



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Diseño e implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok para la mejora de evangelización de jóvenes en la Comunidad de Jesús, Pax TV 2025”

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE:**

Licenciado en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:

Dávila del Campo, Carolina Patricia - Comunicación Estratégica

ASESOR:

Sam Anlas, Carlos Antonio

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Sam Anlas, Carlos Antonio

MIEMBROS DEL JURADO

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

Espinoza Rua, Celes Alonso

INFORME TURNITIN

CAROLINA PATRICIA DAVILA DEL CAMPO

"Diseño e implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok para la mejora de evangelización de jóvenes en la Comunidad de Jesús, Pax TV 2025"

 Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::30163:566240479

Fecha de entrega

10 mar 2026, 10:50 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

16 mar 2026, 8:50 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Esquema de trabajo .docx

Tamaño del archivo

9.7 MB

36 páginas

3672 palabras

20.707 caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

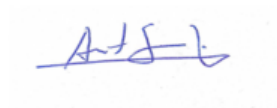
- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

15%  Fuentes de Internet

1%  Publicaciones

4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)



Mg. Carlos Antonio Sam Anlas

Docente ISIL

Hoy quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, por darme la fuerza, la guía y la oportunidad de seguir adelante cada día. Por iluminar mi camino, por sostenerme en los momentos difíciles y por bendecir mi trabajo con aprendizaje y propósito.

También agradezco a mi padre, por su ejemplo constante, por su apoyo incondicional y por ser ese motor que me impulsa a seguir creciendo. Su esfuerzo, sus consejos y su confianza han sido fundamentales en cada paso que doy.

Gracias a ambos por ser pilares en mi vida, por enseñarme el valor del esfuerzo, la perseverancia y la fe. Todo lo que soy y lo que logro lleva un poco de ustedes.

Índice temático

Asesor y miembros del jurado	2
Informe Turnitin	3
Resumen	8
Abstract	9
1. Introducción	10
1.1. Presentación del Trabajo	10
1.2. Objetivo General	10
1.3. Justificación	10
1.4. Metodología de trabajo	10
1.5. Problema profesional	11
2. Contexto Institucional	11
2.1. Antecedentes de la institución	11
2.2. Estructura organizativa	11
3. Descripción de las Funciones	12
3.1. Cargo ocupado	12
3.2. Funciones y responsabilidades	12
3.3. Logros alcanzados	13
4. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional	13
4.1. Implementación practica	13
4.2. Estrategia de contenido	14
4.3. Gestión y mantenimiento	17
4.4. Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda)	23
4.5. Análisis crítico	24
5. Conclusiones y Recomendaciones	25
5.1. Conclusiones	25
5.2. Recomendaciones	25
6. Referencias bibliográficas	26
7. Anexos	27
7.1 Registro de impacto y resultados	27
7.2 Certificado de trabajo	28

Índice de tablas

Tabla 1	15
Tabla 2	17
Tabla 3	20

Índice de figuras

Figura 1	12
Figura 2	14
Figura 3	14
Figura 4	16
Figura 5	18
Figura 6	18
Figura 7	18
Figura 8	18
Figura 9	19
Figura 10	19
Figura 11	19
Figura 12	19
Figura 13	20
Figura 14	20
Figura 15	21
Figura 16	21
Figura 17	22
Figura 18	23
Figura 19	23

RESUMEN

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional se desarrolla a partir de la experiencia laboral realizada como servicio externo en el canal católico Pax TV – Comunidad de Jesús, ubicado en el distrito de Surco, Lima, durante el año 2022. Las actividades se llevaron a cabo en el área de comunicación y producción de contenidos digitales, participando en la planificación, elaboración y difusión de contenidos orientados al público juvenil a través de redes sociales, principalmente en la plataforma TikTok.

El objetivo del trabajo es analizar las estrategias de comunicación digital implementadas por Pax TV y evaluar su impacto en el proceso de evangelización juvenil, así como evidenciar la aplicación de competencias profesionales vinculadas a la comunicación estratégica en entornos digitales.

