

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA SOCIEDAD DE VIDA  
FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA.**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**SERGIO DANILO CHEN CAAL**  
**200722176**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, octubre de 2019**

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

**Representantes Estudiantiles:**

María Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria**

M.Sc. Caludia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA  
Seminario Mayor "Pablo VI"

Guatemala, 03 de octubre de 2019

Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista **Sergio Danilo Chen Caal**, con número de cané: **200722176** y CUI: **2499094130108**, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Comunicación**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas **del 14 de mayo al 31 de julio** del año en curso, tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Estrategia de Comunicación Externa de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María"**, entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **El Departamento de Comunicación de nuestra institución.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

*Atentamente*

**Pbro. Oswaldo Antonio Pérez Agüero**  
**Secretario General**





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



Guatemala, 11 de octubre de 2019

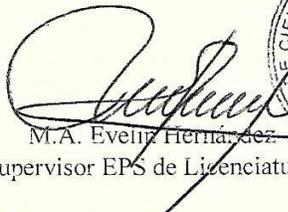
Estudiante  
Sergio Danilo Chen Caal  
Carné: 200722176  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

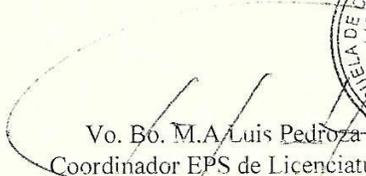
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA SOCIEDAD DE VIDA FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
M.A. Evelin Hernández  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Vo. Bo. M.A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura





**Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

## **DEDICATORIA**

- A DIOS:** Por el don de la vida, por levantarme cuando desistía, por darme fuerzas de noche y de día, por la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida.
- A MI AMOR:** Linda, por el apoyo incondicional, por su paciencia excepcional y por su amor que alimenta mi alma.
- A MI PRINCESA:** Emma, por enseñarme lo bello que es la vida, por darle color a mis días, por llenar mi corazón de alegrías.
- A MI FAMILIA:** Hermanas y hermanos, por cuidar de mí, porque sus palabras siempre eran un sí, sí se puede, y por no perder las esperanzas en mí.
- A MIS SOBRINOS:** Para que luchen por sus ideales y que sus logros sean geniales.
- A MIS SUEGROS:** Por brindarme abrigo, por acogerme como un hijo.

De manera especial, a las personas imborrables de mi vida, mis padres, Francisca y Abelino (Q.E.P.D), porque han dejado sus palabras, acciones y amor, grabados en mi corazón. Mi mayor deseo es volverlos a ver, pero sé que desde el cielo, abrazan mi ser.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, donde me he formado ética y profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** y a cada uno de los docentes que me impartieron los distintos cursos.

A la **COORDINACIÓN DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**, por el apoyo, y asesoramiento brindado durante todo el proceso de EPS.

A mi asesora **M.A. EVELIN LISSETH HERNÁNDEZ MAZARIEGOS**, por toda la ayuda y acompañamiento en las distintas etapas del Ejercicio Profesional Supervisado.

A la **SOCIEDAD DE VIDA FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA**, por darme la oportunidad de desarrollar el plan de comunicación dentro de su organización y permitirme desarrollarme como profesional de la comunicación.

Al **PADRE OSWALDO ANTONIO PÉREZ AGÜERO**, por toda su disposición, colaboración y brindar los espacios necesarios para la ejecución del proyecto.

A la **LICDA. ANA ELISA GUDIEL**, por sus palabras de motivación y apoyo en todo el proceso.

A **TODOS MIS AMIGOS**, especialmente a: Samuel Concohá, por todas las veces que me ayudó en las distintas etapas de la carrera. Gregorio Xuyá, por el apoyo incondicional de varios años hasta la actualidad. Adalí López, por esa amistad sincera y verdadera. Elmer Vásquez, por colaborar en todo momento para conmigo.

A mi demás familia, alumnos y ex alumnos, compañeros de estudio y de trabajo, y a todas las personas que han dejado huella en mi vida, a todos, muchas gracias.

## ÍNDICE

|                    |     |
|--------------------|-----|
| RESUMEN.....       | I   |
| INTRODUCCIÓN ..... | II  |
| JUSTIFICACIÓN..... | III |

### CAPÍTULO I

|  |    |
|--|----|
| 1. DIAGNÓSTICO.....  | 1  |
| 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....                       | 1  |
| 1.1.1. Objetivo General .....                              | 1  |
| 1.1.2. Objetivos específicos.....                          | 1  |
| 1.2. LA INSTITUCIÓN – FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA ..... | 1  |
| 1.2.1. Ubicación Geográfica.....                           | 1  |
| 1.2.2. Antecedentes .....                                  | 1  |
| 1.2.3. Departamentos.....                                  | 2  |
| 1.2.4. Misión.....   | 3  |
| 1.2.5. Visión .....  | 3  |
| 1.2.6. Objetivos Institucionales .....                     | 3  |
| 1.2.7. Público Objetivo.....                               | 4  |
| 1.2.8. Organigrama.....                                    | 5  |
| 1.3. METODOLOGÍA .....                                     | 5  |
| 1.3.1. Metodología del Método .....                        | 6  |
| 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección .....        | 6  |
| 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....                     | 8  |
| 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....                            | 9  |
| 1.4.1. Interpretación del Resultado.....                   | 9  |
| 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....                   | 24 |
| 1.5.1. Fortalezas .....                                    | 24 |
| 1.5.2. Oportunidades .....                                 | 24 |
| 1.5.3. Debilidades.....                                    | 24 |
| 1.5.4. Amenazas .....                                      | 24 |

### CAPÍTULO II

|  |    |
|--|----|
| 2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....             | 25 |
| 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES ..... | 25 |
| 2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....      | 25 |
| 2.2.1. Objetivo General .....            | 25 |
| 2.2.2. Objetivos Específicos.....        | 25 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....          | 26 |
| 2.4. MENSAJE.....                   | 26 |
| 2.5. ESTRATEGIA .....               | 26 |
| 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN ..... | 27 |

### CAPÍTULO III

|   |    |
|---|----|
| 3. INFORME DE EJECUCIÓN.....                  | 29 |
| 3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....               | 29 |
| 3.1.1. Financiamiento .....                   | 29 |
| 3.1.2. Presupuesto.....                       | 29 |
| 3.1.3. Beneficiario .....                     | 30 |
| 3.1.4. Recursos Humanos.....                  | 30 |
| 3.1.5. Área Geográfica de Acción .....        | 31 |
| 3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS..... | 31 |
| 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....           | 39 |
| 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....               | 40 |
| CONCLUSIONES .....                            | 41 |
| RECOMENDACIONES .....                         | 42 |
| GLOSARIO DE TÉRMINOS.....                     | 43 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                             | 46 |
| E-GRAFÍA .....                                | 46 |
| ANEXOS.....                                   | 48 |

## **RESUMEN**

El plan de comunicación denominado: “Estrategia de comunicación externa de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María” se llevó a cabo en sus instalaciones ubicadas en la 9ª. Calle 1-91 zona 3 de Mixco, colonia El Rosario. El cual cumplió con los siguientes objetivos:

### **Objetivo general:**

Fortalecer la comunicación externa de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.

### **Objetivos específicos:**

- Actualizar los canales de comunicación digitales de la Fraternidad Misionera de María.
- Establecer un equipo de trabajo para el departamento de comunicación.

El tiempo necesario para llevar a cabo dicha estrategia, fue de dos meses y medio. Tiempo en el cual se distribuyeron tres capacitaciones y una inducción. Las capacitaciones se centraron en brindar herramientas y conocimientos en edición de vídeo y fotografía, así mismo, en técnicas de redacción. La inducción fue sobre cómo actualizar la información de la página web.

El equipo de comunicación aprendió a crear su propio material audiovisual, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en dichas capacitaciones. Desde que se inició a publicar imágenes editadas por el área de fotografía en la red social Facebook, la Fraternidad empezó a crear mayor interés en los seguidores, que a la vez compartieron las publicaciones, este acontecimiento permitió el incremento de seguidores que contribuyó al alcance de las metas trazadas.

## INTRODUCCIÓN

Fue en el año de 1985 que la Fraternidad Misionera de María fue aceptada canónicamente como Asociación Pública Clerical. Pero fue hasta en el 2009 que los miembros del Consejo Directivo de ese entonces, consideraron designar un departamento que se encargara propiamente de la difusión y promoción de la Fraternidad.

Antes de la propuesta y ejecución del plan de comunicación, no habían logrado establecer firmemente dicho departamento. Se obtuvo la radiografía de la institución, gracias al diagnóstico realizado entre los meses de enero y febrero del presente año, utilizando herramientas de investigación científica, propiamente, el método descriptivo con enfoque cualitativo.

Por medio del diagnóstico ya mencionado, se determinaron los problemas de comunicación de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María por medio de las técnicas de entrevista y observación. Con los resultados obtenidos, se optó por mejorar la comunicación externa de la institución, ya presentaba muchas debilidades y no contaban con el alcance necesario para su grupo objetivo.

