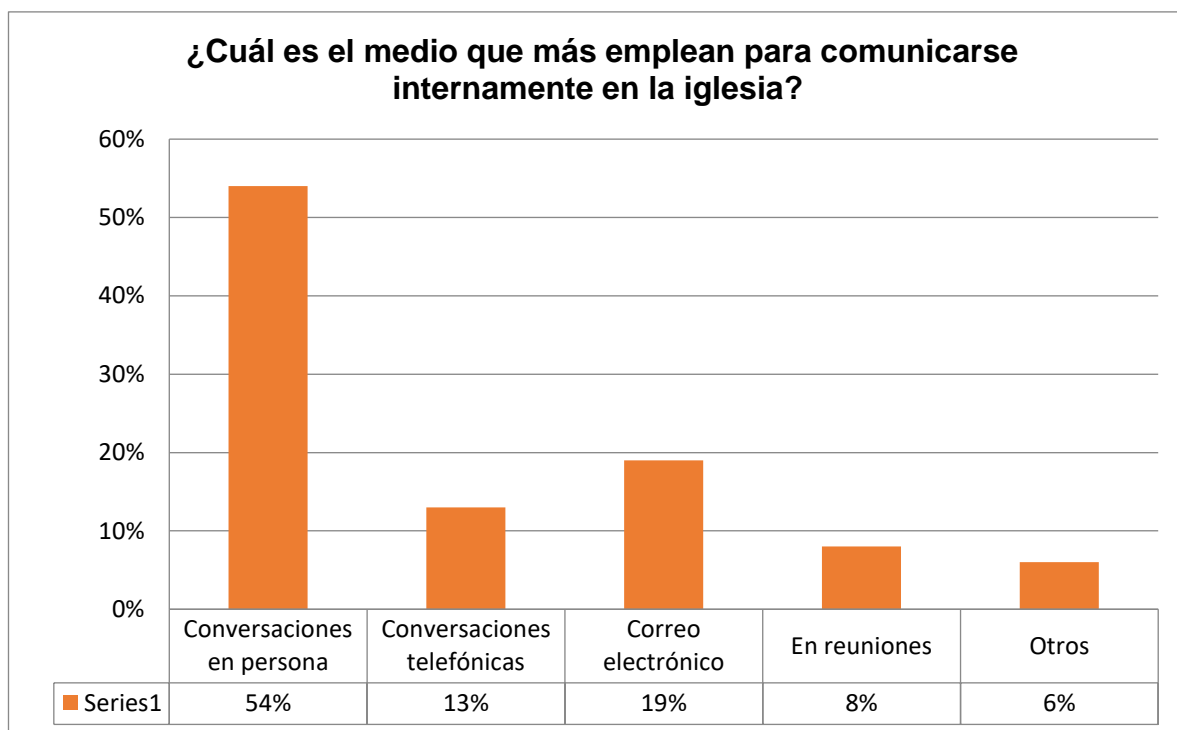
Gráfica 14



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

El 78% de los encuestados opinan que la comunicación debe desarrollarse fluida tanto con los mandos altos, medios y bajos; es importante mantener una buena comunicación para la correcta ejecución del trabajo en equipo que implica el aprovechamiento del talento colectivo producido por cada persona en interacción con los demás.

Gráfica 15



Fuente: Elaboración Propia. Realizado abril – mayo 2018.

El 54% confirma que el medio que más se utiliza para comunicarse es en forma personal. Aunque un 19% aseguró recibir información vía correo electrónico y un 13% a través de conversaciones telefónicas. Aunque por las innovaciones tecnológicas el factor humano cada vez es menos utilizado, el resultado proyecta que tanto el correo electrónico, como llamadas telefónicas y la comunicación de boca en boca deben reforzarse ya que son los principales canales de comunicación de la congregación.

CAPÍTULO V

Propuesta de un Departamento de Comunicación en Iglesia Nuevo Amanecer.

5.1 Justificación

Debido a la importancia y el papel tan importante que desempeña la comunicación en una iglesia tanto interna como externamente es una necesidad básica que cuente con los medios de comunicación necesarios para hacer llegar todo tipo de información a cada miembro sin excepción alguna. Dado que la comunicación es una de las tareas principales con las que se debe de cumplir en una iglesia. El pastor comunica, los miembros comunican, los niños comunican. Pero si todos comunican al mismo tiempo no se está llevando a cabo de una forma correcta el proceso de comunicación. Puesto que para que se lleve a cabo el proceso de comunicación se debe de obtener una respuesta, por parte del emisor. En eso consiste la comunicación en una iglesia. Yo transmito, pero así mismo recibo. Si deseo que los miembros se presenten tal día a tal hora en tal lugar, necesito de alguna o varias formas hacerles llegar esa información.

Por tal razón es de suma importancia que una iglesia cuente con un departamento de comunicación eficiente, eficaz y creativo para la difusión de la información y mejorar en cierta forma las relaciones interpersonales. Dado a que ya se conocen las deficiencias comunicacionales con las que cuenta Iglesia Nuevo Amanecer, se presenta la propuesta de un departamento de comunicación con el fin de apoyar dicha institución en el objetivo de mejorar el flujo de comunicación interna y externamente. A través de esta propuesta se pretende aumentar la calidad y cantidad de miembros informados a un 100% sobre los proyectos a corto, mediano y largo plazo, actividades etc. haciendo uso de todos los medios de comunicación posibles y que se encuentren al alcance de todos.

5.2 Estrategia de Comunicación

La siguiente estrategia comunicacional se diseñó para:

5.2.1 Para la difusión de la existencia de la Iglesia Nuevo Amanecer y el mejoramiento del flujo de información interna y externa.

