



Universidad del Azuay

FACULTAD DE

FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

“Estrategias de comunicación para el posicionamiento de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en los jóvenes de hogares adventistas de la ciudad de Cuenca, proyecto aplicable en el resto de país”.

Trabajo de graduación previo a la obtención del Título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

Autora:

Bruna Salamea Vintimilla

Directora:

Mst. Ana María Durán.

Cuenca, Ecuador

2008

DEDICATORIA

Dedicado para ti J, mi maestro, amigo incondicional, a ti que con la mejor estrategia lograste la victoria para todos aquellos que creen en ti.

AGRADECIMIENTOS

Dicen por allí que cuando uno desea algo todo el Universo conspira para conseguirlo, gracias a todo ese universo de personas que conspiraron para alcanzar esta meta.

El secreto del éxito consiste en hacer que cada paso sea una meta y cada meta solo un paso, y al culminar mis estudios siento que di un gran paso en este camino que se construye diariamente con trabajo, oración, fe y suerte.

Gracias a mi mamá de quien tomé el ejemplo de fortaleza, entrega y amor. Esa persona que me enseñó que los logros no son solo nuestros sino son los logros de Dios en nuestras vidas.

Mis hermanas, Dani y Lore, que a pesar de ser menores a mí, me han dado lecciones muy grandes. Gracias por las malas noches que pasaron conmigo ayudándome a completar los trabajos, gracias por los consejos y gracias por el cariño que me motiva a seguir adelante.

Siempre he dicho y pensado que no hay profesores como los de la Universidad del Azuay, quizá nunca conocí a otros, pero sé que son grandes personas así como profesionales. Gracias por ser nuestros amigos, y entregarnos la confianza de decirles: "Hola Suco", "Buenos días Jorgito", "Como le va Doc". Siempre tendré presente los chistes de Ceci y la ternura de Anita.

Gracias a Juan Pablo por tu apoyo y tu cariño, has sido un buen amigo y un compañero incondicional, espero completar mis sueños tu lado porque mis sueños ya los he cumplido.

A mis compañeros, fue bueno mientras duró... Gracias por los momentos de amistad, risa, preocupación, malas noches especialmente a Sandrita mi hermana gemela.

A todos y cada uno de las personas que aunque están lejos me han acompañado con sus oraciones y si mi memoria falla les pido disculpas pero les agradezco por aportar a mi desarrollo integral.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
INDICE.....	V
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO 1

1.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA IGLESIA Y SU DESEMPEÑO LOCAL.....	4
1.2 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA IGLESIA.....	5
1.2.1 Actividades de Adoración.....	5
1.2.2 Submarcas.....	6
1.2.3 Organigrama.....	7

CAPÍTULO 2

2.1 RELACIÓN Y DIFERENCIACIÓN ENTRE MERCADEO SOCIAL, MERCADEO COMERCIAL Y MERCADEO RELIGIOSO.....	9
2.1.1 Mercadeo Social.....	9
2.1.2 Marketing Comercial.....	10
2.1.3 Marketing Religioso.....	10
2.2 PLANIFICADORES DE ESTRATEGIAS.....	11
2.3 CIENCIAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD.....	12
2.3.1 Antropología.....	12
2.3.2 Geomarketing.....	13
2.3.3 Sociología.....	13
2.3.4 Psicología.....	15
2.3.5 Marketing y BTL.....	16
2.3.6 Relaciones públicas y free press.....	16

CAPÍTULO 3

3.1 OBJETIVOS.....	18
3.1.1 Objetivo General.....	18
3.1.2 Objetivos Específicos.....	18
3.2 METODOLOGÍA.....	18
3.2.1 Método Cuantitativo.....	18
3.2.2 Método Cualitativo.....	19
3.2.2 Recopilación de Base de datos.....	19

CAPÍTULO 4

4.1 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	20
4.1.1 Método Cualitativo.....	20
4.1.1.1 Conclusiones de las entrevistas en profundidad.....	21
4.2 MÉTODO CUANTITATIVO.....	22
4.2.1 Muestra.....	22

CAPÍTULO 5

5.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR.....	32
5.1.1 Táctica de enseñanza para posicionar: Concurso	32
5.1.1.1 Antecedentes.....	33
5.1.1.2 Objetivo del Concurso.....	33
5.1.1.3 Categorías.....	33
5.1.1.4 Selección de Participantes.....	34
5.1.1.5 Concepto y Estructura.....	34
5.1.1.6 Modalidad del Concurso.....	34
5.1.1.7 Premios	35
5.1.1.8 Etapa de Expectativa.....	35
5.1.1.9 Lanzamiento.....	35
5.1.1.10 Detalles del Evento.....	35
5.1.2 Táctica de enseñanza para posicionar: Seminario	36

5.1.2.1 Objetivos.....	37
5.1.2.2 Modalidad.....	37
5.1.2.3 Contactos y logística.....	38
5.1.2.4 Local para la realización del evento.....	38
5.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FIDELIZAR.....	38
5.2.1 Tácticas de fidelización: CRM (Base de datos).....	39
5.2.1.1 Envíos de presentes e información relevante a través de la Base de Datos.....	39
5.3 AGENDAS.....	40

CAPÍTULO 6

6.1. Conclusiones Teóricas.....	41
6.2 Conclusiones Metodológicas.....	41
6.3 Conclusiones Pragmáticas.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	44
GLOSARIO.....	45
Anexos.....	46
Anexo 1: Formato de encuesta.....	46
Anexo 2: Cuadros estadísticos de la investigación cuantitativa.....	50
Anexo 3: Resultados de las entrevistas en profundidad.....	60
Anexo 4: Afiche publicitario para promocionar Concurso.....	65
Anexo 5: Agendas.....	66
Anexo 6: Textos de Escuela Sabática.....	67
Anexo 7: Presupuesto del Concurso.....	68

RESUMEN

La implementación de estrategias de comunicación para los adolescentes de la Iglesia Adventista del Séptimo día de Cuenca es un proyecto que busca fidelizar a los jóvenes a la Iglesia, lograr que se sientan identificados y felices con las actividades que desempeñan en ella y conseguir la unificación del grupo de muchachos.

A través del estudio de sus percepciones y actitudes positivas hacia la organización religiosa adventista se han planteado estrategias de marketing directo, eficaces en grupos pequeños, BTL (Below the line), nueva tendencia del marketing que ha revolucionado la interacción de las marcas u organizaciones con sus públicos objetivos, sobre todo con grupos de jóvenes abiertos a los cambios.

ABSTRACT

The implementation of communication strategies for adolescents attending the Adventist Church of the Seventh Day in Cuenca is a project that attempts to make young people loyal to the church and help them feel identified and happy with the activities that they perform in it in order to achieve unity in the group of young people.

Through the study of their perceptions and positive attitudes toward the Adventist religious organization, some strategies have been proposed, such as direct marketing that is efficient in small groups and BTL which is a new marketing tendency that has revolutionized the interaction of brands or organization with their objective publics especially with groups of young people that are open to changes.

INTRODUCCIÓN

La Iglesia es una organización muy antigua que nació por la necesidad del hombre de alabar a un ser supremo, pero más que nada la iglesia en sus orígenes nace como una familia en donde todos se reunían a orar, leer las escrituras y compartir su fe con el resto de personas.

En un mundo donde la ciencia se desarrolla todos los días y el ser “no religioso” se podría pensar como una moda, las tendencias demuestran todo lo contrario. Las personas cada vez necesitan más de Dios, puesto que ponen en Él la fe y la esperanza que no se puede encontrar en la ciencia. Tal vez porque si eres un enfermo de cáncer la ciencia te da la esperanza de vivir por un alto costo de operación de médula ósea; pero Dios brinda seguridad a los enfermos sólo con una oración que no cuesta nada. Sobre todo, en nuestro país en donde el 80% de la población es cristiana, creyente y practicante.

Siempre he querido aplicar mis conocimientos a mi fe y pienso que ésta es mi oportunidad. Dentro de mi proyecto se encuentra la implementación de estrategias de comunicación en la Iglesia a la que yo asisto desde pequeña, una institución mundial conformada por más de 14 millones de fieles en el mundo: la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

La Iglesia Adventista tiene una sede internacional ubicada en los Estados Unidos y está organizada en 13 segmentos llamados “divisiones”, por ejemplo División Sudafricana, División Europea, etc. y estos a su vez se segmentan en “misiones”. La Iglesia en el Ecuador es conocida como la Misión Ecuatoriana y las Iglesias ubicadas en el cantón Cuenca pertenecen a la Misión Ecuatoriana del Sur, distrito Azuay A.

A nivel mundial, la Iglesia cuenta con un Departamento de Comunicación muy bien estructurado, capaz de abastecer de publicaciones, revistas, libros, manuales y

boletines informativos continuamente. Los manuales guías para la lectura diaria de la Biblia son realizados para niños, jóvenes y adultos, también se categorizan en: Manual para Maestros y Manual para Alumnos.

Además cada trimestre las Misiones de África, Europa y los lugares por donde se abre la obra cristiana envían un informe completo sobre las actividades y los fieles que se integran a la religión Adventista.

Los adventistas cuentan con miles de señales para canales de televisión, emisoras radiales, páginas de internet, centros de investigación y universidades, que a la vez son dueñas de sus propios canales, emisoras y editoriales.

La Iglesia Adventista de Cuenca tiene cuatro templos: En la calle Lamar (Centro de la Ciudad), en la Av. Don Bosco, en Ricaurte y en Totoracocha. Dentro de la Iglesia local existe el Departamento de Publicaciones que está encargado de traer las publicaciones adquiridas en suscripción por los miembros de Iglesia y entregan boletines con noticias locales. Los videos utilizados para enseñar a niños, jóvenes y adultos son entregados por la MES (Misión Ecuatoriana del Sur), a través del Director de Publicaciones.

Los adolescentes son el público objetivo sobre el cual he centrado mi plan de estrategias, pues son precisamente ellos quienes sienten cambios repentinos en todo su ser, tanto a nivel físico como mental, y comienzan a definir el carácter que desarrollarán toda su vida.

La adolescencia es una muy corta etapa de nuestras vidas pero no por eso podemos desmerecer su importancia. Los muchachos en este período enamoran, son muy activos, siguen patrones y modas, tratan de sentirse aceptados dentro de un grupo.

En el caso particular de la Iglesia adventista local, la implementación de estrategias de comunicación es un aporte para las actividades de fidelización de los jóvenes y la comunicación al mundo exterior en busca de un posicionamiento.

Con posicionamiento, me refiero a la idea global que se forme en ellos cuando alguien les pregunte ¿qué es para ti ser adventista?, la comunicación debería lograr que los jóvenes responda con claridad a estas interrogantes, porque tener una religión es una convicción de vida que influencia a lo largo de toda la existencia.

A través de la investigación determinaremos cuales son sus actitudes y percepciones acerca de pertenecer a un grupo religioso, se conocerá si esta elección es duradera o impuesta por los padres. Los jóvenes son tan vulnerables a los cambios pero son también sensibles al aprendizaje.

No en vano un proverbio dice: “Instruye al niño en su camino y aún cuando fuere viejo no se apartará de él” (Proverbios). Los jóvenes son llamados “el futuro”, y mi proyecto es una pequeña muestra de cariño para ese futuro, en el cual creo, confío y espero.

CAPÍTULO 1

1.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA IGLESIA Y SU DESEMPEÑO LOCAL

Los adventistas se ubican en la corriente del evangelismo del siglo XIX que considera la necesidad de restaurar la única verdadera Iglesia de Jesucristo y piensan que Dios encargó esta misión a Elena G. de White, considerada la gran impulsora del movimiento adventista. Aunque a William Miller (1728-1849) de Massachusetts también se le considera como el iniciador de este movimiento debido a que en 1816 se dedicó a un cuidadoso estudio de la Biblia y especialmente de las profecías relativas a la segunda venida de Cristo.

La iglesia como tal nace luego del gran chasco de 1864 fecha en dónde empezaron a ser apodados “los adventista del séptimo día” por la doctrinan que predicaban que Cristo volverá en las nubes de los cielos por segunda vez como juez para separar a “ovejas de cabritos”, como la doctrina de la observancia del sábado, séptimo día de la semana, como día de adoración y reposo bíblico.

La iglesia en Ecuador cumplió un siglo de vida en el año 2006, los primeros adventistas ecuatorianos estuvieron en Ambato y luego llegaron misiones norteamericanas al resto de ciudades y rincones del país.

En ciudades como Guayaquil y Quito existen aproximadamente 40 iglesias registradas en las respectivas Misiones, fenómeno que no ha ocurrido en ciudad de Cuenca, quizá se deba al carácter tradicional de los cuencanos, un lugar en donde las familias son muy unidas y apegadas a las actividades que siempre han realizado.

1.3 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA IGLESIA

Las Iglesias adventistas tienen unidad de dogma y administración. Se organizan de manera universal mediante una Conferencia General, fundada en 1863 y con sede en Washington; posteriormente reparten en 12 territorios el mundo, y además cuentan con las iglesias locales dirigidas por un pastor y una junta directiva elegida por los fieles. La división Ecuatoriana está conformada por dos segmentaciones más llamadas "Misiones", y Cuenca pertenece a la Misión Ecuatoriana del Sur, Distrito Azuay A. Las reuniones en las Iglesias locales alrededor del mundo tienen lugar todos los días sábados del año, incluyendo un día entre semana, y actividades los domingos.

1.3.1 Actividades de Adoración

Dentro del culto de adoración de los días sábados que en nuestra ciudad comienza a las 9 am y termina al medio día, incluye el resumen del estudio bíblico dirigido un maestro, basado en guías de estudio de la Biblia (Ver Anexo 1), que los miembros deben realizar en sus hogares, todos los días. A este resumen de estudio bíblico se lo ha denominado "Escuela Sabática". (Anexo 6: Textos de Escuela Sabática)

Luego de finalizada la "Escuela Sabática" se procede al culto formal en donde un predicador expone un tema de su investigación. En la tarde se realiza el "Culto Joven", un programa preparado por los jóvenes para toda la Iglesia, posee un formato más informal pero no por ello menos reverente.