Por lo anterior, se propuso la estrategia de comunicación externa con cuatro acciones específicas, las cuales lograron que la Fraternidad incrementara el interés e interacción del público objetivo. De igual manera, se alcanzó un buen desempeño y motivación del equipo de comunicación conformado en la ejecución de dicha estrategia.

Implementando el plan comunicacional, se presentaron acciones dirigidas a resolver las debilidades encontradas dentro de la Fraternidad, encausadas en una sola estrategia que fue la de: “Crear el equipo de comunicación de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María”.

## JUSTIFICACIÓN

El proceso de comunicación es importante en todo ámbito del ser humano. La capacidad de informar y transmitir mensajes es inherente a la persona, pero existen maneras de emitir mensajes con claridad para obtener respuestas óptimas. La comunicación es el principio de toda función, es la parte elemental para fijar los objetivos y trazar el camino que se debe recorrer para llegar a cumplirlo.

Por esta razón, es importante la ejecución de un plan comunicacional que brinde apoyo en los procesos de difusión y promoción, específicamente de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María. Del mismo modo, cumplir con los objetivos de dicha institución que se resumen en: formar, evangelizar y promover un compromiso pastoral a todas las personas, especialmente a los pobres, marginados y los jóvenes.

Como se ha mencionado, la estrategia ejecutada, aportó herramientas actuales de comunicación, con el objetivo de renovar los métodos utilizados hasta antes de la propuesta del plan comunicacional, centrándose en un público objetivo juvenil, para dar a conocer las actividades que realiza la Fraternidad.

Dentro de toda institución, es necesario contar con un departamento de comunicación, y que éste a la vez, cuente con los conocimientos y equipo necesario para crear material con la información importante de la organización. La apertura en implementar nuevas formas de comunicación, aumenta las expectativas de que las estrategias y acciones venideras, contribuyan a una mejor promoción de la Fraternidad.

## **Capítulo I**

### **1. Diagnóstico**

Diagnóstico comunicacional de la “Fraternidad Misionera de María”

#### **1.1. Objetivos del diagnóstico**

##### **1.1.1. Objetivo general**

Elaborar un diagnóstico comunicacional interna y externa de la congregación “Fraternidad Misionera de María”.

##### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Observar las herramientas comunicacionales que utilizan en los distintos procesos de la congregación.
- Analizar los procesos de comunicación administrativos.
- Determinar las faltas internas y externas que se cometen durante el proceso de comunicación.

#### **1.2. La institución – Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María**

##### **1.2.1 Ubicación geográfica:**

9ª. Calle 1-91 zona 3 de Mixco, colonia El Rosario.

##### **1.2.2 Antecedentes**

“En 1985, después de haber dialogado Monseñor Angélico Melotto y el Padre Eduardo Aguirre con el Excelentísimo Monseñor Próspero Penados del Barrio, Arzobispo Metropolitano de la Arquidiócesis de Guatemala y obteniendo su apoyo incondicional, con anuencia del Excelentísimo Nuncio Apostólico Monseñor Oriano Quillici, el 10 de mayo se erigió canónicamente la Fraternidad Misionera de María como “Asociación Pública Clerical” y se le confiere para finales del mismo año la asistencia pastoral de las Parroquias de San Pedro Ayampúc, San José del Golfo y San Rafael Arcángel zona 18, así como la asistencia espiritual del Santuario San Felipe de Jesús en Sacatepéquez”. (Fraternidad Misionera de María, 2007, p. 7).

El 29 de junio de 1990, el Señor Arzobispo erigió con Nihil Obstat de la Santa Sede, la Fraternidad Misionera de María como una “Sociedad de Vida Apostólica” de Derecho Diocesano.

Con el nuevo Éxodo vivido en 1985 y la aprobación canónica que constituyó a la Fraternidad Misionera de María de Derecho Diocesano, se instala temporalmente (mientras concluyen las primeras instalaciones propias), en el entonces ex Seminario Menor arquidiocesano, un buen grupo de seminaristas mayores, y en Antigua Guatemala comienza a funcionar el Seminario Menor de la Fraternidad.

En 1986 se le confió a la Fraternidad, la Parroquia San Lucas Evangelista, Sacatepéquez, y se celebraron, además, con gran gozo y gratitud, las primeras Ordenaciones Diaconales y Sacerdotales.

“A partir del año 1987 la Fraternidad inicia en Italia la experiencia de los primeros estudiantes y posteriormente se suscitaron nuevas misiones en ese país; luego se abrieron las misiones de Ecuador, Panamá y Venezuela, en esta última la presencia de Monseñor Oriano Quillici -quien fue Nuncio en Guatemala y posteriormente en Venezuela- fue de vital importancia pues por su mediación se conocieron dos obispos de Diócesis bastante necesitadas de clero: San Fernando de Apure y la de Calabozo, y comienza la presencia de la Fraternidad en este país que luego provocó el interés de varios obispos quienes solicitaron misioneros para colaborar pastoralmente en sus Diócesis. Más adelante se fueron dando aperturas de misiones como: las de El Salvador, Honduras, Canadá, Nicaragua y últimamente Kenya en Africa”. (Fraternidad Misionera de María, 2007, p. 7).

La Fraternidad Misionera de María, colabora, promueve y trabaja en la construcción del Reino de Dios dentro de la Iglesia, compartiendo desde su Carisma y Espiritualidad, los dones y virtudes que la enriquecen.

### **1.2.3 Departamentos**

Los departamentos de la Fraternidad Misionera de María, son las siguientes:

- Consejo Directivo. Es la junta directiva de la Congregación que es elegida cada 6 años en las reuniones denominadas, Capítulo General.

- Secretaría General y Departamento de Comunicación. Instancia encargada de recibir solicitudes de ingreso a la Congregación y dar el seguimiento respectivo, así también, de brindar información interna y externa de la Fraternidad.
- Finanzas. Es el departamento encargado de administrar los recursos económicos de la institución.
- Apostolado. Área encargada de la promoción vocacional.
- Formación. Departamento encargado de la formación de los seminaristas.

#### **1.2.4 Misión:**

Realizar una acción pastoral que se caracterice por ser genuinamente formativa, evangelizadora, orgánica y capaz de discernir la presencia de la acción salvífica de Dios en las realidades y los retos que se afrontan.

#### **1.2.5 Visión**

Promover una evangelización dinámica y un compromiso pastoral que manifieste el mensaje de Cristo, para permitir la manifestación del Reino en el mundo y a todas las personas, especialmente los pobres y marginados.

#### **1.2.6 Objetivos institucionales**

##### **Objetivos Generales**

- Ser misioneros, llamados a que toda la acción ministerial esté impregnada por un espíritu evangelizador, que sea explícita o implícitamente la proclamación de la buena nueva de Jesucristo, a través de la formación, las actitudes propias y la integridad de la vida, que constituyen elementos importantes inseparables de la acción misionera. Desde la experiencia de realización y de alegría por el ministerio al que se ha sido llamado, toda la acción misionera debe estar orientada a la promoción vocacional.
- De acuerdo al Documento Ratio de formación de la FMM (pág. 29) el objetivo general es “promover en los formandos la capacidad de responder, a imitación de María Santísima, con disponibilidad total a la voluntad de Dios para que, a partir

del descubrimiento de sus carismas específicos y de la integración armónica de su personalidad lleguen a configurarse con las actitudes de Jesucristo y a identificarse con su misión”.