Objetivo General

- Elaborar una propuesta de comunicación para dar a conocer a la Iglesia Nuevo Amanecer y para que mejore su flujo de información.

Objetivos Específicos

- Difundir la existencia de Iglesia Nuevo Amanecer a través de mensajes informativos en los distintos medios de comunicación a los que se pueda tener acceso.
- Disminuir la desinformación entre la Iglesia y los miembros a través de herramientas tecnológicas y material impreso gratuito que mejoren la calidad de la comunicación interna y externa.
- Estructurar y seleccionar miembros de Iglesia Nuevo Amanecer para conformar el equipo del Departamento de Comunicación.

5.2.2 Meta:

Iglesia Nuevo Amanecer está estructurada por 10 ministerios descritos anteriormente; cuenta con 100 miembros activos los cuales están distribuidos dentro de estos 10 ministerios trabajando activamente. Se espera con esta propuesta aumentar la asistencia de miembros a una cantidad mínima de 400 personas al mes, utilizando óptimamente los canales como Blog, redes sociales y alternativos para difusión de la Iglesia y las distintas actividades que se realizan.

Así también, se pretende mejorar las relaciones interpersonales entre los miembros disminuyendo la desinformación, proveyéndoles las herramientas necesarias para alcanzar tal objetivo sin exclusión de ningún tipo.

Por otro lado, aumentar el compromiso y sentimiento de pertenencia de los futuros colaboradores que integraran el Departamento de Comunicación de Iglesia Nuevo Amanecer.

5.2.3 Misión del Departamento de Comunicación

Contribuir activamente con el desarrollo correcto de los flujos de información entre todos los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer, a través de los medios de comunicación escritos y tecnológicos teniendo el deseo de disminuir la desinformación buscando un mejoramiento continuo en la calidad de la información a transmitir y así crear buenas y fortalecidas relaciones interpersonales.

5.2.4 Visión del Departamento de Comunicación

Ser un área fundamental y estratégica de Iglesia Nuevo Amanecer que contribuya de forma contundente con el correcto y eficaz objetivo de la Misión y Visión de la congregación a través de una comunicación integrada planeada en términos de estrategias y acciones comunicativas comprometidas con la excelencia.

5.2.5 Lineamientos generales para la ejecución de un Departamento de Comunicación

- Promover la comunicación efectiva con todas las partes involucradas.
- Cada mensaje debe tener una audiencia específica.
- Potenciar las ventajas de cada medio de comunicación disponible.
- Establecer unas metas apropiadas.
- Proveer reportes imparciales y constantes del progreso del proyecto.
- Comunicar lo que las personas necesitan conocer antes de que ellos sientan la necesidad de información.
- Ofrecer oportunidades para que genere la comunicación.
- Llevar a cabo reuniones del proyecto en los puntos más importantes de su desarrollo.

Para poder montar un Departamento de Comunicación se requiere de personas capacitadas, responsables y con suficiente amor para servir, pues por el momento ellos estarían trabajando ad honorem, estos son los cargos que se necesitan, con sus funciones correspondientes:

5.2.6 Estructura de un Departamento de Comunicación

Este será el encargado de manejar todo lo que a comunicación se refiere con su equipo se encargaran de informar por medio escrito, visual, tecnológico la información que se desea transmitir para mantener al tanto a los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer y así lograr disminuir la desinformación.

Esta Acción Comunicativa busca:

- Comunicar de manera predeterminada y organizada.
- Transmitir información planificada.
- Generar expectativas en los miembros e invitados.
- Aumentar el sentido de pertenencia en cada uno de los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer.

El Departamento de Comunicación debe llevarse a cabo de forma específica tomando en cuenta 3 componentes fundamentales:

- **Conocimiento:** Lo que la Iglesia desea que conozcan sus miembros.
- **Actitud:** Lo que la Iglesia desea que sientan sus miembros.
- **Comportamiento:** Lo que la Iglesia desea que realicen cada uno de sus miembros

a) Gestor de Comunicación:

Deberá velar por que Iglesia Nuevo Amanecer cuente con las herramientas, procesos, materiales y estrategias necesarias para propiciar la comunicación interna y externa de la iglesia haciendo uso de técnicas y estudios relacionados con este objetivo. Esta persona deberá cumplir con el perfil que el puesto amerita y ser un profesional en la rama de la comunicación.

Funciones

- Innovar e implementar técnicas, procesos y estrategias, a todo lo referente a comunicación en Iglesia Nuevo amanecer.
- Velar por el correcto y eficaz funcionamiento de las herramientas físicas, utilizadas para transmitir información a los miembros, por ejemplo, trifoliales, boletines, carteleras, mantas vinílicas, promocionales.
- Propiciar el uso de herramientas tecnológicas en el proceso de comunicación Iglesia-miembros, por ejemplo: blog, redes sociales, correo, etc.
- Brindar las herramientas y procesos que se requieran para permitir un excelente flujo de información interna, ya que esto hará que, al trasladar la información a los miembros, esta sea veraz además de ser muy atractiva.

b) Fotógrafo

El fotógrafo captará las imágenes y después realizará el proceso de selección de las copias, para su inserción en planas. La senda que transita esta foto es sencilla: la capta el fotógrafo, llega a la redacción por distintas vías, se revela y la copia llegará a manos del editor. Éste será quien decida sobre su publicación o no y las condiciones de esa aparición pública de la imagen captada. (Pablos,2005).

Funciones

- Ordena, clasifica y archiva el material fotográfico.
- Selecciona el equipo y material para realizar el trabajo.
- Atiende e informa a los miembros en general.
- Lleva el registro y control de la entrega de fotografías.
- Lleva el control de los equipos fotográficos.
- Elabora ayudas audiovisuales relacionadas con el área fotográfica.
- Corrige y retoca fotografías.
- Efectúa mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos.
- Elabora el inventario de materiales y equipos fotográficos.

