



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA
IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015.

Proyecto de I+D+I previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración de
Marketing Interno y Externo

Autora: Victoria Vanessa Piedra Pilaquina

Tutor: Ing. Danny Reinoso

Quito, Octubre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y en que su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigentes. Las ideas doctrinas resultados y conclusiones a los que han llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Victoria Vanessa Piedra Pilaquina

CI 172603150

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Victoria Vanessa Piedra Pilaquinga de la Escuela de Administración Marketing Interno y Externo libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CI 1726003150

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Piedra Pilaquina Victoria Vanessa, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Marketing Interno y Externo , el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015**”, el cual incluye un Plan de publicidad que ayude a dar reconocimiento a la IRC, acción que signifique mayor afluencia de personas a las actividades que la Iglesia ,lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla, el mejoramiento de herramientas técnicas, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del mejoramiento de herramientas técnicas descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, tablas, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el mejoramiento de selección, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del mejoramiento de selección por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del mejoramiento de selección ; d) Cualquier transformación o modificación del mejoramiento de selección; e) La protección y registro en el IEPI al mejoramiento de selección a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa del mejoramiento; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral;

c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 16 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) _____

C.C. N° 1726033150

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero agradecer Dios por la oportunidad que me ha dado de poder servirle de la mejor manera con mis conocimientos y mi vida.

Además recalcar que el presente trabajo refleja el esfuerzo que han realizado mis padres ya que gracias a su apoyo y sus consejos incondicionales me han permitido alcanzar mi título de Tecnóloga por eso deseo plasmar mi agradecimiento a ustedes que día a día me brindan, buscando lo mejor para mi bienestar.

DEDICATORIA

A Dios, por darme fuerzas y sabiduría para salir adelante en la vida y en mis estudios.

A mis padres, ya que han estado apoyándome en todo momento con gran amor y consideración.

A mis hermanos, ya que han sido grandes consejeros y confidentes a lo largo de mi carrera estudiantil.

ÍNDICE GENERAL

Declaratoria.....	ii
Cesión de derechos.....	iii
Contrato de cesión de derechos.....	iv
Agradecimiento.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Índice de General.....	x
Índice de Tablas.....	xv
Índice de Figuras.....	xvi
Índice de Anexos.....	xvi
Resumen Ejecutivo.....	xvii
Executive Summary.....	xviii
Introducción.....	xix
Capítulo I: Antecedentes.....	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación de la investigación.....	3

1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....	5
Capítulo II: Análisis de Involucrados.....	8
2.01 Mapeo de Involucrados.....	8
2.02 Matriz de Análisis de Involucrados.....	9
Capítulo III: Problemas y Objetivos.....	12
3.01 Árbol de Problemas.....	14
3.02 Árbol de Objetivos.....	17
Capítulo IV: Análisis de alternativas.....	18
4.01 Matriz de Análisis de Alternativas.....	18
4.02 Matriz de análisis de los objetivos.....	20
4.03 Diagrama de Estrategias.....	24
4.04 Marco Lógico.....	26
Capítulo V: Propuesta.....	28
5.01 Antecedentes.....	28
5.01.01 Justificación.....	29
5.02 Descripción de la Herramienta Metodológica.....	30
5.02.01 Enfoque de la investigación.....	30
5.02.02 Métodos de investigación.....	30
5.02.03 Tipos de Investigación.....	31
5.02.04 Etapas de la investigación.....	32
5.02.05 Población.....	32

5.02.06 Recolección de la información.....	33
5.02.06.01 Técnica de recolección de información.....	33
5.02.07. Análisis e interpretación de resultados.....	34
5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	40
5.04 Objetivos.....	40
5.04.02 Objetivos Específicos.....	40
5.05 Introducción de la publicidad.....	41
5.05.01 Tipos de publicidad.....	41
5.05.01.01 Propaganda	41
5.05.01.02 Publicidad de acuerdo a quién lo patrocina	41
5.05.01.03 Publicidad de acuerdo con la forma de pago.....	41
5.05.01.04 Publicidad en cooperativa.....	42
5.05.01.05 Publicidad de acuerdo con el tipo y propósito del mensaje.....	42
5.05.01.06 Publicidad según el propósito del mensaje.....	42
5.05.01.07 Publicidad según el enfoque del mensaje.....	43
5.05.01.08 Publicidad de acuerdo al receptor	43
5.05.01.09 Publicidad social.....	43
5.05.01.10 Publicidad subliminal.....	43
5.06. Plan de publicidad.....	44
5.06.01 Introducción.....	44
5.06.02 Cultura de la organización.....	45
5.06.02.01 Misión.....	45

5.06.02.02 Visión.....	45
5.06.03 Ubicación de la iglesia.....	45
5.06.04 Función de la publicidad.....	46
5.06.05 Análisis competitivo.....	46
5.06.06 Análisis interno.....	47
5.06.07 Análisis FODA.....	49
5.06.07.01 Fortalezas.....	49
5.06.07.02 Oportunidades.....	49
5.06.07.03 Debilidades.....	50
5.06.07.04 Amenazas.....	50
5.06.08 Análisis de la situación de la comunidad cristiana.....	50
5.06.09 Segmentación de mercado.....	51
5.06.09.01 Análisis del público objetivo.....	51
5.06.10 Brief publicitario.....	51
5.06.10.01 Empresa y sus antecedentes.....	51
5.06.10.02 Filosofía.....	52
5.06.10.03 Política.....	52
5.06.10.04 Valores.....	52
5.06.10.05 Posicionamiento de la marca.....	53
5.06.10.06 Repertorio.....	53
5.06.10.07 Producto y empaque.....	54

5.06.10.07.01 Publicidad pre evangelismo.....	54
5.06.10.07.02 Publicidad evangelismo.....	55
5.06.10.07.03 Publicidad offline.....	57
5.06.10.07.04 Publicidad IRC.....	58
5.06.10.07.05 Publicidad de la venta de garaje.....	59
5.06.10.07.06 Significado de los colores en los diferentes logotipos.....	59
5.06.10.07.07 Publicidad por medio de radio.....	60
5.06.10.08 Presupuesto.....	60
5.06.10.09 Canales de distribución.....	62
5.06.11 Estrategias.....	62
5.06.11.01 Estrategia de integración personal.....	62
5.06.11.02 Estrategia de publicidad enfocada al servicio público.....	63
5.06.11.03 Estrategia de publicidad offline.....	64
5.06.11.04 Estrategia de publicidad interactiva.....	66
5.06.11.04.01 Publicidad online.....	66
5.06.11.05 Estrategia de compromiso.....	78
5.06.11.06 Estrategia para recaudación de fondos monetarios.....	78
5.06.11.07 Estrategia de branding corporativo.....	79
5.06.11.08 Disfraz de la mascota IRC.....	80
Capítulo VI: Aspectos Administrativos.....	81
6.01 Recursos para la realización del proyecto.....	81

6.02 Presupuesto Elaboración del plan del Proyecto.....	83
6.03 Cronograma.....	84
Capítulo VII.....	86
7.01 Conclusiones.....	86
7.02 Recomendaciones.....	87
Bibliografía.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz T.....	5
Tabla 2. Matriz de Análisis de Involucrados.....	9
Tabla 3. Matriz de Análisis de Alternativas.....	18
Tabla 4. Matriz de Análisis de Objetivos.....	20
Tabla 5. Marco Lógico.....	26
Tabla 6. Población.....	32
Tabla 7. Asistencia de los miembros de la IRC.....	34
Tabla 8. Actividades realizadas en la IRC.....	35
Tabla 9. Colaboración con la IRC.....	36
Tabla 10. Actividades extraordinarias que realiza la IRC.....	37
Tabla 11. Publicidad IRC.....	38
Tabla 12. Sugerencias para las actividades de la IRC.....	39
Tabla 13. Análisis competitivo.....	46

Tabla 14. Publicidad escrita.....	60
Tabla 15. Premios publicitarios.....	61
Tabla 16. Premios.....	61
Tabla 17. Publicidad radio.....	61
Tabla 18. Disfraz de la mascota perteneciente a la IRC.....	62
Tabla 19. Presupuesto del Proyecto.....	83
Tabla 20. Cronograma.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de Involucrados.....	8
Figura 2. Árbol de problemas.....	14
Figura 3. Árbol de Objetivos.....	17
Figura 4. Diagrama de Estrategias.....	24
Figura 5. Organigrama.....	47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada IRC.....	90
Anexo 2. Organigrama IRC.....	92
Anexo 3. Documentos entregados por la IRC, al proyectista.....	93
Anexo 4. Tarifarios de cuñas publicitarias.	97
Anexo 5. Fotos de las actividades que ha realizado la IRC.....	99

Resumen Ejecutivo

El presente documento de investigación tiene como objetivo principal: “Elaboración de un plan de publicidad, que permita incrementar la afluencia de creyentes y el crecimiento de la Iglesia del Renacimiento Carismático ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, sector Centro Norte.” Este proyecto será de gran utilidad, pues planifica y establece varias formas de darse a conocer por la comunidad en la que se encuentra inmersa la IRC, por tanto, no solamente ayudará a obtener una mayor acogida de las personas que se encuentran viviendo en lugares aledaños a la Iglesia, sino crear la imagen de ayuda espiritual y descanso de las personas que lo necesiten. A la vez es importante mencionar que el plan de publicidad traerá a varias personas beneficiadas, además de los integrantes o congregados de la IRC, como lo son los adultos, jóvenes y niños, lo cual es importante para el núcleo de la sociedad como lo es la familia.

A continuación se explica ampliamente la propuesta, con cada uno de los elementos necesarios para llevarla a cabo, proponiendo soluciones a los problemas que se han encontrado por medio de distintas matrices. Problemáticas como la ausencia de compromiso de las personas asistentes, o la necesidad de una mayor infraestructura para desarrollar las actividades propuestas por los directivos de la IRC, son tratadas de principio a fin, con el propósito de dar una mejoría bastante notoria a la situación en la que se encuentra la Iglesia actualmente.

Executive Summary

The present investigation paper has as a main objective: "Development of an advertising plan, so as to increase the influx of believers and growth of Iglesia of Renacimiento Carismático located in the Metropolitan District of Quito, North Center." This project will be useful, for planning and sets various ways to get noticed by the community in which it is immersed IRC therefore not only help you gain a greater acceptance of people who are living in surrounding areas to the Church but to create the image of spiritual help and rest of the people who need it. While it is important to mention that the advertising plan to bring several beneficiaries, as well as members of the IRC or gathered, as are adults, youth and children, which is important to the core of society as it is the family.

Following the proposal, each of the elements necessary to carry it out, proposing solutions to problems that have been found through various matrices is fully explained. Problems such as the lack of commitment of those attending, or the need for more infrastructure to develop the activities proposed by the directors of the IRC, are treated from start to finish, in order to give a fairly marked improvement in the situation in which it is currently the Church.

INTRODUCCIÓN

La Iglesia del Renacimiento Carismático, es una entidad cristiana, dedicada a brindar descanso espiritual a las personas que deseen congregarse en el templo en el cual funciona la IRC, por tanto es importante mencionar que la Iglesia mencionada brinda servicios a la comunidad en calidad de un servicio social, sin fines de lucro, que únicamente busca otorgar a las personas que deseen venir, un espacio adecuado en el cual puedan tener alivio después de un día a día bastante complicado.

La Iglesia ha tenido un desempeño ejemplar en cuanto a lo que se refiere a trayectoria, puesto que ha sacado adelante por más de 15 años a varias personas, brindándoles consejos sabios, que les ayuden a sobrellevar las diferentes problemáticas que existan en la vida cotidiana.

Con 90 congregados en total, la IRC, se ha sostenido como uno de los pilares fundamentales de varias familias, que han dado acogida a personas de diferentes partes de la ciudad de Quito, e incluso familias enteras vienen a escuchar las enseñanzas que se brindan semana a semana.

Varios de sus congregados se encuentran al servicio de la Iglesia, en muchas de las diferentes áreas que tiene la Iglesia, por lo que se puede decir, que son parte importante del desarrollo y crecimiento de la misma.

Por esta razón se ha planteado la posibilidad de dar a conocer los servicios que presta la IRC, por medio de un plan de publicidad, a las personas que se encuentren en sectores aledaños de la ubicación del templo de la Iglesia, y también a personas que residan en cualquier sector de la ciudad de Quito, para que de esta manera la labor que se realiza en la Iglesia no pase desapercibida, y pues, consecuentemente pueda existir una mayor afluencia de personas que puedan congregarse de forma constante en la IRC.

CAPÍTULO I

1.01 CONTEXTO

Una de las preguntas más frecuentes acerca del cristianismo es de, cómo fue que llegó a nuestro país Ecuador, hace cuánto tiempo se dio y cuáles fueron los primeros en predicar el evangelio de Jesucristo. En la actualidad, se registran datos de la llegada de biblias evangélicas a territorio ecuatoriano en el año de 1824 por medio de La Primera Misión Foránea, dirigida por James Thompson, Representante de Las Sociedades Bíblicas Británicas, pero no es hasta el 7 de julio de 1896, en la presidencia de Eloy Alfaro, que misioneros norteamericanos tales como J. A. Strain, F. W. Farnol y George Fisher, empiezan a predicar el evangelio y sus fundamentos libremente, ya que como es de conocimiento de muchos, mediante la llamada ‘CARTA NEGRA’, precisamente en el gobierno de Gabriel García Moreno, se aplicó el catolicismo como ley ecuatoriana y como única religión a nivel país, acarreando pena de muerte a quien infringiera dicha ley. Ya sea por una o varias personas, de lo que podemos estar seguros, es de que este acontecimiento fue el que dio apertura a la creación de nuevas iglesias y espacios, donde la gente se pudiera refugiar, para obtener un descanso espiritual, después de un diario vivir lleno de preocupaciones. **Resumen cronológico de la historia de la iglesia evangelica en el Ecuador, 2013.**

En el Ecuador el 85% de los 14.8 millones de habitantes es católico y el 15% practicante. **Reseña histórica de la entrada del evangelio al Ecuador 2011.**

A la par de la llegada de biblias a territorio Ecuatoriano (1824), se envían ejemplares de las mismas a Quito, las cuales fueron estudiadas secretamente, hasta que se legalizó la libertad de culto en el año de 1897 con abolición del Concordato con el Vaticano, más, debido a que la religión católica había sido ya instaurada en la capital ecuatoriana mucho tiempo atrás, aun existían autoridades tales como el Arzobispo de Quito, Pedro Gonzáles quien en el año de 1898 decreta la excomunión para todos los que compraran libros de los misioneros. Sin embargo las comunidad cristiana se abre paso en los campos de la educación, siendo misioneros cristianos tales como Guillermo Robinson y Henry Williams quienes fueran nombrados Director y Sub-director de la Escuela Normal Juan Montalvo y a su vez Alicia Fisher esposa del precursor de cristianismo en el Ecuador y Rosina Kingsman son nombradas Directora y Sub-directora de la Escuela Normal Manuela Cañizares. Ya para el año del 1931, se lanza al aire del primer programa de HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) con su sede principal en Quito, que se persiste hasta la actualidad, llevando el Evangelio a varios lugares del Ecuador. Finalmente en 1945 se establecen en Quito alrededor de 23 iglesias y misiones entre las cuales se encuentran las Asambleas de Dios quienes están a la cabeza de la Iglesia Cristiana a nivel latinoamericano. **Iglesia Evangélica Ecuatoriana, 2008.**

En la actualidad, se calcula que hay al menos un millón de cristianos no católicos en Quito. **Reseña histórica de la entrada del evangelio al Ecuador 2011.**

La Iglesia del Renacimiento carismático fue fundada el 13 de Octubre de 1994 con el nombre inicial de “Centro Misionero Roca de Salvación” incluyendo a 11 personas como sus asistentes entre las cuales la mayoría fueron mujeres solteras y viudas, a la cabeza de la congregación estarían el Reverendo Eduardo Gonzalo Barba y a su esposa Elvia de Barba Conrado, fundamentados en la sana doctrina y en Cristo como pilar de la Iglesia, enseñan hace 20 años con sabiduría.

Sosteniendo lo anteriormente descrito, se basaron en la biblia como nuestra única y suficiente fuente de creencia, por medio de la cual nos mantendremos unánimes como seguidores de Jesucristo el salvador. En el año de 1996 cambian su denominación de “Centro Misionero Roca de Salvación” a “Iglesia del Renacimiento Carismático”, en la actualidad el templo cuenta con 90 hermanos en la fé (creyentes), los cuales se distribuyen en : 1 Pastora (Elvia Conrado de Barba), la cual está a cargo de la iglesia en general, miembros denominados “Diáconos” (3), integrantes del Grupo de Alabanza (7), Maestros de Escuela Dominical (9), Escuderos (3), Grupos de jóvenes (16), líderes de células (7), Encargados del proyector (2) y los demás miembros activos de la IRC(Iglesia del Renacimiento Carismático). Además de esto, la iglesia cuenta con servicios de células cristianas que se dan entre días de las semana, servicio de consejería, reunión de jóvenes, reunión de oración denominado “Tiempo con Dios” y finalmente el culto dominical, así tenemos como visión de la IRC “Tener un crecimiento sólido, con personas nacidas en el poder del Espíritu de Dios, que estén dispuestas a seguir expandiendo el Reino de Dios” y Misión “Ser y hacer discípulos de Cristo”. **Quito, I.R.C., Siervo por excelencia/Fe en Jesucristo, contraportada.2012.**

1.02 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto beneficiará a toda la comunidad, pues al obtener un espacio físico más amplio y cómodo para la Iglesia de Renacimiento Carismático, podremos disfrutar de un mejor servicio semanal y dominical, a la vez se dará la oportunidad de un incremento considerable de creyentes que podrán aportar económicamente a la meta unitaria de la construcción de un nuevo templo.

Como es de conocimiento de la comunidad, en el culto dominical no sólo se brinda un servicio colectivo, sino segmentado por edades, con un crecimiento significativo.

Tal crecimiento representa la imperiosa necesidad de un traslado de la Iglesia a un lugar con mucha mayor capacidad o amplitud.

El desarrollo de este proyecto también contribuirá al conocimiento amplio sobre la doctrina que se predica en la IRC, de esta manera la comunidad, no solo se beneficiará con el uso de nuevas instalaciones, sino que enriquecerá la mente con nuevo conocimiento sano y muy útil, aplicable a la vida cotidiana que cada vez es más exigente y requiere de la forma más perentoria, un descanso, no solo para el cuerpo sino para el alma.