La metodología utilizada fue de enfoque descriptivo y analítico. Para ello se revisaron los contenidos publicados, el crecimiento de seguidores y las métricas digitales como alcance, interacción y nivel de participación de usuarios entre 16 y 30 años.

Como parte de los resultados obtenidos, se logró la creación de la cuenta institucional de TikTok y la producción de diversos contenidos audiovisuales. Asimismo, se promovió la participación de voluntarios en la grabación de videos, lo que permitió fortalecer la generación de contenidos y dinamizar el trabajo del área de comunicación.

Palabras claves: Comunicación digital; TikTok; Producción de contenidos digitales; Evangelización juvenil; Redes sociales

ABSTRACT

This Professional Competence Report is based on work experience gained while providing external services to the Catholic channel Pax TV – Comunidad de Jesús, located in the Surco district of Lima, during 2022. Activities were carried out within the digital content communication and production department, involving the planning, creation, and dissemination of content aimed at young audiences via social media, primarily on the TikTok platform.

The objective of this report is to analyze the digital communication strategies implemented by Pax TV and evaluate their impact on youth evangelization efforts, as well as to demonstrate the application of professional competencies related to strategic communication in digital environments.

A descriptive and analytical methodology was employed. This involved reviewing published content, follower growth, and digital metrics—such as reach, interaction, and engagement levels—among users aged 16 to 30.

Key results included the creation of the organization's official TikTok account and the production of various audiovisual pieces. Additionally, volunteer participation in video production was encouraged, which strengthened content creation efforts and revitalized the work of the communication department.

Keywords: Digital communication; TikTok; Digital content production; Youth evangelization; Social media

1. Introducción

1.1 Presentación del Trabajo

1. El presente Trabajo de Suficiencia Profesional se desarrolla a partir de la experiencia profesional desempeñada como servicio externo en el canal católico Pax TV – Comunidad de Jesús, ubicado en el distrito de Surco, Lima. La experiencia se llevó a cabo en el área de comunicación y producción de contenidos digitales durante el año 2025, periodo en el cual participó directamente en la planificación y ejecución de estrategias comunicacionales dirigidas al público juvenil.

2. El informe se orienta al análisis de los resultados obtenidos a partir de dichas estrategias, centrando la atención en su impacto dentro del proceso de evangelización juvenil a través de medios digitales, particularmente en la plataforma TikTok. Desde un enfoque analítico, se examinan los alcances, limitaciones y niveles de interacción generados en redes sociales, con la finalidad de evaluar de manera objetiva la efectividad de las acciones implementadas en el entorno digital contemporáneo.

1.2 Objetivo general

El objetivo general del presente Trabajo de Suficiencia Profesional del presente trabajo es diseñar e implementar estrategias de comunicación digital en TikTok para fortalecer el proceso de evangelización juvenil en Pax TV.”

1.3 Justificación

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional se justifica en la necesidad de sistematizar y analizar la experiencia profesional desarrollada en la Comunidad de Jesús – Pax TV, específicamente en la implementación de estrategias de comunicación digital orientadas al público juvenil a través de la plataforma TikTok. Esta experiencia permitió evidenciar la importancia de las redes sociales como herramientas de comunicación para llegar a nuevas audiencias. Asimismo, se logró fortalecer la presencia evangelizadora en el entorno digital mediante contenidos adaptados al lenguaje de los jóvenes. De esta manera, se generó un impacto comunicacional reflejado en el incremento del alcance, la interacción y la participación del público juvenil en la plataforma.

1.4 Metodología de trabajo

La metodología empleada en el presente Trabajo de Suficiencia Profesional fue de enfoque descriptivo y analítico, desarrollada a partir de la experiencia profesional brindada como servicio externo en el área de comunicación digital de Tik Tok de la Comunidad de Jesús – Pax TV durante el año 2022. El trabajo se centró en el análisis de los resultados obtenidos de las estrategias de comunicación digital dirigidas a jóvenes de 16 a 30 años.