- Participa en los cursos de capacitación en el área de fotográfica.
- Opera equipos e instrumentos fotográficos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la congregación.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

c) Camarógrafo

El camarógrafo, operador de cámara será el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Deberá llevar las imágenes al guion técnico, en el que se especificarán los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena. Será el operador principal de cámara. De él dependerán funciones como el emplazamiento de la cámara, los movimientos con o sin desplazamiento, y la correcta utilización de la imagen a través de los distintos tipos de óptica y sistemas de captura. Además, desde la cámara, el director se enterará, con la información del camarógrafo, de cualquier anomalía en la imagen, ya sea un farol que se ve en cuadro, un cable o un brillo indeseado en el lente, etc. Los movimientos de cámara tendrán que ser fluidos y más bien lentos, para no crear molestia en el espectador, y generalmente se tratará de que haya armonía general en el trabajo del camarógrafo respecto de las tareas del resto de los involucrados. Lexicoon (2015)

Funciones

- Realiza la locación del lugar donde se va a realizar la actividad de video.
- Opera cámaras de televisión o filmación para la grabación de actividades especiales.
- Instala y prueba los equipos de grabación y materiales involucrados en la actividad.
- Coordina e instala equipos de iluminación y audio.

- Edita y realiza el montaje de audio a las tomas de video.
- Realiza mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos audiovisuales.
- Brinda apoyo logístico en equipos de grabación a las unidades de la Iglesia.
- Realiza el análisis de calidad de las tomas realizadas.
- Estima y solicita los recursos necesarios para realizar el trabajo.
- Vela por la correcta operación y conservación de los equipos.
- Copia en video-tapes programas en diferentes formatos.
- Archiva y participa en reuniones del área.
- Coordina y supervisa las actividades del personal a su cargo.
- Verifica el buen funcionamiento de los equipos y el desarrollo de las grabaciones.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la congregación.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

d) Diagramador

Aplicará los contenidos de forma mecanizada en cada una de las ediciones posteriores, resolviendo la organización de las páginas dentro de un proceso de normas establecidas en el manual de diseño. Melfi (2013).

Funciones

- Diseña carátulas, logotipos para las ediciones.
- Realiza el montaje de diplomas, certificados y demás documentos.
- Realiza la diagramación de trípticos, dípticos, certificados y demás publicaciones.
- Realiza el montaje de todo tipo de publicaciones, requerido por los diferentes ministerios.
- Prepara y organiza el material de impresión.

- Supervisa la impresión de los trabajos diagramados, cuidando la calidad de los mismos.
- Elabora las maquetas a colores o en blanco y negro, de pinturas, dibujos y grabados para carátulas de periódico, boletines, revistas y otras publicaciones.
- Opera un microcomputador como medio de apoyo para realizar las diagramaciones.
- Imprime las maquetas diagramadas.
- Mantiene relaciones con el consejo de redacción de las publicaciones, para captar los detalles para la realización de los trabajos.
- Busca información para la realización de las publicaciones.
- Revisa y corrige el material de artes finales.
- Lleva un registro del material producido.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

e) Diseñador

Establecerá las pautas de la diagramación en relación con el formato y la delimitación de cada uno de los criterios compositivos, y los elementos que definen la imagen corporativa del producto final. Melfi (2013).

Funciones

- Diseña ilustraciones, avisos, artículos y publicidad en general.
- Organiza e instala exposiciones para eventos de la Institución.
- Elabora bocetos y otras artes gráficas de su competencia.
- Elabora y participa en la realización de maquetas.
- Revisa y resguarda la documentación referente a los diseños y artículos de la Institución.

- Revisa y corrige el material diseñado.
- Suministra información técnica a los usuarios, en cuanto al diseño para publicaciones.
- Atiende y coordina con los autores de los textos, el diseño gráfico de las publicaciones.
- Realiza dibujos y pinturas para la elaboración de afiches.
- Dibuja ilustraciones a tinta, óleo y otras técnicas plásticas.
- Lleva el registro del material producido.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

f) Redactor

Desarrollará un contenido escrito producto de un raciocinio, un escritor, un profesional de la escritura, que toma en cuenta todos los requisitos de la escritura y de la composición correcta. En contextos periodísticos es una categoría profesional dentro de los medios de comunicación y de difusión. Lexicoon (2015).

g) Editor

Se encargará de la corrección de ortografía y contenido. Para llevar a la sociedad información de calidad, pues sin su trabajo las publicaciones emitidas estarán llenas de errores.

Funciones

- Gestionar el programa de publicación
- Organizar los sistemas de evaluación de originales
- Corrección de manuscritos (impresos o electrónicos)
- Dirigir el proceso de producción

h) Community manager

Será el responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, en este caso con cada miembro de Iglesia Nuevo Amanecer.

Funciones

- La creación de contenido atractivo y de calidad.
- Gestionar el blog corporativo de la Iglesia.
- Decidir cuál es la mejor hora para publicar el contenido.
- Monitorizar todas las publicaciones y novedades de su sector.
- Seguir y monitorizar sus propias publicaciones, analizando su aceptación por parte de los usuarios
- Crear relaciones estables y duraderas con los fans para conseguir involucrarlos
- Identificar a los prescriptores. Martínez (2013)

5.2.7 Organigrama Departamento de Comunicación Iglesia Nuevo Amanecer



5.2.8 Aumento de compromiso y sentido de pertenencia de los integrantes del equipo del Departamento de Comunicación de Iglesia Nuevo Amanecer.

a) Actividades motivacionales, incentivar el trabajo en equipo y brindarles capacitaciones constantes pues con dichas actividades se pretende promover la participación, la convivencia e integración de los que conformaran el equipo del Departamento de Comunicación y no menos importante capacitarlos para que desarrollen su labor con calidad y eficacia.

