

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure holding a book, surrounded by various symbols including a cross, a globe, and architectural elements. The Latin motto "LETTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Departamento de Estudios de Postgrado

**Estrategia de comunicación externa para la Congregación
Misioneros Del Sagrado Corazón**

Trabajo de graduación presentado por:

Berardo Obdulio Fuentes Ruano

Previo a optar al título de:

Magister Artium en Comunicación Organizacional

Guatemala, noviembre 2013

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Consejo Directivo**

Director	Lic. Julio E. Sebastián Chilin.
Representantes Docentes	Lic. Víctor Carillas M.A. Amanda Ballina
Representantes Estudiantiles	Néstor Aníbal de León Velásquez José Jonathán Girón Ticurù
Representante de los Egresados	Lic. Johnny Michael González Batres
Secretaria	M. Sc. Claudia Molina

Consejo Académico de Postgrado

Director Directora de Postgrado	Lic. Julio Sebastián Chilin. M.A. Aracelly Krisanda Mérida González
Vocal 1	Dr. Ángel Valdez
Vocal 2	M.A. Amanda Ballina Talento
Vocal 3	M.Sc Sergio Morataya

**Tribunal examinador
M.A Aracelly Krisanda Mérida González
M.A Fernando Arévalo Yankos
M. A Amanda Ballina Talento
M.A Ana Elisa Gudiel Jovel**

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

INDICE

Resumen	1
Introducción.....	ii
Capítulo I:.....	4
1. Diagnóstico situacional	4
1.1 Ubicación geográfica de la organización.....	4
1.2 Historia de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón en Guatemala.....	5
1.3 Presencia en la Parroquia El Tesoro.....	6
1.4 Naturaleza de la organización.....	8
1.5 Misión y Visión	9
1.5.1 Misión.....	9
1.5.2 Visión.....	9
1.6 Descripción de actividades de la Congregación.....	9
1.7 Actores	12
1.9 Perfil de los trabajadores	14
1.10 El espíritu de los integrantes de la Congregación	15
Capítulo II.....	17
2. Fundamentos epistemológicos.....	17
2.1 Teoría de las relaciones humanas.....	17
2.2 La teoría de necesidades de Maslow	19
2.3 Teoría del comportamiento	20
2.4 Teoría de la sociedad de la información	21
Capítulo III.....	22
3. Metodología aplicada	22
3.1 Enfoque	22
3.2 Objetivo General	24
3.3 Objetivos específicos.....	24
3.4 Fuentes primarias	24
3.5 Las fuentes secundarias	25
3.6 Actividades del proceso de investigación	25

3.6.1 Cronograma de actividades	26
3.7 Instrumentos.....	27
3.8 La población y muestra	28
3.9 Método de análisis.....	29
Capítulo IV.....	30
4. Diagnóstico Comunicacional	30
4.1 Análisis de la comunicación interna.....	30
4.1.1 Vertical descendente y ascendente	31
4.1.2 Horizontal.....	34
4.1.3 Circular	34
4.1.4 Comunicación de crisis.....	35
4.2 Análisis de la Comunicación externa	35
4.2.1 Usuarios	36
4.2.2 Instituciones.....	36
4.2.3 Medios de comunicación	37
4.2.4 Publicaciones de la congregación	37
4.2.5 Diseño del material externo.....	39
4.3 Análisis de la identidad corporativa.....	40
4.3.1 Elementos icónico-visuales	42
4.3.2 Señalética	43
4.4 Análisis de la imagen corporativa	45
4.4.1 Reputación corporativa.....	45
4.4.2 Formas de evaluación de la imagen corporativa	46
4.5 FODA	49
4.6 Análisis y pronóstico de la situación	52
4.7 Factores influyentes: directos e indirectos	54
4.8 Árbol de problemas.....	56
4.9 Determinación de prioridades comunicacionales	58
4.10 Funciones de la Comunicación para la solución de problemas	59
Capítulo V.....	60
5. Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional	60
5.1 Justificación.....	60