Para ello, se realizó la revisión de seguidores, contenidos publicados en redes sociales, el análisis de métricas digitales como alcance, interacción y nivel de participación, así como la sistematización de la información recopilada durante el periodo de trabajo hasta el presente. Asimismo, se consideraron las evidencias generadas en la ejecución de las funciones profesionales, lo que permitió evaluar de manera objetiva el impacto de las estrategias implementadas en el proceso de evangelización juvenil.

1.5 Problema profesional

Durante el desarrollo de la experiencia profesional se identificó un problema relacionado con la baja efectividad de las estrategias de comunicación digital dirigidas al público juvenil, el cual afectaba el desempeño del área de comunicación de la Comunidad de Jesús – Pax TV y limitaba el adecuado cumplimiento de los objetivos de evangelización en redes sociales, debido al bajo nivel de alcance e interacción en jóvenes de 16 a 30 años.

2. Contexto Institucional

2.1 Antecedentes de la institución:

La institución Comunidad de Jesús – Pax TV es una organización privada perteneciente al sector religioso y comunicacional. Su actividad principal consiste en la producción y difusión de contenidos audiovisuales orientados a la evangelización, mediante la transmisión de programas formativos y espirituales a través de televisión y plataformas digitales.

Su misión se enfoca en promover el mensaje de Dios y fortalecer la fe católica a través de los medios de comunicación, bajo el lema “Ora et Labora” (Reza y trabaja). En relación con sus objetivos institucionales, la organización prioriza la difusión de contenidos religiosos de calidad y la expansión de su presencia en redes sociales, lo cual se vincula directamente con el funcionamiento del área de comunicación y producción digital.

2.2 Estructura organizativa:

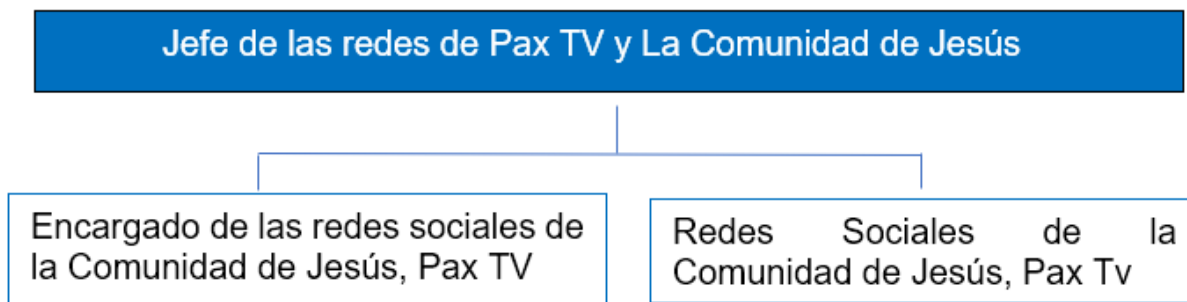
La experiencia profesional se desarrolló en el área de Comunicación Digital de la Comunidad de Jesús – Pax TV, la cual depende de la Producción y Programación general de la madre superiora a cargo del canal.

Esta área digital tiene como funciones principales la gestión de redes sociales, la publicación y difusión de contenidos evangelizadores, y la interacción con la audiencia en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Asimismo, contribuye al cumplimiento de los objetivos relacionados con la evangelización y la ampliación del alcance del mensaje cristiano en entornos digitales.

Figura 1

ORGANIGRAMA COMUNIDAD DE JESÚS, PAX TV

ORGANIGRAMA ÁREA DE REDES SOCIALES Y MEDIA DE LA COMUNIDAD DE JESÚS, PAX TV



3. Descripción de las Funciones Profesionales

3.1 Cargo ocupado

La autora se desempeñó en el cargo de Colaboradora Externa en Comunicación Digital durante el periodo comprendido entre febrero de 2022 y diciembre de 2022. Dicho puesto tenía como finalidad principal apoyar y ejecutar actividades relacionadas con la grabación y edición de videos para el canal institucional y redes sociales, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos del área de Redes Sociales, mediante la generación de contenido audiovisual orientado a fortalecer la comunicación digital y la difusión de las actividades de la institución.