En Iglesia Nuevo Amanecer se realizan diversas reuniones y actividades cada tres a cuatro meses en las que invitan a profesionales para que brinden charlas, conferencias y capacitaciones a cada ministerio (se invita a un músico para que capacite a los músicos, se invita a pastores para que capacite a los líderes y servidores) y así se buscan profesionales para reforzar las habilidades y capacidades de cada miembro que pertenece a un ministerio.

5.2.8.1 Utilización de las herramientas

5.2.8.1.1 Publicidad en Medios Masivos

- **Entrevista** en algún medio de comunicación radial dando a conocer la Iglesia y así mismo invitando a las personas a que visiten la congregación promoviendo fechas y horarios, dando a conocer también actividades especiales.
- **Anuncios publicitarios** en los periódicos y revistas de mayor circulación.
- **Mantas vinílicas** promocionando las actividades y sus respectivos horarios. (ver anexo 4).
- **Mail masivo** por el cual se envía información de las actividades que se realizaran próximamente u otro tipo de información que se desee transmitir de forma masiva.
- **Trifoliales** con información de la visión, misión de la iglesia para los nuevos miembros. Información sobre próximas actividades. (ver anexo 5).

- **Internet y redes sociales** Iglesia Nuevo Amanecer cuenta con una fan page en Facebook, esta herramienta es muy provechosa para mantener informados a los miembros y así mismo recibir la retroalimentación de los mismos.

Se mantiene informado a los miembros, teniéndola actualizada, subiendo información fresca, así como fotografías de actividades y eventos que se hayan realizado en las instalaciones (Bodas, Quince Años, Graduaciones etc.)

Otra forma y más inmediata para informar sería la utilización de una cuenta en Twitter, con la cual se tendría informados a los miembros de lo que está ocurriendo en las actividades, bodas, graduaciones, retiros etc. En el preciso momento en el que se están desarrollando. Y así hay muchas otras redes sociales en las que se pueden publicar invitaciones virtuales a eventos próximos, talleres, retiros, campamentos; crear recordatorios de estas fechas, todo con el fin de mantener informados y al tanto a los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer.

El objetivo de esta propuesta es retomar y agilizar la utilización de estas herramientas que Iglesia Nuevo Amanecer tiene abandonadas, proporcionar información a los miembros, a los invitados darles a conocer la iglesia sus objetivos, misión, visión proyectos que se tienen a corto, mediano y largo plazo. Puesto que las redes sociales y el internet son una de las herramientas más importantes y poderosas en cuanto a comunicación se refiere. Crear varias cuentas en redes sociales, blog, páginas web, las cuales deberán de actualizarse varias veces a la semana, para transmitir información fresca y veraz. Así mismo lograr el principal objetivo que es el mantener informado a todos los miembros de la iglesia.

- a) **Cartelera de actividades** lugar en el que se colocaran fechas de reuniones próximas, afiches, cumpleaños, anuncios, etc.) todo tipo de información concerniente a la iglesia y sus miembros se colocaran en dicho lugar. (ver anexo 6).

- b) **Boletín quincenal gratuito** en el cual se tocan varios temas, síntesis de las predicas pasadas, anuncios, recordatorios, entrevistas, puntos de vista, publicidad de algún servicio que presten los miembros (servicio de carpintería, albañilería, soldadores, estilistas) con el fin de apoyarse mutuamente. (ver anexo 7).
- c) **Revista bimensual** se tocarían temas de la actualidad, entrevistas a pastores de otras iglesias, mención de actividades de la iglesia con más detalles, publicidad de empresas o instituciones grandes, tratar de hacer de esta revista algo creativo y muy llamativo diferente a lo que se conoce de una revista.

5.2.9 Presupuesto de ejecución: Recursos financieros que contribuyan al logro de los objetivos del Plan de Comunicación.

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Monto Global
2	Escritorios (cotizado D- Oficina)	Q.800.00	Q.1,600.00
2	computadoras Dell XP58920-7666BLK (cotizado en Macro sistemas)	Q.7,901.18	Q.15,802.36
2	sillas secretarial (cotizado en Intelaf)	Q.320.00	Q.640.00
1	Impresora multifuncional HP 7740 (cotizado en Office Depot)	Q.1,999.00	Q.1,999.00
1	Grabadora digital de voz (cotizado en Steren)	Q.750.00	Q.750.00
1	Cámara digital profesional Canon SX56 (cotizado en Intelaf)	Q.4,799.00	Q.4,799.00
1	Cámara de video Profesional Panasonic AGDVC80 (Elec. Panamericana)	Q.4,800.00	Q.4,800.00
2	Audífonos (cotizado en Intelaf)	Q.80.00	Q.160.00
2	Archivos metálicos de 4 gavetas (cotizado en Office Depot)	Q.1,300.	Q.1,300.
	Material varios oficina	Q.500.00	Q.500.00
	Teléfono e internet	Q,400.00	Q,400.00
	TOTAL		Q.32,750.36

Dando un total de Q.32,750.36 exactos el monto al que asciende la inversión para poder implementar el departamento de Comunicación en Iglesia Cristiana Nuevo Amanecer.