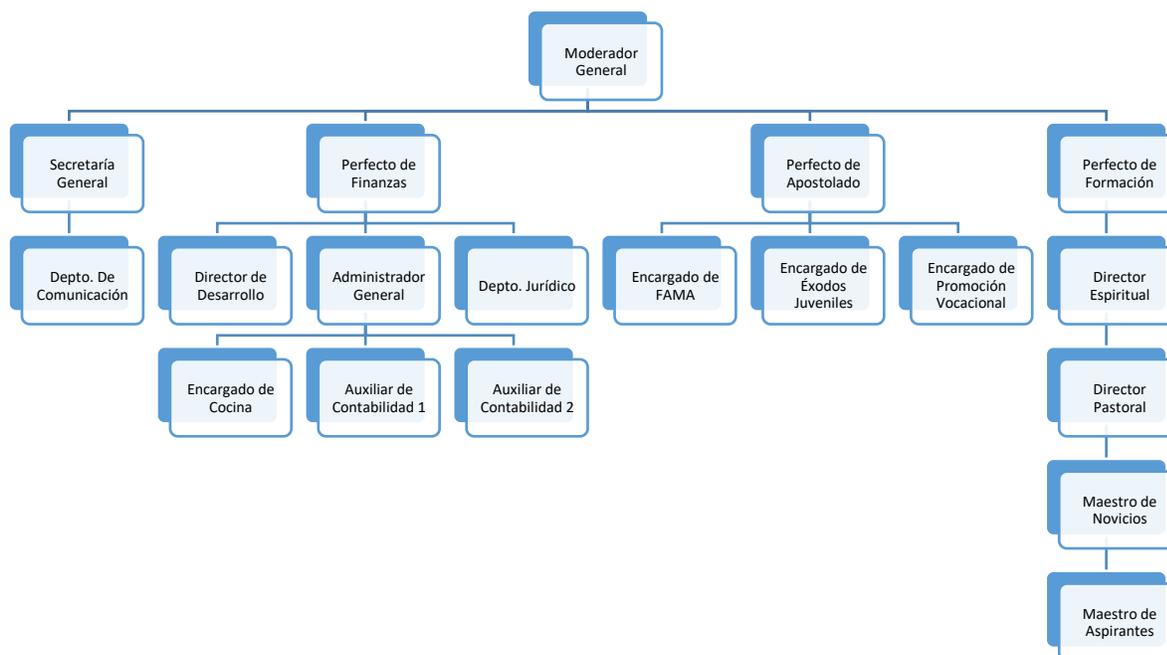
### **Objetivos Específicos**

- “Impulsar el conocimiento y la maduración de la personalidad de cada candidato, para que, desde la aceptación y la integración de sí mismo, sea capaz de asumir con coherencia y radicalidad los compromisos sacerdotales y fraternos.
- Lograr que cada uno de los candidatos asuma las actitudes necesarias, que le permitan su configuración con Jesucristo y la identificación con su misión.
- Promover una formación académica capaz de alcanzar la excelencia académica, a partir del reconocimiento de las diversidades culturales y personales, utilizando un método de enseñanza genético-histórico y desarrollando un espíritu reflexivo-crítico, para que se forme en los candidatos la capacidad de reconocer la verdad revelada, de desarrollar juicios prácticos y de discernir e interpretar la complejidad del mundo actual desde una perspectiva misionera.
- Promover que cada seminarista identifique los carismas ministeriales específicos que ha recibido, los desarrolle y aprenda a integrarlos dentro de la pastoral eclesial y a ejercitarlos con actitudes genuinamente misioneras.” Basados en el Documento Ratio de Formación de la FMM (pags.31-34).

### **1.2.7 Público objetivo**

El público objetivo de la Fraternidad, de una manera específica, son los adolescentes y jóvenes con inquietudes vocacionales. Y de manera general, toda la feligresía que acude a las parroquias donde tiene presencia la institución.

## 1.2.8 Organigrama



**FUENTE:** Departamento de Comunicación, Fraternidad Misionera de María.

## 1.3 Metodología

Para el presente diagnóstico se eligió una metodología con enfoque cualitativa, por el hecho de que la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María, cuenta con 35 personas en los cargos administrativos, el cual, de ese total, un 80% son sacerdotes que pertenecen a la Fraternidad y el 20% restante lo conforman personas laicas que devengan un salario.

Se optó por esta metodología porque trata temas y materias que no pueden ser cuantificados, dicho de otra manera, son temas que no pueden ser trasladados a datos numéricos. La información en este tipo de metodología, se obtienen a partir de la observación directa, de entrevistas, investigación y análisis. (Significados, 2018).

El enfoque cualitativo, es el más utilizado en las ciencias sociales y facilita el estudio del comportamiento del hombre y sus formas de organización. Otra de sus características es que se pueden desarrollar preguntas o hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Como primer paso nos sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; después, para perfeccionarlas y responderlas. (Hernández, Fernández, Baptista, 2014, p.7).

### **1.3.1 Descripción del método**

Se consideró que el método descriptivo se adapta correctamente para el análisis de la situación comunicacional de la Sociedad de Vida Fraternidad Misionera de María, porque este permite “la posibilidad de elaborar diagnósticos, pronósticos, o generar conocimientos”. (Zepeda, 1998, p. 28).

Hernández Sampieri indica que los “Estudios descriptivos busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (Hernández, 2014, p.92).

Por lo tanto, este método es útil para detallar la información sobre los procesos de comunicación interna y externa de dicha Sociedad de Vida que, en este caso, es el objeto de estudio. Además, tiene como propósito describir las características y rasgos importantes dentro del contexto comunicacional, y con los datos obtenidos, proponer posibles soluciones para obtener mejores resultados.

### **1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección**

La técnica es el “conjunto de mecanismos y de máquinas, así también de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y, transmitir energía y datos... Es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación”. (Piloña, 2016, p. 59).

La aplicación de técnicas es importante en el proceso de investigación y diagnóstico, y este a la vez, se conforma de instrumentos para manejar la información y orientar la obtención de conocimientos.

“Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí: a) Seleccionar un instrumento de medición... b) Aplicar ese instrumento de medición... c) Preparar las mediciones obtenidas”. (Hernández, Fernández, Baptista, 1991, p.285).

Para el presente diagnóstico con enfoque cualitativo descriptivo, se utilizaron las siguientes técnicas, describiéndolos según los conceptos de Gómez (2012) y Piloña (2016) en sus obras, Metodología de la investigación y Métodos y técnicas de investigación respectivamente.

- La observación. “La observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos”. (Gómez, 2012, p. 60). Con esta técnica, se pretende obtener el mayor número de datos que conciernen a la comunicación y ambiente laboral en la congregación Fraternidad Misionera de María. El instrumento a utilizar es la ficha de campo.
- Entrevista. Es el “Proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia”. (Piloña, 2016, p. 82). Dentro de esta técnica, se implementa la entrevista libre y dirigida, siendo la ficha de entrevista, el instrumento a implementar.

### 1.3.3 Cronograma del diagnóstico

| ACTIVIDAD                                      | DURACIÓN |          |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
|  | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 5 |
| Curso propedéutico                             |          |          |          |          |          |
| Confirmación de trabajo de EPS con Institución |          |          |          |          |          |
| Entrevista con Secretario General              |          |          |          |          |          |
| Recolección de información institucional       |          |          |          |          |          |
| Elaboración de informe                         |          |          |          |          |          |
| Elaboración de cuestionario                    |          |          |          |          |          |
| Realización de encuestas                       |          |          |          |          |          |
| Análisis de encuestas                          |          |          |          |          |          |
| Entrevistas con Moderador y Vicario            |          |          |          |          |          |
| Finalización de informe                        |          |          |          |          |          |
| Entrega de informe                             |          |          |          |          |          |

## 1.4 Recopilación de datos

### 1.4.1 Interpretación de resultados.

#### Ficha de observación.

**DEPARTAMENTO OBSERVADO:** Instalaciones generales de la Congregación Fraternidad Misionera de María.

**HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS:** Celular, teléfonos de planta, correo electrónico, campana (como instrumento de convocar a rezos).

**DESCRIPCIÓN:** El ambiente dentro de las instalaciones transcurre con armonía y tranquilidad. Cada uno de los encargados y colaboradores de los departamentos, realizan sus actividades con eficiencia, cumpliendo con las tareas diarias.

No poseen recepción. Al momento que una persona llega a solicitar información de la institución, el portero de la congregación es quien remite al área respectiva o indica los horarios en que puede asistir. Cada departamento cuenta con un espacio adecuado a las funciones asignadas.

Cuenta con sala de reuniones, acceso a internet, biblioteca física y virtual. No existe un protocolo estricto para hablar con los superiores (consejo directivo), es decir, sí alguien desea hablar con el moderador general, quien es la máxima autoridad, solo se acerca a la oficina y solicita audiencia.

Algo importante de mencionar, es que la misión y visión de la institución no se encuentra visible en las instalaciones, incluso, no la poseen impresa, únicamente digital. Esto se ampeará en los resultados de las entrevistas.

El departamento de comunicación, lo conforma únicamente el secretario general, éste a la vez, tiene otras atribuciones que le limita la atención de las labores de comunicación externa, es decir, de la promoción de la Congregación Fraternidad Misionera de María.

## **Ficha de entrevista 1.**

Entrevista realizada al Pbro. Oswaldo Antonio Pérez Agüero, Secretario General y Encargado del Departamento de Comunicación.

Fecha de entrevista: 07 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Pbro. Oswaldo Antonio Pérez Agüero.

Cargo: Secretario General, Director del departamento de comunicación.

Profesión U Oficio: Sacerdote consagrado.

No.1 ¿Cuáles son los medios de comunicación actuales que utiliza la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Por qué no poseen otros medios?

No. 3 ¿Cuáles han sido las limitantes en el departamento?

No.4 ¿Cuántos integran la comisión de comunicación?

No.5 ¿Cuáles son los objetivos a corto y mediano plazo del departamento de comunicación?

No. 6 ¿Existe un proceso de comunicación interna?

No. 7 ¿Existe un documento escrito sobre la historia, la misión y la visión?

No.8 ¿Con qué frecuencia realizan reuniones con los diversos departamentos?

No.9 ¿Quiénes manejan la red social facebook?

No. 10 ¿Cuáles son los eventos de promoción para la congregación?

No. 11 ¿Quién o quiénes son los encargados de organizar los eventos?

No. 12 ¿Con cuánto tiempo de anticipación lo preparan?

Resultados de la entrevista: Sobre la comunicación interna de la Congregación, Fraternidad Misionera de María, se obtiene la información que se aplica de manera directa de un departamento a otro de manera verbal. En algunos casos, según la gravedad o importancia del asunto a tratar, manejan cierta burocracia para el manejo de información, pasando por cada una de las instancias correspondientes, hasta llegar al moderador general, si la situación no se logra solventar con los encargados.