3.2. Funciones y responsabilidades

Entre las principales funciones y responsabilidades desarrolladas se encuentran:

- **Elaboración de fotos y videos en las actividades religiosas para redes sociales.**
- **Apoyo en la generación de material visual orientado a evangelizar en los medios de comunicación.**
- **Producir contenido visual acorde a los lineamientos del área de redes sociales.** Estas actividades permitieron aplicar conocimientos adquiridos durante la formación académica, especialmente en áreas relacionadas con la **comunicación digital**.
- **Dirección de contenido multimedia y gestión de redes sociales,** fortaleciendo competencias técnicas y creativas propias de la especialidad profesional.

3.3. Logros alcanzados

Como resultado del desempeño de las funciones asignadas, se logró la implementación de la estrategia digital permitió la creación y posicionamiento inicial de la cuenta institucional de TikTok de Pax TV. Asimismo, la estrategia comunicacional incorporó la participación de voluntarios en la producción audiovisual, lo que permitió diversificar el contenido digital publicado; además se desarrollaron contenidos audiovisuales diseñados específicamente para la plataforma TikTok, adaptados al lenguaje y formato de consumo juvenil.

4. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional

4.1 Implementación práctica

1. Descripción del problema inicial.

La implementación práctica de los conocimientos adquiridos se evidenció en actividades como la creación y gestión de una cuenta institucional en TikTok, donde se aplicaron conceptos relacionados con comunicación digital, planificación estratégica de contenidos, producción audiovisual y segmentación de públicos. Estas acciones se desarrollaron en el área de comunicaciones digitales de PAXTV y Comunidad de Jesús y permitieron mejorar la interacción con el público juvenil, en concordancia con la formación académica recibida.

En ese contexto, se identificó como problema inicial la ausencia de una estrategia digital orientada específicamente a jóvenes dentro de las plataformas institucionales. Si bien PAXTV y Comunidad de Jesús contaban con redes sociales activas, el contenido difundido no estaba diseñado bajo una lógica de consumo juvenil ni adaptado a los formatos dinámicos y breves que predominan en plataformas como TikTok. Esta situación generaba una limitada conexión con el público adolescente y joven, reduciendo el alcance del mensaje evangelizador en entornos digitales contemporáneos.

2. Objetivo de la creación de la cuenta.

Frente a esta problemática, se planteó como objetivo principal la creación de una cuenta institucional en TikTok dirigida al público juvenil, con la finalidad de fortalecer el proceso de evangelización a través de contenidos audiovisuales dinámicos, breves y alineados con el lenguaje digital actual.

3. Proceso de creación.

Se inició con un análisis del público objetivo y la revisión de tendencias dentro de la plataforma. Posteriormente, se procedió con la apertura de la cuenta, definiendo identidad visual, descripción institucional y línea temática.

Figura 2



Nota: Captura de pantalla de la interfaz de TikTok. Elaboración propia.

4.2 Estrategia de contenidos

Se establecieron cuatro ejes principales: contenido formativo (reflexiones breves y mensajes bíblicos adaptados al lenguaje juvenil), contenido testimonial (experiencias de jóvenes), contenido dinámico (adaptación de tendencias con mensaje evangelizador) y contenido interactivo (preguntas y llamados a la participación).

Figura 3



Nota: La Figura 3 presenta un ejemplo de pieza audiovisual elaborada bajo esta estrategia comunicacional propuesta.