Para lograr aquella meta que nos proponemos como unidad cristiana, requerimos de la unión de fuerzas a nivel congregación y comunidad, ya que solo así lograremos expandir la palabra de Dios, dando a conocer por medio de varias estrategias tales como la interacción con la comunidad juvenil por medio de redes sociales (Facebook, twitter), talleres de valores dirigidos a la comunidad económicamente activa de la Iglesia, capacitación a través de cursos prácticos administrados a los dirigentes de la IRC, todo esto incluido en el plan de publicidad que busca profundizar el conocimiento de los servicios que la IRC brinda a la sus asistentes en general.

La Iglesia ha tenido una misma visión durante varios años, la cual es el poder compartir la palabra de Dios a las personas que transitan los lugares cercanos o aledaños a la IRC, debido a la necesidad que se percibe en la comunidad, se ha planteado la idea de poner en marcha todos los esfuerzos que sean necesarios para llegar con el mensaje de salvación a los demás. Para lograr este propósito, cada persona que se encuentra al servicio de la Iglesia deberá trabajar en equipo, y precisamente ese también es uno de los objetivos del proyecto. La unidad y el amor entre unos y otros.

1.02 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)

Tabla 1. Matriz T

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Pérdida de fieles e inasistencia de creyentes ocasionales a las reuniones de la IRC y el deterioro de la Iglesia.	Deficiente incremento de creyentes e inadecuada infraestructura de la Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC).				Concurrencia masiva a los cultos y reuniones por parte de más creyentes que apoyen a la visión y misión de la IRC, para así poder construir un espacio más adecuado.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Organizar charlas y talleres dinámicos con el fin de captar más asistentes.	1	4	4	2	Insuficiente tiempo para asistir a las charlas debido a las ocupaciones cotidianas de creyentes
Publicitar los servicios que ofrece la iglesia por medio de redes sociales.	1	5	5	1	Desacuerdo con las ideas de publicidad en redes sociales por parte de los directivos de la IRC.
Socializar los beneficios que otorga la Iglesia a disposición de la comunidad.	2	4	5	2	Inasistencia y falta de compromiso por parte de los invitados a participar de los servicios que ofrece la IRC
Involucrar a la comunidad en actividades de la IRC.	2	4	5	2	Inexistencia de planificación de actividades de la IRC, que puedan involucrar a la comunidad.
Capacitar a la gente interna de la IRC para que pueda impartir de cursos y talleres de conocimiento doctrinal.	2	5	4	1	Falta de personal capacitado que pueda colaborar con la obra de evangelización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS DE LA MATRIZ T

La matriz t nos permite identificar los problemas o dificultades existentes en la Iglesia del Renacimiento Carismático, y a su vez algunas de las soluciones a dicha problemática.

Como situación actual tenemos, Inadecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC), y un deficiente incremento de creyentes, la situación empeorada es la pérdida de fieles e inasistencia de creyentes ocasionales a las reuniones de la IRC y el deterioro de la Iglesia, y como situación mejorada, Concurrencia masiva a los cultos y reuniones por parte de más creyentes que apoyen a la visión y misión de la IRC, para así poder construir un espacio más adecuado.

En cuanto a las fueras impulsadoras y bloqueadoras tenemos:

El organizar charlas y talleres dinámicos para captar más asistentes, sería una de las estrategias más importantes, puesto que en ellos se incluiría la doctrina que se predica en la IRC, de esta forma, a la vez se logra crear un ambiente de familiaridad entre los nuevos asistentes y los hermanos fielmente congregados, más al no contar con tiempo suficiente para asistir a dichas actividades, contaríamos con una asistencia mínima de congregados, mencionando que las ocupaciones diarias consumen la mayoría del tiempo de las personas.

Otra de las ideas de gran impacto para la acogida de nuevos creyentes, sería la utilización de redes sociales para publicitar los servicios que ofrece la IRC, y las actividades que puedan incluir a las personas que no son creyentes, invitándolas a cada uno de los eventos, pero es una de las estrategias que necesitan el asentimiento de todos los directivos de la iglesia, por tanto, es menester considerar la posibilidad de desaprobación.

El socializar los beneficios que ofrece la Iglesia a servicio de la comunidad, sería muy efectivo, porque la mayoría de gente que vive a los alrededores desconoce de los servicios y la ayuda impartida en la IRC, y no solamente a las personas externas, sino al equipo de trabajo de la Iglesia, para que de esta forma puedan colaborar con el propósito colectivo, que es el crecimiento numerario de la IRC; más la inasistencia o falta de compromiso es algo inherente a considerar puesto que la vida cotidiana y las ocupaciones dejan poco tiempo a disposición de los posibles asistentes.

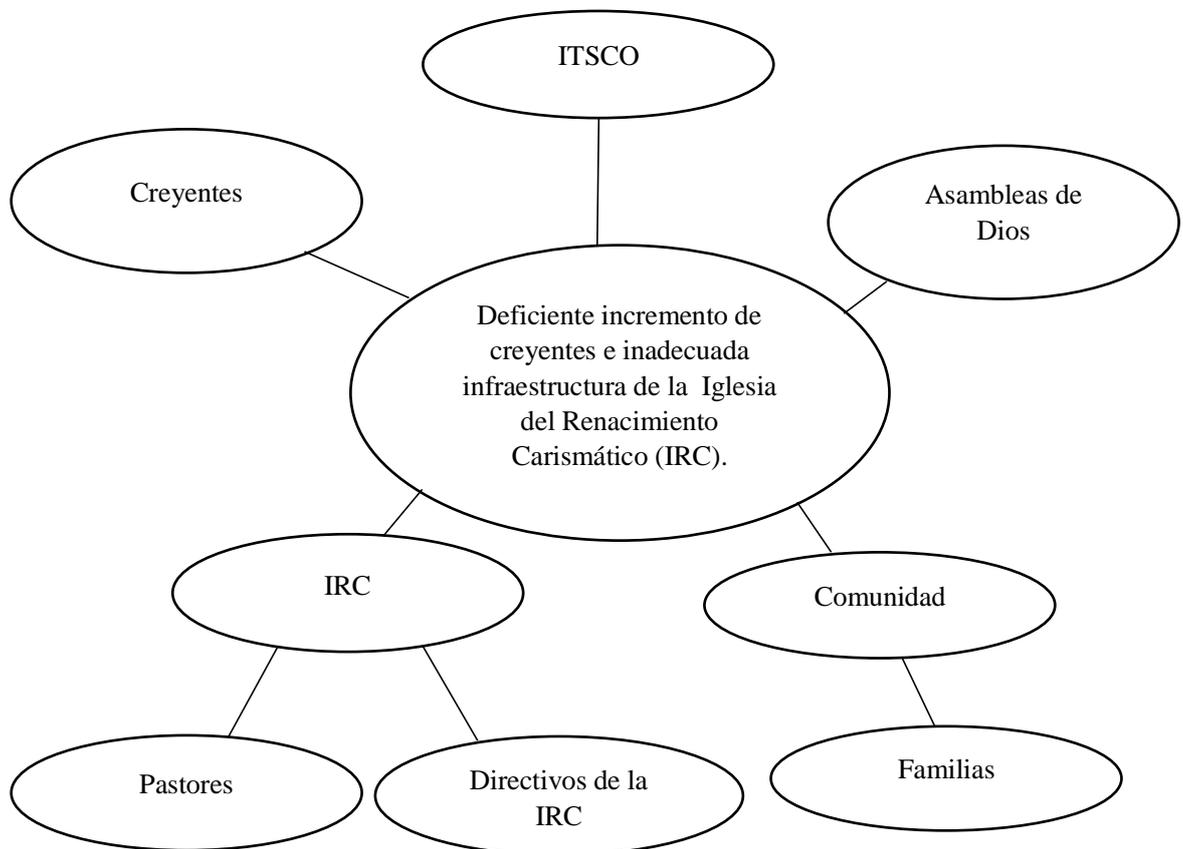
El involucrar a la comunidad en las actividades de la IRC, fomentaría el apoyo a la construcción de un nuevo templo, sin embargo la falta de planificación de actividades ya sea dentro o fuera de las instalaciones de la Iglesia, y este ha sido un problema que se ha acarreado desde hace muchos años atrás, lo cual se debe cambiar si se espera que la situación de la Iglesia cambie para mejor, y sobre todo para cumplir con las expectativas de crecimiento físico que se tiene acerca de la RC.

La capacitación del personal que se congregan en la IRC, es parte fundamental del crecimiento pretendido por los directivos de la Iglesia, tomando en cuenta que lo más importante es conocer acerca de la doctrina en la que creemos todos los hermanos congregados, para así poder impartirla y a la vez conocer las estrategias que se vana a utilizar para llegar con el mensaje a las personas que conforman la comunidad. De esta forma la ampliación de la Iglesia ya sea en miembros como en un espacio físico más amplio, será una meta mucho más asequible o alcanzable. Pero la falta de personal que pueda colaborar con la obra de evangelización es un tema a tratarse, si se busca un crecimiento duradero y a largo plazo., pues talvés no exista suficiente personal.

CAPÍTULO II

2.01 MAPEO DE INVOLUCRADOS

Figura 1. Mapeo de Involucrados



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Tabla 2. Matriz de Análisis de Involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERES SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS
Asambleas de Dios	Expansión de la sana doctrina a más personas a las que les interese congregarse en la IRC.	Deterioro de la Iglesia y poco crecimiento de la comunidad cristiana.	Financieros Humanos Reglamentos que rigen las Asambleas de Dios	Reconocimiento de la comunidad cristiana en la Distrito Metropolitano de Quito.	Desinterés de las Asambleas de Dios, a implementar un plan de publicidad para la IRC.
Iglesia de renacimiento carismático (IRC)	Conseguir mayor afluencia de personas que se congreguen en la IRC y llevar a cabo la construcción de un nuevo templo.	Concurrencia de personas relativamente escasa a los cultos que ofrece la IRC.	Humanos Financieros Material bíblico	Conformación de un plan de publicidad que ayude al reconocimiento de la IRC.	Inadecuado involucramiento por parte de los directivos.
Comunidad (familias)	Mejorar su calidad de vida, por medio de la ayuda espiritual que brinda la IRC.	Desconocimiento por parte de la comunidad acerca de los beneficios de asistir a los cultos de la IRC.	Humanos Financieros	Construcción de una comunidad, más segura en la que se incentive un buen desarrollo de la juventud y niñez del futuro.	Desorganización por parte de la comunidad, para realizar trabajos en grupo.
Creyentes	Oportunidad para participar en el desarrollo de las actividades en conjunto con los demás congregados.	Pocas oportunidades de llevar a cabo ideas de evangelización a las demás personas.	Humanos Financieros Material bíblico	Publicitar las ideas de evangelización, ya sea en el ministerio juvenil, infantil o de adultos de la IRC.	Deficiente apoyo de los creyentes en la publicidad de eventos organizados por la IRC
ITSCO	Ayudar al desarrollo del proyecto de titulación.	Inadecuada coordinación para las tutorías.	Humanos Financieros	Involucrar al estudiante en procesos de ayuda a la comunidad.	Desinterés por parte de los estudiantes en realizar la tesis de grado.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE INVOLUCRADOS:

Como involucrado principal tenemos a las Asambleas de Dios, misma entidad que percibe problemas de falta de expansión de la sana doctrina alrededor del Distrito Metropolitano de Quito, por tanto un deterioro de la Iglesia Cristiana en General. Una vez mencionado esto se puede tomar en cuenta que el proyecto de Publicidad ayudará al reconocimiento de la comunidad cristiana como un ente que se dedica al fortalecimiento de los valores en los congregados.

Otro de los involucrados principales lo integra la Iglesia del Renacimiento Carismático, misma, en la que se puede apreciar la concurrencia relativamente inconstante de las personas, pues a pesar de que las personas han decidido formar parte de la IRC, no existe un compromiso en asistir constantemente a los cultos que se ofrecen semanalmente, por tanto ha centrado sus esfuerzos en conseguir mayor afluencia de personas que se congreguen, poniendo en marcha la elaboración de un plan de publicidad que ayude en su reconocimiento Distrital y así se pueda llevar a cabo la construcción de un nuevo templo.

La comunidad, que detalla en sí a las personas que viven en los alrededores de la IRC forma parte de los involucrados, ya que en la actualidad se ha acentuado la necesidad de un espacio de descanso espiritual como lo es la Iglesia, tomando en cuenta el estilo de vida agitado de la sociedad en general. El desconocimiento de los servicios que brinda la IRC en un problema común, y a la vez la desorganización por parte de la comunidad para trabajar en equipo, impide un desarrollo saludable y seguro de la niñez y juventud del futuro. Sin embargo apoyados de un fortalecimiento constante como unidad, se puede mejorar la calidad de vida de los creyentes.

Los asistentes a la IRC denominados creyentes también se encuentran entre el grupo de interés partiendo de la idea central que existe entre los congregados, que es la oportunidad de evangelización y expansión de la sana doctrina a todas las personas con las que se pueda compartir, para de esta manera fortalecer la comunidad cristiana, y seamos muchas mas personas las que conocemos sobre la fé en Cristo Jesús. Aunque un problema que aqueja constantemente es la falta de tiempo por parte de los creyentes, y de las personas que asisten esporádicamente a las reuniones. Analizando esta situación se ha planteado como recurso importante para llegar al objetivo central de crecimiento, el publicitar las ideas de evangelización, mismas en las que se tratarán temas como, los principios que se han perdido en la actualidad; pues como es de conocimiento del pueblo cristiano, el seguir a Jesús, no es algo basado en religión, sino en un estilo de vida saludable, en el que exista respeto y consideración de unos por otros. Debido a esto, es de vital importancia aclarar que el plan de publicidad va mucho más allá de dar a conocer una Iglesia cristiana, sino empezar por impartir valores básicos de convivencia en la familia en todos los rangos de edades ya sea en el ministerio juvenil, infantil, o de la adultos de la IRC, permitiendo de esta manera un mejor desarrollo en las actividades a realizarse en conjunto.

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a su vez también está involucrado en el desarrollo del proyecto de titulación, por medio del cual se logrará involucrar al estudiante en procesos de ayuda a la comunidad, en su desarrollo se puede encontrar con problemas de organización o deficiente planificación debido a una mayor cantidad de estudiantes que muestran desinterés en realizar los proyectos de titulación, para ellos es importante trabajar en equipo y obtener mejores resultados.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS:

Una de las causas es la inadecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC, ya sea interna como externamente, es por eso que no se cuenta con la concurrencia esperada en las múltiples reuniones.

El espacio sustancialmente reducido e inadecuado para el desarrollo de los cultos dominicales, es otra causa puesto que en su mayoría, los días domingos son los que cuentan con un mayor número de asistentes.

La deficiente vinculación de actividades que realiza la iglesia con la comunidad, se suma a las causas del problema a tratar, porque al no contar con el involucramiento de los que conforman la comunidad, es casi imposible el incremento de creyentes en la IRC.

El problema central que se identifica es el deficiente incremento de creyentes e inadecuada infraestructura de la Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC), como se menciona anteriormente unos de las carencias más representativas es la inasistencia de personas, pues al no contar con un espacio físico relativamente amplio, no se puede alojar a los asistentes que se estima podrían asistir al Templo.

Como efectos podemos determinar los siguientes:

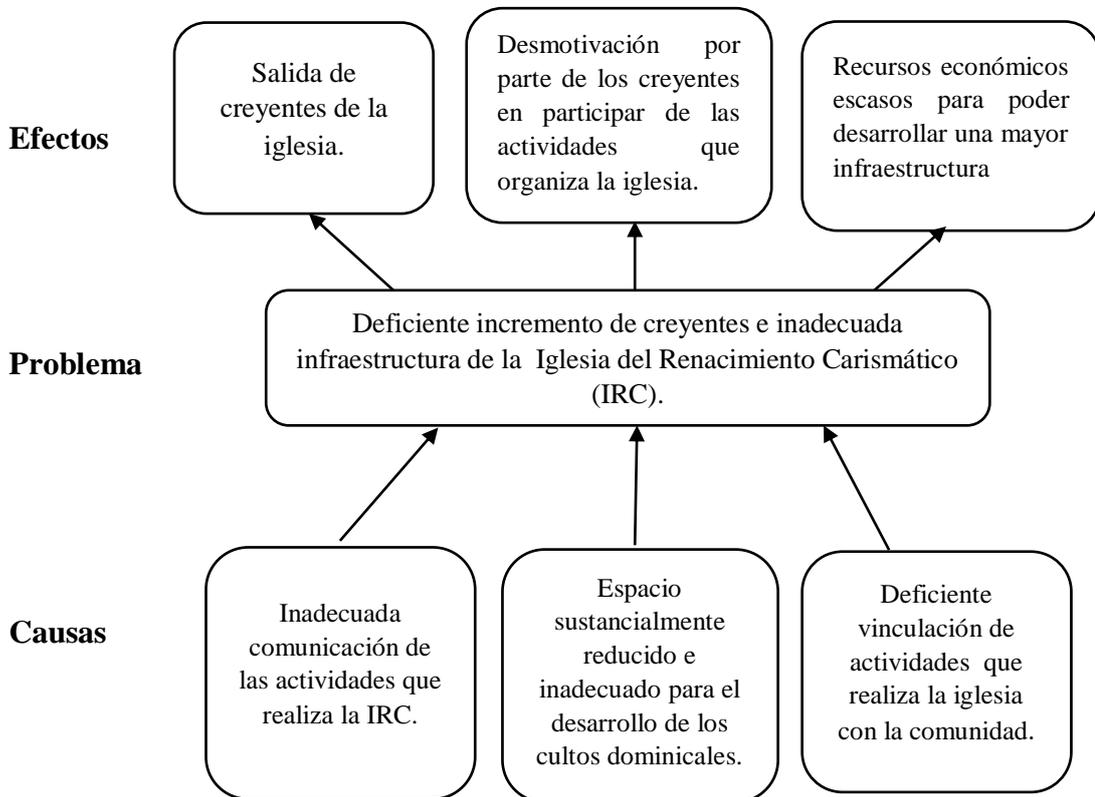
La salida de creyentes de la IRC, es un problema que nos afecta como comunidad cristiana debido a la falta de compromiso que existe entre los asistentes y a la vez la desorganización de las actividades en la Iglesia, empeora las relaciones que existen entre los creyentes.

Desmotivación en participar de las actividades que organiza la iglesia, mismo fenómeno causado porque las personas desconocen el beneficio que la iglesia puede aportar a su diario vivir, como lo son los servicios de consejería, oración, reuniones en células ubicadas en lugares estratégicos.