El J.A. (programa juvenil) tiene su propia directiva y su formato, además una parte del presupuesto de la Iglesia se designa a las actividades de J.A. que realicen los muchachos. Existen varios departamentos dentro de la organización de la Iglesia Adventista, en los cuales no nos detendremos porque no tiene que ver con el target al cual me dirijo en el presente proyecto.

Los domingos se realizan actividades recreativas para jóvenes denominado “El Club de Conquistadores”. El Club de Conquistadores es una organización mundial, patrocinada y dirigida por la Iglesia Adventista del Séptimo Día, con ideales bien definidos que contribuyen a desarrollar en sus miembros un carácter noble y una buena ciudadanía; sustentando sus principios en el amor a Dios sobre todas las cosas y en el amor a su prójimo.

Los Conquistadores son niños y jóvenes entre los 10 y 15 años de edad. Desarrollan en forma armoniosa las facultades físicas, mentales, espirituales y sociales, dentro de un programa integral adaptado a sus respectivas edades.

Estas áreas son desarrolladas en las reuniones semanales que cumplen los Conquistadores. Entre otras actividades que realizan se destacan: campamentos, desfiles públicos, ferias, fogatas, exposiciones, camporís, primeros auxilios, nudos, devocionales, investiduras, asistencia social, etc.

1.3.2 Submarcas

La iglesia Adventista la he denominado la marca “paraguas” bajo la cual se albergan las “submarcas”: J.A (Jóvenes Adventistas), Ministerio de la Mujer, Club de Conquistadores. Las submarcas de J.A y Club de Conquistadores compiten al presente proyecto, pues están dirigidos al público objetivo.



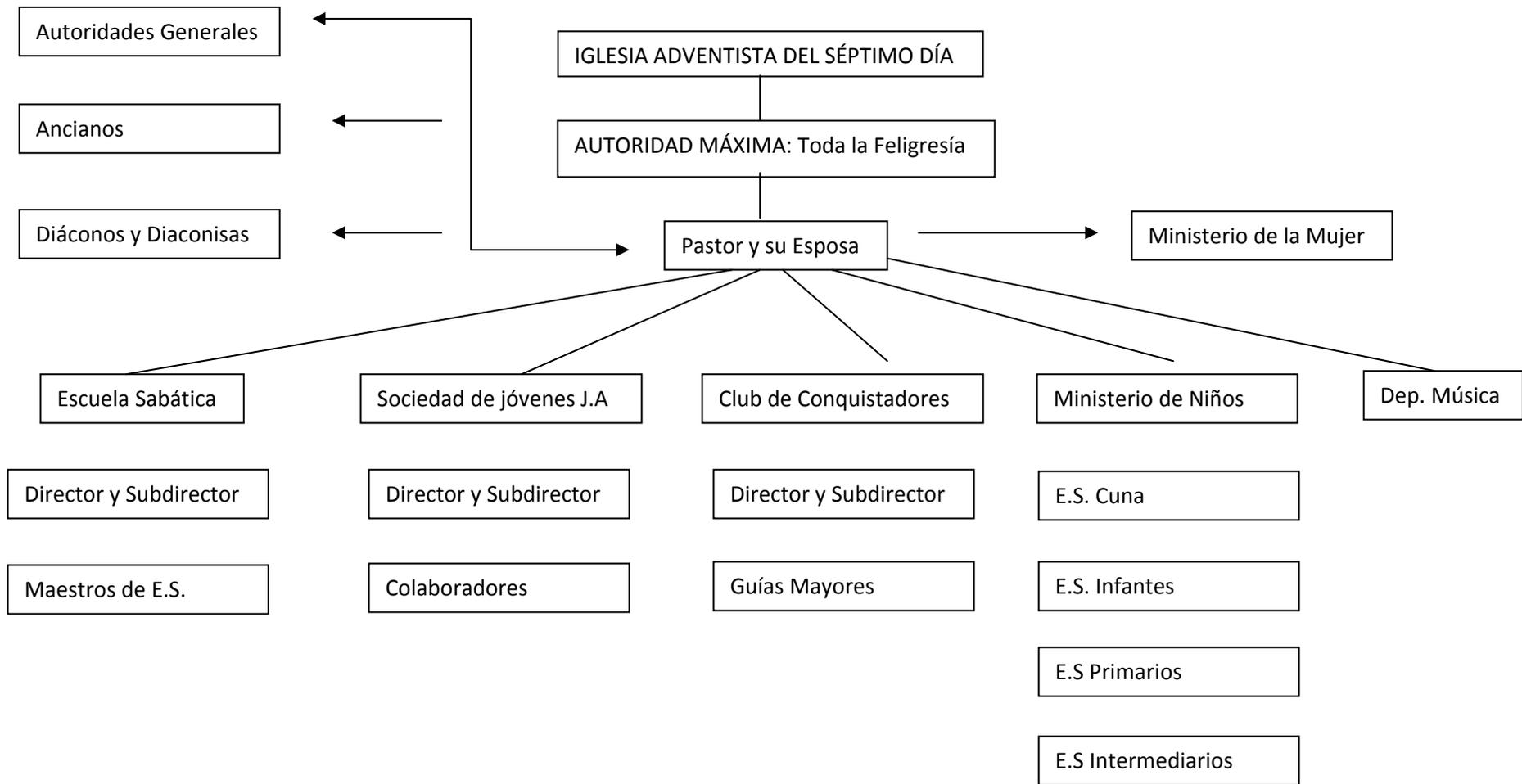
1.3.3 Organigrama

Como toda organización Iglesia adventista tiene sus líderes que antes que una autoridad son considerados guías y responsables de las iglesias. Los pastores son dirigentes que guían a los distritos y rotan cada dos o cuatro años dependiendo de su adaptación y acogida.

Para ejercer el cargo de Pastor, es necesario contar con un título de Teólogo entregado a la culminación de cuatro años de estudios teológicos en una universidad adventista de cualquier parte del mundo. Como en cualquier carrera se puede ejercer la profesión luego de graduados y si es necesario realizar alguna especialización o postgrado. Un pastor debe contraer nupcias con una mujer consagrada a la obra pastoral pues ella será quien dirigirá al Ministerio de la Mujer.

De esta manera se cumple el principio bíblico que los guías de la Iglesia serán personas que primero sepan gobernar su casa para poder gobernar una iglesia. La misma situación ocurre con los Ancianos de la Iglesia quienes deben ser personas correctas en palabra y práctica, y no necesariamente necesitan tener estudios de teología. Los ancianos son los representantes del Pastor cuando el no se encuentre por algún motivo.

El resto de cargos directivos dentro de la Iglesia son elegidos por la Junta Administrativa, máxima autoridad de la Iglesia, dicha junta está integrada por toda la feligresía de una iglesia y cada miembro tiene voz y voto. Cabe recalcar que todo los cargos son sometidos a la Junta Administrativa para su aprobación o rechazo, dependiendo de si lleva una vida ordenada y fiel a Dios.



CAPÍTULO 2

2.1 RELACIÓN Y DIFERENCIACIÓN ENTRE MERCADEO SOCIAL, MERCADEO COMERCIAL Y MERCADEO RELIGIOSO.

2.1.1 Mercadeo Social

“El marketing social se construye alrededor del conocimiento obtenido en las prácticas empresariales: el establecimiento de objetivos medibles, la investigación sobre las necesidades humanas, la adscripción de productos a grupos especializados de consumidores, la tecnología del posicionamiento del productos ajustados a las necesidades y los deseos humanos y la comunicación eficaz de sus beneficios, la vigilancia constante de los cambios en el entorno y la capacidad de adaptarse al cambio.”¹

Es decir el Marketing Social se basa en el Marketing de un producto con la diferencia que todas las estrategias están concentradas en producir un cambio masivo de una sociedad.

El marketing social requiere el conocimiento de cada grupo de adoptantes objetivo, incluyendo sus:

1. Características socio-demográficas (atributos externos de clase social, renta, educación, edad, dimensión familiar y otros);
2. Perfil psicológico (atributos internos como actitudes, valores, motivación y personalidad), y
3. Características de conducta (esquemas de conducta, hábitos de compra y características de toma de decisión).

¹ KOTLER, Philip Roberto, Estrategias para cambiar la conducta pública, 1991, Pág. 25.

2.1.2 Marketing Comercial

“Marketing o Mercadotecnia, conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del consumidor.

Con el fin de descubrir cuáles son éstas, se utilizan los conocimientos del marketing. Al principio se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir, la actividad de mercadotecnia era posterior a la producción del bien y sólo pretendía fomentar las ventas de un producto final. Ahora, el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción; entre éstas, cabe destacar la investigación de mercados y el diseño, desarrollo y prueba del producto final.”²

El marketing comercial como su propia palabra lo expresa se refiere lograr el posicionamiento de un producto o servicio comercial en la mente de los consumidores o clientes potenciales del mismo.

2.1.3 Marketing Religioso

Si bien no existe una amplia bibliografía acerca de este tema según Carolina Rivera F. en su libro *Diversidad religiosa y conflicto en Chiapas* (México, 2005), la población protestante crece vertiginosamente y nos lleva a hablar sobre la mercantilización de lo sagrado, ofertas o consumo de bienes simbólicos y por

² Microsoft © Encarta © 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

supuesto del marketing religioso.³ Esta autora nos comenta que las religiones se muestran como una “alternativa” para consumidores con fe.

Los tres tipos de marketing antes mencionados se relacionan y poseen como característica común el posicionamiento ya sea de un producto, campaña o idea religiosa, pero la diferencia radica en el mensaje que se transmite y los pasos que se siguen para lograr dicho posicionamiento en la mente del consumidor y en nuestro caso específico en la mente del adolescente adventista.

2.2 PLANIFICADORES DE ESTRATEGIAS

Según la publicación, Investigaciones de la Publicidad, “un planificador de estrategia debe discernir no solo quién compra marcas específicas, sino también por qué”⁴. Previo a plantear estrategias de comunicación se debe comprender las motivaciones que tienen los hombres para adoptar una religión en su vida, las necesidad de Dios que los impulsa a cambiar sus hábitos y lo más importante, entender cuál es la actividad que los mantiene vivos dentro de una Iglesia, es decir la característica o don que podrían explotar en sus vidas para el bien de ellos y de los miembros de la feligresía.

Al conocer el factor motivador se podrá plantear las estrategias de comunicación que potencializarán a una persona como un miembro activo y seguro, una persona que regrese cada semana al Templo con la confianza de encontrar la satisfacción de aquellas necesidades espirituales que le llevaron a él. “Los planificadores emprenden y revisan investigaciones y participan en el proceso creativo. En algunas ocasiones el planificador es considerado un vocero del consumidor. La planeación de cuenta desempeña una función crucial cuando se desarrolla la estrategia porque la impulsa desde el punto de vista del consumidor. Cuando se

³ RIVERA, Carolina, Diversidad religiosa y conflicto en Chiapas: Intereses, utopías y realidades, UNAM, 1991, México, Pág. 95

⁴ RUSELL, J. Thomas; LINEW, Ronald, Kleppner Publicidad, Pearsum Prentise Hall, 14 va. Edición, 2001, Pág. 425.

difunde el trabajo, vigilan a fondo el efecto que produce, con la intención de mejorarlo la próxima vez”⁵.

Del párrafo anterior, podemos decir que una buena estrategia dentro de cualquier organización es una herramienta efectiva de los líderes, viendo al líder como aquella persona ejemplo y capaz de motivar al resto de las personas. Es por esto que la planificación debe enfocarse en la comunidad pues un buen líder estará siempre preocupado por sus amigos.

De la misma manera, en el presente proyecto se originará la motivación buscando en los jóvenes los aspectos que influyen a continuar en la Iglesia y ayudarlo a desarrollar sus aptitudes. En el proceso creativo la comunicación juega un papel crucial, puesto que el mensaje que se quiera comunicar debe ser claro y verdadero. “Aprender de los errores” para un cristiano es algo muy importante y para los adolescentes debería convertirse en una regla de oro.

2.4 CIENCIAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD.

2.4.1 Antropología

Los antropólogos han encontrado que ciertas necesidades y actividades son comunes a todo el mundo. Los adornos para el cuerpo, la cocina, el cortejo, los tabúes respecto a alimentos, los regalos, el idioma, el matrimonio, la posición social, las relaciones sexuales y las supersticiones están presentes en todas las sociedades, a pesar de que cada sociedad tiene sus tradiciones y adjudica a éstas sus propios valores.

Según el Diccionario Enciclopédico Salvat la religión es un producto de diversos grupos humanos, y sus características y evolución se encuentran íntimamente

⁵ RUSELL, J. Thomas; LINEW, Ronald, Kleppner Publicidad, Pearsum Prentise Hall, 14 va. Edición, 2001, pág. 427

ligadas a las de la cultura en cuyo seno florece. De aquí la dificultad en hallar una definición universalmente válida y, en consecuencia, la inadecuación de las diversas clasificaciones que se proponen.⁶

Debido al conflicto expuesto en el párrafo anterior, la gran utilidad de estrategias de comunicación dirigidas hacia la juventud adventista se evidencia, puesto que ayudarán al miembro de la Iglesia a consolidar sus creencias y participar activamente de las mismas.

2.4.2 Geomarketing

El geomarketing permite a los anunciantes usar estas diferencias culturales en subgrupos. Es decir, el geomarketing nos permite conocer las costumbres de cada región, pues no es lo mismo desarrollar un producto y comercializarlo en China que hacerlo en Ecuador.

Esta ciencia nos ayuda a desarrollar materiales creativos para cada región cultural y es aplicable para la ciudad de Cuenca diferente en cultura a las ciudades de la Región Costa y hasta de ciudades similares como Quito.