Tabla 1

EJES	FECHAS	TEMAS	CANALES	COPYS	FORMATOS
Influencers católicos	Martes, miércoles y viernes	➤ Verdadero y Falsos ➤ Canciones católicas ➤ Rumen de Homilía ➤ Videos resúmenes ➤ De actividades ➤ Challenges ➤ Karaoke	TikTok	TikTok ➤ Cancionero de música católica ➤ Verdadero y falso sobre verdad y mito ➤ Rutas grabadas de actividades ➤ Resumen de Homilías por Sacerdotes que vayan a grabar la misa, y la duración de máximo un minuto. #Misa #Jesús #Evangelización #PaxTV #ComunidadDeJesús	Collage de fotos y reels Video cortos
Fragmentos de la misa	Lunes y jueves	Las 5 frases más resultantes de la misa que se transmite en Facebook	TikTok	➤ Lo mejor de la homilía ➤ Frases de la misa ➤ Presencia de la Eucaristía #Misa #Jesús #Evangelización #PaxTV #ComunidadDeJesús	Videos cortos
Oraciones y costumbres	Sábados y domingo	Oraciones como la de San Francisco de Asís musicalizado	TikTok	Oraciones musicalizadas de Santos más representativos #Santos #Oraciones #PaxTV #ComunidadDeJesús	Videos con música
Santos y fechas festivas católicos	Fechas festivas que coincidan en el calendario, Ejm: Navidad, Virgen de Guadalupe	Curiosidades, datos que no sabías ¿Sabías qué? Efemérides	TikTok	Datos curiosos que no sabías de cada fecha y de los Santos católicos. #Santos #Oraciones #PaxTV #ComunidadDeJesús #SabíasQué	Videos interactivos

Nota: Para garantizar orden y constancia en las publicaciones, se elaboró un calendario mensual de contenidos que permitió planificar fechas, temáticas y frecuencia de publicación.

Figura: 4



Nota: Finalmente, en la figura 4, el proceso de producción audiovisual se estructuró en etapas de preproducción, grabación, edición y publicación, asegurando coherencia y calidad en cada pieza difundida.

Tabla 2

Ejemplo de guion para contenido en TikTok			
Tabla X. Ejemplo de guion para video de contenido juvenil en TikTok			
Tiempo aproximado	Escena / Acción	Mensaje o texto en pantalla	Recursos
0 – 3 segundos	Inicio del video con saludo o pregunta que llame la atención	¿Sabías que un pequeño gesto puede cambiar tu día?”	Música dinámica, texto animado
3 – 8 segundos	Presentación breve del tema	“Hoy te compartimos un mensaje para empezar tu día con fe y esperanza.”	Transición visual
8 – 15 segundos	Desarrollo del mensaje principal	Frase motivadora o reflexión breve	Imagen o video de apoyo
15 – 20 segundos	Refuerzo del mensaje	“Recuerda: cada día es una nueva oportunidad.”	Texto en pantalla
20 – 25 segundos	Cierre del video	“Comparte este mensaje con alguien que lo necesite.”	Logo del perfil y música

Nota: Se planteó un guión narrativo para contenido de TikTok

4.3 Gestión y mantenimiento

Se incluyó el monitoreo de métricas, la interacción constante con los seguidores y la evaluación periódica del impacto del contenido, permitiendo realizar ajustes estratégicos orientados a mejorar el alcance y la participación juvenil.

4.3.1 Indicadores de éxito o impacto.

Figura 5



Figura 6



Nota: Interfaz de Indicadores del Post 1

Figura 7



Figura 8



Nota: Interfaz de Indicadores del Post 2

Figura 9



Figura 10

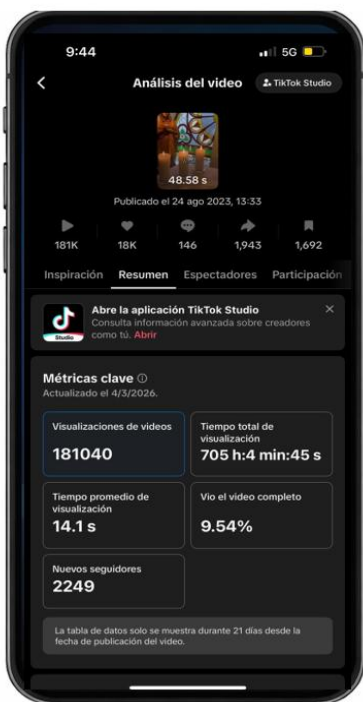


Nota: Interfaz de Indicadores del Post 3

Figura 11



Figura 12



Nota: Interfaz de Indicadores del Post 4

Figura 13



Figura 14



Nota: Interfaz de Indicadores del Post 5

Tabla 3

Post	ME GUSTAS	REPRODUCCIÓN	COMENTARIO	COMPARTIDO	GUARDADO
Post 1	17	17	0	0	0
Post 2	16	159	0	0	0
Post 3	2070	23K	150	339	262
Post 4	18 K	1810,040	146	1943	1692
Post 5	9825	141 k	162	1143	741

Nota: Indicadores TikTok Studio App

Figura 15



Figura 16



Nota: Cuadro comparativo de métricas, visualizaciones de métricas entre los años 2025 y 2026.