Recursos económicos escasos para poder desarrollar una mayor infraestructura, que normalmente podría beneficiar tanto a los asistentes de la IRC, como a los posibles congregados, pertenecientes no solamente a las personas que residan cerca de la Iglesia, sino a los las personas interesadas en General, pertenecientes al Distrito Metropolitano de Quito.

3.01 ÁRBOL DE PROBLEMAS

Figura 2. Árbol de Problemas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS

Los medios de este proyecto son los referidos a continuación:

Comunicación adecuada de las actividades que realiza la IRC, utilizando la publicidad propicia, para dar a conocer en los alrededores los servicios que presta la Iglesia para de esta manera, aumentar la afluencia de gente.

Espacio amplio y adecuado para el desarrollo de los cultos dominicales, en los que se puedan desarrollar de mejor manera las actividades de la IRC, puesto que al contar con amplitud será posible una mejor programación de las labores diarias de la Iglesia.

Apropiada vinculación de actividades que realiza la iglesia con la comunidad, para así obtener la concurrencia esperada, de esta manera al involucrar a las personas directamente con las labores a realizarse se logrará crear un ambiente de apoyo, soporte unidad en la IRC.

El objetivo central que se identifica es Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC), para de esta manera poder albergar a todas las personas que asisten a los cultos y a las que posiblemente van a asistir.

Entre los fines se distinguen los siguientes:

Mantener y empoderar a los creyentes con la iglesia para de esta forma conservar a las personas ya asistentes y a los que posiblemente sean nuevos congregados, familiarizando los planes de crecimiento de la IRC y el rol que cumple cada persona en el logro de objetivos, pues el trabajo en equipo es un valor que se quiere fomentar entre las personas que asisten a la Iglesia.

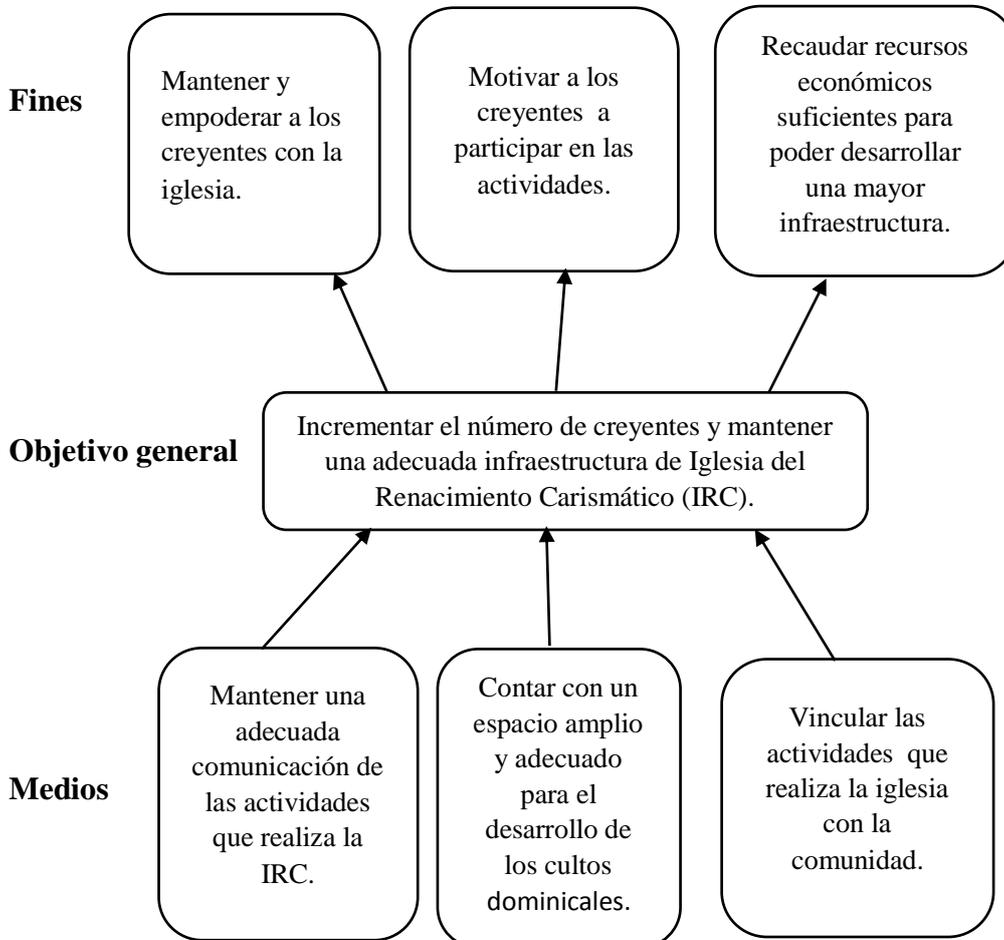
Motivación en participar de las actividades que se realicen semanalmente en la IRC, debe ser fundamental para conseguir mayor afluencia de creyentes a los diversos eventos que están dirigidas a personas de todas las edades, mismas que necesiten desarrollar hábitos de pertenencia a la nueva comunidad cristiana, que apoye la visión de la Iglesia y se identifiquen con las misma. De esta forma se planifica que exista un mayor involucramiento de todos los que integren la comunidad.

A la vez son necesarios recursos económicos suficientes para poder desarrollar una mayor infraestructura en la que se puedan congregarse un mayor número de personas y puedan realizar actividades que fortalezcan las relaciones entre los creyentes sin dejar de lado el mayor propósito del proyecto el cual sea ofrecer a la comunidad un espacio de descanso espiritual y confortamiento en las diferentes etapas del cotidiano vivir. La principal meta de la IRC, se podrá efectuar cuando sea posible crear un ambiente familiar en el que las personas se puedan descargar de todas sus preocupaciones, y de esta manera puedan tener fuerzas para salir adelante en el día a día, que cada vez es más desesperante para varias familias.

Los recursos económicos, no son solamente necesarios para financiar el desarrollo del nuevo templo, sino para llevar a cabo el plan de publicidad que se ha planteado como estrategia principal de crecimiento numérico de creyentes y de esparcimiento de la Palabra de Dios, en la que apoyamos nuestra doctrina o creencia.

3.02 ÁRBOL DE OBJETIVOS

Figura 3. Árbol de Objetivos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

CAPÍTULO IV

4.01 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

Tabla 3. Matriz de Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categorías
Mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC.	4	4	4	4	3	19	Medio Alto
Desarrollar un espacio amplio y adecuado para el desarrollo de los cultos.	5	4	4	4	3	20	Alto
Vincular las actividades que realiza la iglesia con la comunidad.	4	4	4	5	2	19	Medio Alto
Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC).	5	5	5	5	3	23	Alto
TOTAL	19	17	18	20	16	90	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

El incrementar el número de creyentes manteniendo una adecuada infraestructura es uno de los objetivos más relevantes con una calificación de 23, se le ha dado esta calificación por la razón de que al incrementar el número de creyentes que asistan a la IRC, se podrá conseguir el apoyo de más personas que puedan colaborar con uno de los objetivos principales de la Iglesia como lo es el levantamiento de un nuevo templo.

En el análisis de la matriz de alternativas algunos de los objetivos como el mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC y vincular las actividades que realiza la iglesia con la comunidad, son parámetros importantes puesto que tienen un impacto alto con una calificación de 19. Partiendo de la idea principal en la que se establece que el involucrar a las personas que asisten a las reuniones y a la vez seguir integrando un mayor número de congregados externos, nos ayudará con el cumplimiento de la misión de la Iglesia la cual sea el alcanzar más personas, mismas que se puedan integrar a la comunidad cristiana y a su vez la IRC como congregación se pueda expandir físicamente con la construcción de un nuevo templo en el que se pueda compartir el Santo Evangelio a todas las personas interesadas, que residen en el DMQ.

En última instancia el desarrollar un espacio amplio y adecuado para el desarrollo de los cultos, tiene un impacto medio alto porque depende de los creyentes que se congregan en la IRC, el lograr recaudar el dinero necesario para la edificación de una infraestructura más grande. Objetivo que solo se lograra con la unión y compromiso que aporte cada una de las personas asistentes a la iglesia, respecto a las actividades que estén planificadas a realizarse con la finalidad de dar a conocer a la IRC como una entidad sólida, con valores, principios y objetivos cristianos, congruentes con el evangelio que se predica en sus reuniones.

4.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE LOS OBJETIVOS

Tabla 4. Matriz de Análisis de Objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto de género	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total
Mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC.	La comunicación se realizará con todas las personas involucradas.	Las creyentes podrán interrelacionarse de manera adecuada gracias a la comunicación efectiva.	Mejorará la confianza de los creyentes en la IRC.	Mejora el conocimiento de las actividades que realiza la IRC.	Se puede desarrollar un plan de comunicación y seguimiento de las actividades que se van a realizar.	Alto 20
Desarrollar un espacio amplio y adecuado para el desarrollo de los cultos.	Los creyentes están dispuestos a colaborar para el crecimiento de la Iglesia.	Mejorará la motivación de las personas a asistir a los cultos.	Contar con un ambiente adecuado y amplio para desarrollar los cultos.	Permite albergar a un número mayor de creyentes para que pueda seguir creciendo la Iglesia.	La colaboración de los creyentes será un aporte importante para mejorar día a día.	Medio Alto 19
Vincular las actividades que realiza la iglesia con la comunidad.	La comunidad muestra interés por fomentar la realización de actividades de evangelización.	Desarrollo de una actitud positiva y mejora de la espiritualidad.	La asistencia de miembros de la comunidad a los eventos que realice la IRC, promueve un entorno amigable entre los involucrados.	El involucramiento de la comunidad, despertará mayor interés en las actividades de la IRC.	La IRC se encuentra en condiciones adecuadas para realizar actividades con la comunidad.	Medio Alto 19
Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC).	El crecimiento espiritual permite que un mayor número de creyentes estén de acuerdo en que la Iglesia pueda crecer.	Mejorar el desarrollo de los creyentes en su actitud y crecimiento personal.	Mejorar el ambiente familiar de los creyentes.	Responde a las expectativas esperadas por los directivos de las IRC.	Mejora el progreso del cumplimiento de los objetivos.	Alto 23

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS MATRIZ DE ANÁLISIS DE OBJETIVOS

Unos de los puntos a tratar es el mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC, para ello se utilizará la comunicación, misma que otorga factibilidad al objetivo pues se realizará con todas las personas involucradas. En cuanto al impacto de género los creyentes podrán interrelacionarse de manera adecuada gracias a una comunicación efectiva la cual permitirá un mejor flujo de información acerca de los objetivos de la IRC. El impacto ambiental mejorará la confianza de los creyentes refiriéndonos a las actividades que se realizan grupalmente pues existirá mayor conocimiento de lo llevado a cabo, esto alcanza relevancia sustentando la presencia de una mejora del conocimiento de las actividades que se cumplen en la IRC y a la vez es sostenible al desarrollar un plan de comunicación y seguimiento de las actividades que se van a ejecutar.

Lo siguiente es el desarrollo de un espacio amplio y adecuado para llevar a cabo los cultos semanales, existe factibilidad de lograrse ya que los creyentes están dispuestos a colaborar para el crecimiento de la Iglesia, poniendo en práctica el trabajo en equipo, que es tan importante en todas las entidades que se hayan planteado objetivamente un crecimiento significativo en la organización, en mención al impacto de género se planea mejorar la motivación de las personas a asistir a los cultos contando con un nuevo y mejorado formato de impartición de la sana doctrina. El contar con un ambiente adecuado dará un mejoramiento notable para desarrollar los cultos, pues es vital para desarrollar un bienestar espiritual apropiado entre los asistentes. Encontramos relevancia en los objetivos pues al obtener un espacio grande para la IRC, se podrá albergar a un número mayor de creyentes, lo cual apoya con la visión de crecimiento de la Iglesia. Es sostenible porque se cuenta con la colaboración de los creyentes, lo que constituirá un gran aporte para mejorar día a día.

El vincular las actividades que realiza la iglesia con la comunidad a la vez es muy importante y factible sabiendo que la comunidad es el pilar sobre el cual gira la existencia de la Iglesia, puesto que a ella es a quien se sirve y presta cobertura espiritual, por tanto al vincularla con sus actividades se cumple con el objetivo principal, eventualmente si la comunidad muestra interés por fomentar la realización de actividades de evangelización, se puede hablar explícitamente de un crecimiento numérico y de una expansión de la palabra de Dios, en cuanto al impacto de género se puede lograr el desarrollo de una actitud positiva y mejora de la espiritualidad, designando obligaciones a cada persona integrante de la IRC, y responsabilizando a cada persona de las diferentes tareas a realizarse, creando de esta forma, identificación con la Iglesia y lo que ella representa en la comunidad, puesto que sus actividades van a enfocarse al servicio de los demás en todos los aspectos de la vida, ya sea en el servicio de consejería y apoyo en la adversidades que atraviese cada individuo integrante de la comunidad.

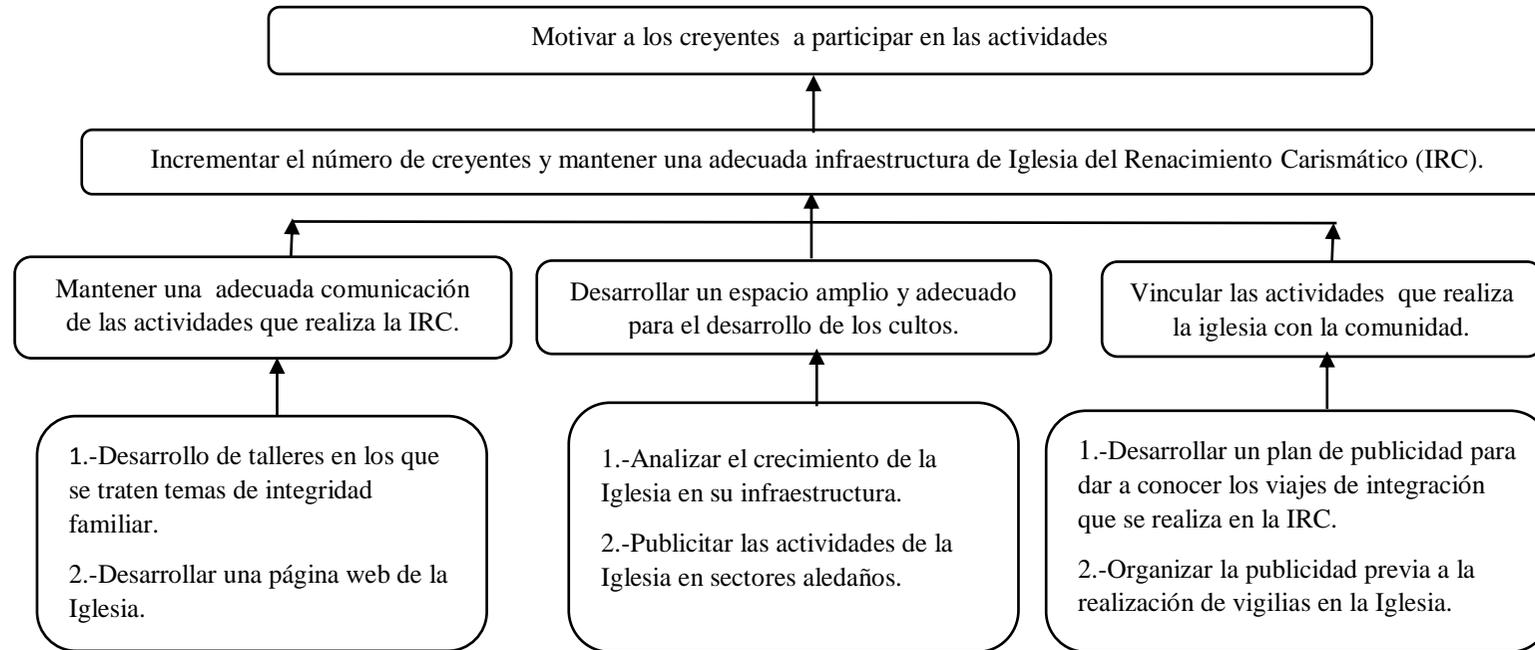
Respecto al Impacto ambiental la asistencia de miembros de la comunidad a los eventos que realice la IRC, promueve un entorno amigable entre los involucrados, porque se enfoca en conocer a las demás personas, entre las cuales tal vez, no existía un acercamiento adecuado, en lo que corresponde a la convivencia solidaria entre personas con residencias cercanas, concerniente a la relevancia de este punto, podemos hacer mención de que el involucramiento de la comunidad, despertará mayor interés en las actividades de la IRC, porque precisamente, son el público hacia el cual va dirigido los esfuerzos de la Iglesia, ya mencionado lo anterior se puede figurar como sostenible en el tiempo dicho objetivo puesto que la IRC se encuentra en condiciones adecuadas para realizar actividades con la comunidad, y desarrollar planes que se lleven a cabo con el apoyo de los interesados.

Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC), es de los más importantes, sino el más influyente de los puntos a analizar con un alto índice de factibilidad, estableciendo que un considerado desarrollo espiritual ayudará para que un mayor número de creyentes estén de acuerdo en que la Iglesia pueda crecer, sobre todo al estar conscientes como creyentes activos en la sociedad cristiana que el objetivo principal de la IRC es la expansión de la palabra de Dios a todas las personas.

El Impacto de género va enlazado a mejorar el desarrollo de las personas en cuanto a su actitud y a la predisposición que tengan en colaborar con los objetivos de la Iglesia. Mejorar el ambiente familiar de los creyentes, podrá lograr la unión de las personas no solo como seres independientes, sino como familia, entre los cuales se pueda encontrar el soporte que las personas asistentes a las Iglesia esperan. El motor que mueve a la sociedad es la familia, misma debe tener una dirección a la cual se dirija en conjunto, por tanto lo que se busca es darle a las personas asistentes a la IRC, un objetivo a seguir, como lo es en nuestro caso, sacar adelante a la Iglesia y aumentar la concurrencia de un mayor número de personas a las reuniones que se realizan de forma semanal. En lo que a la relevancia respecta, se expresa que el objetivo planteado responde a las expectativas esperadas por los directivos de las IRC tomando en cuenta que allí se expresa claramente la necesidad de expansión del Santo Evangelio. Por último las sostenibilidad se mantiene, como en los anteriores objetivos con una notable mejora en cuanto al progreso constante en el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo.

4.03 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS

Figura 4. Diagrama de Estrategias



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

ANÁLISIS DE DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS

La finalidad del desarrollo de las siguientes estrategias es el motivar a los creyentes a participar en las actividades propias de la Iglesia, ya que mientras exista el trabajo en equipo que se requiere en toda entidad, podremos designar responsabilidades e integrar a los creyentes para que puedan colaborar con la visión de la IRC.