2.3.3 Sociología

La sociología estudia la estructura y la función de los sistemas ordenados del comportamiento. Viene de la música, la política, los viajes y de Internet. Se desarrolla en cualquier lugar. Por otro lado, las modas pasajeras son como una pasión amorosa, que se enciende en seguida con ardor, pero que muere rápidamente y, con frecuencia, deja un sabor amargo. Las tendencias son producto de la sociedad. Reflejan los cambios de nuestras actitudes, conductas y valores.

⁶ SALVAT, Editores S.A, Diccionario Enciclopédico Salvat, Impresiones Gráficas Estellas S.A, Barcelona, 1985, Tomo 23, Pág. 3193

Se dividen en dos:

- Las macrotendencias se refieren a los “asuntos grandes”: a nuestras definiciones de felicidad, éxito, realización. Las macrotendencias derivan la forma de pensar de las personas. Surgen cuando la gente no está satisfecha con el status quo, con su vida personal ni con la sociedad.
- Las microtendencias son los detalles del panorama mayor. Son las manifestaciones tangibles de las macrotendencias en la moda, la música y las actividades y las actividades deportivas. Por lo general son los jóvenes los que establecen las tendencias, pero no todos los jóvenes las establecen.

Dentro de la sociología encontramos *el Análisis de los Cohortes*:

Es una técnica de investigación en donde los mercadólogos tienen acceso a los valores y las preferencias que los consumidores han tenido toda su vida y desarrollan estrategias actuales para los productos que ellos usarán más adelante en la vida. Son generaciones de personas que han nacido en el mismo año y tienen los mismos valores básicos. El análisis de los cohortes combina datos y enriquece el perfil del consumidor porque estudia el pasado y también el presente. Existe cuatro grupos, cada grupo está evolucionando y madurando:

- Los tradicionales: Aplican la sabiduría
- Los de transición: Leales a las marcas
- Los retadores: Buscan información antes de comprar
- Los de la era espacial: Cree en la calidad irrestricta, son materialistas. Realizan compras emocionales, simplemente actúan.

La aplicación de esta ciencia respecto al tema que nos concierne es el enfoque de las microtendencias, porque se ha dicho que son precisamente los jóvenes quienes establecen las tendencias, sobre todo los adolescentes que no ven en sus padres el modelo a seguir sino más bien se identifican con otra clase de personaje y crean una identidad propia.

2.3.6 Psicología

Estudia la conducta humana y sus causas. Tres conceptos psicológicas importantes para la conducta de los consumidores son la motivación, la cognición y el aprendizaje.

Los valores y los estilos de vida: Están destinados para predecir la conducta de los consumidores mediante perfiles de las actitudes de los consumidores:

- Los realizadores: La imagen es importante para ellos como una prueba de su buen gusto
- Los satisfechos: Basan sus decisiones en principios sólidos, son seguros de sí mismos
- Los creyentes: Personas conservadoras y convencionales. Basadas en los códigos de: la familia, la iglesia, la comunidad y la nación.
- Los logradores: Orientadas al trabajo y tienen carreras exitosas.
- Los competidores: Los competidores buscan motivación, autodefinición y aprobación del mundo que los rodea. Inseguros de sí mismos.
- Los hacedores: Habilidades constructivas y conceden valor a la autosuficiencia.
- Los luchadores: Sus principales preocupaciones son la seguridad y la tranquilidad. Consumidores cautelosos.

Los jóvenes objeto de estudio poseen características de algunos de los perfiles de las actitudes pero como muchachos prevalecen más unos que otros. En realidad, estos perfiles se refieren más a un tipo de persona que a la definición de un grupo específico, por eso un joven podría enlistarse en cualquiera de las clases anteriormente descritas.

2.3.7 Marketing y BTL

El término marketing y su connotación comercial podría ser difícilmente asimilado con religión y cristianismo. Pero el marketing y sus estrategias, utilizados correctamente, son con seguridad la mejor arma para dar a conocer y posicionar ideas y creencias.

Mediante el estudio del marketing podemos ver claramente que los mercadólogos tratan de darle una personalidad al producto y no solo vender un producto sino una marca. Dentro del presente proyecto se enlistará estrategias que tratarán de posicionar la marca “adventista” en la mente de los adolescentes.

El BTL “(Below the line) es la expresión inglesa que denomina a toda actividad de comunicación comercial que no es la publicidad convencional, como: promociones, RRPP, telemarketing, marketing directo, marketing en Internet, PLV, anuarios y guías, patrocinios y mecenazgos, señalización y rótulos, ferias y exposiciones, regalos y objetos publicitarios, etc.”⁷ EL BTL podría formar una herramienta de interacción inmediata con el adolescente y aportar con claves para desarrollar el acercamiento de la Iglesia y su entorno.

2.3.6 Relaciones públicas y free press

Un buen departamento de comunicaciones tiene como prioridad las Relaciones Públicas, entendidas éstas como la función directiva que evalúa actitudes públicas, identifica políticas y procedimientos de un individuo o una organización con el interés del público interno y externo, para planificar y ejecutar un plan de acción con el fin de obtener la comprensión y aceptación del público.

⁷ Disponible en World Wide Web:

http://books.google.com.ec/books?id=Tu9OvAJxrRAC&dq=Below+the+line+%2B+Marketing&lr=&source=gbs_summary_s&cad=0

Se deberá aportar con un buen plan de RR.PP. que acompañe todas las acciones con una planificación previa especialmente las actividades externas, como labor social y eventos.

El free press, obtención de publicaciones en medios de comunicación por gestión de la empresa u organización sin costo de pauta, muchas veces ha sido denominado un sinónimo de Relaciones públicas pero el término es más bien una función de las mismas. Las RR.PP. son medibles a largo plazo, cuando medimos el free press obtenemos resultados de manera inmediata.

CAPÍTULO 3

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 Objetivo General:

Desarrollar estrategias para que los adolescentes de 11 a 22 años, hijos de los hogares de la iglesia Adventistas logren identificación y fidelidad a la iglesia.

3.3.2 Objetivos Específicos:

Si bien el objetivo general engloba la finalidad del proyecto, se han definido tres objetivos específicos.

- Investigar cómo ven se sienten los adolescentes dentro de la Iglesia.
- Plantear un plan de posicionamiento de la Iglesia en la mente de los adolescentes.
- Desarrollar estrategias de BTL para posicionar la marca “Adventistas del Séptimo Día” en la mente de los adolescentes de la iglesia.

3.4 METODOLOGÍA

Para el estudio se ha dividido en la utilización de un método cualitativo y otro cuantitativo.

3.4.1 Método Cuantitativo

Se realizaron cinco entrevistas en profundidad divididas de la siguiente manera:

- Dos entrevista en Totoracocha (La iglesia con más juventud)
- Una entrevista en Lamar, Sur y Ricaurte respectivamente.

3.2.2 Método Cualitativo

A partir de los resultados de la investigación cualitativa se procedió a realizar una encuesta para los jóvenes. (Ver anexo 1)

3.4.2 Recopilación de Base de datos.

Mediante un cuestionario aplicado a los padres de familia, recopilar una base de datos sobre los miembros actuales asistentes a las cuatro iglesias de Cuenca, se pedirá información acerca de:

- Nombres y apellidos
- Dirección actual
- Teléfonos de contacto
- Ocupación (teléfonos de contacto en el trabajo)
- Estado civil
- Mail
- Numero de Hijos en el caso de ser casado
- Edad de los hijos
- Actividades a las que se dedican los hijos

CAPÍTULO 4

4.1 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1.1 Método Cualitativo

El método de entrevista en profundidad permitió a los jóvenes expresar sus ideas y pensamientos sin complicaciones y con total fluidez, cosa que no hubiese ocurrido con un grupo focal debido a que todos los jóvenes de la Iglesia local se conocen y lo recomendable en una entrevista grupal es que los asistentes sean en su mayoría desconocidos. De esta manera se evita que sean influenciados por los amigos.

(Anexo 3: Resultados de las Entrevistas en Profundidad)

Las preguntas utilizadas para la entrevista en profundidad, fueron las siguientes:

- Nombre
- Edad
- ¿Desde cuándo eres Adventista?
- ¿Qué significa para ti pertenecer a la Iglesia Adventista?
- ¿Qué dificultades encuentras en tu vida social por el hecho de pertenecer a la Iglesia Adventista?
- ¿Qué aspectos positivos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?
- ¿Qué aspectos negativos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?
- ¿Qué situaciones te incomodan cuando asistes a la Iglesia?
- ¿Te sientes conforme asistiendo a la Iglesia?
- ¿Cuántos de tus amigos saben que eres adventista?
- Has sentido algún rechazo social por ser adventista? Explícame
- ¿Has sentido algún rechazo en tu vida laboral por ser adventista? Explícame
- ¿Qué es lo que más te gusta de pertenecer a esta iglesia?
- ¿Qué es lo que menos te gusta de pertenecer a esta iglesia?
- ¿Qué aspectos cambiarías de la Iglesia?
- ¿Consideras que existe una buena comunicación entre las Iglesias Adventistas de Cuenca?

- ¿Sientes algún problema con otra Iglesia de otra religión? ¿Con cuál?
- ¿Qué expectativas tienes con esta Iglesia Adventista?
- ¿Te sientes aceptado en la Iglesia?
- ¿Sientes que eres una persona importante para el convivir con los hermanos de la Iglesia?

4.1.1.2 Conclusiones de las entrevistas en profundidad

- a) Después de analizar las respuestas que los cinco jóvenes entrevistados dieron a las preguntas realizadas en las entrevistas se llegó a las siguientes conclusiones:
- b) La mayoría de adolescentes nacieron dentro de la iglesia y fueron educados con las normas adventistas.
- c) Los jóvenes entrevistados se sienten conformes y aceptados dentro de la Iglesia a pesar de que sufren rechazos de parte de sus amigos que no son adventistas. Son felices porque sienten especiales para Dios, para su familia y su Iglesia.
- d) Los verdaderos amigos de los jóvenes están dentro de la Iglesia, porque con ellos comparten su fe y actividades.
- e) En una de las respuestas, cuando se preguntó acerca de los aspectos positivos dentro de la iglesia respondieron que existen muchas oportunidades, si eres fiel a Dios tienes mayores oportunidades en todos los aspectos, en el trabajo, en el estudio.
- f) Los aspectos que los incomodan dentro de la Iglesia son: Que algunos adultos no dan la suficiente libertad a los jóvenes para realizar actividades, la falta de apoyo percibida, la desunión,
- g) La iglesia es pequeña y por lo tanto todos se enteran de todo, de las cosas buenas pero también de las malas.
- h) Un joven adventista se siente presionado a ser un ejemplo en la sociedad, a estudiar en el colegio pero también la Biblia, a mostrar principios.

- i) Una joven líder nos comentó que la unificación de los jóvenes es un proyecto. “Los jóvenes son los pilares de la Iglesia, me gustaría que se unificaran profesionalmente, sentimentalmente, no porque pertenecemos a la iglesia no significa que estamos expuestos a todo, que las personas sean más conscientes en lo que hacen, no solo entrar a la iglesia a buscar enamorada, eso a mi no me parece”.

4.2 MÉTODO CUANTITATIVO

A partir del análisis del Método Cualitativo se procedió a realizar una encuesta basada en las mismas preguntas de la entrevista en profundidad con opciones, (ver Anexo 1: Formato de Encuesta), para evaluar percepciones, gustos, disgustos, materiales que les agrada a los jóvenes y actividades en las que se desempeñan mejor para aprovecharlas dentro de la Iglesia.

4.2.1 Muestra

Para realizar las encuestas se eligió a la totalidad del universo que en este caso también corresponde a la muestra pues es un universo finito con pocos participantes.

A continuación presento los resultados del análisis cuantitativo, cabe recalcar que los títulos y subtítulos de las tablas se encuentran en inglés debido al programa utilizado para realizar la tabulación.

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hombres	10	37,0	37,0	37,0
	Mujeres	17	63,0	63,0	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Las mujeres representan un 30% más que los hombres en este target.

Edad

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 12	2	7,4	7,4	7,4
13	8	29,6	29,6	37,0
14	3	11,1	11,1	48,1
15	1	3,7	3,7	51,9
18	7	25,9	25,9	77,8
19	2	7,4	7,4	85,2
21	1	3,7	3,7	88,9
22	3	11,1	11,1	100,0
Total	27	100,0	100,0	

¿Desde cuándo eres Adventista?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Desde que nací	13	48,1	52,0	52,0
Me bautice hace 1 año	4	14,8	16,0	68,0
Me bautice hace 10 años	7	25,9	28,0	96,0
Me bautice hace más de 15 años	1	3,7	4,0	100,0
Total	25	92,6	100,0	
Missing 88	2	7,4		
Total	27	100,0		

Trece de los 27 jóvenes nacieron en hogares adventistas, seguido de los que tienen por lo menos diez años en la Iglesia. Lo que denota que sus familias y amigos se encuentran en la Iglesia y sus padres han logrado una influencia positiva en sus vidas.

¿Qué significa para ti pertenecer a la Iglesia Adventista?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Guardar los principios de Dios	11	40,7	40,7	40,7
Predicar la palabra de Dios	11	40,7	40,7	81,5
Ayudar a los demás a través de Cristo	5	18,5	18,5	100,0
Total	27	100,0	100,0	

A pesar de que “ayudar a los demás a través de Cristo” se encuentra la mitad de puntos debajo de las otras opciones, es un dato importante que muestra que se debe trabajar más sobre este aspecto.

¿Qué dificultades encuentras en tu vida social por el hecho de pertenecer a la Iglesia Adventista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No te invitan a reuniones sociales	9	33,3	33,3	33,3
	No asistes a eventos los días sábados	14	51,9	51,9	85,2
	Sientes rechazo de tus compañeros	4	14,8	14,8	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Al ser una iglesia guarda el día Sábado para la adoración religiosa, los jóvenes no se incluyen dentro de los eventos del resto de jóvenes de su misma edad. Más bien cultivan a sus amistades dentro de la Iglesia y comparten además de la vida espiritual, la vida social entre ellos.