5.2 Objetivos de la estrategia de la comunicación externa	61
5.2.1 General.....	61
5.2.2 Específicos.....	61
5.3 Públicos	61
5.3.1 Internos.....	61
5.3.2 Externos	62
5.4 Propuesta	62
5.4.1 Matriz de coherencia para plan de comunicación.....	62
5.4.2 Plan de comunicación externa.....	63
5.4.3 Validación de la propuesta.....	74
5.4.4 Cronograma de la implementación de la propuesta	75
5.4.5 Plan de monitoreo y evaluación	76
Capítulo VI.....	78
6. Resultados.....	78
6.1 Validación.....	78
6.2 Implementación de los productos propuestos	79
6.2.1 Página Web actualizada	79
6.2.3 Publicación en medio escrito católico	79
6.2.4 Establecimiento de canje en Radios Católicas	80
6.2.5 Vallas publicitarias direccionales	80
6.3 Resultados futuros	80
6.3.1 Comunicación externa	80
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
E-grafía	86
ANEXOS	87

Índice de gráficas	Página
Figura 1	Mapa de ubicación 12
Figura 2	Templo de los Misioneros 15
Figura 3	Actividades grupos pastorales 18
Figura 4	Actividades semana de la familia 20
Figura 5	Organigrama de los MSC 22
Figura 6	Isologo 51
Figura 7	Reunión Consejo Parroquial 56
Figura 8	Jóvenes de Confirmación 57
Figura 9	Árbol de Problemas 65
Figura 10	Página web anterior 73
Figura 11	Página web mes de octubre 74
Figura 12	Página facebook 76
Figura 13	Arte medio escrito 78
Figura 14	Formato de convenio canje 80
Figura 15	Guion de radio 81
Figura 16	Arte valla nomenclatura 83
Gráfica 1	Tipo de comunicación 40
Gráfica 2	Comunicación interna 41
Gráfica 3	Departamento de comunicación 48
Gráfica 4	Identificación con los MSC 56
Gráfica 5	Miembro valioso 56
Gráfica 6	Misión y visión 62
Gráfica 7	Trabajo en equipo 62

Resumen

El informe final tiene como objetivo presentar las bases para plantear las líneas de acción necesarias en la comunicación externa de la Congregación denominada Los Misioneros del Sagrado Corazón y contribuirá a impulsar los proyectos de proyección social y de formación fuera de sus áreas geográficas donde trabajan actualmente.

Los fundamentos epistemológicos que sustentan la investigación están basados en la Teoría de las Relaciones Humanas, la Teoría de las Necesidades de Maslow, la Teoría del Comportamiento y la Teoría de la Sociedad de la Información, mismas que al interrelacionarse contribuyen a la dinámica tanto en el capital humano, que pertenece a la Congregación, como los objetivos por los que fueron detalladas las actividades y que necesitan ser conocidas por más personas a través de los medios de comunicación externos.

La metodología de investigación se identifica como un análisis múltiple que inició con la observación abierta sin códigos estructurados, que permitió hacer una descripción de los acontecimientos, las personas y las interacciones de quienes forman parte de la Congregación. Se eligieron lugares y eventos claves que se pretendían observar, no dejando a un lado el enfoque cualitativo y cuantitativo.

La recolección de datos se realizó a través de la utilización de herramientas como la guía de observación, la entrevista y los cuestionarios. Además se combinaron otros elementos como las bitácoras, registros bibliográficos, documentos escritos y fotografías. Esta metodología permitió determinar la problemática de comunicación de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón

Introducción

La estrategia de comunicación externa realizada para la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón es importante, por los aportes que el investigador hace en su trabajo de investigación. El uso de técnicas de investigación, herramientas, uso de teorías comunicacionales, investigación de campo y el desarrollo de la estrategia de medios contribuyeron a la construcción de este documento.

Cada uno de los productos gráficos, visuales, electrónicos y de audio desarrollados en la estrategia de comunicación tiene sus objetivos y alcances, los cuales serán cumplidos al momento de ponerlos en práctica.

La Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón (MSC) tiene su sede central en la Colonia el Tesoro, zona 2 del Municipio de Mixco. Esta es una organización religiosa sin fines de lucro y se sostiene con las ofrendas de sus fieles. Para la realización de los proyectos, formación de nuevos misioneros y de proyección social, busca que sean auto-sostenibles o con la donación monetaria de empresas, personas individuales o con actividades propias.