Figura 17

Resultados cualitativos



Mejora en el posicionamiento

La implementación de la estrategia de contenido en la plataforma TikTok permitió **mejorar** significativamente el posicionamiento del perfil institucional. Durante el periodo analizado se alcanzaron **623,000 visualizaciones** en las publicaciones, lo que evidencia un mayor alcance del contenido y una mayor presencia de la cuenta dentro de la plataforma. Este incremento en visualizaciones refleja que el contenido logró ser distribuido por el algoritmo de la red social, permitiendo que más usuarios conocieran la cuenta y el mensaje que se buscaba transmitir.



Mayor participación de la audiencia

Los resultados también evidencian un **incremento en la interacción** de los usuarios con el contenido publicado. En total se registraron aproximadamente **29,000 “me gusta”, 1,772 comentarios y 7250 veces compartido**, lo cual demuestra un alto nivel de participación de la audiencia. Estas métricas indican que el contenido no solo fue visualizado, sino que también generó reacciones, comentarios y difusión entre los usuarios, lo cual es un indicador positivo de engagement dentro de la plataforma.



Reconocimiento institucional

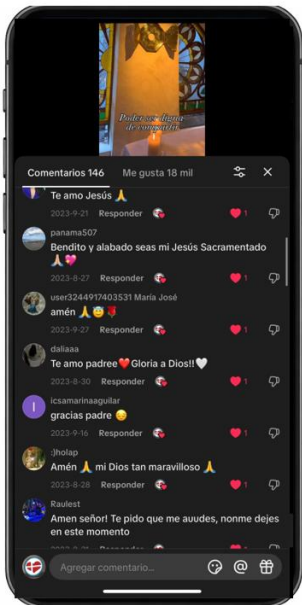
El crecimiento del perfil también se refleja en el **aumento de la comunidad digital**. Durante el periodo analizado se alcanzó un total de **23,505 seguidores**, con **2,140 seguidores netos nuevos**, lo que demuestra un interés sostenido por parte del público en el contenido publicado. Este crecimiento contribuye al fortalecimiento del reconocimiento institucional en redes sociales, permitiendo ampliar el alcance del mensaje y consolidar una comunidad digital interesada.

Nota: Resultados cualitativos de la estrategia comunicacional

Figura 18



Figura 19



Nota: Comentarios y participación de usuarios de TikTok en Paxtv Oficial

4.4.Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda).

Comparación		
Aspecto	Antes	Después
Presencia en TikTok	No existía cuenta institucional en la plataforma.	Se creó y mantuvo una cuenta activa y en constante crecimiento en TikTok.
Frecuencia de contenido	Se publicaba contenido de manera esporádica sin una estrategia definida.	Publicación de videos semanales según un calendario definido, adaptado a las tendencias y al público juvenil de TikTok.
Interacción juvenil	Baja participación juvenil reflejada en pocas visualizaciones, “me gusta”, comentarios y compartidos.	Incremento significativo en visualizaciones (623K), “me gusta” (29K), comentarios (1,772) y 7,250 veces compartido.
Diversificación digital	Limitada presencia en otras redes sociales y plataformas con poca variedad de contenido digital.	Expansión de presencia digital, incluyendo un enfoque multi-plataforma que permitió diversificar el contenido e integrar TikTok en la estrategia comunicacio-

Nota: Análisis comparativo descriptivo del antes y después de existencia interacción juvenil incremento significativo

4.5. Análisis crítico.

Logros alcanzados

Durante el desarrollo de la estrategia de comunicación digital se logró consolidar la presencia institucional en la plataforma TikTok, alcanzando resultados significativos en términos de alcance e interacción. Entre los principales logros se destaca la obtención de **623,000 visualizaciones en las publicaciones**, así como **29,000 “me gusta”, 1,772 comentarios y 7,250 veces compartido**, lo que evidencia una alta participación por parte de la audiencia. Asimismo, se logró el crecimiento de la comunidad digital alcanzando **23,505 seguidores**, lo cual contribuye al posicionamiento de la institución en redes sociales y al fortalecimiento del vínculo con el público juvenil.