¿Qué aspectos positivos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	La salvación	11	40,7	40,7	40,7
	Conocer más de Dios cada día	13	48,1	48,1	88,9
	Hacer amigos que piensan igual y mantienen los mismos principios	3	11,1	11,1	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

La mayoría de muchachos piensan que la Iglesia los ayuda en su relación con Dios. Es un dato importante pues el posicionamiento comienza por el conocimiento.

¿Qué aspectos negativos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Los hermanos son chismosos	3	11,1	11,1	11,1
Le toman demasiada importancia a Elena G de White	9	33,3	33,3	44,4
Ningún aspecto negativo	6	22,2	22,2	66,7
Los líderes no comentan sobre los proyectos	5	18,5	18,5	85,2
Falta de compromiso y apoyo de los jóvenes	4	14,8	14,8	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Los jóvenes piensan que se le da demasiada importancia a los consejos de la Señora White, debido a la falta de conocimiento respecto al tema.

¿Te sientes conforme asistiendo a la Iglesia?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid muy poco	1	3,7	3,7	3,7
poco	1	3,7	3,7	7,4
bastante	9	33,3	33,3	40,7
conforme	9	33,3	33,3	74,1
completamente conforme	7	25,9	25,9	100,0
Total	27	100,0	100,0	

El grado de conformidad es alto, lo que indica que a pesar de las influencias externas los jóvenes se encuentran felices de pertenecer a la misma.

¿Qué aspectos cambiarías de la Iglesia?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Los malos ánimos de la gente	9	33,3	33,3	33,3
Que existan más actividades	5	18,5	18,5	51,9
Todo esta bien	4	14,8	14,8	66,7
Que existan más actividades de Lunes a Viernes	9	33,3	33,3	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Los jóvenes son vida y alegría, se sienten incómodos ante algunas personas que por ser adultas no poseen el mismo grado de actividad y dinamismo. Las estrategias deberían enfocarse a lograr que los adolescentes contagien su alegría al resto de personas.

¿Cuántos de tus amigos (que no están en la iglesia) saben que eres adventista?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ninguno	2	7,4	7,4	7,4
Muy pocos	19	70,4	70,4	77,8
Todos	6	22,2	22,2	100,0
Total	27	100,0	100,0	

¿Porqué ninguno o muy pocos de tus amigos saben que eres Adventista?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No le he dado importancia	8	29,6	38,1	38,1
Simply no les he contado	13	48,1	61,9	100,0
Total	21	77,8	100,0	
Missing System	6	22,2		
Total	27	100,0		

La mayoría de los encuestados no han comentado a sus amigos y compañeros no adventistas acerca de sus prácticas cristianas. Aunque parece contradictorio a la conformidad de pertenecer a la Iglesia, la explicación “simplemente no les he contado” da la pauta que ratifica que los amigos verdaderos de los jóvenes están en la congregación y por eso no les preocupa comentarles.

Otra opción puede ser la presión bajo la cual se sienten al contarles que son cristianos, estarían obligados a ser un ejemplo.

¿Qué es lo que más te gusta de pertenecer a esta iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	El apoyo de los hermanos	2	7,4	7,7	7,7
	El ser obediente a Dios	9	33,3	34,6	42,3
	Los amigos que tengo acá	2	7,4	7,7	50,0
	Los programas del J.A	6	22,2	23,1	73,1
	Club de Conquistadores	4	14,8	15,4	88,5
	Otro	3	11,1	11,5	100,0
	Total	26	96,3	100,0	
Missing	88	1	3,7		
Total		27	100,0		

La obediencia a Dios es un aspecto significativo dentro de la investigación pues manifiesta que los jóvenes son personas dóciles con Dios y con sus padres. En esta edad es muy difícil lograr que los adolescentes sean disciplinados, la tendencia mundial señala una conducta rebelde.

Los programas J.A. y el Club de Conquistadores poseen una importante votación. Se debería continuar incentivando estas actividades.

¿Consideras que existe una buena comunicación entre las Iglesias Adventistas de Cuenca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mala	7	25,9	28,0	28,0
	Buena	13	48,1	52,0	80,0
	Muy buena	3	11,1	12,0	92,0
	Excelente	2	7,4	8,0	100,0
	Total	25	92,6	100,0	
Missing	88	2	7,4		
Total		27	100,0		

Se debe trabajar en la información entre Iglesias locales, RRPP y actividades que unan a los jóvenes de cada iglesia.

¿Qué es lo que menos te gusta de pertenecer a esta iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Las discusiones de los hermanos	8	29,6	29,6	29,6
	Los chismes que se dicen	14	51,9	51,9	81,5
	Todo me gusta	5	18,5	18,5	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

El tema del chisme es una cuestión a nivel general, se debería trabajar estrategias y actividades que cambien una actitud en todos los segmentos.

¿Consideras que existe una buena comunicación entre LA IGLESIA (directores) y los hermanos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy poca comunicación	2	7,4	8,0	8,0
	Comunicación regular	10	37,0	40,0	48,0
	Buena Comunicación	11	40,7	44,0	92,0
	Excelente comunicación	2	7,4	8,0	100,0
	Total	25	92,6	100,0	
Missing	88	2	7,4		
Total		27	100,0		

¿Sientes algún problema con alguna otra Iglesia Adventista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lamar	9	33,3	100,0	100,0
Missing	88	18	66,7		
Total		27	100,0		

Aunque la comunicación tiene una buena calificación, se sienten algunos problemas especialmente con los muchachos de la Iglesia Lamar.

¿Te sientes aceptado en la Iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Regular	5	18,5	18,5	18,5
	Bastante	13	48,1	48,1	66,7
	Completamente aceptado	9	33,3	33,3	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Sentirse aceptado dentro de un grupo es substancial para la autoestima de un adolescente. Las actividades deberían motivar este aspecto de la vida de un joven.

¿te sientes informado de las actividades que realiza la Iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Poco informado	10	37,0	37,0	37,0
	Informado	17	63,0	63,0	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

A pesar de que la variable “informado” tiene una ventaja de 7 puntos sobre “poco informado”, se debe trabajar para mantener a todos correctamente informados.

¿Sientes que eres una persona importante para el convivir con los hermanos de la Iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Regular	6	22,2	24,0	24,0
	No tan importante	9	33,3	36,0	60,0
	Importante	10	37,0	40,0	100,0
	Total	25	92,6	100,0	
Missing	88	2	7,4		
Total		27	100,0		

Si un joven no se siente valorado por sus semejantes, fácilmente abandonará el barco y se subirá en uno donde lo tomen en cuenta.

¿Qué consideras que se debería cambiar en la Iglesia para que sea más aceptada y conocida en la ciudad de Cuenca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Más actividades sociales	13	48,1	48,1	48,1
	Menos prejuicios en la iglesia	2	7,4	7,4	55,6
	Más libertad para emprender proyectos	11	40,7	40,7	96,3
	Todo está bien	1	3,7	3,7	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

No podemos negar que a los muchachos les encanta las actividades, sean estas espirituales o sociales, mantenerlos activos es una excelente estrategia.

¿Qué consideras que haces mejor en la iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cantar	6	22,2	23,1	23,1
	Tocar algún instrumento	3	11,1	11,5	34,6
	Ayudar a los demás	7	25,9	26,9	61,5
	Organizar eventos o programas	4	14,8	15,4	76,9
	6	6	22,2	23,1	100,0
	Total	26	96,3	100,0	
Missing	88	1	3,7		
Total		27	100,0		

Todas las variables de esta pregunta son relevantes debido a que indican las aptitudes de los adolescentes, aquellas actividades que se sienten mejor de realizar.

¿Qué materiales te gustaría recibir en la Iglesia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Revistas	11	40,7	40,7	40,7
	Libros	7	25,9	25,9	66,7
	Agendas adventistas	9	33,3	33,3	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

La iglesia posee gran material de lectura entre ellos revistas, libros y folletos. Hace falta dar a conocer la manera de adquirir estos materiales, incentivar la compra por parte de los padres (económicamente activos) de libros y revistas para sus hijos.

Las agendas adventistas no existen en la ciudad de Cuenca y serían innovadoras como parte de una táctica de marketing.

CAPÍTULO 5

5.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR

Como en política, una denominación religiosa contiene un conjunto de ideas, reglamentos, líderes, distintivos y seguidores. Es precisamente en dónde parte la estrategia que se planteará, si bien cada denominación religiosa cristiana cree en un mismo Dios, las creencias acerca de cómo adorar varía una religión a otra.

De acuerdo al análisis realizado notamos una gran influencia de los padres y la familia hacia los jóvenes, pues la mayoría de ellos nacieron dentro de hogares adventistas y fueron traídos desde pequeños a la Iglesia. Aquellos jóvenes que no son adventista de nacimiento asisten actualmente a la iglesia en compañía de sus familias.

Para reforzar el trabajo de educación religiosa que los padres han brindado a sus hijos, la Iglesia debería utilizar la enseñanza como fortaleza, pues una persona instruida en un tema difícilmente será influenciada por cualquier teoría o tendencia. El conocimiento promueve la investigación previa a cualquier cambio de decisión.

5.1.1 Táctica de enseñanza para posicionar: Concurso

A los jóvenes les gusta los retos, y un concurso es una excelente motivación para que aprendan sobre la doctrina de la Iglesia, sin parecer que se los presiona u obliga.

El concurso puede ser un evento efectuado de manera similar que el popular programa concurso “Quien quiere ser millonario”. El mismo que no produce

rivalidad entre participantes pues solo aquellas personas que haya aprobado la fase de selección podrán concursar el día del evento. El concurso propondría ciertos temas conocimientos bíblicos tales como:

- Historia de personajes bíblicos
- Fechas de acontecimientos importantes
- Estudio de los cuatro evangelios
- Datos y significados de palabras
- Genealogía bíblica
- Apocalipsis y sus símbolos
- Historia y fundadores de la iglesia
- Versículos de memoria.
- Libro leído, escogido para el concurso

5.1.1.1 Antecedentes: Dentro del programa de J.A existe un espacio de concursos bíblicos los mismos que gozan de gran acogida por parte de jóvenes y adultos. Obviamente por ser solamente una parte del programa es de corta duración. Los concursos despiertan interés y son una manera dinámica y divertida de motivar el estudio bíblico.

5.1.1.2 Objetivo del Concurso: Despertar el interés del target en estudiar la Biblia y la historia de la Iglesia Adventista.

5.1.1.3 Categorías: Se propone crear categorías por edades para que los participantes estén en igualdad de condiciones. Las categorías serían las siguientes:

- De 11 a 13 años
- De 14 a 17 años
- De 18 a 22 años

5.1.1.4 Selección de Participantes: Todos los adolescentes de las cuatro iglesias de Cuenca pueden participar y entrar al proceso de selección. Tendrán un pequeño periodo de preparación (2 semanas) antes de la selección, pues los temas propuestos para el concurso son tópicos muy comunes en la Iglesia.

Para la selección se someterá al adolescente a un cuestionario en donde el máximo de errores cometidos serán tres. En caso de aprobada esta primera prueba se los invitará a participar el día del evento.

Inscribirse en el concurso tendría un costo significativo para solventar gastos publicitarios y el resto de gastos serían solventados por auspiciantes.

5.1.1.5 Concepto y Estructura

Concepto del Concurso: Demuestra que sabes lo que practicas.

Nombre del Concurso: ¿Quién quiere ser Bibliionario?

Copy: Un concurso de conocimientos y fe.

5.1.1.6 Modalidad del Concurso:

Un moderador realizará preguntas de opción múltiple (cuatro opciones) y el concursante debe responder correctamente para pasar a la siguiente pregunta. La dificultad es en forma ascendente, de modo que la primera pregunta tiene un grado de dificultad reducido y la última uno muy elevado.

En caso de tener dudas, el concursante tiene derecho a tres comodines: Una pregunta a una persona del público, la opción del cincuenta – cincuenta es decir

que se eliminen dos de las cuatro posibilidades y queden dos posibilidades y el tercer comodín es una pista adicional acerca de la respuesta correcta.

5.1.1.7 Premios: Dependerá de los auspiciantes pero podría ser un años de suscripción a la Revista Adventista, un viaje sin costo para un campamento, etc.

5.1.1.8 Etapa de Expectativa: En esta etapa se desarrollará afiches publicitarios que serán colocados en las respectivas carteleras de las cuatro iglesias, en los callejones, los baños y las clases de niños.

Además se presentará un video de expectativa con preguntas interesantes y al final la frase: "Joven, pronto podrás demostrar lo que sabes". El video se pasará durante la hora de los anuncios en la mañana, y en cualquier lugar del programa J.A.

5.1.1.9 Lanzamiento: Se lanzará el material publicitario con el nombre del Concurso y el copy. Se realizará menciones dentro de los anuncios en la mañana y en el programa J.A, material audio visual invitando al concurso. (Anexo 4: Afiche publicitario para promocionar Concurso)

Entrega de mailings con la información completa y detallada de los requisitos y bases del concurso.

5.1.1.10 Detalles del Evento:

El concurso tendrá lugar en una de las Iglesias. Contaremos con un moderador y presentador el mismo que realizará las preguntas. Todos los seleccionados se ubicarán en un lugar preferencial y se aplicará el método de rapidez bíblica, es decir el moderador dictará un texto bíblico que deberá ser buscado en la Biblia. El concursante que más rápido encuentre el texto pasará al concurso como tal.

Previo a la realización del concurso, los grupos de la iglesia ofrecerán canciones para el público asistente. Se podría realizar tres citas, es decir una por categoría.

Recursos humanos

- Un coordinador general
- Un moderador
- Logística: Entrega de comodines, y manejo de programas de computadora que contengan las preguntas y las respuestas, personas que coloque los afiches promocionales en las iglesias, entrega de volantes a la salida de la iglesia.
- Dos grupos de música
- Sonido
- Decoración

El concurso ¿Quién quiere ser Bibliionario? tiene la finalidad de motivar el estudio de la Biblia en los adolescentes y unificar las iglesias con un evento en donde todos pueden participar y disfrutar.