Sin embargo, admite que aún falta reconocer la jerarquía de las instancias y que no las respetan. Ejemplo de ello, es que antes de tratar con el superior inmediato de cierta área o con el consejo directivo, se comunican directamente con el moderador general, creando ruidos de información y comunicación.

Sobre la comunicación externa, cuentan únicamente con la red social Facebook y correo electrónico, siendo Facebook, el medio de difusión más utilizado y por el cual se han contactado para solicitar información de la Fraternidad.

Adolecen de otras plataformas de comunicación como una página web bien estructurada y estándares que hoy en día son imprescindibles para el mayor alcance de público. Es un tema que por diez años han tratado, pero por temas como la falta de conocimiento del manejo de un departamento de comunicación, ha impedido el avance del mismo.

Otra de las limitantes que se detecta, es la falta de recurso humano para el área de comunicación, siendo el único integrante y responsable, el entrevistado mismo, y por las demás funciones asignadas a su puesto, no ha logrado centrarse en los temas correspondientes a la comunicación.

Se detectan ideales de una comunicación consistente y eficaz, como el de mantener informados a todos los miembros de la Fraternidad Misionera de María, sobre los acontecimientos que suceden a nivel interno y externo, de manera que puedan darse a conocer y mostrar al pueblo laical, las actividades que realizan.

## **Ficha de entrevista 2.**

Entrevista realizada al Pbro. Eder Edwin Gonzalo Escobar López, Moderador General.

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Pbro. Eder Edwin Gonzalo Escobar López

Cargo: Moderador General.

Profesión U Oficio: Sacerdote consagrado.

No.1 ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo dentro de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Por cuánto tiempo ocupan el cargo?

No. 3 ¿Cómo es el proceso de elección de los cargos dentro de la congregación?

No.4 ¿Cómo se sostiene económicamente la congregación?

No.5 ¿Existe un proceso de comunicación interna?

No.6 ¿Con qué frecuencia realizan reuniones con los diversos departamentos?

No.7 En las reuniones establecidas, ¿Los departamentos entregan informes del trabajo realizado?

No.8 ¿Considera que la comunicación interna de la congregación debe mejorar?

No.9 ¿Qué opina sobre la comunicación externa de la congregación?

No.10 ¿Cuáles son los eventos de promoción para la congregación?

No.11 ¿Quién o quiénes son los encargados de organizar los eventos?

No.12 ¿Con cuánto tiempo de anticipación lo preparan?

Resultados de la entrevista: Ha ocupado el cargo por tres ocasiones, (siendo de seis años cada período) y en el transcurso de ese tiempo, admite que existe ciertas carencias en la comunicación interna y externa de la institución.

Actualmente se comunican con los encargados de las distintas misiones por correo electrónico y vía whatsapp, siendo éste, el de mayor uso, ya que se comparten información, documentos y consultas sobre los procesos.

Considera necesario mejorar la comunicación externa, ya que existe dificultad que los laicos jóvenes conozcan a gran amplitud la Congregación. Han logrado establecer algunas actividades para la promoción de la Fraternidad, gracias a la elaboración de trifoliales que entregan en las distintas parroquias dónde tienen presencia en la región de la Ciudad de Guatemala, Sololá, Chimaltenango y Santa Rosa.

Poseen un departamento encargado de la difusión y promoción de la Congregación, dicha área es la Perfectura de Pastoral, que lo conforman un diácono y un seminarista. Ellos son los encargados de organizar y establecer los encuentros con los jóvenes que poseen inquietudes vocacionales.

Esta comisión posee un esquema establecido de los encuentros que organizan, por lo que no les lleva más de tres días en organizar una actividad de esta índole.

El uso del whatsapp, ha permitido que los miembros del Consejo Directivo y los encargados de las misiones, se mantengan informados de los acontecimientos, pero desean mejoras institucionales en el ámbito de la comunicación externa e interna.

### **Ficha de entrevista 3.**

Entrevista realizada al Pbro. Luis Carlos de León, Vicario General.

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Pbro. Luis Carlos de León.

Cargo: Vicario General.

Profesión U Oficio: Sacerdote consagrado.

No.1 ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo dentro de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Existe un proceso de comunicación interna?

No.3 ¿Con qué frecuencia realizan reuniones con los diversos departamentos?

No.4 En las reuniones establecidas, ¿Los departamentos entregan informes del trabajo realizado?

No.5 ¿Considera que la comunicación interna de la congregación debe mejorar?

No.6 ¿Qué opina sobre la comunicación externa de la congregación?

No.7 ¿Cuáles son los eventos de promoción para la congregación?

No.8 ¿Quién o quiénes son los encargados de organizar los eventos?

No.9 ¿Con cuánto tiempo de anticipación lo preparan?

Resultados de entrevista: Se muestra de nuevo la necesidad de mejorar la comunicación institucional de la Congregación, tanto para darla a conocer, como también al manejo de información interna.

Se detecta que los miembros del Consejo Directivo, poseen experiencia en los cargos por la cantidad de años que han estado ocupando dichos puestos.

Muestra una falta de periodicidad en las reuniones con los encargados de las distintas áreas para tratar temas de importancia e informar sobre actividades o avances. Las reuniones con el Consejo Directivo y los encargados de las misiones, se realizan en un lapso de tiempo de dos años y medio, posterior a ello, la comunicación se da a través de los medios descritos en los resultados anteriores.

Otro de los medios de difusión para la Congregación, es cada uno de los miembros. Cada fin de semana, los sacerdotes y diáconos tiene contacto directo con laicos. Es en esa interacción con las personas, donde aprovechan a promocionar la institución y las distintas actividades que realizan. Recalca que, en este medio de promoción, la participación es de todos los miembros.

Comparte el ideal de una mejora comunicacional desde la formación humana, para crear una motivación a comunicar y a compartir, evitando la idea errónea de dar por hecho, que el otro ya sabe, y el proceso de comunicación quede truncado por la negligencia de no comunicar.

#### **Ficha de entrevista 4.**

Entrevista realizada a Yubitza López Hernández, secretaria contadora.

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Yubitza López Hernández.

Cargo: Auxiliar de contabilidad.

Profesión U Oficio: Secretaria contadora.

No.1 ¿Conoce con exactitud la historia, misión y visión de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Qué actividades realiza en su cargo?

No.3 ¿Realiza otras actividades fuera de sus funciones principales? En el caso que así sea, por favor, indique cuales son.

No.4 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional entre sus compañeros del departamento?

No.5 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional con su superior inmediato? Explique por qué.

No.6 ¿Qué dificultades, en el ámbito comunicacional, encuentra dentro de sus labores?

No.7 ¿Considera que debe mejorar la comunicación interna de manera general dentro de la congregación? Explique por qué.

No.8 ¿Sigue la red social Facebook de la congregación?

No.9 ¿Tiene participación en las actividades de promoción para la congregación? Sí es así, por favor indique las funciones que realiza.

Resultados de la entrevista: Sobre el conocimiento de la historia, misión y visión de la Congregación, mencionó que no lo conoce del todo, posee información parcial debido a las reuniones que ha sostenido con los miembros del Consejo Directivo.

Se procedió a cuestionar si realiza actividades fuera de las funciones del cargo que desempeña dentro de la Congregación, con el fin de cerciorarse que exista un orden respecto a las funciones de cada departamento y que la comunicación interna no se viera afectada por realizar actividades extras. En este caso, la entrevistada afirmó que no realiza actividades fuera de su puesto.

Afirmó que existe una buena comunicación institucional con sus superiores, utilizando distintos medios como el correo electrónico, teléfono o whatsapp. Gracias a esto se determinó que existe viabilidad en la comunicación con los encargados de cada área.

Respecto a las mejoras de la comunicación interna, señaló que se han adaptado el sistema de la Congregación, y considera que son mínimos los cambios que debieran existir.

En las actividades de promoción de la Congregación, manifestó que colabora en el área de cocina, esto contrapuso la afirmación anterior, la cual indica que no realizaba otras actividades distintas al puesto desempeñado, pero afirmó que es de forma voluntaria y no impuesta.

## **Ficha de entrevista 5.**

Entrevista realizada a Pbro. Carlos Lara, Director de formación.

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Pbro. Carlos Lara

Cargo: Director de formación.

Profesión U Oficio: Sacerdote consagrado.

No.1 ¿Conoce con exactitud la historia, misión y visión de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Qué actividades realiza en su cargo?

No.3 ¿Realiza otras actividades fuera de sus funciones principales? En el caso que así sea, por favor, indique cuales son.

No.4 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional entre sus compañeros del departamento?

No.5 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional con su superior inmediato? Explique por qué.

No.6 ¿Qué dificultades, en el ámbito comunicacional, encuentra dentro de sus labores?

No.7 ¿Considera que debe mejorar la comunicación interna de manera general dentro de la congregación? Explique por qué.

No.8 ¿Sigue la red social Facebook de la congregación?

No.9 ¿Tiene participación en las actividades de promoción para la congregación? Sí es así, por favor indique las funciones que realiza.

Resultados de la entrevista: Dentro de las actividades que desempeña como Director de formación, es el acompañamiento intelectual y espiritual de los seminaristas de distintos años que aspiran al sacerdocio.