Como propósito a seguir tenemos el incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático, porque de esta forma lograremos albergar a todas las personas que estén interesadas en integrarse y compartir de las actividades que realice la IRC.

Para ellos necesitamos mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC, esto se lo llevará a cabo, por medio de desarrollo de talleres en los que se traten temas de integridad familiar, sanidad interior, valores laborales, a la vez también se planifica desarrollar una página web de la Iglesia, en la que exista información general de la Iglesia, consejería online, y foros en los cuales se planteen temas de interés colectivo.

Respecto al desarrollo de un espacio amplio y adecuado para la realización de los cultos, se tomará en cuenta el realizar un análisis del crecimiento de la Iglesia en su infraestructura, para a partir de ello proyectar la cantidad de personas que se pueden reunir en los cultos y servicios de la semana, partiendo de los objetivos ya trazados.

Y finalmente el desarrollar un plan de publicidad para dar a conocer los viajes de integración que se realiza en la IRC, creará un ambiente amigable entre las personas que forman parte de la Iglesia y las personas de la comunidad que deseen integrarse.

4.04 MARCO LÓGICO

Tabla 5. Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
*Motivar a los creyentes a participar en las actividades.	Incluir al 20% de los 60 creyentes que no participan en actividades de integración que realice la IRC en el 2016.	*Encuestas aplicadas a los creyentes. *Informes de participación de las actividades.	*Compromiso de las personas en participar. *Asignación de presupuesto.
PROPÓSITO			
*Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC).	Poner en marcha el plan de publicidad en redes sociales, pues 29 del total de los congregados de la IRC apoyan esta propuesta sumando un 44% en el 2016.	*Hoja de control de participantes o asistentes. *Informes de infraestructura.	*Participación de actividades en la Iglesia.
COMPONENTES			
1. Mantener una adecuada comunicación de las actividades que realiza la IRC.	Socializar las actividades a realizarse en la IRC, con todos sus asistentes, pues 45 personas que representan el 46% del total de asistentes tienen varios años de antigüedad en la Iglesia y pueden ayudar cumplir los objetivos que tenga la misma en el 2016.	*Entrevista con los creyentes. *Informes de actividades.	*Designación de tecnología. *Participación efectiva de los creyentes.
2. Desarrollar un espacio amplio y adecuado para el desarrollo de los cultos.	Planificar el desarrollo de una mejor infraestructura, pues el 87% de los congregados están de acuerdo con que es necesario hacerlo en el transcurso del 2016.	* Actas de compromiso. * Informes.	* Asignación de recursos. * Apoyo de los creyentes para desarrollar actividades.

3. Vincular las actividades que realiza la iglesia con la comunidad.	Asignar actividades a los asistentes de la IRC, para que se puedan desenvolver durante el 2016 con las que se pueda ayudar a integrar a la personas de la comunidad, pues el 95% que suman 57 personas, del total de los creyentes desean colaborar.	*Registros de programación mensual de las actividades.	*Planificación de las actividades a realizar.								
ACTIVIDADES											
1.1 Desarrollo de talleres en los que se traten temas de integridad familiar. 1.2 Desarrollar una página web de la Iglesia.	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Recursos humanos</td> <td style="text-align: right;">700</td> </tr> <tr> <td>Tecnología</td> <td style="text-align: right;">20</td> </tr> <tr> <td>Material impreso</td> <td style="text-align: right;"><u>2</u></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">722</td> </tr> </table>	Recursos humanos	700	Tecnología	20	Material impreso	<u>2</u>	Total	722	*Hojas de registros donde conste, la planificación y los horarios en los que se vayan a realizar los talleres. *Registros de administración de las actividades realizadas en redes sociales.	*Conferencistas capacitados para impartir charlas familiares. *Cooperación del grupo de jóvenes de la IRC en cuanto al diseño de la página web.
Recursos humanos	700										
Tecnología	20										
Material impreso	<u>2</u>										
Total	722										
2.1 Analizar el crecimiento de la Iglesia en su infraestructura. 2.2 Publicitar las actividades de la Iglesia en sectores aledaños.	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Recursos humanos</td> <td style="text-align: right;">100</td> </tr> <tr> <td>Tecnología</td> <td style="text-align: right;">20</td> </tr> <tr> <td>Material publicitario</td> <td style="text-align: right;"><u>74,75</u></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">194,75</td> </tr> </table>	Recursos humanos	100	Tecnología	20	Material publicitario	<u>74,75</u>	Total	194,75	*Archivos acerca de los prototipos de publicidad que se repartirá en zonas cercanas de la IRC. * Informes de actividades.	*Colaboración del personal capacitado de la IRC, refiriéndonos a la administración de los fondos disponibles para la edificación del templo de la Iglesia. *Integración de personas que puedan compartir la publicidad de la IRC, en la que se especifiquen las actividades a realizarse.
Recursos humanos	100										
Tecnología	20										
Material publicitario	<u>74,75</u>										
Total	194,75										
3.1 Desarrollar un plan de publicidad para dar a conocer los viajes de integración que se realiza en la IRC. 3.2 Organizar la publicidad previa a la realización de vigiliass en la Iglesia.	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Recursos humanos</td> <td style="text-align: right;">100</td> </tr> <tr> <td>Tecnología</td> <td style="text-align: right;">1040</td> </tr> <tr> <td>Material publicitario</td> <td style="text-align: right;"><u>2</u></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">1142</td> </tr> </table>	Recursos humanos	100	Tecnología	1040	Material publicitario	<u>2</u>	Total	1142	* Plan de medios. *Brief de la Iglesia del Renacimiento Carismático.	*Planificación en la que consten lugares estratégicos para repartir publicidad de la IRC. * Estudio o indagación acerca de los horarios disponibles de las personas, para lograr una mayor concurrencia.
Recursos humanos	100										
Tecnología	1040										
Material publicitario	<u>2</u>										
Total	1142										

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

CAPÍTULO V

5.01. PROPUESTA

5.01. ANTECEDENTES

El plan de publicidad detallado a continuación tiene como finalidad la expansión de la Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC), por medio del reconocimiento de la misma como una entidad cristiana, que se dedica a predicar el santo evangelio, a la vez que otorga cobertura espiritual a todos los congregados.

Con el transcurrir de los años, se ha denotado la imperiosa necesidad del traslado de la IRC a nuevas instalaciones. La recuesta de crecimiento refiriéndonos al número de creyentes es una de las metas más importantes para las Iglesias, (sin excluirse la IRC), pues el mandato principal para las mismas, ha sido la expansión de la palabra de Dios en su totalidad, para todas las personas que deseen conocer la Sana Doctrina.

De esta forma se busca el incremento de número de asistentes que se congreguen en las instalaciones del templo, por consiguiente un crecimiento físico del mismo. Con dicha expansión lograremos brindar un mejor servicio semanal y dominical tomando en cuenta las necesidades propias de la iglesia, como lo son los programas de evangelización e impartición de la palabra de Dios que se realiza semana a semana.

Las reuniones de jóvenes, el tiempo de consejería, y los repasos del grupo de alabanza, también toman gran parte de las actividades prioritarias que se realizan en la IRC en la actualidad, cada uno de ellos desempeña un servicio muy importante en la Iglesia y solicita un espacio más adecuado para poder desarrollarse de mejor manera.

Con la unión de los congregados en general, se proyecta llevar a cabo el plan de publicidad en cuestión, obtener resultados a corto plazo, medibles en escalas de efectividad que nos permitan evaluar el crecimiento requerido.

Como proyectista de la carrera de Marketing Interno y Externo, después de evaluar la situación actual de la Iglesia del Renacimiento Carismático, y las necesidades de la misma, se decide desarrollar el plan de publicidad, con 5 diferentes estrategias entre las cuales se encuentran, actividades de integración de los miembros activos de la IRC, repartición de publicidad de servicio público impresa en sectores estratégicos de las ciudades de Quito, desarrollo de publicidad Offline por medio de actividades incluyentes dentro y fuera de la Iglesia, publicidad interactiva en internet por medio de redes sociales como Facebook y Twitter y publicidad de "boca a boca" en la que interfiere todos los miembros de la IRC.

5.01.01 JUSTIFICACIÓN

Un plan de publicidad es sumamente importante para dar a conocer la labor que realiza la IRC, pues de ello dependerá el crecimiento en número de personas asistentes a la Iglesia del Renacimiento Carismático, que como es del conocimiento de la congregación, es uno de los objetivos principales que se ha planteado la Iglesia. A la vez es importante mencionar que la búsqueda de mayor asistencia a las reuniones realizadas semanalmente por la IRC, tienen como finalidad el dar a conocer a las personas acerca de la Palabra de Dios, enfocado al mensaje de salvación que es la principal creencia de la comunidad cristiana.

Además de lo anteriormente mencionado se puede añadir que, los esfuerzos que se vayan a realizar a lo largo del desarrollo del plan de publicidad, estarán enfocados a una población relativamente completa puesto que los jóvenes tendrán una gran acogida principalmente en redes sociales como Facebook y Twitter, a su vez las actividades realizadas específicamente para los niños integran actividades al aire libre llevadas a cabo por el grupo de jóvenes de la IRC, con las cuales se puede tener mayor concurrencia de las personas entre edades desde los 4 años a los 11. Finalmente la publicidad tradicional está dirigida al público adulto por medio de la cual se planea tener la asistencia esperada por los directivos de la Iglesia del Renacimiento Carismático.

5.02. DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA METODOLÓGICA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN

5.02.01. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizará para desarrollar el siguiente plan de publicidad se basa en la recaudación de resultados medibles y verificables en el tiempo, por medio de la observación de campo, acerca de los nuevos asistentes, o el reconocimiento de la Iglesia en los sectores aledaños y redes sociales.

5.02.02. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del plan de publicidad se utilizarán los métodos de investigación exploratoria, de campo y empírica, para dar sostenibilidad de la información que se plasme, y mediante la cual se tomen decisiones acerca de la dirección que adoptará el plan mencionado.

5.02.03 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Se realizará la respectiva investigación con el propósito de recaudar información relevante acerca de las necesidades de las personas que sean potenciales creyentes de la IRC, con el objetivo de desarrollar una campaña de publicidad adecuada, que pueda tener mayor aceptación por parte de nuestro público objetivo.

A la vez, este tipo de investigación dará soporte a la información vertida en el presente plan de publicidad y la influencia que pueda tener en las personas que sean receptores directos de la campaña publicitaria. El tipo de aplicación del presente proyecto será así:

5.02.03.01. LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Se realizará dicha investigación, puesto que un plan de publicidad para una iglesia es un tema poco convencional, así que se parte de información básica acerca de lo que concierne la expansión de la IRC refiriéndonos al número de creyentes asistentes y la expansión de la Sana doctrina en sectores estratégicos de Quito.

5.02.03.02. LA INVESTIGACIÓN DE OBSERVACIÓN

A partir de la investigación por medio de la observación se busca recaudar información acerca de las características principales o más sobresalientes de la estructura física del templo de la IRC y la necesidad que tiene de poder trasladarse a un nuevo templo.

5.02.03.03. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

Es necesario recaudar información adquirida con el tiempo y la experiencia. Las personas indicadas para otorgar dicha información son los directivos de la IRC, y personas que han tenido cierta trayectoria de años en la vida cristiana como tal.

5.02.04 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

- Estudio de la situación actual de la Iglesia (análisis FODA).
- Elaboración de encuestas y entrevistas que se van a realizar al público determinado.
- Selección de las personas a las cuales se va a aplicar el estudio de mercado.
- Elaboración de una tabla de registros mediante la cual tengamos control acerca de la información relevante que ha sido recaudada.
- Tabulación de las encuestas.
- Análisis de los resultados obtenidos.

5.02.05 POBLACIÓN

Para el proceso de investigación se tomara en cuenta a las siguientes personas:

Tabla 6. Población

Ministerio Pastoral	1 persona
Cuerpo de Diáconos	3 personas
Ministerio de Alabanza	7 personas
Profesores Iglesia Infantil	9 personas
Ministerio de Jóvenes	16 personas
Cuerpo de Escuderos	3 personas
Líderes de Células	7 personas
Encargado proyector	2 persona
Congregados	12 personas
Total	60 personas

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

Nota: no se realiza el cálculo de la muestra, puesto que la cantidad tomada en cuenta es el total de la población de la IRC.

5.02.06 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información se recaudará trabajando conjuntamente con los directivos de la IRC, puesto que ellos poseen la información concerniente a los asuntos de la iglesia, y su transformación con el transcurrir de los años, a la vez se llevará a cabo una encuesta que contendrá preguntas relevantes en el plan de publicidad y las estrategias que on las mas adecuadas refiriéndonos específicamente a la Iglesia del Renacimiento Carismático.

Datos como la afluencia de gente que tiene la IRC en la actualidad y los planes de expansión que se planean a futuro , serán relevantes al momento de desarrollar un plan de publicidad más efectivo y enfocado a tener mejores resultados a corto plazo, puesto que la proyección nos ayudará a tener una idea mas exacta sobre los objetivos.

A su vez se recolectará información importante por medio de planes de publicidad ya existentes, enfocándolos al plan de publicidad a realizarse.

5.02.06.01 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En el presente proyecto se utilizará básicamente la técnica de la encuesta. Ander Egg (1997) manifiesta que “técnica son los procedimientos de actuación concreta que deben seguirse para recorrer las diferentes fases del método científico”.

Por consiguiente se puede decir que técnica constituye el conjunto de mecanismos, medios, recursos, dirigidos a recolectar, analizar e interpretar los datos del fenómeno sobre los cuales se investiga.

5.02.07 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Hace cuantos años asiste a la Iglesia del Renacimiento Carismático?

Tabla 7. Asistencia de los miembros de la IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Menos de un año	6	14%
1 a 3 años	4	19%
4 a 6 años	5	21%
7 años en adelante	45	46%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 1



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas, el 75% son miembros antiguos de la Iglesia del Renacimiento Carismático, por lo que se deduce que el apoyo a la IRC, con el pasar de los años ha sido constante, el 8% ha estado un tiempo considerable congregándose por tanto ha adquirido identidad con la Iglesia y el restante 17% de los asistentes no ha permanecido en la Iglesia mucho tiempo por tanto desconoce la trayectoria de la misma.

2. ¿En cuál de las siguientes áreas colabora con la Iglesia de Renacimiento Carismático?

Tabla 8. Actividades realizadas en la IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Ministerio pastoral	1	2%
Cuerpo de Diáconos	3	5%
Ministerio de Jóvenes	16	27%
Iglesia Infantil	9	15%
Liderazgo de células	7	11%
Escuderos	3	5%
Encargado de Proyector	2	3%
Ministerio de Alabanza	7	12%
Ninguna de las anteriores	12	20%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 2



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas la mayoría desempeña un rol en la IRC, reuniendo así un 80% de miembros activos en el servicio de la iglesia, sin embargo el 20% restante aún no ha tenido la oportunidad de desenvolverse en ninguna actividad específicamente.

3. ¿Estaría dispuesto a colaborar con la Iglesia, en distintas actividades de las que ya realiza?

Tabla 9. Colaboración con la IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	57	95%
NO	3	5%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 3



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas el 95% tiene disposición a colaborar con las actividades de la IRC, sin embargo el 5% restante no pueden colaborar con la Iglesia por diversos factores.

4.- ¿En qué actividades de las nombradas a continuación le gustaría participar?

Escoja la opción que más le atraiga

Tabla 10. Actividades extraordinarias que realiza la IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Grupos de oración	12	20%
Actividades al aire libre	20	33%
Vigilias	28	47%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 4



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas el 47% desea realizar una actividad de integración muy importante como lo son las vigilias; el 33% de las personas quiere realizar actividades al aire libre ya que ayudan en gran manera a la unión de la Iglesia y finalmente el 20% de los miembros de la IRC, desean iniciar grupos de oración para poder interceder por las necesidades de la colectividad.

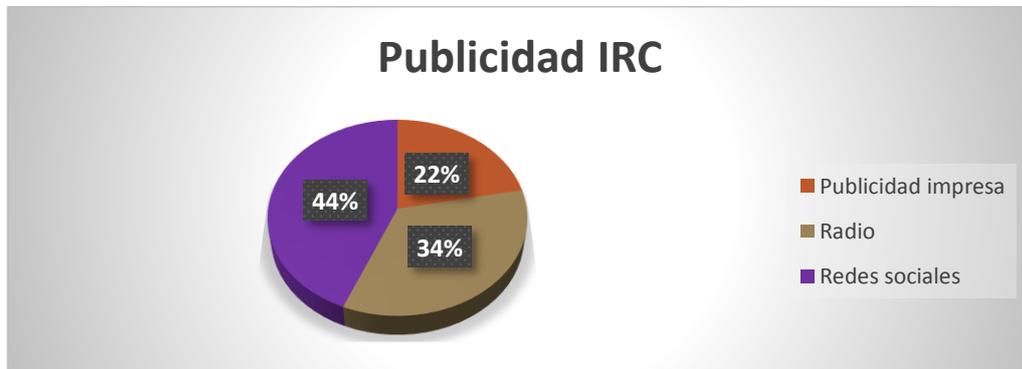
5.- ¿A través de qué medios le gustaría informarse de las actividades que realiza la Iglesia?

Tabla 11. Publicidad IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Publicidad impresa	15	22%
Radio	16	34%
Redes sociales	29	44%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 5



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas el 44% apoya la idea de publicitar los servicios que presta la Iglesia por medio de las redes sociales, puesto que en la actualidad existe un gran impacto en las población en general; el 34% de los miembros de la IRC, consideran una gran iniciativa, el poder publicitar los eventos que realiza la Iglesia por radio pues de esta forma tendrán mayor concurrencia y finalmente el 22% de los asistentes de la IRC, consideran que a su vez la publicidad impresa es una herramienta poderosa para dar reconocimiento a la Iglesia del Renacimiento Carismático.

6. ¿Añadiría alguna actividad además de las que ya se realizan en la IRC? (SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA, COMPLETE EL ESPACIO EN BLANCO).

Tabla 12. Sugerencias para las actividades de la IRC

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	46	77%
NO	14	23%
TOTAL	60	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

2. Gráfico No 6



3. Análisis

Del total de las personas encuestadas el 77% están de acuerdo en incluir nuevas actividades a la planificación que tiene la IRC, entre las cuales mayormente se mencionaron, los viajes de integración de toda la Iglesia, en forma de retiros, a la vez también la actividad de evangelización en hospitales de la ciudad de Quito; y el restante 23% de las personas no desea integrar ninguna actividad adicional a las que ya se realizan en la IRC.