CONCLUSIONES

1. A través del diagnóstico de comunicación se pudo establecer que la Iglesia Nuevo Amanecer no cuenta con un servicio de comunicación externa e interna adecuadamente organizado y consistente que permita informar de una manera general todo tipo de información.
2. Iglesia Nuevo Amanecer cuenta solamente con dos medios para la difusión de la misma y de sus actividades siendo estos una fan page en Facebook y mail. Pero estos no son aprovechados estratégicamente, lo que ocasiona una comunicación deficiente entre dicha congregación y sus miembros.
3. Muchos de los miembros son apáticos a las actividades que la iglesia planifica u organiza debido a que no existe una información motivante y accesible que sea capaz de hacer que los miembros se integren y deseen participar.
4. La junta directiva cree que es necesario contar con un departamento que se encargue única y exclusivamente de la comunicación de la iglesia, que los mantenga al tanto de todo, haciendo uso de medios, escritos, tecnológicos y visuales. Para crear y cimentar el sentimiento de pertenencia en cada miembro de Iglesia Nuevo Amanecer.
5. Se cuenta con el apoyo y colaboración de los miembros de Iglesia Nuevo Amanecer para conformar el equipo de trabajo los cuales según sus estudios, conocimientos y habilidades serán ubicados.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los miembros del equipo del Departamento de Comunicación tener un sentimiento de compromiso y responsabilidad para con la congregación, ya que esto hará que se busque el cumplimiento de objetivos y la implementación de nuevas estrategias que permitan el crecimiento y fortalecimiento de Iglesia Nuevo Amanecer.
2. A Iglesia Nuevo Amanecer, se le recomienda implementar la estrategia de comunicación, contenida en este trabajo de tesis, esto hará que la congregación difunda su existencia, sus actividades y mejore el flujo de comunicación tanto interna como externa.

Referencias Bibliográficas

1. Ballina, Amanda/ Introducción a la semiología 2002.
2. Benavides Pañeda, Raymundo Javier. Administración. 2004. México DF. Printed in Mexico Mc Graw-Hill interamericana, 2004.
3. Boland, Lucrecia. 2007. Funciones de la administración. Teoría y práctica. Argentina Bahía. Editorial de la universidad Nacional del Sur / 1era Edición. Blanca. Universidad nacional del sur. Ediuns, 202 páginas.
4. Chiavenato, Idalberto (1981). Introducción a la teoría general de la administración. Bogotá. Colombia: Editorial Mc Graw-Hill. Pág. 424.
5. Chiavenato, Adalberto, Administración de Recursos Humanos, 1994, p. 66
6. Chiavenato, Adalberto. "Administración de Recursos Humanos", 5ta Edición, Bogota Colombia. Ediciones Mc Graw Hill, 2000.
7. Chiong Estrada, Clara Jennifer./2012./Diagnóstico y Proyecto de Comunicación para Hogar Un Mundo Nuevo. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 18 p.
8. De la Mota, Ignacio H. 1994, Enciclopedia de la Comunicación. México: Editorial Limusa. 4t.
9. García Castañeda, Concepción. /2012. /Diagnóstico de la Situación de Comunicación Organizacional Interna en el Instituto Nacional de Cooperativa –UNACOP-. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 66 p.
10. Jablin, Frederick. "Estudio de la Comunicación Organizacional". México, Editorial Carlos Fernandez Collado, 1986.

11. Jablin. Frederick (1986). "Estudio de la comunicación organizacional: su evolución y su futuro" Tomado de Fernández. Carlos y Gordon. Dahnke. La comunicación humana. ciencia social. México: Editorial Mc Graw-Hill Cap.4 Pág. 114
12. López Rivera, Juan José. /2013. /Propuesta de Estrategia de Comunicación externa para museo Miraflores. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Univeresidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 13 p.
13. Marroquín Pérez, Manuel. 1995. La Comunicación Interpersonal. España. Ediciones. Mensajero S.A. 159 páginas.
14. Ramos Padilla, Carlos G. 1991. La comunicación, Un punto de vista organizacional. México. Editorial Trillas.
15. Robbins, Stephen P. "Comportamiento organizacional, Teoría y práctica" 7ma edición. México. 1996. 676 p.

E-GRAFÍA

16. Alto Nivel.(2011). ¿Qué hace un comunicador organizacional?.[en línea]fecha de consulta 28 de Abril 2015 en <http://www.altonivel.com.mx/8998quehaceuncomunicadororganizacional.html>
17. [Definicion.de/](#) 2008-2015 - Definicion.de [Definición de liderazgo - Qué es, Significado y Concepto](#) <http://definicion.de/liderazgo/#ixzz3WaHbyaZi>
18. Duarte Ramírez, Alexandra.(1993).COMUNICACION ORGANIZACIONAL: UNA PERSPECTIVA DEMOCRATICA, 1993.[en línea]. Martes 31 de Marzo de 2015. <http://www.binasss.sa.cr/revistas/rcafss/v1n21993/art5.pdf>
19. King Núñez, Karla Ivette/ grandes Pymes/ Comunicación organizacional. Tipos y formas/ 10 de Abril de2012/ <https://jvalda.wordpress.com/2012/04/11/comunicacion-organizacional-tipos-y-formas/> (2 de Abril 2015)
20. [KingNúñez,KarlalvetteComunicaciónorganizacional](#) [Comunicaciónorganizacional. Tipos,flujos,barrerasyauditorias.29deMarzo2012](#).<http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/28> de Abril2015.
21. Lexicoon.2015.Diccionario.<http://lexicoon.org/es/camarografo.9> junio 2015.
22. Maldonado, Alejandro.Taller: Liderazgo y el Rol de la Junta Directiva Facilitador: AsociaciónEntreMundos10deNoviembrede2,011.<http://www.entremundos.org/databases/Liderazgo%20y%20El%20Rol%20de%20La%20Junta%20Directiva.pdf>
23. Martinez Fustero, Eduardo.2013.Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la Empresa./(24 abril 2013) <http://comunidad.iebschool.com/iebs/general/que-es-un-community-manager/9> junio 2015.
24. Melfi,Johanna.2013.DiseñoyDiagramación./(26Septiembre2013)<http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/periodico-diseno-y-diagramacion-2/9> junio 2015.
25. Muñiz Rafael."/Marketing en el siglo XXI"/ La comunicación interna./ <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>.(2 de Abril 2015)