Afirmó que existe una buena comunicación interna y que gracias a ello, logran cumplir con las tareas a cabalidad y llegar a los objetivos, aunque no descartó la necesidad de mejorarla.

Sobre las dificultades en el ámbito comunicacional, resaltó la falta de plataformas interactivas y accesibles para todos, argumentando que, si bien es cierto, existe una comunicación fluida, hay personas que aún no comunican de manera correcta.

La congregación posee la red social Facebook, como medio para informar y comunicar al grupo objetivo, así también a los colaboradores, sin embargo, en el caso del entrevistado, mencionó que no sigue tal red social por no poseer una cuenta personal. Esto determinó que el único medio de información sobre actividades que realiza la Congregación, es la comunicación verbal, en el caso del entrevistado.

## **Ficha de entrevista 6.**

Entrevista realizada a Rosario Castellanos, secretaria

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Rosario Castellanos

Cargo: Secretaria.

Profesión U Oficio: Secretaria comercial.

No.1 ¿Conoce con exactitud la historia, misión y visión de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Qué actividades realiza en su cargo?

No.3 ¿Realiza otras actividades fuera de sus funciones principales? En el caso que así sea, por favor, indique cuales son.

No.4 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional entre sus compañeros del departamento?

No.5 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional con su superior inmediato? Explique por qué.

No.6 ¿Qué dificultades, en el ámbito comunicacional, encuentra dentro de sus labores?

No.7 ¿Considera que debe mejorar la comunicación interna de manera general dentro de la congregación? Explique por qué.

No.8 ¿Sigue la red social Facebook de la congregación?

No.9 ¿Tiene participación en las actividades de promoción para la congregación? Sí es así, por favor indique las funciones que realiza.

Resultados de la entrevista: Sobre el conocimiento de la misión y visión de la Congregación Fraternidad Misionera de María, la entrevistada indicó que sí los conoce con exactitud.

De la misma manera, mencionó que no realiza actividades fuera de las asignadas dentro de su puesto, sólo en ocasiones especiales donde solicitan el apoyo de todo el personal, pero son en actividades ocasionales.

Afirmó que existe una buena comunicación con sus superiores, sin embargo, considera que es posible mejorarla para crear una mejor relación entre todo el personal.

## **Ficha de entrevista 7.**

Entrevista realizada a Marcela Rosales Flores, Encargada de casa de retiros.

Fecha de entrevista: 11 de febrero 2019

Nombre del entrevistado: Marcela Rosales Flores.

Cargo: Encargada casa de retiros.

Profesión U Oficio: Maestra de segunda enseñanza.

No.1 ¿Conoce con exactitud la historia, misión y visión de la Congregación Fraternidad Misionera de María?

No.2 ¿Qué actividades realiza en su cargo?

No.3 ¿Realiza otras actividades fuera de sus funciones principales? En el caso que así sea, por favor, indique cuales son.

No.4 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional entre sus compañeros del departamento?

No.5 ¿Considera que existe una buena comunicación institucional con su superior inmediato? Explique por qué.

No.6 ¿Qué dificultades, en el ámbito comunicacional, encuentra dentro de sus labores?

No.7 ¿Considera que debe mejorar la comunicación interna de manera general dentro de la congregación? Explique por qué.

No.8 ¿Sigue la red social Facebook de la congregación?

No.9 ¿Tiene participación en las actividades de promoción para la congregación? Sí es así, por favor indique las funciones que realiza.

Resultados de la entrevista: Dentro de las funciones de la entrevistada, se encuentra la supervisión del mantenimiento general de la casa de retiros y el apoyo en actividades extraordinarias que realiza la Fraternidad.

Manifestó que existe una buena comunicación entre sus compañeros de trabajo y con los superiores, dicha comunicación se da por medio de reuniones con los encargados de cada área.

Son mínimos los problemas de comunicación que identificó dentro de la institución, asegurando que se pueden solventar sin ningún problema.

Uno de los medios de comunicación que utiliza, es el whatsapp. Sobre los medios digitales, mencionó que no sigue la red social Facebook por carecer de cuenta personal.

Gracias a la información obtenida por las entrevistas y a manera de conclusión de las mismas, se interpretó una buena comunicación interna en la Congregación Fraternidad Misionera de María, a pesar de no poseer un proceso establecido de comunicación entre las distintas áreas, la comunicación entre el personal es fluida y directa. No poseen problemas drásticos en la transmisión de mensajes internos.

La mayor debilidad se encuentra en la comunicación externa hacia el público objetivo, quienes son los jóvenes laicos con inquietudes vocacionales, al no poseer una estructura web definida e interactiva para la población juvenil.

Para la Fraternidad, es de suma importancia que muchos más jóvenes conozcan las distintas actividades que realizan, con el objetivo de despertar en ellos, el deseo de conocer su vocación y misión al cual son llamados.

## **1.5 Radiografía de la institución**

### **1.5.1 Fortalezas**

- Hermandad en los miembros de todas las áreas de la Congregación
- Espiritualidad, es uno de los pilares fundamentales dentro de la institución.
- Comunicación asertiva, donde prevalece el respeto hacia los miembros de la Congregación.
- Conocimiento de la misión y visión de la institución.
- Apoyo, colaboración y trabajo en equipo.

### **1.5.2 Oportunidades**

- Deseos de mejorar los procesos comunicativos dentro de la institución.
- Entusiasmo para la creación de plataformas digitales de comunicación externas.

### **1.5.3 Debilidades**

- Falta de continuidad de los procesos comunicativos.
- Falta de recurso humano para el trabajo en el departamento de comunicación
- Escasa presencia al exterior, con el objetivo de difundir y promocionar la Congregación.
- Inexistencia de un área de recepción, para atender a visitantes con el objetivo de informar sobre la institución.

### **1.5.4 Amenazas**

- Dependencia de las ofrendas y ayuda internacional para la subsistencia de la Congregación y cada uno de los departamentos.
- El escaso conocimiento de la institución a nivel institucional.

## **Capítulo II**

### **2. Plan de comunicación**

#### **2.1 Antecedentes comunicacionales**

Actualmente, la Fraternidad Misionera de María, cuenta con medios de comunicación externa digitales, tal es el caso de una plataforma web y la red social Facebook. Siendo las plataformas por las cuales mantienen contacto con el público objetivo externo.

Sin embargo, no se registran antecedentes comunicacionales. La creación del departamento de comunicación, se dio de una manera empírica, sin mayores conocimientos de la misma, lo que ha impedido dar seguimiento a los procesos de comunicación institucional externa.

Actualmente, el departamento se conforma únicamente por el encargado de dicho departamento, quien mantiene comunicación directa con el moderador general y demás autoridades de la congregación, quienes les transmiten la información y éste a la vez, lo distribuye en las plataformas digitales de la Fraternidad, pero por falta de personal en el área de comunicación, la publicación en las plataformas digitales es tardía.

Por lo anterior, se constata la dificultad en el proceso comunicativo externo, ya que al no poseer un equipo conformado en el departamento de comunicación, impide la fluidez de la misma con el grupo objetivo externo.

#### **2.2 Objetivos de comunicación**

##### **2.2.1 Objetivo general**

Fortalecer la comunicación externa de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.

##### **2.2.2 Objetivos específicos**

- Actualizar los canales de comunicación digitales de la Congregación Fraternidad Misionera de María.
- Establecer un equipo de trabajo para el departamento de comunicación.

## **2.3 Público objetivo**

Externo: Jóvenes entre las edades de 15 a 30 años con inquietudes vocacionales.

Interno: Miembros de la Congregación con deseos de integrar el equipo de comunicación.

## **2.4 Mensaje**

“Descubre y decide”

Es el mensaje que se desea plasmar en el presente plan de comunicación, motivando al público externo, a participar de las distintas actividades que la Congregación realiza, con el objetivo de que puedan decidir el camino a tomar, según sea su vocación.

## **2.5 Estrategia**

Creación del equipo de comunicación.

Conformar un equipo de trabajo será el primer eslabón para el presente plan de comunicación que permitirá el desarrollo de los siguientes ejes estratégicos:

- Renovación de las plataformas digitales de la congregación. Específicamente, la página web y la red social Facebook. Así mismo la creación de otras redes sociales, para una mayor interacción con el público objetivo.

- Capacitaciones. En aspectos técnicos como edición de vídeo y fotografías. También se incluirá capacitaciones en técnicas de redacción. Con el objetivo de comunicar de una manera interesante y fluida.

- Establecer lineamientos de interacción. Para implementar en redes sociales y facilitar el contacto con el público objetivo.