5.1.2 Táctica de enseñanza para posicionar: Seminario

La Iglesia siempre realiza seminarios y conferencias con temas de enseñanza global, es decir para todo público. En la presente propuesta se sugiere segmentar y definir un segmento para un tipo de seminario.

Se invitaría a un pastor distinto, de ser posible mensualmente o cada dos meses, para dictar seminarios con los siguientes temas:

- La importancia del desarrollo profesional y espiritual
- Cómo superar los problemas juveniles
- Sexualidad y principios cristianos
- Noviazgo responsable y cómo cultivar buenas amistades
- Otros tema propuestos por los pastores.

5.1.2.1 Objetivos

- Brindar conocimientos a los jóvenes sobre temas de actualidad, y motivarlos sentimentalmente.
- Crear una cultura de realizar actividades de crecimiento espiritual de lunes a viernes.

5.1.2.2 Modalidad

Los seminarios se realizarían una hora en las tardes durante una semana o durante tres días. De esta manera se fomentaría la realización de actividades de lunes a viernes dentro de la Iglesia. En la actualidad no existen actividades espirituales entre lunes y viernes, lo cual sería algo provechoso para fomentar la cultura de asistir a la iglesia entre semana.

El seminario contaría con costo de inscripción para materiales, coffee break y diploma de asistencia. En caso de realizarse un taller práctico incluirá el costo de materiales, como enganche se puede ofrecer un CD de música cristiana como regalo de inscripción.

La invitación estaría abierta no sólo para jóvenes de la Iglesia sino también de otras denominaciones.

5.1.2.3 Contactos y logística

El pastor de la iglesia local se encargaría de realizar los contactos con los pastores especialistas en temas como los propuestos para los seminarios en un párrafo anterior. El departamento de J.A se comprometería a colaborar directamente con la logística y detalles del evento.

5.1.2.4 Local para la realización del evento

El Dr. Fernando Ríos, miembro activo de la Iglesia, posee un pequeño salón de recepciones en su Hotel “El Puente” ubicado en la Condamine, frente a la Universidad de Cuenca, dicho local se encuentra a la disposición de la Iglesia para cualquier evento social y no tiene ningún costo de alquiler.

5.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FIDELIZAR

La fidelidad es sinónimo de lealtad, una palabra sublime para nombrar la relación que tanto los jóvenes como adultos deberíamos sostener con Dios. No existe en el mundo un factor que nos apegue tanto a la lealtad como la fe.

Sin embargo desde el punto de vista de la comunicación, la lealtad a una marca proviene de un conocimiento profundo por parte del productor al consumidor, además de una estrategia encaminada para un cierto tipo de target.

Es por esto precisamente, que dentro del marco teórico del presente trabajo exponíamos las diferentes personalidades que tiene la gente porque sería demasiado costoso producir campañas que solo diviertan a unos pocos, sino más bien se debería implementar una táctica que cubra una necesidad general.

En el presente proyecto se propuso una base de datos con información importante sobre los miembros. Si bien, las estrategias planteadas competen solo al grupo de adolescentes de la Iglesia será una herramienta de gran ayuda para futuras investigaciones.

5.2.1 Tácticas de fidelización: CRM (Base de datos)

El presente proyecto propone la utilización de bases de datos para conocer a profundidad a los integrantes de segmentos dentro de la Iglesia, ocupación actual, números de contacto, datos sobre sus parientes más cercanos y sector socio-económico.

5.2.1.1 Envíos de presentes e información relevante a través de la Base de Datos.

En cuanto a la aplicación de la base de datos dentro de mi proyecto se encuentra el de realizar marketing directo a través de la base de datos. La mayoría de jóvenes se sienten fascinados con las ideas nuevas y revolucionarias.

La idea sería entregar una tarjeta a nombre de la Iglesia en las fechas de cumpleaños con un presente significativo que podría ser un separador de libros bíblico, una revista, un libro pequeño, unos caramelos envueltos en papel institucional. Los textos de felicitación de las tarjetas de cumpleaños deben ser cortos e informales.

También se podrían utilizar el marketing directo para entrega regalos en otras fechas como Navidad, promoción de eventos importantes a nivel local, nacional e internacional, promoción de ofertas de estudio en las Universidades Adventitas alrededor del mundo especialmente las Universidades que se encuentran en el sector latino.

La mitad de los jóvenes se sentía desinformado de actividades que realiza la iglesia pero a través de esta moderna estrategia del “one to one” o marketing uno a uno se podría mantener informados a los jóvenes con materiales físicos o electrónicos.

Además en conjunto con el departamento de música de la iglesia se podría regalar una copia de discos compactos con música cristiana con el fin de motivar que los adolescentes escuchen música cristiana.

5.3 AGENDAS

Dentro de la investigación, los jóvenes estuvieron muy interesados en recibir Agendas cristianas, la cual obviamente tendría un costo pero se podría realizar con auspicios, descuentos y lo más importante con mensajes cristianos en un formato totalmente juvenil, tanto para hombres como para mujeres. (Anexo 5: Agendas)

CAPÍTULO 6

6.1. Conclusiones Teóricas

Las personas que asisten a una Iglesia lo hacen por convicción, costumbre y fe en lo divino, característica implicada al ser humano desde su inicio en el planeta. De la misma manera la comunicación entre seres humanos y un ser superior ha sido necesaria para sentir tranquilidad y guía en las actividades cotidianas.

Quizá muchas personas no creen en un Dios personal sino en energía poderosa que gobierna el universo, sin embargo hasta los no creyentes por lo general profesan ideología, necesitan una motivación divina en sus vidas.

Los jóvenes pueden ser arrastrados fácilmente por “vientos de ideas” pues su estado los hace vulnerables y fácilmente influenciados, los jóvenes creen todo lo que ven, caminan en contra vía en la avenida de los adultos, requieren atención y cuidado.

La activación de marca, en mercadeo comercial se lo conoce como “Branding” y es justamente en los segmentos definidos, donde la activación encuentra su potencial pues interactúa con el público y revela los beneficios de usar o adquirir la marca.

6.2 Conclusiones Metodológicas

De la misma forma ocurre con la Iglesia, los objetivos, estudio, análisis y planteamiento de estrategias del presente proyecto están destinados a activar la marca adventista en los adolescentes de hogares adventistas.

El estudio reveló que los jóvenes de la iglesia a pesar de poseer las mismas características que el resto de los jóvenes de la ciudad, tienen convicciones arraigadas y difícilmente se verán persuadidos a salir de la Iglesia.

Esto se puede comprobar en la red social que viven actualmente, sus padres y mejores amigos están dentro de la Iglesia, se sienten identificados con las actividades que realiza el Ministerio Joven, se sienten conformes con la doctrina aprendida y les molesta aspectos externos a sus creencias como por ejemplo los chismes que surgen entre miembros.

Los seminarios son una manera de tenerlos activos de lunes a viernes en la Iglesia pero no todas las semanas sino mensualmente o cada dos meses, para no cansarlos. Una vez creada la cultura los adolescentes extrañarán aquellas actividades y estarán atentos a la nueva oportunidad.

Propuse un concurso como táctica de adquisición de conocimientos, pues a la juventud le gustan los retos y que mejor que un concurso para poder despertar el interés por el estudio de la Biblia y doctrina de la Iglesia. Dependiendo del éxito de la primera ronda de concursos se podría plantear un ciclo de concursos semestrales o trimestrales dependiendo de su alcance e importancia.

El manejo de CRM (Bases de datos) es importante no solo con los jóvenes, por la facilidad que brinda para establecer actividades de marketing directo, como las propuestas en el presente proyecto, regalos de cumpleaños, entrega de información sobre eventos, también con los padres y adultos con quienes se podrían aplicar otro tipo de estrategias.

6.3 Conclusiones Pragmáticas

Como punto final me referiré a la organización de la comunicación a nivel mundial de la Iglesia, la cual tiene una calificación excelente pues los informes sobre actividades trimestrales siempre llegan desde cualquier parte del mundo. Lo que nunca hay que olvidar es que se debe realizar activaciones de marca y estrategias de motivación en cada rincón a donde a llegado la Iglesia.

Si bien la fidelidad a la Iglesia es una cuestión de fe, las estrategias pueden colaborar en la motivación de los miembros; mantener activos a los miembros en las actividades que mejor realizan es una manera de complementar su relación espiritual con Dios y la congregación, los jóvenes son un claro ejemplo de espiritualidad y actividad.

Volveré a reescribir estos textos quizá no como un trabajo de graduación sino como complemento de una estrategia que pienso poner en práctica en otros segmentos de la Iglesia. El proyecto es aplicable en el resto de ciudades del Ecuador, debido a que los jóvenes adventistas practican la misma fe. Obviamente que se deberá aplicar una previa investigación que evite errores posteriores.

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, Philip Roberto, Estrategias para cambiar la conducta pública, 1991.

RIVERA, Carolina, Diversidad religiosa y conflicto en Chiapas: Intereses, utopías y realidades, UNAM, 1991, México.

Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

http://books.google.com.ec/books?id=Tu9OvAJxrRAC&dq=Below+the+line+%2B+Marketing&lr=&source=gbs_summary_s&cad=0 (Visitado por última vez el 22 de marzo de 2008)

SALVAT, Ediciones S.A, Diccionario Enciclopédico Salvat, Impresiones gráficas Estellas, Barcelona, 1985.

RUSELL, J. Thomas; LINEW, Ronald, Kleppner Publicidad, Pearsum Prentise Hall, 14 va. Edición, 2001.

GLOSARIO

Feligresía: Personas que asisten a la iglesia y se consideran miembros activos con voz y voto dentro de las acciones que se realizan.

J.A: Conocido también como sociedad de Jóvenes. Programa de Culto juvenil que consta de temas de una introducción (temas varios y cantos), un tema central (interpretaciones teatrales, foros, temas dirigidos, sermones), y un cierre (oración y cantos). En las Iglesias de Cuenca se desarrollan de 17h00 a 19h00 todos los sábados.

Escuela Sabática: Estudio dirigido de la Biblia los sábados, antes del culto formal (sermón). Se divide en varias clases: Adultos, primarios, jóvenes y niños de cuna. Es un repaso de una lección que cada persona debe estudiar todos los días de la semana, para este estudio se utilizan folletos o libros como guía de estudio, con preguntas y explicaciones de temas seleccionados por trimestre.

Ministerio de la Mujer: Departamento de la Iglesia que se encarga de motivar a las mujeres en la labor social y en actividades comunes dentro de su familia y sociedad. El trabajo de las mujeres dentro de la Iglesia Adventista es fundamental en la labor que realizan los Pastores y líderes de la iglesia.

Pastor: Líder religioso. En la Iglesia Adventista un Pastor es un teólogo con un título profesional de 4 años de estudio de la Biblia, en español y en sus idiomas originales, griego, arameo y hebreo. Es el encargado de dirigir las iglesias locales en compañía de sus esposas que presiden el Ministerio de la Mujer. Tienen un sueldo pagado por la Misión Adventista Nacional, y son rotativos, es decir cada cierto tiempo cambian de ciudad, región y país.

Anexos

Anexo 1: Formato de encuesta

 <p>UNIVERSIDAD DEL AZUAY</p>	<p>LLENE POR FAVOR SUS DATOS</p>	NOMBRE <hr/> TELEFONO <hr/> EDAD <hr/>
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN		
<p>INTRODUCCIÓN.</p> <p>_El siguiente cuestionario está dirigido a jóvenes de entre 11 y 22 que pertenecen a la Iglesia Adventista del Séptimo Día.</p> <p>_El objetivo del mismo, es medir la percepción que tienen los jóvenes respecto de la Iglesia y determinar las falencias comunicacionales existentes con las demás iglesias Adventistas en la ciudad de Cuenca.</p> <p>_Determinaremos los defectos comunicacionales que no permiten una correcta evolución o sentido de pertenencia de los jóvenes hacia la iglesia buscando promover y proyectar de mejor manera a los futuros líderes de la Iglesia</p> <p>a través de la herramienta de la COMUNICACIÓN</p>		
<p>INSTRUCCIONES</p> <p>Marcar con una (X) la opción que elijas.</p> <p>Cada pregunta tendrá que ser marcada solo con UNA RESPUESTA</p>		
DESARROLLO		
<p>1 ¿Desde cuándo eres Adventista?</p> <p style="margin-left: 40px;">Desde que nací <input type="checkbox"/> 1</p> <p style="margin-left: 40px;">Me bautice hace 5 años <input type="checkbox"/> 2</p> <p style="margin-left: 40px;">Me bautice hace 10 años <input type="checkbox"/> 3</p> <p style="margin-left: 40px;">Me bautice hace 15 años <input type="checkbox"/> 4</p> <p style="margin-left: 40px;">Me bautice hace más de 15 años <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>2 ¿Qué significa para ti pertenecer a la Iglesia Adventista?</p> <p style="margin-left: 40px;">Guardar los principios de Dios <input type="checkbox"/> 1</p> <p style="margin-left: 40px;">Predicar la Palabra de Dios <input type="checkbox"/> 2</p> <p style="margin-left: 40px;">Ayudar a los demás a través de Cristo <input type="checkbox"/> 3</p> <p style="margin-left: 40px;">Porque toda mi familia viene <input type="checkbox"/> 4</p>	

3 ¿Qué dificultades encuentras en tu vida social por el hecho de pertenecer a la Iglesia Adventista?

- No te invitan a reuniones sociales 1
- No asistes a eventos los sábados 2
- Sientes rechazo de tus compañeros 3

5 ¿Qué aspectos negativos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?

- Los hermanos son chismosos 1
- Le toman demasiada importancia a Elena G. de White
- Los hermanos no apoyan los proyectos que se presentan 2
- No nos escuchan a los jóvenes 3
- Ninguno 4
- Los líderes no comenten sobre los proyectos 5
- Falta de Compromiso y apoyo de los jóvenes 6

7 ¿Qué aspectos cambiarías de la Iglesia?

- Las malos ánimos de la gente 1
- Que exista más actividades 2
- Todo está bien 3
- Que existe más actividades de Lunes a Viernes 4

4 ¿Qué aspectos positivos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?