5.03 FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Se elaborará un plan de publicidad enfocado a dar realce a la IRC y a las actividades que realiza a favor de la comunidad y de sus congregados, para de esta manera tener mayor concurrencia de personas en los cultos que son impartidos los días Domingos, y una asistencia considerable en las demás reuniones semanales organizadas por los Directivos de la IRC.

Es fundamental que la IRC, cuente con un plan de publicidad, pues es una forma más organizada y eficiente de darse a conocer en el medio en el cual se desarrolla.

5.04 OBJETIVOS

5.04.01 OBJETIVO GENERAL

Incrementar el número de creyentes y mantener una adecuada infraestructura de Iglesia del Renacimiento Carismático (IRC).

5.04.02 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Llevar a cabo el plan de publicidad planteado con el apoyo de las personas asistentes a la IRC.
- Dar a conocer las actividades que realiza la Iglesia en el sector de su ubicación y en varios sectores estratégicos de Quito.
- Desarrollar una infraestructura más adecuada para el desarrollo de las actividades de la IRC.

5.05 INTRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD

Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing"(2012), definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado".

Para Stanton, Walker y Etzel, autores del libro "Fundamentos de Marketing"(2007), la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet".

5.05.01 TIPOS DE PUBLICIDAD

Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia"(2011), proponen una lista que incluye diez tipos de publicidad:

5.05.01.01 Propaganda: Tipo de publicidad que se realiza en medios masivos de comunicación para difundir ideas políticas y religiosas.

5.05.01.02 Publicidad de acuerdo a quién lo patrocina: Se divide en:

- Publicidad por fabricantes.
- Publicidad por intermediarios.
- Publicidad hecha por una organización no lucrativa.
- Publicidad por organizaciones no comerciales / no lucrativas, como hospitales.
- Publicidad en cooperativa.

5.05.01.03 Publicidad de acuerdo con la forma de pago: Por ejemplo, publicidad individual, patrocinada por un individuo o una organización que actúa en lo individual.

5.05.01.04 Publicidad en cooperativa: Se divide en:

1. **Publicidad en cooperativa horizontal:** El costo es compartido por los empresarios a diferentes niveles dentro del canal de distribución.
2. **Publicidad en cooperativa vertical:** Un grupo de empresarios comparte el gasto al mismo nivel dentro del canal de distribución. Por lo tanto, los fabricantes y mayoristas comparten los costos de la publicidad hecha para minoristas o fabricantes, y los minoristas comparten los costos de la publicidad para los consumidores.

5.05.05.05 Publicidad de acuerdo con el tipo y propósito del mensaje: Se divide en:

1. **Publicidad para estimular la demanda primaria:** Se promueve la demanda para una clase general de productos y se estimula la aceptación de una idea o un concepto revolucionario acerca de un producto. Este tipo de publicidad se utiliza principalmente en la introducción de productos nuevos para el mercado.
2. **Publicidad para estimular la demanda selectiva:** Se promueve la demanda de una marca específica.

5.05.01.06 Publicidad según el propósito del mensaje: Se divide en:

1. **Publicidad de acción directa:** Tiene el propósito de generar una conducta inmediata o una acción en el mercado, por ejemplo, la publicidad que se hace los jueves en los periódicos para estimular las ventas del fin de semana.
2. **Publicidad de acción indirecta:** Está encaminada a obtener el reconocimiento de un producto, a desarrollar actitudes favorables como prerrequisito para la acción de compra.

5.05.01.07 Publicidad según el enfoque del mensaje: Se divide en:

1. Publicidad en el producto: Su propósito es informar acerca del producto.
2. Publicidad institucional: Crea una imagen favorable del anunciante.
3. Publicidad de patronazgo: El vendedor trata de atraer clientes apelando a motivos de compra de tipo patronal más que a motivos de compra de un producto.
4. Publicidad de relaciones públicas: Se usa para crear una imagen favorable de la empresa ante empleados, accionistas o público en general.
5. Publicidad de servicio público: Su objetivo es cambiar actitudes o conductas para el bien de la comunidad o el público en general.

5.05.01.08 Publicidad de acuerdo al receptor: Se divide en:

1. Publicidad a consumidores: Por ejemplo, publicidad nacional respaldada por fabricantes o publicidad local patrocinada por los minoristas y dirigida a los consumidores.
2. Publicidad a fabricantes: Se divide en: 1) Publicidad a organizaciones comerciales, 2) publicidad profesional y 3) publicidad boca a boca.

5.05.01.09 Publicidad social: Tiene como objetivo primordial el tratar de contrarrestar los efectos de la publicidad comercial. Orienta al consumidor para que no haga gastos superfluos y compre solo lo indispensable.

5.05.05.10 Publicidad subliminal: Son mensajes que se captan pero no se descubren. Su alcance es insospechado, es invisible a todos los sentidos y su gran recurso está en el uso del sexo. El objetivo de este tipo de publicidad es vender mediante la atracción subliminal de la atención a necesidades reprimidas existentes a nivel subconsciente o inconsciente de la mente del individuo que percibe dicho mensaje.

5.06. PLAN DE PUBLICIDAD

5.06.01 INTRODUCCIÓN

Actualmente la Iglesia del Renacimiento Carismático, es una entidad cristiana que se dedica a compartir el Santo Evangelio con las personas que se congreguen en el templo físico, denominados creyentes.

La IRC, cuenta con 100 miembros activos en el Servicio de la Iglesia, cada uno se desempeña con esfuerzo en cada una de sus actividades y se encuentra al servicio de la comunidad, con el objetivo de incorporar a más personas que puedan formar parte de nuestra comunidad cristiana.

En la actualidad la Iglesia se encuentra realizando reuniones semanalmente entre las cuales se encuentra: el culto dominical al cual asisten todos los miembros de la IRC, se la realiza todas las semanas, así mismo la reunión de células la cual se lleva a cabo en lugares estratégicos de la ciudad de Quito, en los hogares de los directivos de células pertenecientes a la IRC. Además de esto se realiza la reunión de jóvenes los sábados cada quince días, a esta reunión solo asisten personas entre los 12 y 25 años la mencionada reunión tiene cabida en las instalaciones del templo.

Con todas las reuniones que se han realizado a lo largo de su trayectoria, la Iglesia tiene como objetivo, llegar a un mayor número de personas, brindando sus conocimientos acerca de la santa doctrina que se predica en el templo, que a la vez otorgará un descanso espiritual a las personas que se integren a la comunidad cristiana.

5.06.02 CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN

5.06.02.01 MISIÓN

Ser y hacer discípulos de Cristo.

“Por tanto, id y haced discípulos a todas las naciones bautizándolos en el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo”. Mateo 28:19

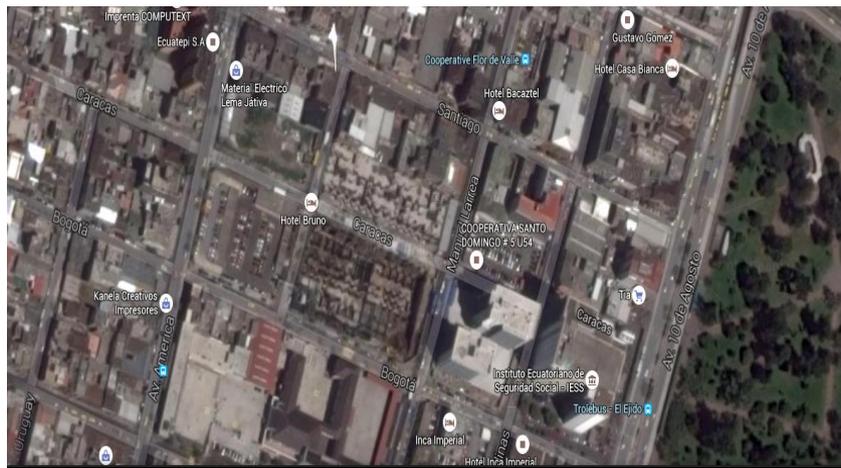
5.06.02.02 VISIÓN

Tener un crecimiento sólido, con personas nacidas en el poder del Espíritu de Dios, que estén dispuestas a seguir expandiendo el reino de Dios.

Y dijo Jehová: “el pueblo es uno, y todos estos tienen un solo lenguaje; han comenzado la obra y nada los hará desistir ahora de lo que han pensado hacer”. Génesis 11:6

5.06.03 UBICACIÓN DE LA IGLESIA

Dirección: Av. Santiago y Manuel Larrea



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

5.06.04 FUNCIÓN DE LA PUBLICIDAD

Lo que principalmente se busca por medio de la publicidad es dar a conocer los servicios que presta la IRC a la comunidad en general, no solamente a las personas que son activos miembros de la Iglesia, sino a toda persona que quiera integrarse o asistir a los cultos que se brindan semanalmente.

El dar a conocer a la Iglesia, no solamente beneficiará a la entidad como tal, ya que la comunidad como el principal objetivo de la publicidad podrá tener conocimiento de los servicios que pone a su disposición la IRC, reconociéndola como un lugar en donde se pueda hallar descanso espiritual.

5.06.05 ANÁLISIS COMPETITIVO

En los alrededores de la IRC, no se encuentra ninguna Iglesia cristiana, sin embargo a una distancia pequeña se ubica la Iglesia de la Basílica, misma que ofrece al igual que la IRC, un espacio de descanso espiritual. Desde ese punto de vista tiene una ventaja, sin embargo no cuenta con asistentes fieles a sus reuniones. Otro punto importante a tratar, es que la concurrencia a la IRC, es normalmente impulsada por la necesidad de precisamente un descanso espiritual, a diferencia de la Iglesia de la Basílica la cual es visitada en su mayoría de veces con fines turísticos.

También en los alrededores de la IRC, encontramos a otra Iglesia católica como lo es El Belén Ubicada, a la cual asisten varias personas, que se los considera fieles congregados sin embargo se encuentra en desventaja con la IRC, porque al ser tradicionalista, sus posibilidades de crecimiento son casi nulas.

Tabla 13. Análisis competitivo

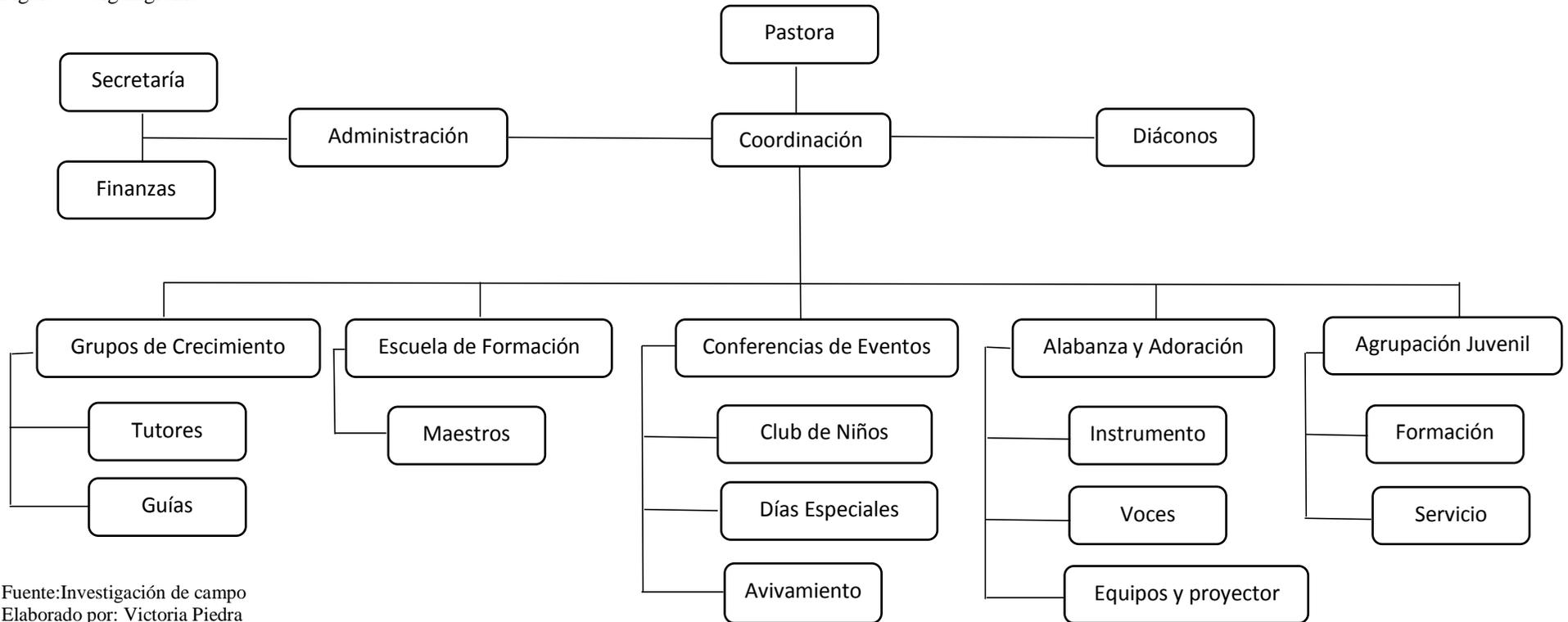
IGLESIA	UBICACIÓN
❖ La Basílica	Calles Carchi y Venezuela, Centro Norte de Quito.
❖ El Belén	Calles Luis Sodiro entre Felipe Borja y 6 de Diciembre Sector Centro Norte de la capital
❖ Iglesia del Renacimiento Carismático	Av. Santiago y Manuel Larrea.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

5.06.06 ANÁLISIS INTERNO

Figura 5. Organigrama



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

El Ministerio Pastoral, se encuentra integrado por una sola persona, que es la máxima autoridad dentro de la Iglesia cristiana, es la encargada de impartir la enseñanza denominada dentro de la comunidad cristiana como “predica”, además de que se encuentra a la disposición de la Iglesia, brindando un tiempo de consejería para las personas que lo requieran así. También cumple con la función de interceder en oración por los miembros de la congregación y disciplinar a las personas que así considere conveniente.

El Cuerpo de Diáconos se encarga, se encuentra integrado por 12 personas las cuales tiene como funciones a cumplir el servir como punto de enlace entre el pastor y la Congregación, a la vez asistir al pastor en sus funciones, las cuales incluyen evangelismo, enseñanza, consejería, oración y disciplina. Se encarga de brindar soporte al pastor en la supervisión de otros ministerios que se desarrollan en la Iglesia, así como de promover la formación de una espiritualidad que se pueda ir acrecentando en cada uno de los miembros de la Iglesia, y finalmente deberá asistir al pastor en el tiempo de ministración durante los servicios, orar en público y en privado.

El Ministerio de Alabanza se encarga de preparar el tiempo de adoración y alabanza para los cultos dominicales en los que interviene toda la congregación.

Los Profesores de la Iglesia Infantil están encargados de llevar la palabra de Dios a los miembros de la Congregación más pequeños, específicamente niños de edades comprendidas entre 1 año y 11 años.

El Ministerio de Jóvenes está dirigido por una persona, denominada pastor de jóvenes, el cual lleva enseñanza específica para personas comprendidas entre los 12 a 25 años, en las reuniones se dedica tiempo y esfuerzos a inculcar valores que se han perdido en la juventud como lo es la integridad y el respeto.

El Cuerpo de Escuderos, son los encargados de dar la bienvenida a las personas que asisten a los cultos, sean estos los asistentes cotidianos o nuevos, además de esto también cumplen con la función de asignar asientos a Las personas que visiten la Iglesia por primera vez. También se encargan de labores como mantener las instalaciones en buen estado, aptas para las reuniones que se realizan en las mismas. Además de conferir a la Iglesia una decoración adecuada con los servicios dominicales como lo son arreglos florales y una excelente iluminación para la IRC

Esta es la estructura que tiene la IRC, integrada por todos los ministerios ya mencionados, los cuales esta encargados de servir a la Iglesia, y serán los futuros directivos cuando la Iglesia crezca.

5.06.07 ANÁLISIS FODA

5.06.07.01 FORTALEZAS

- Sólida doctrina, apoyada en las Santas Escrituras, en la cual pueden apoyarse como Iglesia Cristiana
- Ubicación estratégica dentro de Quito, puesto que se encuentra en el Centro de la ciudad.
- Fieles creyentes que apoyan a la visión que tiene la IRC.

5.06.07.02 OPORTUNIDADES

- La ubicación es una ventaja puesto que en los alrededores se encuentran hospitales, prostíbulos, entre otros, lugares en los cuales se percibe gran necesidad de Dios.
- La mayoría de personas que se congregan en la IRC, poseen negocios propios en los cuales se puede publicitar los servicios que brinda la Iglesia.

5.06.07.03 DEBILIDADES

- Escasos recursos para construir un templo con mayor capacidad e instalaciones adecuadas.
- Inadecuado reconocimiento de la Iglesia, en los sectores aledaños a su ubicación.

5.06.07.04 AMENAZAS

- Presencia de Iglesias Católicas cercanas al sector en el que se encuentra la IRC.
- Cambios en la situación política.
- Ausencia de valores.

5.06.08 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD CRISTIANA

El medio en el que se desenvuelve la comunidad cristiana, es inestable, puesto que el modo de pensar de las personas está muy distante de los parámetros de lo considerado aceptable y digno. Los problemas que atraviesa la sociedad en general, son temas abarcados masivamente en los medios, sin embargo no existe mayor cambio o progreso. La drogadicción, el tabaquismo, la prostitución, la pornografía, la falta de ética y valores, la falta de integridad, la corrupción, la discriminación, la pobreza, el maltrato, los hogares disfuncionales, falta de identidad en los jóvenes, desórdenes alimenticios, falta de comunicación en los hogares, promiscuidad, abuso infantil, destrucción del medio ambiente, son dificultades atravesadas por la población, en las cuales tiene cabida la IRC como medio de concientización y ayuda para en cierto caso dar soluciones, y una nueva oportunidad de cambio para las personas que padecen esta problemática. Es por eso que se busca tener un mayor alcance respecto a las personas que integran la comunidad, ya que de esa manera se logrará brindar un apoyo y cobertura espiritual para quienes lo necesiten.

5.06.09 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

5.06.09.01 ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO

La publicidad está dirigida a personas residentes en la Ciudad de Quito, específicamente a jóvenes entre 15 y 29 años que suman 723.423 personas, mismas que representan el 30% de la Población en Quito. Además de ello también nos dirigimos a la Población económicamente activa (PEA), que se encuentra en Quito, la cual suma entre hombres y mujeres 1'2499.950, que representa el 50% del total. Adicionalmente se puede mencionar que si bien, ya se ha marcado una población objetiva marcada por edades y actividades, se pueden incluir dentro del público objetivo a individuos de todas las edades y clases sociales, indistintamente de sus creencias, costumbres, cultura, mismos que residan en la ciudad de Quito.