## 2.6 Acciones de comunicación

| <b>ACCIÓN 1</b>           |  |
|---------------------------|--|
| A qué estrategia responde | Creación y capacitación del equipo de comunicación.                |
| Problema                  | Falta de equipo de trabajo en el área de comunicación.             |
| Producto                  | Equipo establecido.  |
| Objetivo comunicacional   | Establecer equipo de trabajo para el departamento de comunicación. |
| Público objetivo          | Interno  |
| Medio de difusión         | Presencial   |

| <b>ACCIÓN 2</b>           |   |
|---------------------------|---|
| A qué estrategia responde | Creación y capacitación del equipo de comunicación.                 |
| Problema                  | Falta de conocimiento técnicos en procesos de comunicación externa. |
| Producto                  | Capacitaciones al equipo de comunicación.                           |
| Objetivo comunicacional   | Establecer equipo de trabajo para el departamento de comunicación.  |
| Público objetivo          | Interno.  |
| Medio de difusión         | Presencial  |

| <b>ACCIÓN 3</b>           |   |
|---------------------------|---|
| A qué estrategia responde | Creación y capacitación del equipo de comunicación.   |
| Problema                  | Falta de una plataforma web interactiva.  |
| Producto                  | Estructura actualizada de página web.   |
| Objetivo comunicacional   | Actualizar los canales de comunicación digitales de la Congregación Fraternidad Misionera de María. Los cuales son: Página web y red social Facebook. Se implementará una plataforma interactiva en el sitio web de la congregación, paralelamente con Facebook, para poseer mayor alcance. |
| Público objetivo          | Externo: Jóvenes de 15 a 30 años.   |
| Medio de difusión         | Digital   |

| <b>ACCIÓN 4</b>           |  |
|---------------------------|--|
| A qué estrategia responde | Creación y capacitación del equipo de comunicación.  |
| Problema                  | Falta de conocimiento técnicos en procesos de comunicación externa.                              |
| Producto                  | Interacción en redes sociales.   |
| Objetivo comunicacional   | Renovar los canales de comunicación digitales de la Congregación Fraternidad Misionera de María. |
| Público objetivo          | Externo: Jóvenes de 15 a 30 años.  |
| Medio de difusión         | Digital  |

## Capítulo III

### 3. Informe de ejecución

#### 3.1 Proyecto desarrollado

Plan de comunicación externa, “Descubre y decide”, en la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.

##### 3.1.1 Financiamiento

| Financiamiento                 | Monto      |
|--------------------------------|------------|
| Fraternidad Misionera de María | Q 3,050.00 |
| Epesista                       | Q 3,000.00 |
| Total                          | Q 6,050.00 |

##### 3.1.2 Presupuesto

| Cant. | Detalle                         | Costo unitario | Costo total       | Financiamiento                 |
|-------|---------------------------------|----------------|-------------------|--------------------------------|
| 1     | Taller de redacción             | Q 800.00       | Q 800.00          | Fraternidad Misionera de María |
| 1     | Taller de audiovisuales         | Q 400.00       | Q 400.00          | Fraternidad Misionera de María |
| 1     | Taller de edición de fotografía | Q 400.00       | Q 400.00          | Fraternidad Misionera de María |
| 1     | Actualización página web        | Q 1,000.00     | Q 1,000.00        | Fraternidad Misionera de María |
| 3     | Refrigerios                     | Q 150.00       | Q 450.00          | Fraternidad Misionera de María |
| 1     | Asesoría comunicacional         | Q 3,000.00     | Q 3,000.00        | Epesista                       |
|       | <b>Total proyecto de</b>        |                | <b>Q 6,050.00</b> | <b>Q 6,050.00</b>              |

### **3.1.3 Beneficiarios**

El proyecto ejecutado benefició plenamente a la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María, ya que, con la estrategia realizada, se conformó el equipo de trabajo en el departamento de comunicación, y a la vez, obtuvieron conocimientos técnicos y habilidades para crear material audiovisual con el objetivo de promover la institución.

Con la formación del equipo de comunicación en la Fraternidad Misionera de María, actualmente posee mayor presencia en las redes sociales, contenido actual en su sitio web y a la vez, mantiene interacción constante con sus seguidores.

Por lo anterior, la Sociedad de Vida, quedo favorecida por la ejecución del plan de comunicación, especialmente, porque ahora cuentan con el conocimiento básico de cómo informar e impactar a su grupo objetivo.

### **3.1.4 Recursos humanos**

Para llevar a cabo el plan de comunicación, fue necesario trabajar en conjunto con algunos encargados de distintas áreas de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María. Quienes aparte de brindar valiosa información, también contribuyeron en la ejecución de las acciones contenidas en la estrategia planteada.

A continuación, se detallan dichas personas con quienes se mantuvo comunicación para la realización del proyecto.

| Nombre                         | Puesto  | Actividad  |
|--------------------------------|---|--|
| <b>Pbro. Oswaldo Pérez</b>     | Secretario General / Director del Departamento de Comunicación. | Brindó información por escrita de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María. Intervino en la conformación del equipo de trabajo para el departamento de comunicación.  |
| <b>Diácono Francisco Ujpán</b> | Director Pastoral / Promotor Vocacional                         | Contribuyó a lo largo del proyecto, habilitando los espacios físicos para grabar las tomas de vídeos, así también, proporcionó el equipo para realizarlo. Actualmente, ocupa el cargo de Coordinador en el Departamento de Comunicación. |
| <b>Pbro. Eder Escobar</b>      | Moderador General   | Autorizó la ejecución del plan de comunicación planteado para la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.   |
| <b>Sergio Chen</b>             | Epesista  | Responsable de la ejecución del plan estratégico de comunicación.  |

### **3.1.5 Áreas geográficas de acción**

La ejecución del plan de comunicación, fue implementada en las instalaciones de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María, ubicada en la 9ª. Calle 1-91 Colonia El Rosario, Zona 3 de Mixco, departamento de Guatemala.

### **3.2. Estrategia y acciones desarrolladas.**

**Estrategia: Creación y capacitación del equipo de comunicación.**

#### **Objetivo comunicacional**

Fortalecer la comunicación externa de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.

## **Descripción**

Conformar el equipo de trabajo fue el primer eslabón para la ejecución del plan de comunicación que permitió el desarrollo de los siguientes ejes estratégicos:

- Actualización de las plataformas digitales de la fraternidad. Específicamente, la página web y la red social Facebook. Así mismo la creación de otras redes sociales, para una mayor interacción con el público objetivo.

- Capacitaciones. En aspectos técnicos como edición de vídeo y fotografías. También se incluyó capacitaciones en técnicas de redacción, con el objetivo de comunicar de una manera interesante y fluida.

- Establecer lineamientos de interacción. Para implementar en redes sociales y facilitar el contacto con el público objetivo.

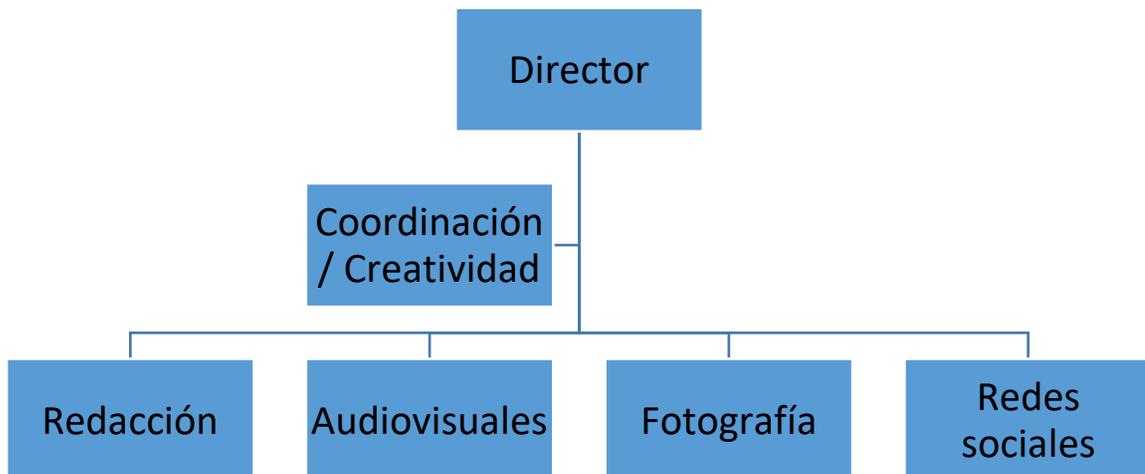
## **Acciones desarrolladas**

### **Acción 1**

Conformación del equipo de trabajo para el departamento de comunicación.

### **Producto final**

Organigrama del departamento de comunicación, de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María



**Elaborado por:** Epesista, Sergio Chen

### **Atribuciones de cargos.**

**Director:** Planifica y evalúa los procesos de comunicación.

**Coordinador creativo:** Organiza y ejecuta las actividades planificadas.

**Redacción:** Redacta la distinta información a publicar en la plataforma web y redes sociales.

**Audiovisuales:** Encargado de la pre y post producción de vídeos.

**Fotografía:** Responsable de tomar fotografías en los distintos eventos que realiza la Fraternidad.

**Redes sociales:** Publicar e interactuar en las distintas redes sociales de la Fraternidad.

## **Acción 2.**

### **Capacitaciones al equipo de comunicación.**

#### **Producto final.**



Foto 1. Capacitación en edición de foto.  
Fuente: Epesista, Sergio Chen



Foto 2. Capacitación en técnicas de redacción.  
Fuente: Epesista, Sergio Chen



Foto 3. Capacitación en edición de vídeo.  
Fuente: Epesista, Sergio Chen

### **Acción 3.**

Actualizar los canales de comunicación digitales de la Fraternidad Misionera de María, específicamente, la plataforma web.