- La Salvación 1
- Conocer más de Dios cada Día 2
- Aquí se puede adorar a dios 3
- Hacer amigos que piensan igual y mantienen los mismos principios 4
- No sé 5

6 ¿Te sientes conforme asistiendo a la Iglesia?

- Casi nada 1
- Muy poco 2
- Poco 3
- Bastante 4
- Conforme 5
- Completamente conforme 6

8 ¿Cuántos de tus amigos (que no están en la iglesia) saben que eres adventista?

- | | | |
|-----------|----------------------------|------------------------|
| Ninguno | <input type="checkbox"/> 1 | continúe
Pregunta 9 |
| Muy pocos | <input type="checkbox"/> 2 | Pregunta 9 |
| Todos | <input type="checkbox"/> 3 | Pregunta 10 |

10 ¿Qué es lo que más te gusta de pertenecer a esta iglesia?

- El apoyo de los hermanos 1
- El ser obediente a Dios 2
- Los amigos que tengo acá 3
- Los programas J.A 4
- Campamentos 5
- Club de Conquistadores 6
- Otro (Especifique) 7 _____

12 ¿Qué es lo que menos te gusta de pertenecer a esta iglesia?

- Las discusiones de hermanos 1
- Los chismes que se dicen 2
- Nada no me gusta 3

14 ¿Sientes algún problema con alguna otra Iglesia Adventista?

- LAMAR 1
- TOTORACOCHA 2
- DEL SUR 3
- RICAUARTE 4

16 ¿te sientes informado de las actividades que realiza la Iglesia?

- Poco informado 1
- Informado 2
- muy informado 3

18 ¿Qué consideras que se debería cambiar en la Iglesia para que sea más aceptada y conocida en la ciudad de Cuenca?

- Mas actividades sociales 1
- Menos prejuicios en la Iglesia 2
- Más libertad para emprender proyectos 3

9 ¿Porqué ninguno o muy pocos de tus amigos saben que eres Adventista?

- Temor a rechazo 1
- Desconfianza 2
- No le he dado importancia 3
- Simplymente no les he contado 4

11 ¿Consideras que existe una buena comunicación entre las Iglesias Adventistas de Cuenca?

- Mala 1
- Buena 2
- Muy Buena 3
- Excelente 4

13 ¿Consideras que existe una buena comunicación entre LA IGLESIA (directores) y los hermanos

- Nada de Comunicación 1
- Muy poca comunicación 2
- Comunicación Regular 3
- Buena Comunicación 4
- Muy buena Comunicación 5
- Excelente comunicación 6

15 ¿Te sientes aceptado en la Iglesia?

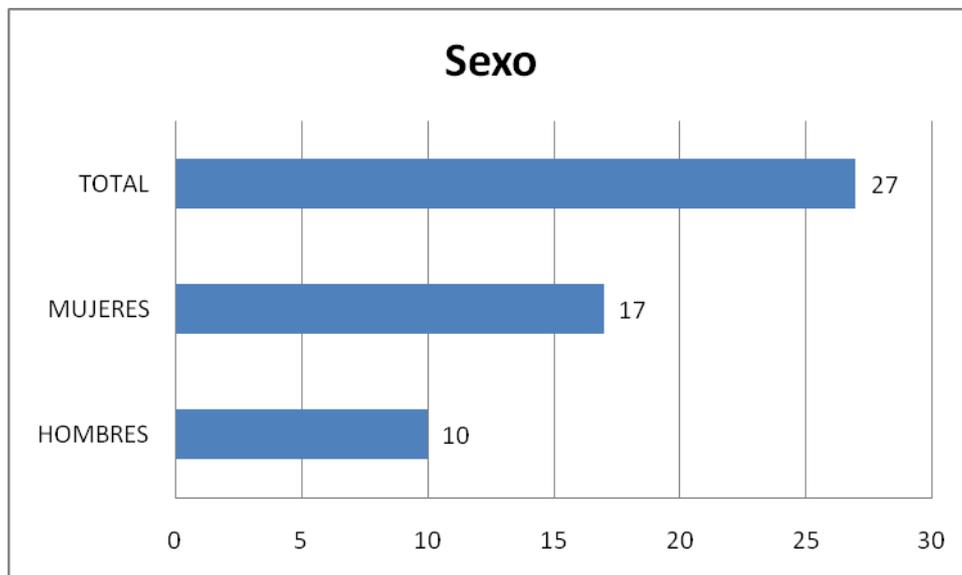
- Regular 2
- Bastante 3
- completamente aceptado 4

17 ¿Sientes que eres una persona importante para el convivir con los hermanos de la Iglesia?

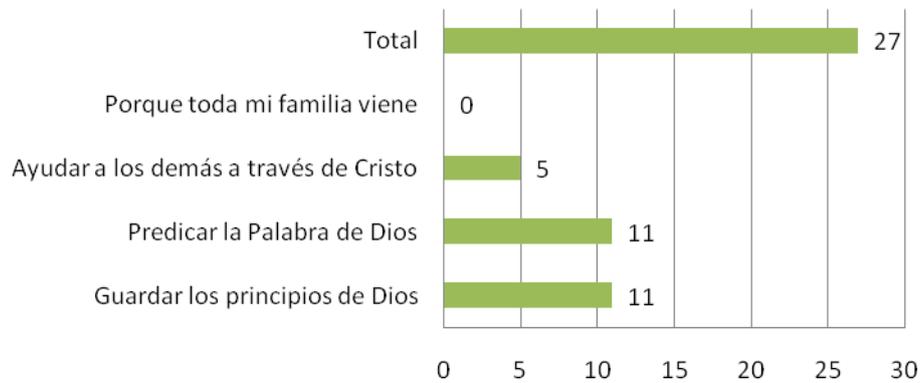
- Regular 1
- No tan importante 2
- Importante 3

20 ¿Qué materiales te gustaría recibir en la Iglesia?	Nada, todo está bien	<input type="checkbox"/>	4	19 ¿Qué consideras que haces mejor en la iglesia?	Muy Importante	<input type="checkbox"/>	4
	Revistas	<input type="checkbox"/>	1		Cantar	<input type="checkbox"/>	1
	libros	<input type="checkbox"/>	2		Tocar algún instrumento	<input type="checkbox"/>	2
	Agendas adventistas	<input type="checkbox"/>	3		Predicar	<input type="checkbox"/>	3
	Boletines	<input type="checkbox"/>	4		ayudar a los demás	<input type="checkbox"/>	4
	Otros	<input type="checkbox"/>	5 _____		Organizar eventos o programas	<input type="checkbox"/>	5
				no sabe	<input type="checkbox"/>	6	

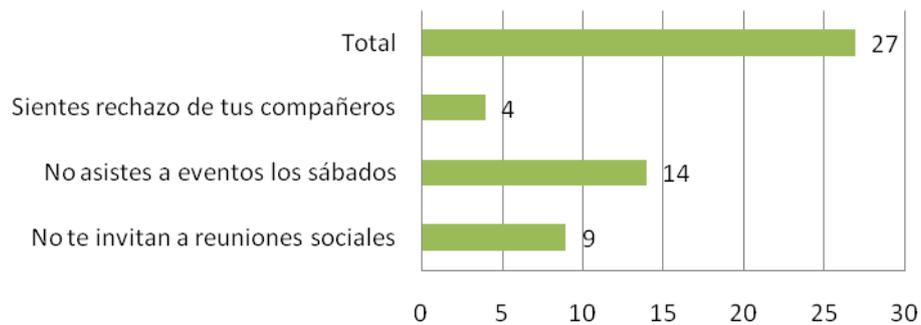
Anexo 2: Cuadros estadísticos de la investigación cuantitativa.



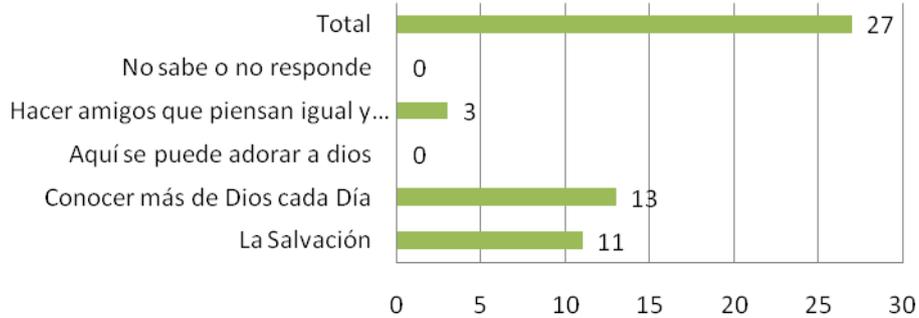
¿Qué significa para ti pertenecer a la Iglesia Adventista?



¿Qué dificultades encuentras en tu vida social por el hecho de pertenecer a la Iglesia Adventista?



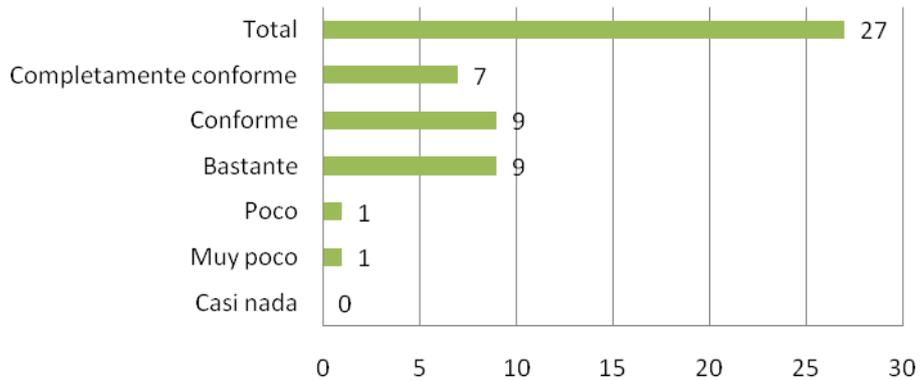
¿Qué aspectos positivos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?



¿Qué aspectos negativos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?



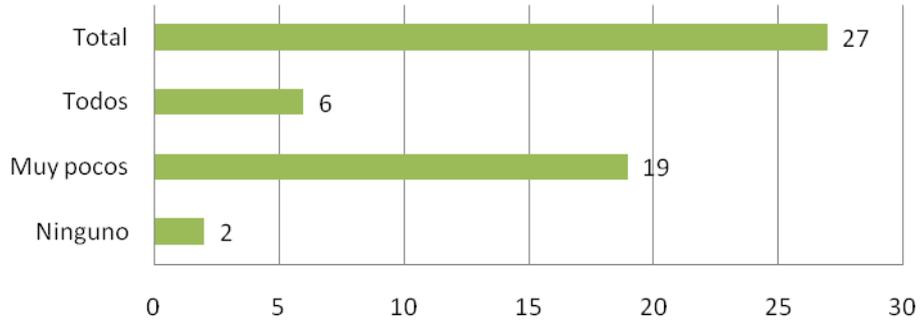
¿Te sientes conforme asistiendo a la Iglesia?



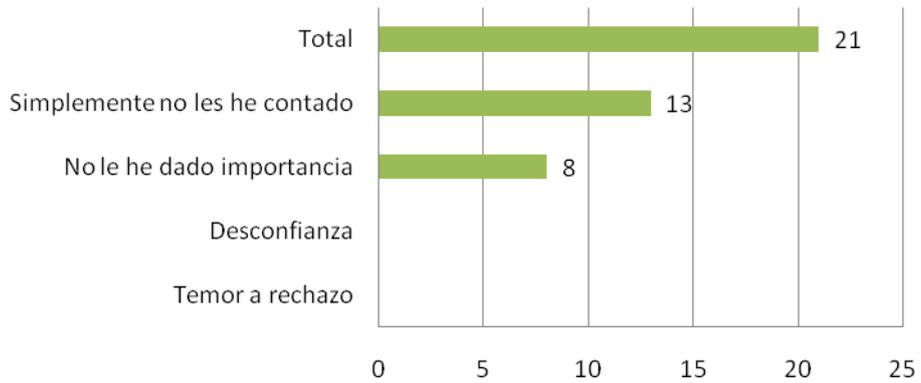
¿Qué aspectos cambiarías de la Iglesia?



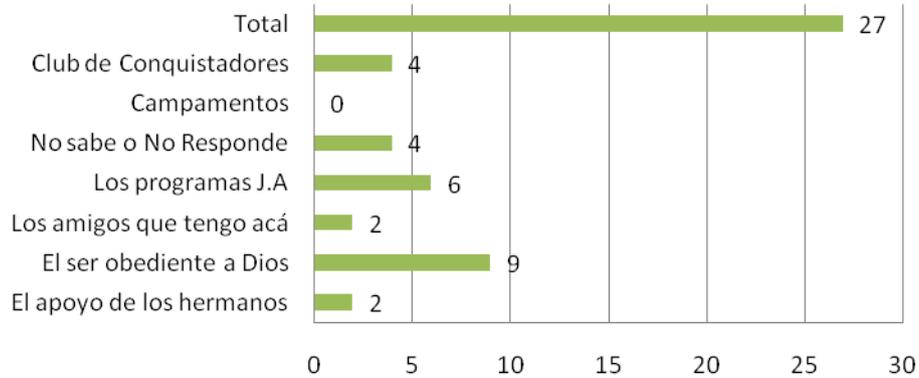
¿Cuántos de tus amigos (que no están en la iglesia) saben que eres adventista?



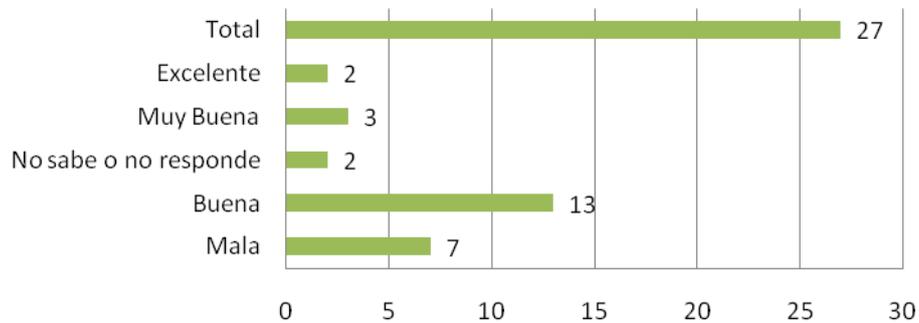
¿Porqué ninguno o muy pocos de tus amigos saben que eres Adventista?