5.06.10 BRIEF PUBLICITARIO

5.06.10.01 EMPRESA Y SUS ANTECEDENTES

La IRC, tiene 15 años desde el día de su fundación, inicialmente tomó el nombre de Centro de Roa de Salvación, para luego ser modificado por Iglesia de Renacimiento Carismático, liderado por el Pastor Eduardo Barba y su esposa Elvia Conrado, se puso en marcha con apenas 10 personas, en su mayoría mujeres, a lo largo de los años los miembros de la Iglesia se dedicaron a predicar el Santo Evangelio y a la vez a extender su obra a tantas personas como fuese posible.

En la actualidad la IRC está bajo el liderazgo de la Pastora Elvia Conrado y los Directivos de la misma. Cuenta con la concurrencia de 90 creyentes que acuden a las reuniones de la Iglesia de manera permanente, y apoyan a su vez al correcto cumplimiento de las metas que ha planificado la IRC, con la finalidad de crecimiento y expansión de la palabra de Dios.

5.06.10.02 FILOSOFÍA

El amor, la fe, y la esperanza son los pilares principales de la Iglesia del Renacimiento Carismático, por medio de los cuales se planea llevar adelante a la congregación. Somos una comunidad que se esfuerza cada día para brindar lo mejor de sí en servicio de los demás, para lograr de esta forma expandir el Reino de los Cielos.

5.06.10.03 POLÍTICA

Brindar amabilidad, apoyo y representar un sustento espiritual para la comunidad, por medio del cual puedan encontrar descanso de los días preocupantes, y la problemática que hostiga a la sociedad.

5.06.10.04 VALORES

- Respeto
- Puntualidad
- Cordialidad
- Apoyo
- Fé
- Paz
- Paciencia
- Bondad
- Templanza
- Eficiencia
- Eficacia

5.06.10.05 POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

Nos posicionaremos en la mente de las personas por medio de:

1.- Publicidad impresa entregada en lugares estratégicos de la capital como lo son

- Parques del Sector centro Sur, Centro y Norte de la Capital.
- Centros Comerciales ubicados en el Norte y Sur de Quito.
- Hospitales.
- Estaciones de Transporte Público.

2.- Publicidad offline transmitida por medio de la radio a través de anuncios pregrabados a diferentes horarios del día. Se publicitarán:

- ❖ Actividades importantes de la IRC, que se vayan a realizar al aire libre, en lugares estratégicos de la capital como lo son presentaciones de teatro, concursos, y eventos de pre evangelización.
- ❖ Eventos que se vayan a realizar dentro de la IRC, como lo son vigiliat organizadas por el grupo juvenil de la Iglesia.
- ❖ Cultos de oración y ministración, que estén abiertos al público en general.

3.- Publicidad online, a través de redes sociales como lo son Facebook y twitter en las cuales se promocionarán actividades de la IRC, como lo son eventos de interés colectivo. Además se postearán temas puestos a discusión de los seguidores de nuestra página, concursos semanales, para hombres y mujeres, entre otros.

5.06.10.06 REPERTORIO

- La publicidad offline, está dirigida a todo público, específicamente a los radio escuchas de la emisora por medio de la cual se transmite la publicidad.

- La publicidad escrita está dirigida a todas las personas que transiten por los parques, hospitales, estaciones de transporte público centros comerciales en los que se reparta la publicidad.
- La publicidad online está dirigida a los seguidores de Facebook, Twitter de la Página "EMUNA" (página principal del grupo de jóvenes de la IRC).

5.06.10.07 PRODUCTO Y EMPAQUE

5.06.10.07.01 PUBLICIDAD PRE EVANGELISMO

Logotipo: "EXTRAVIÉ AL MAESTRO"

Slogan: ayúdame a encontrarlo...



Se realizará levantamiento de una base de datos cuando se hagan campañas de pre evangelización, en cada una de las actividades que se realicen como lo son conferencias acerca de valores, y principios de la sociedad.

5.06.10.07.02 PUBLICIDAD EVANGELISMO

1) Logotipo: "CONFIADOS"

Slogan: en un mundo de cabeza...

Opción 1



Opción 2



2) Logotipo: "CONFESIONES DE UN EX ATEO"

Slogan: acompañado en este mundo...

Opción 1



Opción 2



5.06.10.07.03 PUBLICIDAD OFFLINE

Logotipo: "EMUNA IRC"

Slogan: la llama dentro de ti...

Opción 1



Opción 2



5.06.10.07.04 PUBLICIDAD IRC

Logotipo: "IRC"

Slogan Salvando, sanando y liberando

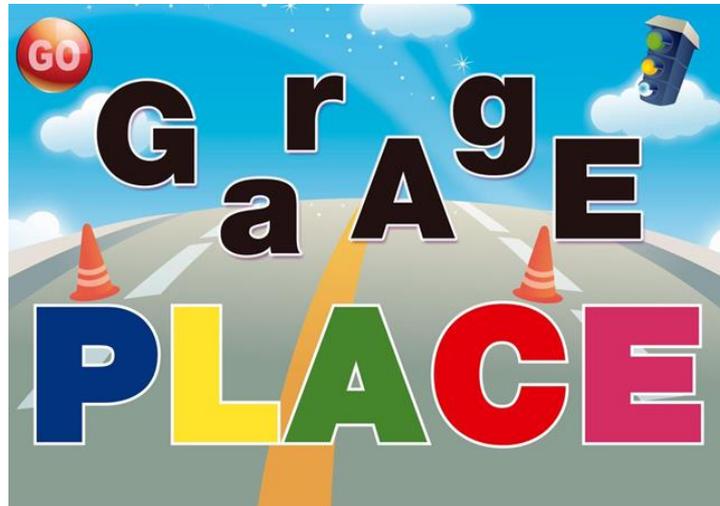


Por medio de afiches específicamente de la iglesia, se realizará publicidad en lugares estratégicos de la ciudad de Quito, de esta manera no solamente se dará a conocer los eventos que se realizan de forma especial en la Iglesia, sino que estará a conocimiento de las personas, las reuniones que se llevan a cabo los días Sábados, Domingos y las diferentes reuniones dedicadas al aprendizaje bíblico en los hogares de los Líderes de Células.

5.06.10.07.05 PUBLICIDAD DE LA VENTA DE GARAJE

Logotipo: " GARAGE PLACE"

Slogan: tenemos lo que buscas...



5.06.10.07.06 SIGNIFICADO DE LOS COLORES EN LOS DIFERENTES LOGOTIPOS

Cada uno de los diseños están integrados por distintos colores, y cada uno tiene un especial significado que podrá atraer la atención de las personas que los miren.

A continuación se explicará el uso de cada uno de los colores:

1. Azul: este color respresenta la espiritualidad y la frescura, la libertad y la paz, se asocia fuertemente con la tranquilidad y la calma.
2. Amarillo: tal color se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría, lo cual es característica de las reuniones que realiza la IRC.
3. Negro: el color negro está asociado con el poder, y además puede resaltar los demás colores.
4. Rojo: se utiliza el color rojo, puesto que es un color que denota valentía y pasión, ambas cualidades representan de manera exacta a las personas que colaboran con la IRC.

5. Café: el color café denota experiencia y sabiduría, que también son características de las personas que integran la IRC.
6. Verde: está asociado con la salud y la sanación, y es una de las características que tiene la Iglesia, pues es un lugar de sanación para las personas que lo necesiten.
7. Rosado: es un color que denota belleza y es muy femenino, por lo cual se lo utiliza para el grupo de las mujeres.
8. Anaranjado: el naranja es un color cálido, vibrante y extravagante. Transmite energía combinada con diversión. Lo cual nos dice que es el color ideal para niños y jóvenes.
9. Blanco: implica inocencia y pureza, y es vital guardar esas cualidades, pues dan un buen testimonio de lo que es el cristianismo.

5.06.10.07.07 PUBLICIDAD POR MEDIO DE RADIO

A través de la cual se publicitarán eventos como vigiliass o cultos de ministración, en los que la convocatoria sea masiva, es decir para personas de todas las edades. Las pautas publicitarias se realizarán en emisoras cristianas y no cristianas, que tengan una gran acogida en Quito.

5.06.10.07.08 PRESUPUESTO

Cotización Publicitaria

➤ Publicidad Escrita

Tabla 14. Publicidad escrita

Tipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Volantes 1 color	4000	-	25,00
Tarjetas full color	1000	-	30,00
Diseño de publicidad	1	10,00	10,00
Total			65,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Victoria Piedra

➤ Premios publicitarios

Tabla 15. Premios publicitarios

Tipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Llaveros destapa colas.	3	1,50	4,50
Esferos con el logo de EMUNA IRC.	3	0,85	2,55
Botones con el logo de EMUNA IRC.	3	0,90	2,70
Total			9,75

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

➤ Premios

Tabla 16. Premios

Tipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Boletos al cine en parejas (2D)	2	7,5	15,00
Ordenes de comida en parejas	2	8,00	16,00
Set de maquillaje	1	12,00	12,00
Reproductor MP3	1	6,50	6,50
Audífonos Earpod	1	8,50	8,50
Calendarios 2016, con logo de EMUNA IRC.	10	1,00	10,00
Total			68,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

➤ Publicidad en radio

Tabla 17. Publicidad en radio

Emisora	Elaboración de pauta publicitaria	Cuñía publicitaria	Periodicidad
HCJB	15,00	12,00	Por cada pasada
América Stereo	22,00	25,00	Por cada pasada

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

- Precios no incluyen IVA

➤ **Disfraz de la mascota perteneciente a la IRC.**

Tabla 18. Disfraz de la mascota perteneciente a la IRC

Prenda	cantidad	Costo unitario	Costo total
Uniforme	1	15,00	15,00
Zapatos y espada	1	45,00	45,00
Total	1	60,00	60,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Victoria Piedra

5.06.10.09 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tomando en cuenta nuestro objetivo en cuanto al alcance que deseamos tener con la publicidad de la IRC, escogimos realizarlo por medio de publicidad offline (radio, volantes y tarjetas, es decir, publicidad escrita). A la vez se realizará publicidad online (redes sociales como Facebook y Twitter).

5.06.11 ESTRATEGIAS

5.06.11.01 ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN PERSONAL

Realizar actividades de integración que ayuden a generar empatía entre los miembros activos de la IRC:

- ❖ Realizar vigiliias internas, segmentadas por edades. Ya sea en el grupo juvenil o el infantil, se realizarán integrando un plus, como lo es una vigilia de disfraces.
- ❖ Organizar visitas a las personas de la tercera edad, que se encuentren en hogares de ancianos o en hospitales, dicha actividad puede ayudar a la Iglesia en la concientización acerca de la realidad que viven de las demás personas, además de que servirá como experiencia de unión para Iglesia del Renacimiento Carismático.

- ❖ Planificar cadenas de oración organizadas por redes sociales a nivel Iglesia, y que traten distintos temas o problemas actuales, que existan dentro y fuera de la comunidad cristiana.
- ❖ Capacitar a los jóvenes y adultos, sobre como acercarse a las personas para hablar a las demás personas acerca la Palabra de Dios. Las capacitaciones deben ser segmentadas de acuerdo al público objetivo (personas de quienes estemos rodeadas en nuestro entorno cotidiano) y el ministerio que tenga la persona que va a recibir la capacitación.
- ❖ Brindar talleres didácticos en los que se traten temas como la drogadicción, el embarazo adolescente, el tabaquismo, pandillas, adicciones, pornografía, valores e integridad para personas creyentes y no creyentes, discriminación racial y de género, la pobreza, el maltrato, hogares disfuncionales, falta de identidad en los jóvenes, desórdenes alimenticios, falta de comunicación en los hogares, promiscuidad, abuso infantil, destrucción del medio ambiente.

5.06.11.02 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD ENFOCADA AL SERVICIO PÚBLICO

Repartir publicidad de servicio público impresa en sectores estratégicos de la ciudad de Quito:

- ❖ La publicidad de la IRC, deberá llevarse a cabo por jóvenes y niños, integrados como un solo grupo, siempre y cuando se realicen en un espacio cerrado, como puede ser el parque Itchimbía o Metropolitano.
- ❖ El modelo de volantes que se repartan, con la publicidad de la IRC, es decir específicamente de los servicios que presta la iglesia y las actividades que realizan. Debe ir con cupones integrados, los cuales tengan una equivalencia, en puntos, mismos que al recolectarse puedan brindar un beneficio, como lo son varios premios.

- ❖ En la publicidad, adicionalmente se publicitará el blog de la IRC, para dar asistencia en consejería a las personas que así lo requieran.
- ❖ En los eventos organizados por la IRC, se abordarán temas de interés público como lo son el desempleo, las adicciones en todas las edades, valores en la juventud, convicciones y acciones, el respeto en la sociedad, entre otros.
- ❖ Se incentivará las obras filantrópicas entre las personas, como lo son la donación de ropa, dinero, alimentos; a diferentes entidades entre las cuales pueden constar albergues, refugios para niños huérfanos, hogares de recuperación para drogadictos y alcohólicos.
- ❖ Además de esto seremos fuente de ayuda para la recolección de toda clase de insumos para donaciones a centros de ayuda social.
- ❖ Los insumos serán recolectados, en todos los eventos planificados a desarrollarse en la IRC, y a la vez esta acción será publicitada en cada una de las volantes que se repartan , y en la redes sociales.

5.06.11.03 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD OFFLINE

Desarrollar publicidad offline por medio de actividades incluyentes, desarrolladas por la IRC dentro y fuera de la iglesia:

- ❖ Esta publicidad se la realizará en lugares públicos como lo son parques ubicados en el Centro, Norte y Sur de la capital y en las afueras de los centros comerciales ubicados en el Norte y Sur de la ciudad de Quito.

Se realizarán actividades incluyentes con la comunidad como son concursos al aire libre, tales como:

1. Obras de teatro dirigidas a todas las edades, pero principalmente para niños llamada “**Confiados**” en un mundo de cabeza.

2. Desafíos para jóvenes y adolescentes.

Dispuestos a realizarse en las principales avenidas y parques de Quito como lo son:

- Parque la Carolina
- Parque Itchimbía
- Parque lineal
- Parque de la Concha Acústica

2.1. Se desarrollarán desafíos como:

- Hug Cam para parejas y amigos.
- La mejor selfie con la mascota de la iglesia.

2.2. A las personas que nos acompañen en nuestros eventos o que a su vez nos sigan en redes sociales, se les facilitará una tarjeta con una hoja de asistencias, en la misma que se registrarán puntos por cada asistencia a las reuniones de la IRC. Con cada cierta cantidad de puntos se les otorgará diferentes premios.

En las actividades mencionadas anteriormente se premiarán a las personas con artículos publicitarios como lo son:

- Llaveros, botones, esferos, destapa colas, imanes, calendarios, boletos canjeables en las instalaciones de la IRC, por órdenes de comida.

Cabe indicar que, todas las actividades que realice la IRC en lugares públicos tendrán como finalidad la recaudación de información de las personas, misma información que incluirá datos personales como nombres, apellidos, sector de residencia correo, cuenta de Facebook, twitter, número celular y convencional.

5.06.11.04 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD INTERACTIVA

Realizar publicidad interactiva, utilizando como medio de emisión el internet por medio de redes sociales como Facebook y twitter

5.06.11.04.01 PUBLICIDAD ONLINE:

- **Página de Facebook**

Para la publicidad hecha en Facebook, se utilizarán dos páginas bajo la entidad de comunidades, en las cuales se desarrollará la publicidad de actividades a realizarse ya sea para hombre o para mujeres. Además de ello, la cuenta administradora servirá para el uso de los miembros ya pertenecientes a la IRC, donde podrán interactuar y compartir ideas adicionales, que sirvan para la administración de las páginas alternas.

La estrategia de publicidad en redes sociales es muy factible ya que según datos encontrados en la página principal del INEC, el 74,2% de las personas en el DMQ, utilizan sus aparatos celulares, el 46,1 % tiene acceso a internet y el 52,3% tiene computadora en sus hogares. Por tanto este porcentaje tan alto, nos da la ventaja de que los jóvenes y adultos puedan estar conectados a las páginas sociales por medio de las cuales la IRC, publicitará sus eventos o actividades dentro y fuera de la Iglesia.

Emuna IRC



La página principal se administrará por algún director de de la IRC, y a la vez se administrarán dos espacios adicionales, el primero está destinado para mujeres y el otro para hombres.

La página destinada al uso de mujeres tomará la siguiente denominación y se administrarán los siguientes espacios:

Nombre de la página: Emuna's GIRL

Logotipo:

Opción 1



Opción 2



En ella se administrarán espacios dedicados a:

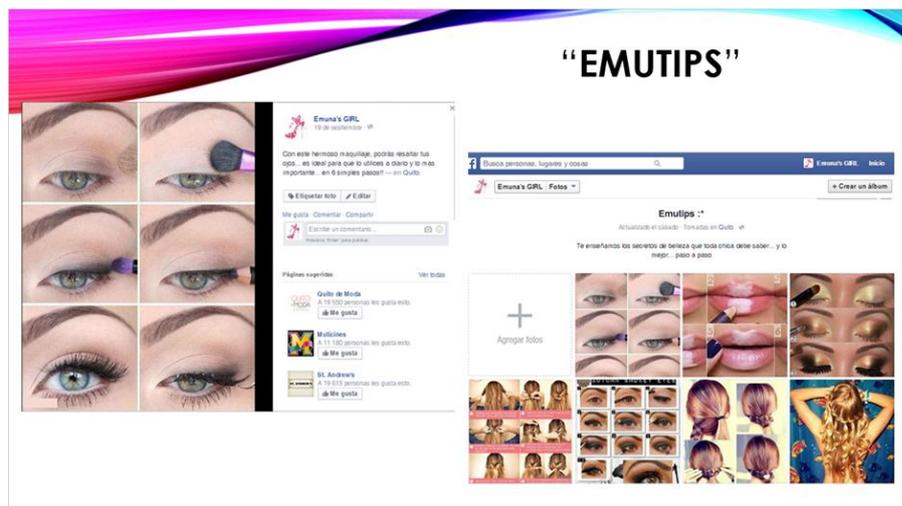
- Tutoriales de maquillaje por medio de videos y fotografías.
- Tutoriales de vestimenta por medio de videos y fotografías.
- Consejería para chicas adolescentes y jóvenes, posteadas en fotos relacionadas con cada caso.
- Formas de reciclar ropa por medio de tutoriales posteados en la página principal.
- Colección de fotografías acerca de tendencias de moda.
- Tutoriales acerca de manualidades, y tintes de cabello naturales con las nuevas tendencias de colores para el cabello femenino.
- Rincón de concursos con motivos de talentos y nuevas habilidades de nuestros seguidores. En este espacio se incluirán a la vez presentaciones de grupos colegiales como cheerleaders, bastoneras, estudiantinas, bandas de guerra, etc.
- Zona Musical, en la cual se postearán videos musicales actuales pertenecientes a artistas que se encuentren en el auge de sus carreras, los videos más vistos en YouTube, música alternativa, nuevos grupos musicales.
- Concurso de la semana entre los cuales está la mejor "selfie" dentro de la IRC, el mejor comentario de las fotos de memes o actividades de la IRC, por supuesto posteadas en la página principal de Facebook.
- Caídas organizadas en las instalaciones de la IRC, en donde se tratarán temas concernientes a valores en la sociedad, concierto de música cristiana, tiempos de refrigerio, juegos entre los asistentes, etc.
- Los premios ganados por redes sociales, sólo se los puede retirar con la cedula de identidad los días Sábados en el horario de reunión de jóvenes.
- Colocar fotos en la pagina principal, de las personas que asisten a nuestros eventos, y mandar saludos a las personas que así lo requieran.
- Realizar trivias bíblicas o de versos famosos, por medio de las cuales se puedan ganar fabulosos premios.