### **Producto final.**

Sitio web actualizado.

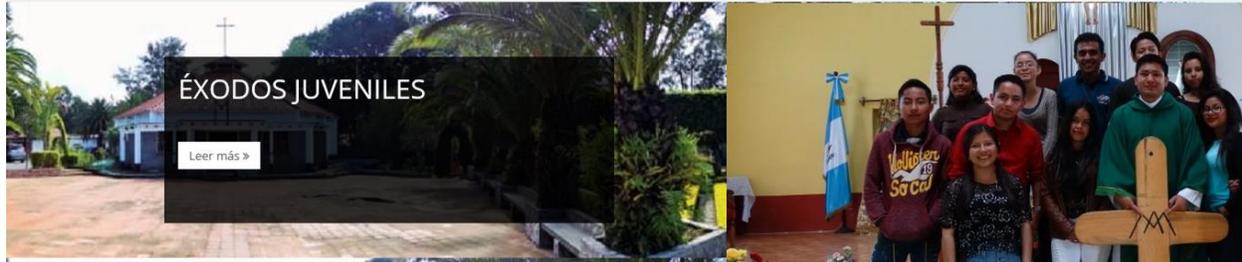
Vínculos a redes sociales

Encabezado con logo de la Fraternidad

# FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA

Sociedad de Vida Apostólica

- Somos
- Misiones
- Plan de Formación
- Fraternidad Laicales
- Consejo General



Fotos actualizadas

Información actualizada

**LA FRATERNIDAD MISIONERA DE MARÍA**

Es una Sociedad clerical de Vida Apostólica y de derecho diocesano, que consta también de Laicos, a tenor de los cánones 731 - 746. De la Espiritualidad del Éxodo, toma su empuje y disponibilidad misioneros. (Constituciones 1)

Fundada en Guatemala el 10 de mayo de 1985.



## DESCUBRE Y DECIDE

Videos elaborados por el departamento de comunicación



Información de próximos eventos

**IX Encuentro Nacional DE Exodistas**

"Dios te espera, te abraza y si no te sabes el camino, te va a buscar, en un éxodo que deja huellas"

**Fecha:** 25 de Agosto. **Lugar:** Parroquia Santa Maria la Lagunilla, San Pedro Ayampuc.

**Habrà:** Caminata, Santa Eucaristía, Alabanza, Predica, Really, Hora santa y muchas



Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

Fuente:  
www.fmm.org.gt

#### Acción 4.

Actualizar los canales de comunicación digitales de la Fraternidad Misionera de María, específicamente, la red social Facebook.

#### Producto final.

Fanpage de Facebook con mayor interacción y mayor número de seguidores, 6,604 "Likes" con 6,644 seguidores. Actualización de otras redes sociales como: twitter e Instagram.



Aumento de "Likes" y seguidores

| Publicaciones |                     |         |       |             |     |
|---------------|---------------------|---------|-------|-------------|-----|
|               | 4 ago. a las 10:20  | Alcance | 2,514 | Interacción | 160 |
|               | 31 jul. a las 17:04 | Alcance | 2,454 | Interacción | 756 |
|               | 31 jul. a las 15:49 | Alcance | 2,172 | Interacción | 527 |
|               | 31 jul. a las 15:37 | Alcance | 2,859 | Interacción | 896 |
|               | 31 jul. a las 07:27 | Alcance | 2,060 | Interacción | 235 |

Mayor alcance e interacción en las últimas publicaciones de la fanpage

Fuente:

<https://www.facebook.com/fratermision/>



## Fratermision

@fratermision

Fraternidad Misionera de María es una Sociedad de Vida Apostólica de derecho diocesano

📍 Guatemala [fmm.org.gt](http://fmm.org.gt)

Fecha de nacimiento: 1985

Se unió en enero de 2010

190 Siguiendo 275 Seguidores

**Tweets** Tweets y respuestas Multimedia M

-  **Fratermision** @fratermision · 4h  
VIDEO OFICIAL [youtu.be/aSupDChupul](https://youtu.be/aSupDChupul)  
vía @YouTube
-  **Fratermision** @fratermision · 8h  
Estamos a unas horas de nuestro m...  
lanzamiento del segmento "Descubri...  
Decida"

Actualización de red social twitter

Fuente:  
<https://www.twitter.com/@fratermision/>



Creación de cuenta en red social de Instagram

Fuente:  
[https://www.instagram.com/10frater\\_mision/](https://www.instagram.com/10frater_mision/)

### 3.3. Cronograma de actividades

| MES   | MAYO     |          |          | JUNIO    |          |          |          | JULIO    |          |          |          |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Actividades   | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 |
| Establecimiento o equipo de trabajo de comunicación |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Capacitación equipo de trabajo                      |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Actualización página web                            |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Toma de fotografías / Edición de fotografías.       |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Grabaciones de vídeo / Edición de vídeo.            |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Actualización / Creación de redes sociales.         |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |

Fuente: Epesista, Sergio Chen

### 3.4. Control y seguimiento

| Estrategia   | Indicadores cuantitativos  | Indicadores cualitativos   |
|--|--|--|
| <p><b>Creación y capacitación del equipo de comunicación.</b></p> <p><b>Acción 1. Conformación del equipo de trabajo para el departamento de comunicación.</b></p>   | 8 personas fueron convocadas para conformar el equipo de comunicación, los cuales se distribuyeron en las 5 áreas que se crearon para dicho departamento.  | La conformación del equipo de comunicación, contribuyó a la organización, difusión y promoción de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María. |
| <p><b>Creación y capacitación del equipo de comunicación.</b></p> <p><b>Acción 2. Capacitaciones al equipo de comunicación.</b></p>  | Se llevaron a cabo 3 capacitaciones para el departamento de comunicación, con el apoyo de 2 expositores.   | Con las capacitaciones brindadas, el equipo de comunicación obtuvo los conocimientos básicos para iniciar con la creación del material audiovisual.    |
| <p><b>Creación y capacitación del equipo de comunicación.</b></p> <p><b>Acción 3. Actualizar los canales de comunicación digitales de la Congregación Fraternidad Misionera de María, específicamente, la plataforma web.</b></p>      | Para la actualización de la página web, fueron necesarios 6 semanas de trabajo, incluyendo una capacitación de parte del ingeniero en sistemas quien administra el sitio web. Paralelamente, se deben incluir las 5 y 6 semanas para las tomas de fotografías y vídeo para publicarlas en la plataforma web. | Contenido actual y audiovisual en la página web para el público objetivo externo.  |
| <p><b>Creación y capacitación del equipo de comunicación.</b></p> <p><b>Acción 4. Actualizar los canales de comunicación digitales de la Congregación Fraternidad Misionera de María, específicamente, la red social Facebook.</b></p> | <p>5 semanas se necesitaron para obtener mayor alcance en la red social Facebook. De 6,026 “Likes” al inicio del proyecto, se llegó a 6,604 al final del mismo. Cantidad que va en aumento.</p> <p>Alcances mayores de 2,000 personas y con más de 100 interacciones en las últimas 5 publicaciones.</p>     | Las publicaciones audiovisuales despiertan interés en los seguidores de la página.   |

## **Conclusiones**

Las acciones aplicadas en este proyecto, establecieron mejoras en la comunicación externa de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María, generando mayor expectativa y alcance con el grupo objetivo externo.

La conformación del equipo de comunicación, contribuye a una mejor organización de la información que se desea transmitir por la plataforma web y redes sociales. Además, el conocimiento técnico en la elaboración de material audiovisual (Fotografía y vídeo), permite informar de una manera interactiva en dichos medios.

El organigrama establecido para el departamento de comunicación, permite que cada miembro realice una tarea específica, sin interrumpir en las acciones de las demás áreas. A la vez, permite cumplir con los tiempos para publicar la información deseada.

El presente plan de comunicación, contribuyó a que la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María, obtuviera cierta posición en las redes sociales, que actualmente son los medios más utilizados por el público joven, esto permite que las actividades de la Fraternidad, sean mayormente conocidas.

## **Recomendaciones**

Es necesario mantener la interacción en redes sociales, por lo que se recomienda a la Fraternidad Misionera de María, estar en constante monitoreo de las mismas, específicamente el área a quien le corresponde la revisión de redes sociales.

Así mismo, se recomienda ser autodidacta, para que los miembros del equipo de comunicación estén en constante aprendizaje para mejorar las técnicas aprendidas en las distintas capacitaciones, y de este modo lograr, mayor profesionalidad en la elaboración del material audiovisual.

La necesidad de reunirse periódicamente para revisar logros y alcances, es implícita. El equipo de comunicación deberá reunirse al menos una vez por semana, para informar avances y planificar correctamente el trabajo de cada área.

El equipo de comunicación debe tener presente los objetivos de la Fraternidad Misionera de María, la cual se resume en evangelizar y promover las vocaciones. Bajo estas premisas, los integrantes del equipo deben crear material que se apegue a dichos objetivos.