Para efectos académicos se efectuó la investigación en esta Congregación, para determinar los niveles de comunicación tanto interna como externa existentes en ésta organización. Para ello se realizó un diagnóstico situacional y otro comunicacional apoyados en los métodos y técnicas de observación, utilizando herramientas de apoyo como las guías de observación, entrevistas, cuestionarios y encuestas. En el análisis de los datos se determinó que el vacío para la Congregación está en la comunicación externa. A través de todo el año se planifican actividades de formación y de tipo social, las cuales no son propocionadas al exterior.

Ante estos resultados se utilizaron teorías y conceptos de comunicación se combinados sustentaran la investigación y una propuesta de estrategia de comunicación externa, basado en un marco metodológico de investigación donde se combina el análisis cuantitativo y cualitativo.

Los resultados definieron que a nivel de comunicación interna, la organización tiene los canales de comunicación adecuados, pero a nivel externo la información no fluye.

En el capítulo I de este trabajo se plasma el diagnóstico situacional. Los fundamentos epistemológicos, están contenidos en el capítulo II. El capítulo III contiene la descripción de la metodología aplicada para la investigación. El diagnóstico de comunicación, se encuentra detallado en el capítulo IV. El contenido de la propuesta de la estrategia de comunicación externa para la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón se incluyó en el capítulo V. Y finalmente el apartado VI incluye en sí los resultados esperados de la propuesta.

Capítulo I:

1. Diagnóstico situacional

Esta parte comprende la identificación, descripción y análisis de la situación actual de la organización o el proceso en función de los resultados que se esperan a futuro. Esta parte de la investigación de la organización permite una mirada sistemática y contextual de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón y tener un punto de partida para las propuestas.

1.1 Ubicación geográfica de la organización

La congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón tiene su sede central en la 7 avenida 0-81 de la colonia el Tesoro, zona 2 del municipio de Mixco. Pertenece administrativamente a la congregación: la parroquia Nuestra Señora del Sagrado Corazón, la rectoría del Molino de las Flores y la rectoría de Santa Rita.

Figura 1



Mapa de referencia de la ubicación de la congregación (Fuente: Página web MSC)

1.2 Historia de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón en Guatemala

La provincia Española de los Misioneros del Sagrado Corazón buscaba nuevos lugares de misión, es así como en el año de 1954 el Padre José María Suárez es enviado a México para que explore la posibilidad de una fundación en ese país. El Padre Suárez no logró entrar a México debido a los problemas políticos con España y se le presentó la oportunidad de visitar Guatemala en julio de ese mismo año.

El 13 de julio de 1954 llegó a Guatemala. En el aeropuerto de la Aurora lo esperaba su hermano Luis. (Lada Camblor, 2004:p41) El 22 de julio de ese mismo año consiguió permanencia en el país hasta el ocho de octubre, que estuvo en Cobán, pero regresó a Nueva York, antes del tiempo de vencimiento de su permiso para estar en el país. Pero esos dos meses fueron fundamentales para el nuevo rumbo de los Misioneros del Sagrado Corazón.

En Guatemala logró entrevistarse con el señor Nuncio Apostólico Girolano Verolino, quien le expresó la necesidad de más sacerdotes en el país. Se recuerda que de una manera clara y precisa el Nuncio le dijo al padre Suárez “les necesitamos aquí y les queremos aquí”

El Nuncio (Lada Camblor,2004:p41) le mostró y ofreció diversidad de campos de trabajo entre los que podía escoger. Uno era el departamento de Escuintla, otro el departamento de El Progreso, ambos limítrofes con el Departamento de Guatemala. Además se habló del trabajo del departamento occidental, empobrecido y abandonado, de Quiché.

Así sucedió y la voluntad del Nuncio se cumplió. Entre los años de 1955 a 1980, los Misioneros del Sagrado Corazón asumieron la misión en el departamento de Quiché. Se realizó una evangelización completa y de promoción humana en beneficio del pueblo Maya Quiché y en la demás población. El Padre Suárez quedó convencido que el departamento de Quiché era un buen campo de misión.