26. Noemí/Nomienredes Comunicar para seguir:/El proceso de comunicación interna para una empresa./ (Enero 21, 2013)/ <http://nomienredes.com/blog/el-proceso-de-comunicacion-interna-en-una-empresa>. (2 de Abril 2015)
27. Ordóñez Berrío, Lina María. 2007. Cómo estructurar el área de comunicación corporativa. Estudio de caso. / (19 de marzo 2007) <http://www.gestiopolis.com/como-estructurar-el-area-de-comunicacion-corporativa-estudio-de-caso/> 9 junio 2015.
28. Pasquali, Antonio. 2012. Teorías de Comunicación Latinoamericana <http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com/2012/07/antonio-pasquali.html> 28 Abril 2015.
29. 2015.
30. Pons, J.. 2014. <http://es.workmeter.com/blog/bid/314468/6tiposdeliderazgoempresarial-Cu%C3%A1l-es-el-tuyo>. 28 de Abril 2015.
31. Pablos, José Manuel. "revista virtual Razón y Palabra". Diferentes funciones del Fotógrafo y del Editor de Prensa. Abril 2005. <http://www.razonypalabra.org.mx/miramedia/2005/abril.html> (9 junio 2015)
32. Pineda, Yulimar. "Desde mi escritorio periodismo, social media y literatura". ¿Cuáles son las funciones de un editor en un medio de comunicación?. 2013. <http://desdemiescritorio.blogspot.com/2013/09/cuales-son-las-funciones-de-un-editor.html>. (9 de junio 2015).
33. http://www.ula.ve/personal/cargos_unicos/camarografo.htm

GLOSARIO

Cántico:

Canto solemne, especialmente el de carácter religioso.
Composición poética de los libros sagrados y litúrgicos en que se dan gracias a Dios o se le tributan alabanzas.

Células Cristianas:

Son pequeños grupos de personas, en constante crecimiento que buscan evangelizar, hacer discípulos y desempeñar su ministerio a través de las relaciones cotidianas.

Clima organizacional:

Es el nombre dado por diversos autores; se basa en el ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados. Se refiere tanto a la parte física como emocional y mental.

Cristo céntricos:

Tiene que ver con esos tipos de teología o de reflexión cristiana en los que la persona y obra de Cristo constituyen el fundamento y eje de todas las proposiciones teológicas y éticas.

Desvirtuar:

Hacer disminuir o perder la virtud o las características propias de una cosa.

Diácono:

La palabra diácono, según su etimología, proviene del griego “diakonos”, que a su vez se deriva del latín “diacunus” cuyo significado es “servidor. Este vocablo es muy utilizado en el ámbito religioso para definir a aquel hombre dedicado a servir a los demás, compromiso que adquiere, al ser miembro de la iglesia

Dípticos:

Folleto formado por una hoja de papel doblada por la mitad, generalmente pequeña, que se usa como propaganda o como invitación a un acto.

Discipular:

Esta palabra hace referencia como relativo, perteneciente y concerniente a un discípulo o de varios discípulos, la persona que se instruye o aprende de una

enseñanza, principio, doctrina, educación o ciencia bajo el mando o la dirección de un profesor o maestro.

Dones: Dádiva, presente. Gracia especial o habilidad para una cosa.

Edificados:

Servir una persona o sus actos de ejemplo a otra persona. Infundir en otros con el buen ejemplo.

Englobar:

Incluir varios elementos o individuos en una sola unidad o conjunto, o considerar que forman parte de él.

Evangelización:

Enseñanza y propagación de la doctrina cristiana en aquellos lugares en que las personas la desconocen o no la practican.

Influenciar:

Producir (una persona o cosa) efectos sobre otras, de manera indirecta o insensible, cierta acción o efecto que la hace cambiar o variar.

Instar:

Pedir con insistencia que se haga algo o urgir la pronta ejecución de una cosa. Obligar mediante la fuerza o la autoridad a que se haga algo con rapidez.

Interacción:

Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.

Interdependientes:

Es una relación de dependencia mutua y equitativa, donde todos los factores involucrados se benefician, complementan o cooperan de formas variadas con los demás.

Interceder:

Es cuando una persona intenta conseguir un beneficio para otro sujeto. Puede tratarse de una acción solidaria o de una conducta que persiga una recompensa posterior.

Júbilo: Gozo o alegría muy intensa que se hace ostensible.

Nivel jerárquico:

La jerarquía es una estructura que se establece en orden a su criterio de subordinación entre personas, animales, valores y dignidades. Tal criterio puede ser superioridad, inferioridad, anterioridad, posterioridad, etc.; es decir, cualquier cualidad categórica de gradación agente que caracterice su interdependencia.

Ornato:

Esta palabra se refiere a un atavío, ornamento, decorado, aderezo, aparato o ingenio que se emplea con fines decorativos, así mismo a un conjunto, miscelánea o una agrupación de objetos ornamentales que se embellecen o mejoran en algo. En forma desusado, el grupo de alguna reforma que se lleva a cabo para hermostrar o decorar en una determinada población.

Operativizar:

Es dar marcha a la fase mecánica de una operación: entendida esta como el conjunto de hechos necesarios para alcanzar secuencialmente y/o sistemáticamente uno o varios objetivos previamente definidos.

Reciproca:

Que se da o se dirige a otro y que a su vez se recibe de este en la misma medida. Que denota una acción que es intercambiada entre dos o más sujetos y que recae sobre todos ellos.