## Glosario de términos

1. **Actualizar:** adaptar o cambiar una cosa antigua o anticuada dándole características de lo que se considera moderno o actual.
2. **Alcance:** Importancia o trascendencia de algo.
3. **Asesoría:** se conoce como asesoría al trabajo de un asesor, que es una persona dedicada a brindar recomendaciones, sugerencias y consejos en su ámbito de especialización.
4. **Asesoría comunicacional:** es una respuesta a las necesidades de las instituciones, empresas, autoridades y ejecutivos de responder a un desafío que es “saber comunicar sus fortalezas, aprovechar las oportunidades, superar sus debilidades y enfrentar creativamente las amenazas o crisis comunicacionales”.
5. **Audiovisual:** se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.
6. **Beneficiario:** dicho de una persona que resulta favorecida por algo.
7. **Canal de comunicación:** es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo como canal de datos.
8. **Capacitar:** hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.
9. **Comunicación:** transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
10. **Comunicación externa:** es el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución.
11. **Control:** comprobación, inspección, fiscalización, o intervención. Dominio, mando y preponderancia, o a la regulación sobre un sistema.
12. **Edición:** producción impresa de ejemplares de un texto, una obra artística o un documento visual.
13. **Estrategia:** es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones ya conseguir los mejores resultados.

- 14. Fanpage:** es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de Facebook (fan page = páginas para fans, en traducción literal).
- 15. Fotografía:** Procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor.
- 16. Indicador:** es algo que indica o que sirve para indicar. Refiere a significar o mostrar algo con señales o indicios.
- 17. Interacción:** Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc.
- 18. Medio de comunicación:** instrumento de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet, etc.
- 19. Moderador general:** Máxima autoridad dentro de la Sociedad de Vida, Fraternidad Misionera de María.
- 20. Organigrama:** sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.
- 21. Página Web:** es el documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.
- 22. Pastoral:** actividad de dirección espiritual desarrollada por la iglesia entre sus fieles.
- 23. Plataforma digital:** representa una colección única de servicios de software o hardware que una empresa utiliza para entregar su estrategia digital.
- 24. Promotor:** que promueve algo, haciendo las diligencias conducentes para su logro.
- 25. Publicación:** escrito impreso, como un libro, una revista, un periódico, etc., que ha sido publicado.
- 26. Público objetivo:** o target, es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio de la empresa.
- 27. Recursos humanos:** es una función y/o departamento del área de “Gestión y administración de empresas” que organiza y maximiza el desempeño de los funcionarios. Es sinónimo de capital humano, o sea, serían los funcionarios de una empresa.

- 28. Red Social:** Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.
- 29. Redacción:** hace referencia a la acción y efecto de redactar (poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad).
- 30. Seguimiento:** observación minuciosa del desarrollo de un proceso.
- 31. Vídeo:** sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética y otros medios electrónicos.
- 32. Vínculo:** en internet, es un elemento de un documento electrónico que está relacionado con otro recurso. Los vínculos permiten que una persona que está leyendo una página web haga click en ciertas palabras o imágenes para trasladarse virtualmente hacia otra.
- 33. Vocación:** Inspiración con que Dios llama a algún estado, especialmente al de religión.

## Bibliografía

- Chávez Zepeda, Juan José. (1998) *Elaboración de proyectos de investigación. (2da. Edición)* Guatemala. XL Publicaciones.
- Fraternidad Misionera de María. (2007) *Carisma, espiritualidad y campos prioritarios de acción pastoral.*
- Gómez Bastar, Sergio. (2012) *Metodología de la investigación (1ra. Edición)* México. Red Tercer Milenio S.C.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., Baptista P. (1991). *Metodología de la investigación.* Mexico. McGraw Hill / Interamericana de México, S.A. de C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación.* (6) Mexico DF, Mexico. McGraw Hill / Interamericana editores
- Piloña, G. A. (2016) *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y decampo.* Guatemala. Gp Editores

## E-grafía

- "Metodología de la investigación". En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/metodologia-de-la-investigacion/> Consultado: 8 de febrero de 2019, 03:06 pm.
- “Real Academia Española”. En: [dle.rae.es](http://dle.rae.es). disponible en: <https://dle.rae.es/?id=LNthkwR>. Consultado: 9 de agosto de 2019.
- “Comunicación global”. En: [cglobal.com.ar](http://www.cglobal.com.ar). disponible en: <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/> Consultado: 9 de agosto de 2019.

- “Definición”. En: definición.de disponible en:
  - <https://definicion.de/redaccion/> Consultado: 9 de agosto de 2019.
- “Definición”. En: definición.de. disponible en:
  - <https://definicion.de/asesoria/> Consultado: 9 de agosto de 2019.
- “Estás en asesorías comunicacionales”. En:  
asesoriascomunicacionales.wordpress.com. disponible en:
  - <https://asesoriascomunicacionales.wordpress.com/¿en-que-consiste-una-asesoria-comunicacional/> Consultado: 9 de agosto de 2019.
- “Significados”. En: significados.com. disponible en:
  - <https://www.significados.com/recursos-humanos/> Consultado: 9 de agosto de 2019.

## Anexos

### Ejecución de plan de comunicación.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Presentación de proyecto a equipo de comunicación.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Capacitación: edición de fotografía.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Capacitación: técnicas de redacción.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Capacitación: edición de vídeo.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Grabaciones para la creación de vídeos propios.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Inducción para edición de página web.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Actualizando página web.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Editando vídeos.



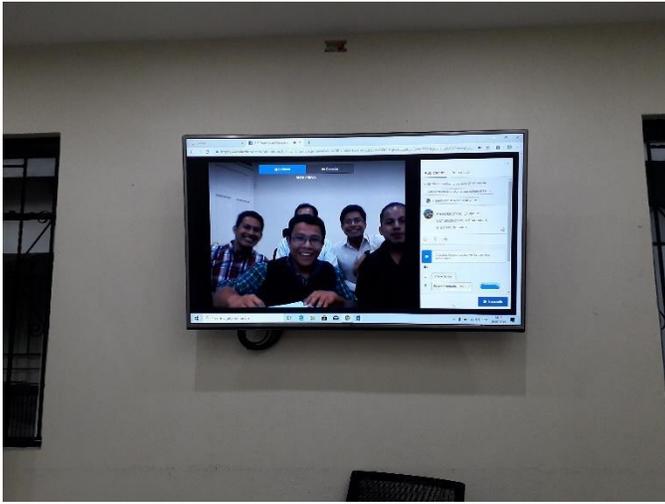
Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Sesión fotográfica para imágenes de expectativa.



¡Algo nuevo viene!  
Descubre y decide



Fuente: Depto. De Comunicación FMM.  
Fotografía editada para expectativa.



Fuente: Epesista, Sergio Chen.  
Presentación oficial de equipo de  
comunicación por transmisión en vivo.



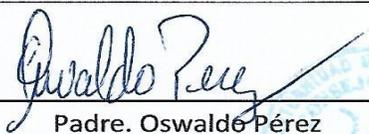
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

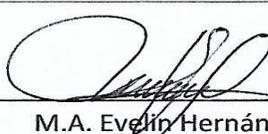


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Sergio Danilo Chen Caal  
**No. Carné y DPI:** 200722176 / 2499094130108  
**Jefe o Encargado (a):** Padre, Oswaldo Antonio Pérez Agüero. Secretario General  
**Institución o Empresa:** Asociación de Vida Fraternidad Misionera de María  
**Supervisor de EPSL:** M.A. Evelin Hernández.

| Sem. No.                                      | Fechas           | MES   | HORAS PRACTICADAS |      |       |      |      |      | Total horas en la Semana |
|---|------------------|-------|-------------------|------|-------|------|------|------|--------------------------|
|   |                  |       | Lun.              | Mar. | Mier. | Jue. | Vie. | Sáb. |                          |
| 1   | Del: 14 / Al: 19 | Mayo  | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 2   | Del: 20 / Al: 24 | Mayo  | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 3   | Del: 27 / Al: 31 | Mayo  | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 4   | Del: 10 / Al: 14 | Junio | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 5   | Del: 17 / Al: 22 | Junio | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 6   | Del: 23 / Al: 28 | Junio | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    | 3    | 30 hrs.                  |
| 7   | Del: 1 / Al: 5   | Julio | 5                 | 5    | 5     | 5    | 7    |      | 27 hrs.                  |
| 8   | Del: 8 / Al: 12  | Julio | 6                 | 6    | 6     | 6    | 7    |      | 31 hrs.                  |
| 9   | Del: 15 / Al: 19 | Julio | 6                 | 6    | 6     | 6    | 7    |      | 31 hrs.                  |
| 10  | Del: 22 / Al: 26 | Julio | 6                 | 6    | 6     | 6    | 7    |      | 31 hrs.                  |
| 11  | Del: 29 / Al 31  | Julio | 5                 | 5    | 5     |      |      |      | 15 hrs.                  |
| <b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b> |                  |       |                   |      |       |      |      |      | <b>300 hrs.</b>          |

(f)   
 Padre, Oswaldo Pérez  
 Secretario General

(f)   
 M.A. Evelin Hernández  
 Supervisor EPSL