A continuación se mostrarán gráficamente los espacios de la página Emuna's GIRL

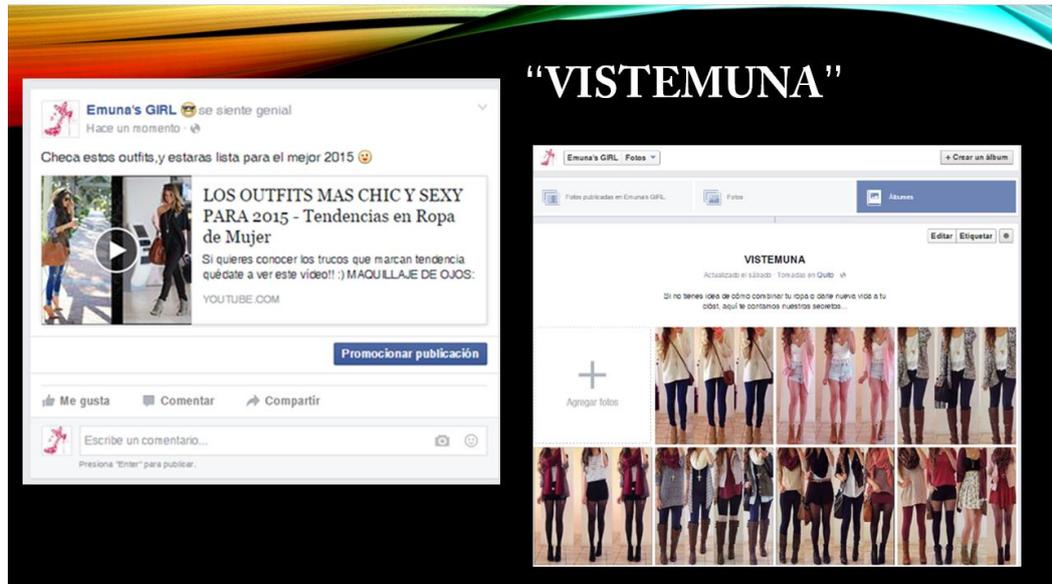
- Fotos de eventos realizados dentro y fuera de la IRC.



- Tutoriales de maquillaje por medio de videos y fotografías, "Emutips"



- Tutoriales de vestimenta por medio de videos y fotografias, "VISTEMUNA"



- Columna "A corazón abierto"



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

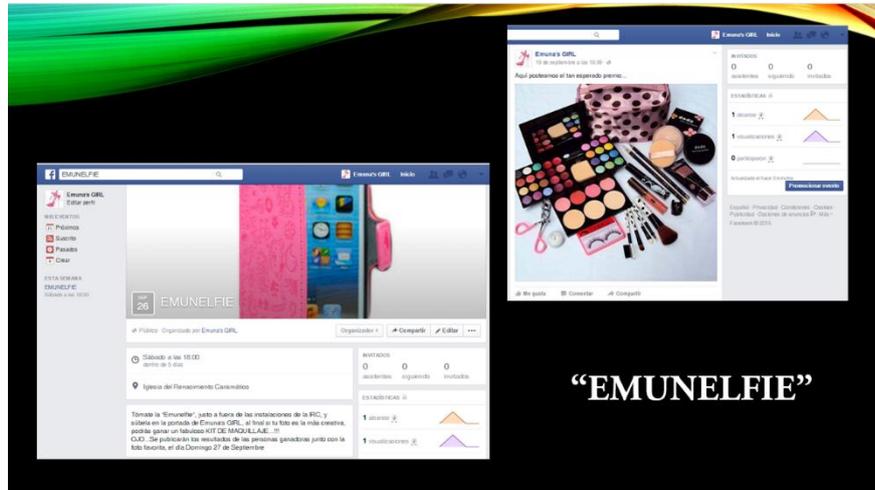
➤ Formas de reciclar ropa, "ReciclaLove"



➤ Zona Musical, "Rincón Crush"



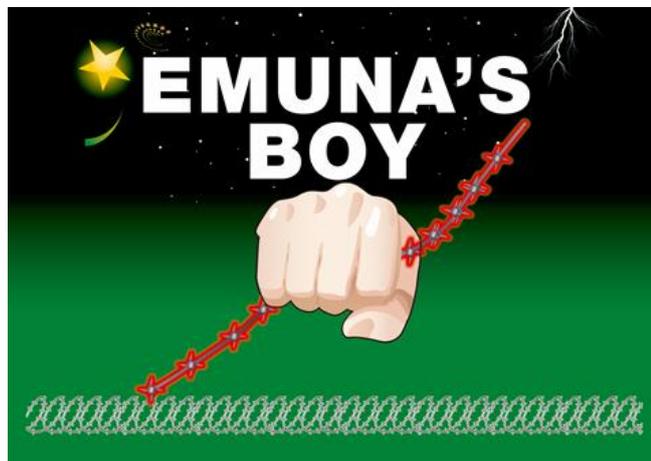
- Concurso de la semana entre los cuales está la mejor "selfie" dentro de la IRC, "EMUNELFIE"



La página destinada al uso de hombres tomará la siguiente denominación y se administrarán los siguientes espacios:

Nombre de la página: Emuna's BOY

Logotipo:



En esta página se administrarán espacios dedicados a:

- Fotos, videos y noticias de deportes como el fútbol (nacionales e intercolegiales)
- Videos de concursos intercolegiales en dependencias como Taekwondo, Box, Natación, Oratoria, Bandas de Guerra, Bastoneras.
- Videos colegiales con los cuales se realizarán concursos. Aquí se incluirán bromas hechas a compañeros de colegio o Universidad, los videos con mayor número de likes es el ganador.
- El rincón de los memes, por medio de fotos subidas por el administrador de la página.
- Fotos de actividades al aire libre que se realicen con las personas que sean seguidores de nuestra página.
- Consejería para chicos adolescentes y jóvenes, posteadas en fotos relacionadas con cada caso.
- Rincón de concursos con motivos de talentos y nuevas habilidades de nuestros seguidores.
- Zona Musical, en la cual se postearán videos musicales actuales pertenecientes a artistas que se encuentren en el auge de sus carreras, los videos más vistos en YouTube, música alternativa, nuevos grupos musicales.
- Concurso de la semana entre los cuales está la mejor "selfie" dentro de la IRC, el mejor comentario de las fotos de memes o actividades de la IRC, por supuesto posteadas en la página principal de Facebook.
- La sección de los "Gamers".
- Caídas organizadas en las instalaciones de la IRC, en donde se tratarán temas concernientes a valores en la sociedad, concierto de música cristiana, tiempos de refrigerio, juegos entre los asistentes, etc.
- Los premios ganados por redes sociales, sólo se los puede retirar con la cedula de identidad los días Sábados en el horario de reunión de jóvenes.

- Colocar fotos en la pagina principal, de las personas que asisten a nuestros eventos, y mandar saludos a las personas que así lo requieran.
- Realizar trivias bíblicas por medio de las cuales se puedan ganar fabulosos premios

A continuación se mostrarán gráficamente los espacios de la página Emuna's BOY

- Fotos, videos y noticias de deportes como el fútbol (nacionales e intercolegiales)



- Videos de concursos intercolegiales en dependencias como Taekwondo, Box, Natación, Oratoria, Bandas de Guerra, Bastoneras. "CON - TEST"



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

- Videos colegiales con los cuales se realizarán concursos. Aquí se incluirán bromas hechas a compañeros de colegio o Universidad, los videos con mayor número de likes es el ganador.



- El rincón de los memes, por medio de fotos subidas por el administrador de la página. "Memelandia"



- Zona Musical, “Para el D – MEN – T”



- Concurso de la semana entre los cuales está la mejor “selfie” dentro de la IRC, EMUNELFIE



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

- La sección de los "Gamers".



- **Página en Twitter**

Nombre: EMUNA IRC

En esta página se promocionará eventos de la IRC y se administrará una sola página para las personas de todas las edades que integran la Iglesia. Este espacio estará destinado a la creación de tendencias, denominadas "Trending Topic", por medio de las cuales, se convocarán a eventos realizados por la IRC, dentro y fuera de las dependencias del templo.

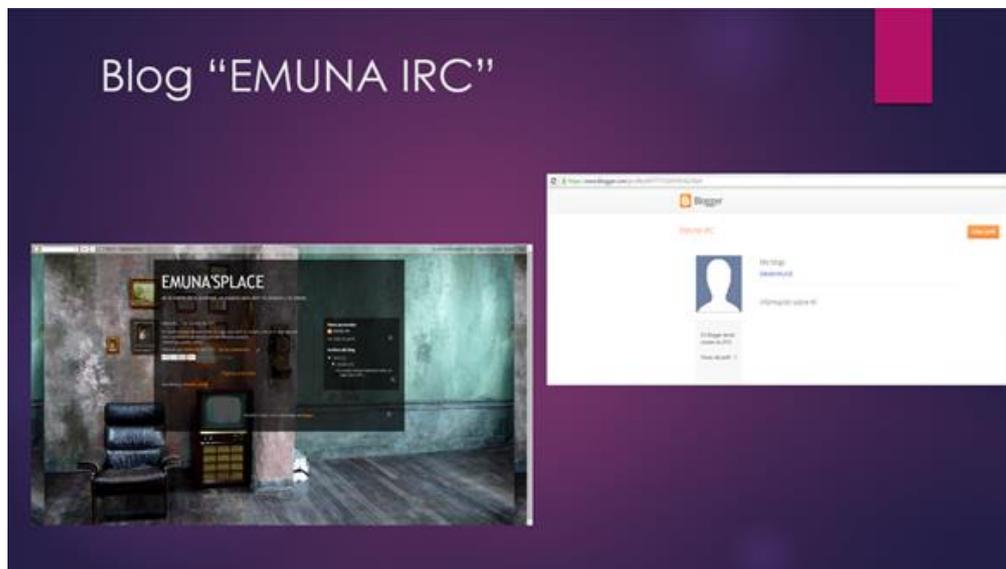


5.06.11.05 ESTRATEGIA DE COMPROMISO

Por medio de esta estrategia lograremos tener un vínculo fuerte de fidelidad y amor a nuestra Iglesia, ya que la necesidad de consejería está latente en nuestra sociedad.

- **Blog en la web**

Este espacio está dedicado específicamente para los jóvenes y adultos que necesiten algún consejo en cualquier ámbito de su vida cotidiana, ya sea amor, trabajo, estudios, o algún problema o crisis en las cuales necesiten algún consejo con el que puedan resolverlos



5.06.11.06 ESTRATEGIA PARA RECAUDACIÓN DE FONDOS MONETARIOS

- Organizar una venta de garaje en la que participará toda la Iglesia, aportando con donaciones de artículos del hogar que ya no se utilicen, mismos que se venderán a precios accesibles para el público.

- El dinero que se recaude servirá como fondo para la compra de los premios pequeños y grandes que son necesarios en el plan de publicidad, ya sea publicidad escrita, diseño de la publicidad escrita, artículos publicitarios, movilización de las personas encargadas de repartir la publicidad y encargados de realizar las actividades al aire libre, entre otros gastos.
- Cuando existan eventos en la IRC, se van a pedir colaboraciones por parte de los asistentes, como lo es ropa usada

5.06.11.07 ESTRATEGIA DE BRANDING CORPORATIVO

- ❖ Desarrollo de una mascota perteneciente a la IRC, misma que pueda dar identificación al grupo y ayudar a construir una imagen corporativa.
La misma es representada por un soldado, portando su armadura, lo cual significa la batalla que tenemos todos los días contra nuestra propia carne, en la que están nuestras debilidades, para de esta manera dejar de lado el pecado.



5.06.11.08 DISFRAZ DE LA MASCOTA IRC

Se pondrá en actividad a la mascota con un disfraz utilizado por cualquier miembro de grupo de jóvenes pueda representar y animar al grupo juvenil EMUNA en sus actividades dentro y fuera de las instalaciones de la Iglesia, por medio de la cual se desarrollen concursos. Esto permitirá el reconocimiento de la IRC, y le dará un plus a las actividades que realice.



CAPÍTULO VI

6.01 RECURSOS PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para el desarrollo de este proyecto de investigación vamos a necesitar los siguientes recursos:

6.01.01 RECURSOS HUMANOS

- 1 Tutor
- 1 Diseñador
- 1 Digitador

6.01.02 RECURSOS TECNOLÓGICOS

- 1 computador
- 5 meses de servicio de red de internet
- 1 USB
- 1 impresora

6.01.03 RECURSOS MATERIALES

- 3 resmas de Hojas Bond A4
- 10 Esferos
- 5 carpetas
- 200 Impresiones B/N
- 50 Impresiones a color
- 100 Copias
- 1 Anillado
- 1 Empastado
- 4000 Volantes 1 color
- 1000 Tarjetas full color

6.01.04 RECURSOS DE ALIMENTACIÓN Y MOVILIZACIÓN

- 100 refrigerios
- 100 pasajes de movilización

6.01.05 RECURSOS FINANCIEROS

- 1 Derecho de grado

6.02 PRESUPUESTO ELABORACIÓN DEL PLAN DEL PROYECTO

Tabla 19. Presupuesto del Proyecto

Requerimientos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Recursos Humanos			
1 Tutor	1	150,00	150,00
1 Diseñador	1	100,00	100,00
1 Digitador	1	50,00	50,00
Subtotal			300,00
Recursos Tecnológicos			
1 computador	1	1000,00	1000,0
Meses de servicio internet	5	25,00	125,00
1 USB	1	15,00	15,00
Subtotal			1140,00
Recursos Materiales			
3 resmas de hojas bond A4	3	7,00	21,00
Impresiones B/N	200	0,05	10,00
Esferos	10	0,40	4,00
Carpetas	5	1,00	5,00
Impresiones a color	50	0,30	15,00
Copias	100	0,02	2,00
Anillado	1	5,00	5,00
Empastado	1	20,00	20,00
Volantes 1 color	4000	-	25,00
Tarjetas full color	1000	-	30,00
Subtotal			128,00
Recursos de alimentación y movilización			
Refrigerio	100	4,00	400,00
Movilización	100	3,00	300,00
Subtotal			700,00
Recursos Financieros			
Derechos de grado	1	630,15	630,15
Subtotal			630,15
12% IVA			75,62
COSTO TOTAL			705,77

Elaborado por: Victoria Piedra

Fuente: Investigación de campo

6.03 CRONOGRAMA

Tabla 20. Cronograma

Cronograma	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Semanas																								
Capítulo I																								
Contexto		■																						
Justificación de la investigación			■	■	■																			
Definición del problema central						■																		
Capítulo II																								
Mapeo de Involucrados									■															
Matriz De Análisis De Involucrados										■														
Capítulo III																								
Árbol De Problemas											■	■												
Árbol De Objetivos													■											
Capítulo IV																								
Matriz De Análisis de Alternativas																■								
Matriz De Análisis de Los Objetivos																	■							
Diagrama De Estrategias																		■						
Matriz de Marco Lógico																			■					
Capítulo V																								
Propuesta																								
Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)																								
Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)																								

CAPÍTULO VII

7.01 CONCLUSIONES

- ❖ Se ha identificado la necesidad en la Iglesia del Renacimiento Carismático de adquirir reconocimiento en la comunidad, puesto que la concurrencia de personas a la Iglesia, no ha sido la deseada en los últimos años, por lo que se concluye que un plan de publicidad es la solución óptima a los problemas que atraviesa la IRC en cuanto al número de creyentes que la integran.
- ❖ La infraestructura que posee el templo de la IRC, no es el más adecuado ya que las actividades que se planean realizar, requieren de un espacio físico más amplio, en el cual se pueda albergar a un mayor número de personas, que como es de conocimiento de los creyentes que integran la Iglesia, forma parte de los objetivos de la Iglesia.
- ❖ El plan de publicidad podrá ayudar no sólo a la Iglesia del Renacimiento Carismático sino a todos los involucrados entre los cuales se encuentra la comunidad y los asistentes que ya forman parte de la Iglesia, porque para ambos grupos, el conseguir una nueva infraestructura, que sea adecuada para los nuevos asistentes, es muy fundamental.
- ❖ La comunicación es una parte fundamental para poder transmitir el plan de publicidad a las personas que integran la Iglesia del Renacimiento Carismático, por tanto se va a socializar el plan de publicidad con todas las personas que vayan a participar

- ❖ La actitud que tengan los creyentes respecto al plan de publicidad que vaya a realizar la Iglesia, es sumamente importante ya que con el apoyo de todas las personas se puede lograr llegar de una manera mas eficiente a las personas que se encuentran en los sectores aledaños de las IRC.