Dificultades

Durante la implementación de la estrategia se presentaron algunas dificultades relacionadas con la adaptación al formato y dinámica de la plataforma TikTok, especialmente en la creación de contenido que se ajustara a las tendencias y preferencias del público juvenil. Asimismo, en las primeras etapas se evidenció la necesidad de experimentar con diferentes formatos audiovisuales para identificar aquellos que generarán mayor alcance e interacción.

Limitaciones

Entre las principales limitaciones se identificó el tiempo disponible para la planificación y producción constante de contenido digital, así como los recursos técnicos y humanos para la generación de material audiovisual de manera continua. Además, el comportamiento del algoritmo de la plataforma puede influir en la visibilidad de las publicaciones, lo cual puede afectar el alcance del contenido independientemente de su calidad o relevancia.

Aprendizajes

El proceso permitió comprender la importancia de la planificación estratégica del contenido digital y el uso de formatos audiovisuales dinámicos adaptados al público objetivo. Asimismo, se evidenció que la constancia en la publicación de contenido y la interacción con los usuarios contribuyen significativamente al crecimiento de la comunidad digital y al posicionamiento de la cuenta en la plataforma.

Propuestas de mejora futura

Como propuesta de mejora se plantea fortalecer la estrategia de comunicación digital mediante la implementación de un **calendario de contenidos más estructurado**, la incorporación de nuevas tendencias audiovisuales y la diversificación del contenido en otras plataformas digitales. Asimismo, se recomienda fomentar una mayor interacción con la audiencia mediante dinámicas participativas, transmisiones en vivo y colaboraciones con otros creadores de contenido, con el fin de ampliar el alcance y consolidar el posicionamiento institucional en redes sociales.

Si quieres, también puedo ayudarte a hacer **una versión un poquito más corta (que muchos profesores prefieren)** o incluso **poner esto en un cuadro visual como hicimos con los otros apartados** para que tu trabajo se vea más profesional.

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

A partir de la experiencia profesional desarrollada en el área de comunicación digital de Pax TV se pudo evidenciar la importancia de las redes sociales como herramientas de comunicación para llegar al público juvenil. El uso de plataformas digitales permitió difundir contenidos orientados a la evangelización de una manera más cercana y dinámica, adaptándose a los hábitos de consumo de información de los jóvenes.

Asimismo, el desarrollo de contenidos audiovisuales para redes sociales permitió fortalecer la presencia institucional en el entorno digital, generando mayores oportunidades de interacción con los usuarios y contribuyendo al posicionamiento de la institución en estas plataformas.

5.2. Recomendaciones.

Se recomienda continuar fortaleciendo la estrategia de comunicación digital mediante una planificación organizada de los contenidos que permita mantener la constancia en las publicaciones y mejorar el alcance de los mensajes dirigidos al público juvenil.

Asimismo, es importante seguir explorando nuevos formatos y tendencias audiovisuales que permitan captar la atención de los usuarios y generar mayor interacción en las plataformas digitales.

De igual manera, se sugiere promover una participación más activa de la audiencia a través de dinámicas que fomenten la interacción y el intercambio de opiniones.

Finalmente, se recomienda realizar un seguimiento constante de las métricas digitales con el fin de evaluar el desempeño de los contenidos y realizar ajustes que permitan mejorar la estrategia de comunicación en redes sociales.