Santa Cena:

La Santa Cena es un testimonio. Por medio de ella se testimonia que Jesús ha partido Su cuerpo y derramado Su sangre por las personas; y de esta manera se proclama la muerte de Cristo.

Sistematizar:

Organizar un conjunto de elementos de manera que formen un sistema.

Talentos:

Ventaja o aptitud natural, considerada como recibida de Dios, la fortuna o la naturaleza.

Trípticos:

El tríptico es un folleto informativo cuya hoja está dividida en tres partes, de las cuales sus laterales se doblan sobre la del centro.

ANEXOS



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

Esta encuesta forma parte de una investigación que analizará la comunicación en Ministerios Cristianos Nuevo Amanecer el objetivo de la misma es hacer un diagnóstico que permita brindar soluciones a corto plazo para la iglesia. Gracias por su apoyo.

Edad	Nivel de estudio:	Género:	Tiempo de congregarse
<input type="checkbox"/> 18-19	<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> 1-2 años
<input type="checkbox"/> 20-30	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> 3-4 años
<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> Diversificado		<input type="checkbox"/> 5-6 años
<input type="checkbox"/> 51 o más	<input type="checkbox"/> Universitario		

1. ¿Cómo se enteró de Ministerios Cristianos Nuevo Amanecer?

- Invitación personal
- Redes sociales
- Internet
- Otro _____

2. ¿En qué medio de los anteriores le gustaría recibir información relacionada al Ministerio?

- Invitación personal
- Redes sociales
- Internet
- Otro _____

3. ¿Conoce la Visión y Misión de la iglesia?

- Sí
- No

4. Le entregaron algún material escrito al asistir por primera vez a la iglesia:

- Sí
- No

5. ¿Ha participado en las actividades organizadas por la iglesia?

- Sí
- No

6. ¿Participa en algún ministerio de la iglesia?

- Sí
- No

7. ¿Considera importante contar con un departamento de comunicación el cual se encargaría de buscar los medios necesarios para mantener informados a todos los miembros de la iglesia?

- Sí
- No

8. ¿Cómo califica la comunicación interna en la iglesia?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

9. ¿Según usted, existen barreras de comunicación en su organización para comunicarse con los demás?

- Sí
- No

10. ¿La calidad de comunicación entre el Pastor, líderes, miembros y usted influye en la manera en que se siente en la iglesia?

- Sí
- No

11. ¿Cuál es el medio que más emplean para comunicarse internamente en la iglesia?

- Conversaciones en persona (frente a frente)
- Conversaciones telefónicas
- Correo electrónico
- En reuniones

(Anexo 2 - Guía de la Entrevista)

**Trabajo de Tesis: Diagnóstico y Propuesta de un Departamento de Comunicación
en la Iglesia Nuevo Amanecer.
Ubicación 4ta. Calle 1-34 zona 1 Mixco.
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Entrevistados: Miembros de la Junta Directiva de Iglesia Nuevo Amanecer.

¿Cuál es el objetivo principal de la Iglesia Nuevo Amanecer y qué están haciendo para lograrlo?

¿Cuenta la Iglesia Nuevo Amanecer con una Misión y Visión que aumente el sentimiento de pertenencia y compromiso de sus miembros?

Desde el inicio de su gestión administrativa hasta el momento, ¿Qué estrategias de comunicación ha realizado para la difusión de la Iglesia y sus actividades?

¿Con qué tipo de medios cuenta la Iglesia Nuevo Amanecer para transmitir información a cada uno de sus miembros (radio, TV, boletín, redes sociales etc.)

¿Con qué frecuencia recibe información de la iglesia a través de los medios de comunicación con los cuales cuenta?

¿Considera necesaria la creación de Un Departamento de Comunicación en la Iglesia Nuevo Amanecer? ¿SI – NO Por qué?

NOMBRE: _____

CARGO QUE OCUPA EN LA JUNTA DIRECTIVA: _____

(Anexo 3 - Guía de Observación)

**Trabajo de Tesis: Diagnóstico y Propuesta de un Departamento de Comunicación
en la Iglesia Nuevo Amanecer.
Procedimiento para realización del diagnóstico
Ubicación 4ta. Calle 1-34 zona 1 Mixco.**

Indicaciones: Marque con una X la calificación de la Comunicación interna y externa en la Iglesia Nuevo Amanecer.

1	Muy Deficiente	2	Deficiente	3	Aceptable	4	Satisfecho	5	Excelente
	Los medios que utilizan para transmitir la información que desean a los miembros son los suficientes.		X						
	Los únicos medios que utilizan para transmitir la información es a través de una cuenta que poseen en Facebook y durante los servicios dominicales y entre semana.								
	Qué tan seguro es que todos los miembros están totalmente enterados de los proyectos a corto, mediano y largo plazo de la iglesia.	1	2	3	4	5			
			X						
	Varias personas se enteran de los proyectos de la iglesia, pero no por la iglesia, por terceras personas, Pues no todos los miembros tienen Facebook y algunos no llegan el día en el que dieron la información.								
	Poseen suficientes medios de comunicación para transmitir información de cualquier índole tanto interna como externamente.	1	2	3	4	5			
			X						
	Solamente cuentan con una computadora la cual utilizan a veces para publicar alguna información en Facebook.								
	Cuentan con un área especial para ubicar el Depto. De Comunicación	1	2	3	4	5			
					X				
	Tienen suficiente área de la cual poder disponer para colocar las computadoras para poder diagramar, editar. La impresora para reproducir algún boletín, revista, periódico.								
	El equipo con el que cuentan es el suficiente para poder montar el Departamento de Comunicación.	1	2	3	4	5			
				X					
	Utilizan celulares para tomar las fotografías o videos de los servicios o actividades especiales las cuales luego las suben a Facebook. Cuentan con una impresora multifuncional para poder reproducir alguna Revista, periódico o boletín.								