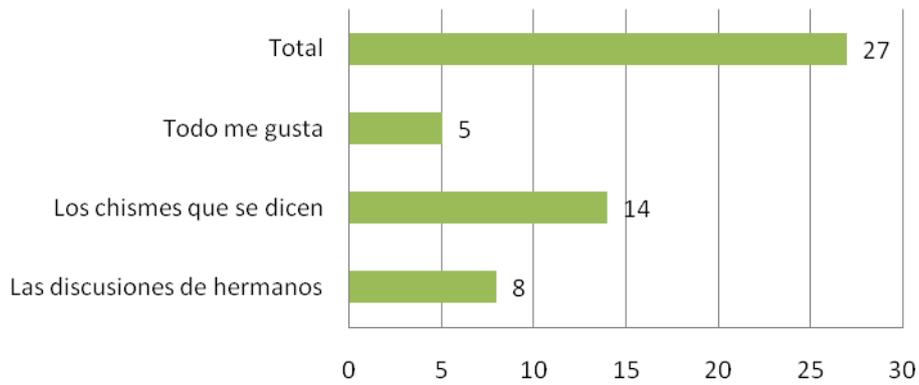
¿Qué es lo que más te gusta de pertenecer a esta iglesia?



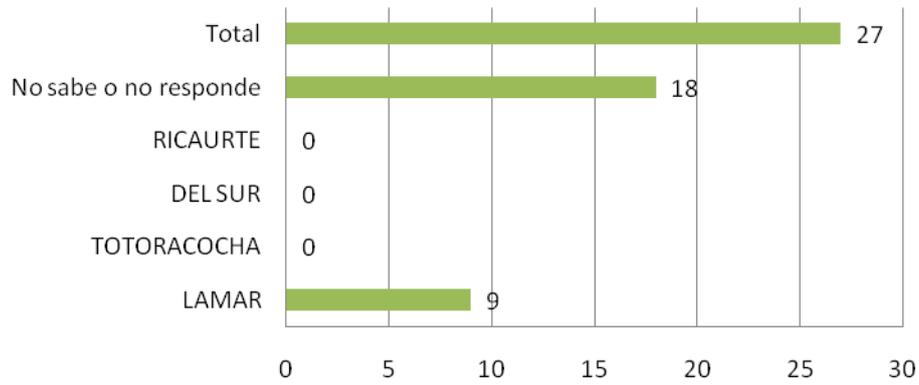
¿Consideras que existe una buena comunicación entre las Iglesias Adventistas de Cuenca?



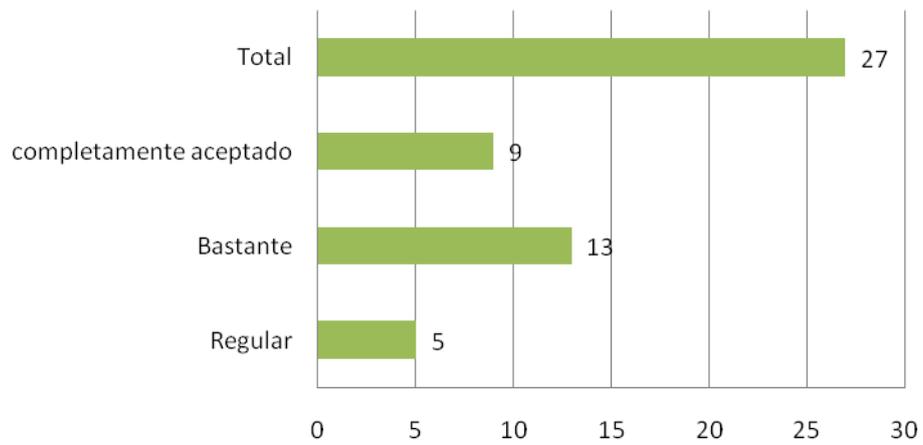
¿Qué es lo que menos te gusta de pertenecer a esta iglesia?



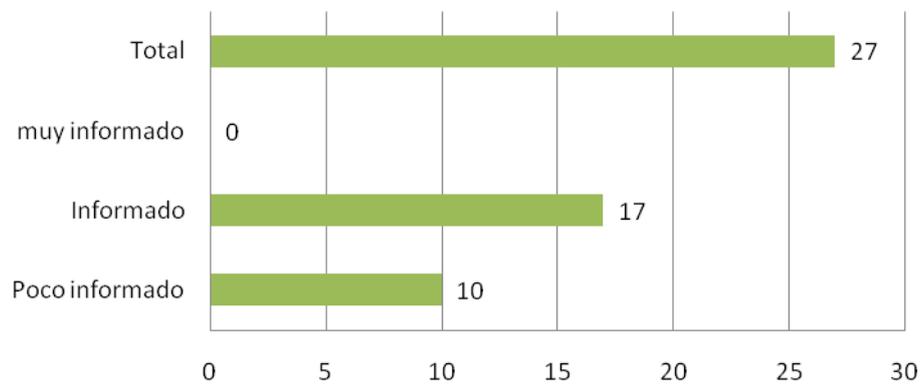
¿Sientes algún problema con alguna otra Iglesia Adventista?



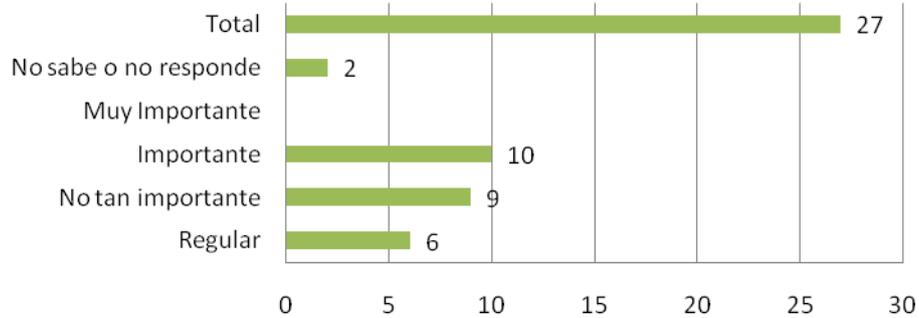
¿Te sientes aceptado en la Iglesia?



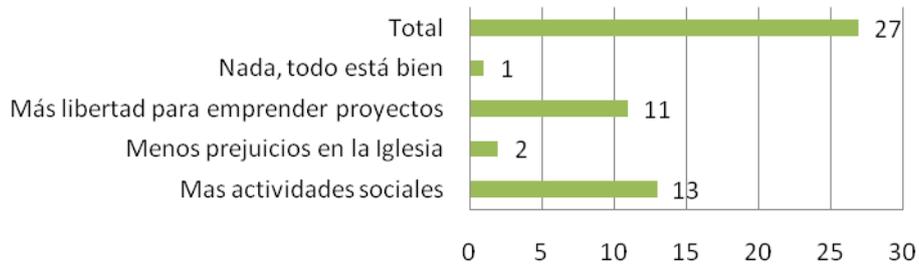
¿te sientes informado de las actividades que realiza la Iglesia?



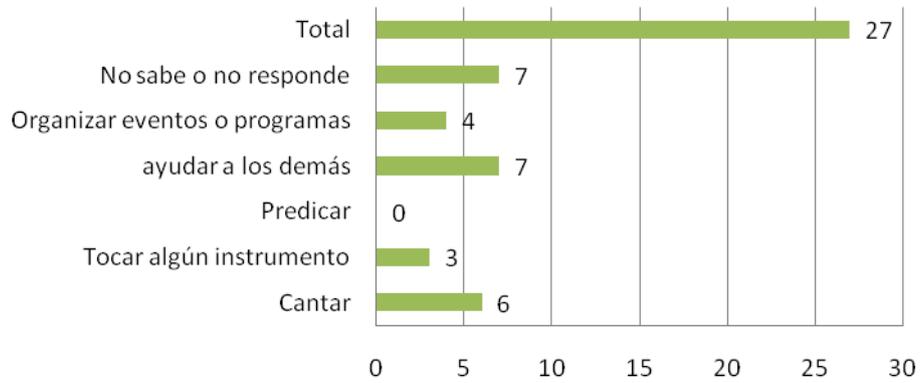
¿Sientes que eres una persona importante para el convivir con los hermanos de la Iglesia?



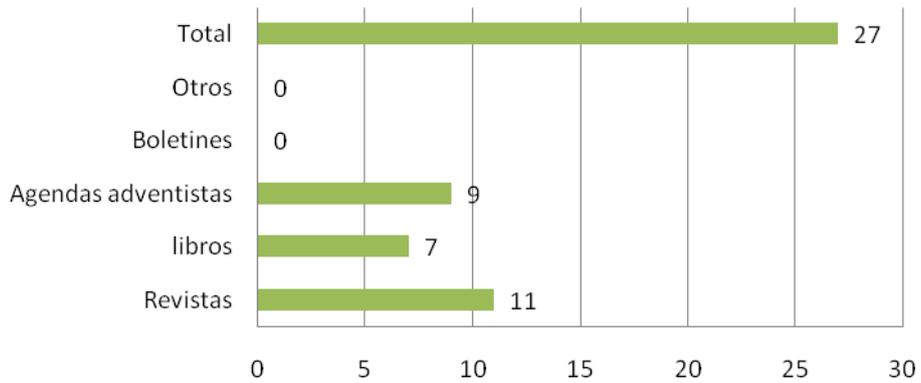
¿Qué consideras que se debería cambiar en la Iglesia para que sea más aceptada y conocida en la ciudad de Cuenca?



¿Qué consideras que haces mejor en la iglesia?



¿Qué materiales te gustaría recibir en la Iglesia?



Anexo 3: Resultados de las entrevistas en profundidad

DESARROLLO

		INDUCCIÓN		
NOMBRE	EDAD	¿Desde cuándo eres Adventista	¿Qué significa para ti pertenecer a la Iglesia Adventista?	¿Qué dificultades encuentras en tu vida social por el hecho de pertenecer a la Iglesia Adventista?
Josué Idrovo	16	He sido Adventista toda mi vida, desde pequeño, siempre he sido adventista, mis padres son también Adventistas	Tratar de ayudar a todos dando el mensaje de Cristo	La diferencia es mucha ya que nosotros tenemos distintos principios, los cuáles no podemos compaginar con otros grupos. Prácticamente no tenemos relación con otros amigos de otras relación sino más bien solo son conocidos, compañeros de estudio. Mis amigos están todos acá en la Iglesia.
Kathy Correa	17	Desde que tengo uso de razón, siempre he visto las fotos de mi de niña aquí en la Iglesia, siempre he sido adventista	Para mi es algo muy importante, es una nueva experiencia, porque a pesar de que tienes que convivir en el colegio con personas de otras religiones siendo tú adventista es un apoyo, un madurar día a día, y sobre todo convivir con personas que a pesar de que no son de tu religión te apoyan en los proyectos.	Como en cualquier lado, no puedo combinar en muchas ocasiones compromisos del colegio con compromisos de la Iglesia, porque si tu estás dentro de la Iglesia adquieres una responsabilidad y esas responsabilidades la tienes que cumplir, por eso en el colegio hay cosas que no puedes cumplir. Los deberes, las lecciones, pruebas o eventos los días sábados, para uno es súper difícil eso, o el examen o Dios, así más o menos.
Katherine Gomezcuello	18	Toda la vida he sido adventista, nací bajo el advenimiento, en el 2004 me bautice a si es que llevo 4 años como miembro activo de esta iglesia. Toda la vida he compartido todo esto.	Lo que más sentido tiene para mi es guardar los principios que Dios puso en nosotros, lo que aceptamos.	Tengo problema por el sábado, exposiciones, exámenes, trabajos que hacer, programas que preparan y te tienen de antisocial, todo depende de nosotros. Por suerte no he tenido exámenes los sábados todavía.
Lorena Salamea	13	Hace 8 años estoy en la iglesia, pero hace cinco años me bauticé.	Mucho a parte de que me gusta bastante, me gusta venir a iglesia, aprender las cosas nuevas que dan, pertenecer a Dios más que a la iglesia.	Amigos que te invitan a fiestas o que hacer algo y uno no puede hacer porque se sabe que está mal. Es la tentación que nos pone el diablo pero con Dios todo se supera.
Juanito Segarra	11	Ocho años y medio.	Significa todo, porque Dios ha sido lo mejor y todo lo mejor que he tenido en mi vida.	El rechazo de mis compañeros, reuniones o fiestas que se hacen los sábados, son pruebas muy duras que tengo que pasar.