6. Referencias bibliográficas

- Davila, C. (2022). *Propuesta de implementación de estrategias de comunicación digital para la mejora de la evangelización en jóvenes de la comunidad de Jesús – PAX TV* [Tesis de licenciatura, Instituto San Ignacio de Loyola].
<https://repositorio.isil.pe/server/api/core/bitstreams/b0e4f0e2-808b-45ee-8bb9-42dbd06e45e5/content>
- Davila, C. (2022), Comunidad de Jesús – Pax TV. (2022). *Reporte interno de métricas de la cuenta de TikTok* [Documento institucional no publicado].
<https://www.tiktok.com/@paxtvoficial?lang=es-419>
- Pacheco-Díaz, P. (2025). *Discurso religioso digital en la actualidad: Influencers cristianos en TikTok en Centroamérica y el Caribe* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Huelva y Universidad Internacional de Andalucía]. Repositorio Institucional de la Universidad Internacional de Andalucía.
<https://dspace.unia.es/entities/publication/b3405db8-b170-46c7-90a3-68b34c03bb5a>

7. Anexos

7.1 Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Suficiencia Profesional

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Diseño e implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok para la mejora de evangelización de jóvenes en la Comunidad de Jesús, Pax TV 2025

Integrante:

1. Dávila del Campo, Carolina Patricia

Asesor: Sam Anlas, Carlos Antonio

Impacto de la investigación

La investigación evidenció que la implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok fortaleció la evangelización juvenil, mejoró el alcance del mensaje institucional y aumentó la interacción con el público joven.

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional evidenció que la implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok contribuyó significativamente al fortalecimiento del proceso de evangelización juvenil de la Comunidad de Jesús – Pax TV. La creación de una estrategia de contenidos adaptada al lenguaje y hábitos de consumo de los jóvenes permitió incrementar el alcance, la interacción y la participación de la audiencia en la plataforma, consolidando la presencia institucional en el entorno digital. Los resultados obtenidos, reflejados en más de **623 000 visualizaciones, 29 000 "me gusta", 1 772 comentarios, 7 250 compartidos y 23 505 seguidores**, demuestran que una planificación estratégica de contenidos puede generar un mayor vínculo entre la institución y el público juvenil. Asimismo, el trabajo aporta una experiencia práctica que puede servir como referencia para otras organizaciones religiosas o instituciones sin fines de lucro interesadas en fortalecer su comunicación digital mediante plataformas de video de formato corto.

Resultado del proceso de investigación

Se comprobó que la implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok fortaleció la presencia digital de Pax TV, incrementando el alcance, la interacción y la participación del público juvenil.

El proceso de investigación permitió comprobar que la implementación de estrategias de comunicación digital en TikTok fortaleció la presencia de Pax TV entre el público juvenil, logrando un mayor alcance, interacción y participación mediante contenidos adaptados a las características de la plataforma.

7.2 Certificado de trabajo



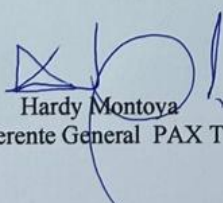
CONSTANCIA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Que la Srta. Carolina Patricia Dávila del Campo, identificada con DNI N.º 46190468, ha prestado servicios profesionales en nuestra institución desempeñándose como colaboradora en comunicación digital y producción para Televisión, durante el periodo comprendido desde febrero del 2022 hasta el diciembre del 2025

Durante dicho tiempo, la mencionada cumplió con sus funciones de manera responsable, demostrando compromiso, puntualidad y profesionalismo en las labores asignadas:

- Elaboración de fotos y videos en las actividades religiosas para redes sociales.
- Apoyo en la generación de material visual orientado a evangelizar en los medios de comunicación.
- Producción de contenido visual acorde a los lineamientos del área de redes sociales. Estas actividades permitieron aplicar conocimientos adquiridos durante la formación académica, especialmente en áreas relacionadas con la comunicación digital.
- Dirección de contenido multimedia y gestión de redes sociales, fortaleciendo competencias técnicas y creativas propias de la especialidad profesional.
- Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime convenientes.

Lima, 03 de Julio del 2026


Hardy Montoya
Gerente General PAX TV

Av. Bugarvillas 155
Valle Hermoso - Surco
Tel: (511) 3440951 / (511) 3440007
www.paxtv.org