(Anexo 4 – Propuesta Manta vinílica)

Servicio general
Domingos 10:00 Hrs.
Martes 19:00 Hrs.

Disciplinada
con
Boris Castilla

Las Jueves 7:30 pm

Servicio de ayuno y oración
Viernes 10:00 horas

(Anexo 5 – Propuesta Trifoliar)

SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES



@iglesianoamanecer
nvoamanecer@gmail.com

O comunícate con nosotros
a través del: 24387747 / 59599728

¡Te esperamos!

Ministerios Cristianos
Nuevo Amanecer



QUIÉNES SOMOS

Un ministerio cristiano el cual **CREE** y comparte la visión de Cristo, ganar a las multitudes con el mensaje del evangelio.

Gracias a todos los que estamos corriendo tras la visión de Cristo vemos como multitudes de nuevos hermanos se van añadiendo al **REINO DE DIOS**.

Pero aún falta lo mejor. Hasta hoy hemos añadido muchos a nuestra iglesia. Dios nos ha dado la seguridad de que muy pronto añadiremos a muchos más.

Es por ello que le invitamos a usted también a ser parte de esta nueva generación de apasionados **CONQUISTADORES**.

MISIÓN **VISIÓN**

Misión

Cumplir con la gran comisión establecida por nuestro señor Jesucristo según Mateo 28:19 alcanzando, formando y enviando la mayor cantidad de personas utilizando todos los medios que estén a nuestro alcance.

Visión

Hoy es un nuevo amanecer para ganar, consolidar, discipular y enviar personas cambiadas por el poder de Dios a transformar Guatemala y las naciones para Cristo. Sí lo puedes creer lo puedes lograr.

HORARIO DE ACTIVIDADES SEMANALES

DOMINGO	10:00 HRS. SERVICIO GENERAL
LUNES	9:00 HRS. REUNIÓN DE CABALLEROS
MARTES	19:00 HRS. SERVICIO GENERAL
JUEVES	19:00 HRS. DISCIPULADO
VIERNES	10:00 HRS. AYUNO Y ORACIÓN



(Anexo 6 – Propuesta Boletín)



BOLETÍN No. 5

NOVIEMBRE - 2018 EDICIÓN 00

TODO ES CUESTIÓN DE ACTITUD

Compartamos este relato: En cierta ocasión una empresa de calzado quería abrirse mercado en los países de África. Entonces envió a dos vendedores para que realizaran un estudio.

El primer vendedor al bajar del avión lo primero que observó fue que toda la gente se encontraba descalza. En seguida llamó a su jefe y le dijo: "jefe, le tengo malas noticias, en este lugar del planeta nadie usa zapatos. Así que ni piense en hacer negocios por acá", el segundo vendedor, de la misma manera lo primero que vio al bajarse del avión fue a toda esa gente sin zapatos, entonces llamó a su jefe y le dijo: "jefe!

Le tengo excelentes noticias, por este lugar nadie usa zapatos, vengase ya mismo! porque nos vamos a hacer "millonarios". **TODO ES CUESTIÓN DE ACTITUD!**

LA ACTITUD marca la diferencia en la vida. Una actitud desprocurada o diligente, positiva o negativa, hostil o colaboradora, quejumbrosa o agradecida, puede influir mucho en la manera de tratar diferentes situaciones y en la reacción de otras personas. Con una buena actitud se puede ser feliz incluso en circunstancias difíciles.



Al que tiene una mala actitud nada le parece bien, aun cuando, desde un punto de vista objetivo, su vida sea buena.

Las actitudes (buenas o malas) pueden aprenderse, de hecho, tienen que aprenderse. Los estudios dicen sobre el recién nacido: "Las actitudes que tendrá de mayor serán adquiridas o aprendidas, tal como se adquiere o aprende un idioma o cualquier otra habilidad". Las actitudes buenas o malas se aprenden, he influyen varios factores tales como: la educación y principios dados en casa, el ambiente de trabajo, y las juntas o amistades. "El que anda con sabios, sabio será; Mas el que se junta con necios será quebrantado. Prov. 13:20.

Pablo habló sobre la actitud apropiada: "No que lo haya alcanzado ya, ni que ya sea perfecto; sino que prosigo, por ver si logro asir aquello para lo cual fui también asido por Cristo Jesús. Hermanos, yo mismo no pretendo haberlo ya alcanzado; pero una cosa hago: olvidando ciertamente lo que queda atrás, y extendiéndome a lo que está delante, prosigo a la meta, al premio del supremo llamamiento de Dios en Cristo Jesús. Así que, todos los que somos perfectos, esto mismo sintamos; y si otra cosa sentís, esto también os lo revelará Dios. cualquiera que piense que no necesita mejorar, después de hacerse cristiano tiene una actitud equivocada. Todos debemos realizar cambios día a día, hasta llegar a la estatura del varón perfecto. No es muy fácil, pero con la ayuda de Dios, se logra.

@iglesianoamanez

¡Te esperamos! **Agenda**

LA CENA DEL SEÑOR

31 DE OCTUBRE
MEDIA VIGILIA
 Hora 7:00 p.m. a 12:00 a.m.
WHITE
 CELEBRACIÓN
 VEN VESTIDO DE BLANCO
SOMOS LA LUZ DEL MUNDO

NO OLVIDES ALIMENTOS PERECEDEROS

1er domingo de cada Mes

Festival de EXPÓDANZA
 NUEVO AMARQUES
 Fortalezas
 Salvación
 Sanidad
 Libertad
 Pastoral
 Profecía
 Restauración
 Paz
Adoración

18 JUNIO
 Hora 4:00 p.m.

3 DÍAS DE MILAGROS Y LIBERACIÓN