NOMBRE	¿Qué aspectos positivos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?	¿Qué aspectos negativos se presentan al pertenecer a esta congregación religiosa?	¿Qué situaciones te incomodan cuando asistes a la Iglesia?	¿Te sientes conforme asistiendo a la Iglesia?
Josué Idrovo	La bendición de Dios es bastante, él me ayuda bastante por ejemplo leyendo la Biblia, conversando con él, como el me contesta las oraciones a través de distintas personas o hechos. La felicidad con la familia.	No existe ningún aspecto negativo de pertenecer a la iglesia, nosotros somos para Dios y no hay nada más que hacer.	Tal vez ahora que mis papis no están en esta Iglesia de Totoracocha sino ellos asisten a la Lamar.	Completamente.
Kathy Correa	Conocerles a dios, con el futuro vendrá la salvación, también conoces a personas especiales que conforman tu vida, a verdaderos amigos, a personas que cuando te caigas ellos te pueden ayudar con una oración con un aliento.	Le toman demasiada importancia a Elena G. White esas cosas no me gustan mucho porque si tu perteneces a una iglesia debes ser libre en ella, debes sentirte libre, no presionado. La forma de vestirte, de maquillarte, cada uno sabe que está bien o qué está mal, no es negativo, es algo más bien de percepción que es bueno y que malo antes los ojos de quién.	Ahora que me encuentro responsable de un cargo, raras son las personas que te ofrecen el apoyo y lo cumplen, y hay personas que ni siquiera te preguntan si necesitas algo. Puede ser producto de una desunión porque a pesar de que somos adventistas no nos ponemos de acuerdo dentro de la iglesia de muchos actos. La gente habla mucho.	Yo si, sinceramente, aquí en Cuenca es un ambiente diferente. Yo viví 12 años en Ambato, es un ambiente mejor, de amigos, de confianza, es algo que no se puede describir.
Katherine Gomezcuello	Muchas oportunidades, si eres fiel a Dios tienes mayores oportunidades en todos los aspectos, en el trabajo, en el estudio, mientras que si eres infiel caes en la tentación del diablo.	No hay negativas pero la gente lo puede ver mal, no compramos, no nos arreglamos para venir a la iglesia pero cuando uno ama a Dios se debe hacer esas cosas.	Lo que más incomoda es cuando no nos dan oportunidad a los jóvenes, los adultos no se ponen de acuerdo con nosotros. No apoyan las ideas, cortan nuestros sueños.	Muy conforme, porque tiene sociedad de jóvenes, dar estudios bíblicos, entre otras cosas.
Lorena Salamea	Estar bien con Dios, nos va mejor en las cosas, las oraciones contesta Dios, sobre todo estar con Dios.	No creo que haya aspectos negativos.	Nada me incomoda, aunque a veces que no me paran bola pero bueno, de ahí nada más.	Si me siento conforme.
Juanito Segarra	Al estar aquí se puede adorar a Dios y eso.	Que algunos hermanos son chismosos y a veces dicen cosas malas de las demás y eso es malo.	Nada casi.	Si me siento feliz.

NOMBRE	¿Cuántos de tus amigos saben que eres adventista?	Has sentido algún rechazo social por ser adventista? Explícame	¿Qué es lo que más te gusta de pertenecer a esta iglesia?	¿Qué es lo que menos te gusta de pertenecer a esta iglesia?
Josué Idrovo	Ahora en estos últimos días les he contado a más amigos en el colegio que soy adventista, pero casi la mayoría no saben. Es que me daba recelo antes de decir que soy adventista pero ahora he visto que tengo que dar a conocer a todos sobre Dios.	Bastante. Ya no vas a fiestas, ya no bailas, por ser así ya no te invitan a las reuniones del colegio, cosas así sobre todo.	Generalmente en la Iglesia se reúnen todas las personas que tienen problemas y estamos aquí para entre todos ayudarnos, los consejos de los amigos de la iglesia son muy buenos.	Cuando tienes algún problema con alguien te peleas con todos porque somos poquitos, y todo se sabe.
Kathy Correa	Todos en mi curso saben que soy Adventistas, porque yo mismo les comento que pertenezco al club de conquistadores, lo que hacemos, les invito, las cenas, llamo un poquito la atención y mis amigas siempre, bueno casi siempre los lunes me preguntan que hicieron el sábado, o cosas así, y eso me gusta porque no me aíslan.	Rechazo no, pero cuando hacen alguna fiesta ni me invitan porque dicen esta "man" ni se va, para que le vamos a invitar. Porque no puedo bailar, ni tomar ni esas cosas.	Estar con un grupo de personas que creen lo mismo que tú. Las personas oran unos por otros que se ayudan con la oración eso es algo que alimenta el alma.	Tu tienes que cuidarte en cada cosas que hagas, lo que estudias, lo que lees en la Biblia debe estar cimentado en tus actos en lo que hagas, mostrar tus principios, no se debe dar un mal ejemplo de eso.
Katherine Gomezcuello	Absolutamente todos saben que soy adventista	Solo que no me invitan a salir, me tienen de antisocial, pero a veces me siento mal por este motivo pero la mayoría de veces no, lo tomo tranquilo.	Saber que existe gente que te puede ayudar con los problemas, amigos que nos ayudan, nos entiendan, que saben lo que yo hago, un lugar que tiene paz y tranquilidad.	Todo lo que venga de Satanás, eso te "bajonea", dificultades, te hace ver cosas malas de la iglesia, y en mi vida personal me afecta moralmente en el colegio, en la iglesia, etc.
Lorena Salamea	De mis amigos saben solo 5, les invito pero no quieren venir. El resto de mis amigos son solo amigos de hola y chao.	Si, cuando estamos conversando siempre me molestan diciéndome ella es la santita y por poco uno se siente mal, porque son bromas de mala onda.	La hermandad que existe en la iglesia, la unión entre jóvenes y adultos y que poco a poco empiezan a venir más y más. Esto me ha gustado bastante.	Nada, todo me gusta.
Juanito Segarra	Todo mi grado sabe que soy adventista.	Si, por parte de mi profesora. Siempre me pone de ejemplo para decir que no hacemos algunas cosas porque yo no puedo y siempre me pasa molestando. Mi mami si sabe y me dice que ore mucho para que eso se solucione.	El programa de J.A. El concurso bíblico es lo que más me gusta.	Nada, todo me gusta.

NOMBRE	¿Qué aspectos cambiarías de la Iglesia?	¿Consideras que existe una buena comunicación entre las Iglesias Adventistas de Cuenca?	¿Sientes algún problema con alguna otra Iglesia Adventista?	¿Sientes algún problema con otra Iglesia de otra religión? ¿Con cuál?
Josué Idrovo	Un poco lo que es los ánimos que tienen algunas personas, no existe mucho ese ánimo de trabajar por Dios, eso quisiera cambiar	No existe mucha comunicación ya que el Pastor es el que se está dando las vueltas por las iglesias pero solo él, yo creo que si debería haber más comunicación, más unión.	Tal vez ahora se ve un poco de rivalidad sobre todo en el deporte, pero la idea es trabajar con un mismo fin pero la verdad no hay problemas serios.	No, la verdad se tiene que hacer entender a esas personas pero no existe ningún problema con otras iglesias, ni me molestan ni me caen mal, porque si son personas, hijos de Dios como nosotros.
Kathy Correa	Es un proyecto que se unifique más los jóvenes. Los jóvenes son los pilares de la Iglesia, me gustaría que se unificaran profesionalmente, sentimentalmente, no porque pertenecemos a la iglesia no significa que estamos expuestos a todo, que las personas sean más conscientes en lo que hacen, no solo entrar a la iglesia a buscar enamorada, eso a mí no me parece.	Un tipo de comunicación no hay, en campamentos se nota mucho eso. Los de Totoracocha son muy celosos, hombres y mujeres, no solo entre novios, enamorados sino entre amigos, no se dejan mutuamente que se acerquen. Con Ricaurte y con el sur existe esa rivalidad "Estas son nuestras chicas, de nuestra iglesia y nadie más les puede ver", más o menos así. No hay eventos para reunirse más con ellos, entre nosotros, allí nos vemos o nos veríamos más.	No siento que exista una amenaza de ninguna iglesia, porque a pesar de eso poco a poco se empieza a eliminar esos prejuicios. Rara es la persona que te critica por ser católico, adventista, testigo de Jehová y creo que no somos quién para juzgarlos. Claro que a todos les da curiosidad de escuchar "Adventista", es que no es muy conocida. Debemos hacer más actividades como hacen los boys scout de la iglesia católica, ellos plantan árboles, ayuda social con ancianos, nosotros también lo hacemos pero nos falta mucho más.	Con Ricaurte y con la del Sur existe rivalidad, un poco pero, no mucho.
Katherine Gomezcuello	Tratar de unir a iglesias a través de actividades que fomenten la unión, que sean llamativas para que la gente venga.	Si, porque siempre el diablo se ha puesto en el medio y a creado esa rivalidad entre iglesias, nunca ha habido ese clima de unión entre las iglesias y muchas tenemos rivalidades grandes.	Con la Lamar, creo que es con la más pleito hay. Se da porque hay son mas adultos acá somos más jóvenes, existe una oposición y no nos entendemos.	No existe ninguna rivalidad. En Cuenca son más católicos pero no siento que exista rivalidad.
Lorena Salamea	Cambiaría, nada.	La verdad no sé, pero parece que si. La verdad no sé.	Con la Lamar de lo que he visto, no he asistido a Ricaurte pero no me siento incómoda al asistir a otra iglesia.	A veces con las religiones de mis amigos, porque son católicos, a la misa, ese tipo de cosas más o menos.
Juanito Segarra	Casi nada cambiaría.	No tanto. Siempre cuando hay alguna discusión hacen guerra.	Con ninguna creo.	Con los testigos de Jehová. Cuando llegan a mi casa y me empiezan a pelear ahí con los textos bíblicos, eso es lo que me incomoda. Discuten y cambian de tema.

NOMBRE	¿Qué expectativas tienes con esta Iglesia Adventista?	¿Te sientes aceptado en la Iglesia?	¿Sientes que eres una persona importante para el convivir con los hermanos de la Iglesia?	¿Qué consideras que se debería cambiar en la Iglesia para que sea más aceptada y conocida en la ciudad de Cuenca?
Josué Idrovo		si me siento muy aceptado, en mi grupo de amigos, tengo bastantes amigos y si me siento aceptado	Todos somos importantes, todos somos iguales, más o menos me siento importante pero todos somos importantes	Las ganas de trabajar por Dios, con ganas se puede hacer amigos, dejar la vergüenza, las ganas de trabajar por Cristo sería lo principal.
Kathy Correa	Tengo el privilegio de estar con mi familia en la iglesia, amigos, con ellos comparto experiencias, una palabra de ánimo.	Si, ahorita estoy en mi mejor momento, me llevo con todos. Trato que cada programa de J.A sea mejor siempre fundamentado en la parte espiritual porque si no tenemos la parte espiritual no somos nada. Que reflexionen más sobre la Biblia, sobre la música, sobre las cosas mundanales.	Todos somos importantes, cada persona aporta con su granito de arena para que la iglesia esté bien estructurada.	Un poco lo prejuicios, de clase, de vestirse, de la música que escuchas, ese tipo de prejuicios me gustaría cambiar.
Katherine Gomezcuello	Que seamos más unidos entre las iglesias, sobre todo entre los adultos y los jóvenes, más aún en este iglesia.	Muy aceptada, yo creo que es una de las más grandes bendiciones que uno puede recibir en esta iglesia.	Uno trata de dar lo mejor que puede, la verdad no se si soy o no importante en la iglesia.	Más actividades, más campamentos, más oración para que nos conozcamos más entre todos y sepamos que hace cada uno y que fin buscamos entre todos.
Lorena Salamea	Llegar a ser líder de algo, dirigir algo, llegar a ser una buena joven.	Si, me llevo con la mayoría de personas.	Me siento como todos, ni importante ni no importante.	Lo pésimo es que la gente habla mal, cada sábado se escucha un chisme nuevo, la gente habla mal. Que dejen de criticar porque todos somos hijos de Dios y como adventistas debemos estar más unidos y no separados por comentarios.
Juanito Segarra	De grande quiero ser pastor, que los jóvenes se involucren mucho más. Que sientan esas ganas de pertenecer a la Iglesia y que cada vez que se involucren mucho más.	Si me siento aceptado.	Si me siento importante.	No sé.

Anexo 4: Afiche publicitario para promocionar Concurso

¿Quién quiere ser Bibliionario?

a. todos b. casi todos

c. pocos d. nadie

Ahora puedes demostrar tus conocimientos en el concurso distrital
¿Quién quiere ser Bibliionario?

CATEGORÍAS:

11 - 13 años
14 - 17 años
18 - 22 años

INCRIPCIONES Y MÀS INFORMACIÓN SOBRE LAS BASES DEL
CONCURSO EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DE
TU IGLESIA.

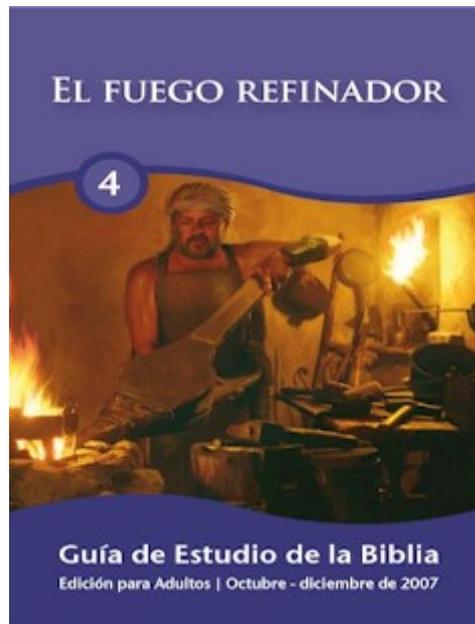
**espacio
para
auspiciantes**

Anexo 5: Agendas



Agendas juveniles que se podrían entregar con mensajes Cristo-céntricos.

Anexo 6: Textos de Escuela Sabática



Portada de la guía de estudio para estudio de la Biblia. Existen varios tipos de guía para clases como cuna, intermediarios, primarios y juveniles.

Anexo 7: Presupuesto del Concurso

PRESUPUESTO: CONCURSO ¿Quién quiere ser Bibliionario?				
ITEM	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Afiches expectativa	Los afiches serán distribuidos en las 4 iglesias de Cuenca, en las carteleras, clases y baños	40 unidades	\$ 1,00	\$ 40,00
Afiches promocionales	Los afiches serán distribuidos en las 4 iglesias de Cuenca, en las carteleras, clases y baños	40 unidades	\$ 1,00	\$ 40,00
Dípticos informativos	Contendrán las bases del concurso, modalidad, categorías en las que se divide, premios y fechas	100 unidades	\$ 1,56	\$ 156,70*
TOTAL				\$ 236,70
NOTA: Local, amplificación, infocus, sillas no tienen costo dentro del presupuesto porque la iglesia los posee				

* Cotizado por Grafisum