7.02 RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda la colaboración de las personas o creyentes que se congregan en la IRC, puesto que con el apoyo de todos los asistentes se puede lograr expandir mucho más la palabra de Dios a la comunidad.
- ❖ Es primordial obtener la autorización de los directivos de la IRC, para de esta manera llevar a cabo el plan de publicidad.
- ❖ Parte fundamental del plan de publicidad es la adecuada asignación de recursos de los cuales se pueda disponer, con el fin de desarrollar una campaña publicitaria más eficiente.
- ❖ De igual forma se recomienda socializar el plan de publicidad con todas las personas que se congregan en la IRC, para que de esa forma se pueda asignar responsabilidades a cada persona que desee colaborar con este fin.
- ❖ Finalmente se recomienda realizar una evaluación de resultados, para de esta forma medir el alcance de los objetivos planteados anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Resumen cronológico de la historia de la iglesia evangelica en el Ecuador (1824-1998) 2013
http://www.prolades.com/cra/regions/sam/ecu/ecu_cronologia_evangelica.pdf
- ❖ Reseña histórica de la entrada del evangelio al Ecuador 2011
<http://es.slideshare.net/ierresurreccion/resea-histrica-de-la-entrada-del-evangelio-al-ecuador>
- ❖ Iglesia Evangélica Ecuatoriana, 2008. Ensayo
- ❖ *Kotler y Armstrong* (2013) "Fundamentos de Marketing". Edicion 11 PEARSON EDUCACIÓN, México, 2013
- ❖ *Ander Egg* (1995) Técnicas de investigación social. Editorial LUMEN Edición 24 Buenos Aires - Argentina, 1995
- ❖ *Stanton, Walker y Etzel* (2007) "Fundamentos de Marketing". Edición 14 McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V
- ❖ *Laura Fischer y Jorge Espejo* (2011) "Mercadotecnia".McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada IRC

Iglesia del Renacimiento Carismático

Esta encuesta está enfocada en la recaudación de información básica, acerca de las personas asistentes a la IRC, con fines educativos.

Indicaciones:

- Marque con una x la respuesta escogida.
- Evite realizar tachones o enmendaduras.
- Se pide la mayor sinceridad en las respuestas.

Sexo: masculino femenino

Edad: 15 – 18 26 – 34

19 – 25 35 en adelante

Ocupación.....

Horario de trabajo.....

Horario de estudio..... Nivel en curso.....

Encuesta

1.- ¿Hace cuantos años asiste a la Iglesia del Renacimiento Carismático?

Menos de 1 año 1 a 3 años

4 a 6 años 7 años en adelante

2.- ¿En cuál de las siguientes áreas colabora con la Iglesia de Renacimiento Carismático?

Ministerio Pastoral

Servicio de alabanza

Cuerpo de Diáconos

Ministerio de jóvenes

Iglesia Infantil

Escuderos

Proyector

Liderazgo de células

Ninguna de las anteriores

3.- ¿Estaría dispuesto a colaborar con la Iglesia, en distintas actividades de las que ya realiza?

Sí No

4.- ¿En qué actividades de las nombradas a continuación le gustaría participar?
Esoja la opción que más le atraiga

Grupos de Oración Actividades del aire libre Vigilas

5.- ¿A través de qué medios le gustaría informarse de las actividades que realiza la Iglesia?

- Publicidad impresa (pícheras, carteles)
- Radio
- Redes sociales

6.- ¿Añadiría alguna actividad además de las que ya se realizan en la IRC? (SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA, COMPLETE EL ESPACIO EN BLANCO).

Sí No

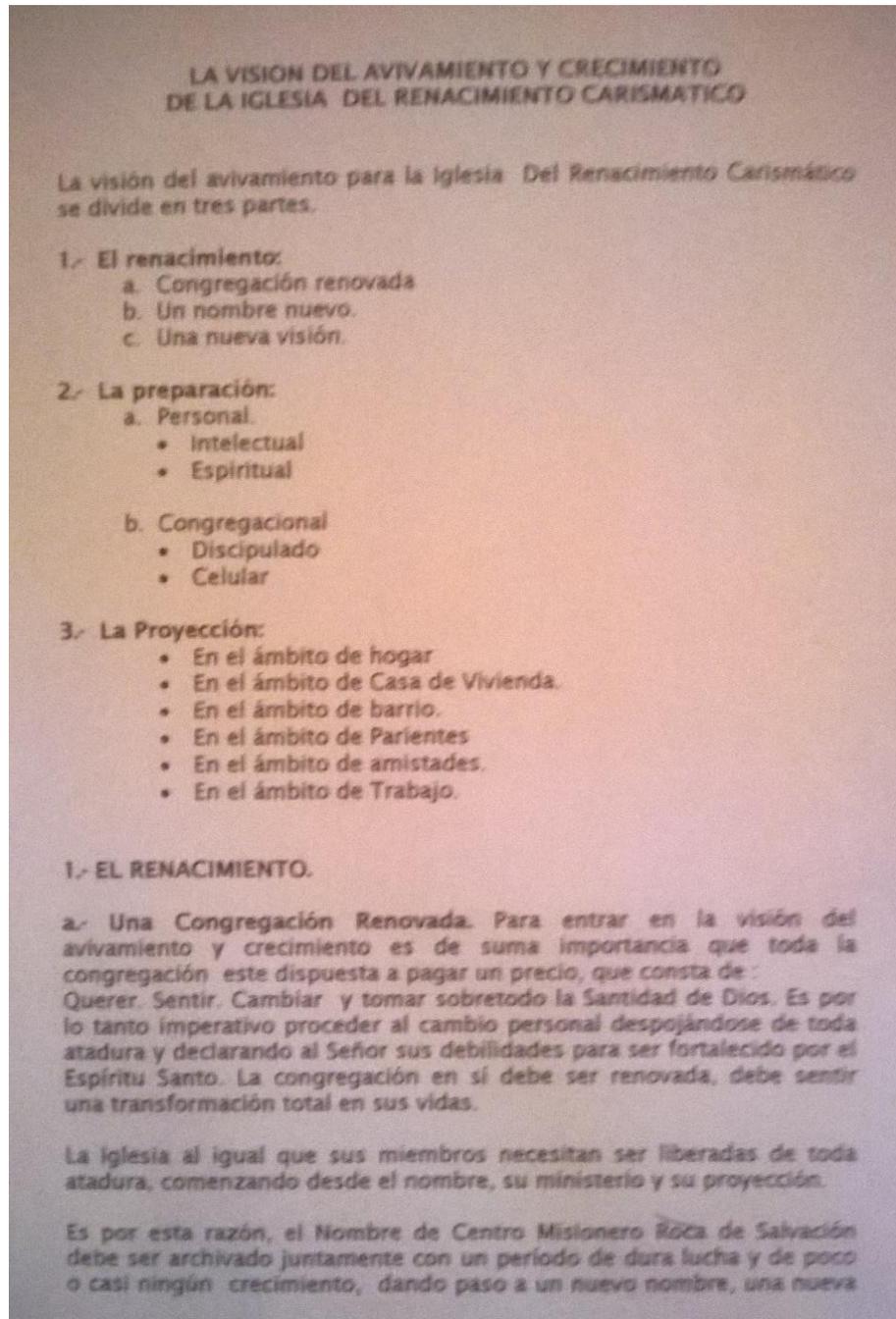
Especifique.....
.....
.....
.....

Anexo 2. Organigrama IRC.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

Anexo 3. Documentos entregados por la IRC, al proyectista



Iglesia, y una nueva visión. Por lo que al unirse una congregación Santa, y decidida a sostenerse dentro de la voluntad perfecta de Dios a una iglesia nueva en todos sus aspectos y bajo el control del Espíritu Santo, el éxito y la profecía se verán cumplidas. El Señor Jesucristo dijo:

"Nadie pone remiendo de paño nuevo en vestido viejo; porque tal remiendo tira del vestido, y se hace peor la rotura.

Ni echan vino nuevo en odres viejos; de otra manera los odres se rompen, y el vino se derrama, y los odres se pierden; pero echan el vino nuevo en odres nuevos, y lo uno y lo otro se conservan juntamente"(Mateo 9:16,17).

b.- Un nuevo Nombre: La Iglesia tomará un nuevo nombre profético, se llamará **IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMATICO.**

IGLESIA .- Conjunto, conglomerado mitin, reunión , La unión de los creyentes forman la iglesia, son el Cuerpo de Cristo, y todos los que aceptan a Cristo Jesús en su corazón son parte de este privilegio. **POR ESO IGLESIA, POR QUE TODOS ESTAMOS REUNIDOS Y UNIDOS POR LA SANGRE REDENTORA DE CRISTO.**

RENACIMIENTO.- Por que estamos naciendo de nuevo por mandato del Señor, naciendo a una vida de dedicación, trabajo y santidad, y todo aquel que llegue a la iglesia del renacimiento llegará con la necesidad de encontrar una razón para vivir y sus miembros serán un testimonio vivo de este renacimiento pues todos estarán renacidos por la misericordia de Dios y de nuestros labios solamente saldrá un constante testimonio del amor de Cristo. **POR ESO RENACIMIENTO, POR QUE TODOS LOS QUE FORMAN PARTE DE ELLA HAN NACIDO NUEVAMENTE, HAN RENACIDO POR LA MISERICORDIA DE DIOS.**

CARISMATICO.- Don Espiritual otorgado a los creyentes, Don es igual a regalo, por lo tanto es tomar los regalos que el Señor ya nos dio, esto es los dones de Ira. de Corintios. Capítulo 12. Es tomar los ministerios para la honra y gloria del Señor. **POR ESO CARISMATICO POR QUE ES EL TOMAR LOS DONES Y MINISTERIOS DIVINOS DADOS POR DIOS A LOS CREYENTES PARA UN MINISTERIO DE PODER, SALVANDO, SANANDO Y LIBERANDO.**

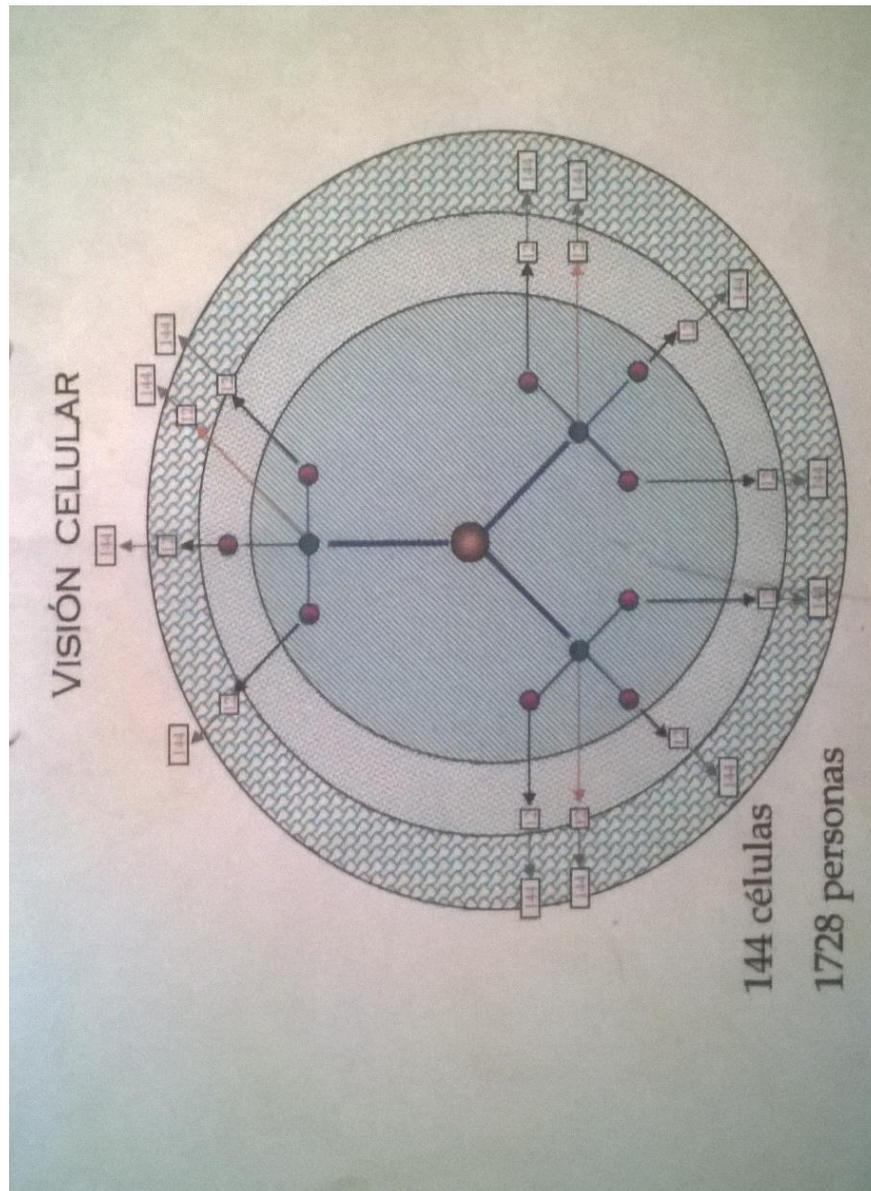
Por lo que El nombre en si quiere decir, **La reunión de los santos nacidos nuevamente en el poder de Dios para testificar al mundo Salvando, Sanando y Liberando.**

c.- Una Nueva Visión. La visión al Igual que la congregación y la iglesia ha sido cambiada, renovada ... si, ya no es más el Centro Misionero, La Iglesia de la renovación Carismática No tiene ninguna raíz ni de centro,

ni de misionero, pues es una iglesia de renovación, y su visión es la de proyectarse, y desarrollarse como una iglesia de carácter Celular. Es una **iglesia celular**. Cuyo propósito es el de crecer constantemente por medio de la multiplicación de sus miembros, una visión en donde todo el mundo tiene que trabajar, todos tienen una obligación que cumplir y es la de multiplicarse, reproducirse sin parar utilizando los dones y ministerios que el Señor nos ha dado, y aquí como una parte de la visión entra el ministerio misionero ya no como visión primaria sino como lo que es, un ministerio más para el desarrollo y esparcimiento de la palabra de Dios.

Verso Emblema.

Y le dijo Jehová: Yo he oído tu oración y tu ruego que has hecho en mi presencia. Yo he santificado esta casa que tú has edificado, para poner mi nombre en ella para siempre; y en ella estarán mis ojos y mi corazón todos los días. (1ra. De Reyes 9:3)



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

Anexo 4. Tarifarios de cuñas publicitarias.



TARIFARIO POR CUÑAS Y MENCIONES DE 30 SEGUNDOS				
HORA	FREC.	PROGRAMA	Mención- Cuña	TARIFA
REVISTAS INFORMATIVAS				
L-V 06h30 – 07h30	AM - FM	HCJB Al Día	Cuña	\$12.00
L-V 12h00 - 13h00	AM-FM	HCJB Al Medio Día	Cuña	\$12.00
L-V 17h00 - 18h00	AM-FM	HCJB Al Atardecer	Mención	\$15.00
L-V 17h00 - 18h00	AM-FM	HCJB Al Atardecer	Cuña	\$12.00
REVISTAS MUSICALES				
L-V 08h00 - 12h00	FM	Frecuencia	Cuña	\$12.00
L-V 08h00 - 12h00	FM	Frecuencia	Mención	\$15.00
L-V 14h00 - 17h00	FM	La Recarga	Cuña	\$12.00
L-V 14h00 - 17h00	FM	La Recarga	Mención	\$15.00
L-V 18h00 - 19h00	AM-FM	Al Oído	Cuña	\$12.00
L-V 18h00 - 19h00	AM-FM	Al Oído	Mención	\$15.00
Domingo de 18h00 - 19h30	AM-FM	Nuestra América y Su Canto	Cuña	\$8.00
Domingo de 18h00 - 19h30	AM-FM	Nuestra América y Su Canto	Mención	\$8.00
SEGMENTOS PASTORALES				
Sábado 18h00 – 19h00	AM	Apuntes Pastorales	Men/Cuña	\$9.00
Sábado 19h00 – 20h00	FM	Apuntes Pastorales	Men/Cuña	\$9.00
Domingo 07h30 – 08h30	AM-FM	Apuntes Pastorales	Men/Cuña	\$9.00
PROGRAMACIÓN AM				
09h00 - 10h00	AM	Himnos de la Vida Cristiana	Cuña	\$8.00
09h00 - 10h00	AM	Himnos de la Vida Cristiana	Mención	\$8.00
PROGRAMACIÓN KICHWA				
05h00 - 06h00	AM	Pakari (Amanecer)	Mención	\$8.00
05h00 - 06h00	AM	Pakari (Amanecer)	Cuña	\$8.00
19h00 – 20h00	AM	Ñukanchik Kawsay (Nuestra Vida)	Mención	\$8.00
19h00 – 20h00	AM	Ñukanchik Kawsay (Nuestra Vida)	Cuña	\$8.00
ROTATIVOS				
	AM	Rotativos	Cuña	\$8.00
	FM	Rotativos	Cuña	\$10.00
	AM / FM	Entrevista (5-8 min)		\$50.00

*Valores NO incluyen IVA

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015



TARIFARIO OFICIAL CADENA RADIAL AMERICA AÑO 2015

CUÑA O MENCION OCASIONAL 30" USD 25,00 más IVA
 ESPACIOS CONTRATADOS OCASIONALES 1 MINUTO USD 80,00 más IVA

EMPRESAS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD

AMERICA 104.5 FM STEREO – QUITO

CUÑA o MENCION 20"	rotativo	USD. 22,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 30"	rotativo	USD. 25,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 40"	rotativo	USD. 30,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 50"	rotativo	USD. 40,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 60"	rotativo	USD. 60,00 más IVA cada pasada

AMERICA 89.1 FM STEREO – IBARRA - AMERICA 89.7 FM STEREO – TULCAN

CUÑA o MENCION 20"	rotativo	USD. 10,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 30"	rotativo	USD. 12,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 40"	rotativo	USD. 16,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 60"	rotativo	USD. 22,00 más IVA cada pasada

AMERICA 93.3 FM STEREO – GUAYAQUIL

CUÑA o MENCION 20"	rotativo	USD. 18,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 30"	rotativo	USD. 22,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 40"	rotativo	USD. 26,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 50"	rotativo	USD. 32,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCION 60"	rotativo	USD. 40,00 más IVA cada pasada

Anexo 5. Fotos de las actividades que ha realizado la IRC.

“RETIRO DE JOVENES EMUNA IRC”



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

“OBRA DE TEATRO DE GRUPO JUVENIL EMUNA”



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

"EVENTO DEL DÍA DEL PADRE 2015"



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015

**“JÓVENES EN REALIZANDO UNA PRESENTACIÓN DE TEATRO Y
PASEO A PARQUE ITCHIMBÍA”**



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PUBLICIDAD, QUE PERMITA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE CREYENTES Y EL CRECIMIENTO DE LA IGLESIA DEL RENACIMIENTO CARISMÁTICO UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, SECTOR CENTRO NORTE 2015