En la ciudad capital los misioneros se instalaron desde el año de 1967 en la Colonia El Tesoro, antigua zona 11 de la capital, después de varias solicitudes, así como demarcaciones geográficas y en Alta Verapaz trabajan desde el año de 1986 a la fecha.

1.3 Presencia en la Parroquia El Tesoro

La primera persona que inició el trabajo pastoral en la Colonia El Tesoro fue la hermana Margarita Avila, Hija de la Caridad, esto fue en el año de 1957. A esta hermana la acompañaba un grupo de jóvenes de la Casa Central. En sus primeras visitas no existía un templo, por ello uno de sus principales objetivos era la construcción del mismo.

El objetivo de la hermana Margarita se cumplió en el año de 1967 cuando los Misioneros del Sagrado Corazón se hicieron cargo de la parroquia dedicada a la Virgen María, bajo la advocación de Nuestra Señora del Sagrado Corazón, patrona de los misioneros.

En el libro Historia de los Misioneros del Sagrado Corazón, escrito por el misionero, Jesús Lada Cambor, expone que los misioneros llegaron a estos lugares debido a las dificultades de establecerse en otros lugares como la colonia Atlántida, zona 6 de la Capital, Vista Hermosa y en la zona 10.

Un año después que el arzobispo autorizó a la fundación de una casa de Misioneros del Sagrado Corazón, en el kilómetro 13 de la Roosevelt, recibieron un oferta de venta de una casa en un lugar cercano, conocido como El Tesoro. Con un valor de diecisiete mil quetzales, el superior general del consejo autorizó la petición de préstamo y la compra de la casa con una extensión de 3,150 metros cuadrados. Cuenta el escritor, que la casa era amplia y rodeada de la naturaleza.

Esta parroquia llegó a ser la número veintinueve autorizada por el Arzobispo Mario Casariego (1964-1983). Y Padre Hilarino Valladares le correspondió recibir al arzobispo Casariego para la bendición solemne del modesto templo parroquial el 3 de diciembre de 1967, el cual fue levantado por un comité de vecinos de la colonia.

Las colonias de la nueva parroquia crecieron en población y al mismo tiempo el trabajo pastoral. Ante estas circunstancias se hizo necesario, en el año de 1983, mejorar la infraestructura del primer templo construido de manera rústica.

Figura 2: Templo de la parroquia de la Colonia el Tesoro



(Fuente: Pagina web MSC)

Bajo la administración de los Misioneros del Sagrado Corazón, en la Colonia Santa Rita se construyó el templo en junio del año de 1981 teniendo como patrona a Santa Rita. En la Colonia Molino de las Flores en el año de 1984 se finaliza la construcción del templo.

La construcción de estos templos se le atribuye al trabajo y entusiasmo del Padre Isidro Suárez, hermano del Padre José María Suarez, quien logró ayuda del exterior y la colaboración de las comunidades.

Desde el año de 1967 hasta la fecha los sacerdotes misioneros han atendido tanto la sede parroquial, en El Tesoro, como en las dos rectorías Santa Rita y Molino de las Flores.

1.4 Naturaleza de la organización

La congregación Misioneros del Sagrado Corazón es una organización religiosa sin fines de lucro y se sostiene con la ofrenda de sus fieles. Y para el desarrollo de sus proyectos busca que sean auto sostenibles o con la donación monetaria o de productos.

La congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón pertenece a la iglesia católica y detalla que “La espiritualidad de los Misioneros del Sagrado Corazón, está centrada en el texto de la Primera carta de San Juan 4,16 “por nuestra parte hemos conocido el amor que Dios nos tienes y hemos creído en él. Dios es amor.”

Como misioneros y misioneras del Sagrado Corazón están convencidos que Dios les ama y del mismo modo a las demás personas, especialmente a los que pasan más necesidades. El Corazón de Jesús, es la fuente del amor de Dios, que los lleva a entrar en su corazón y actuar con un corazón humano, misericordioso, fuerte y valiente para que el amor, la justicia y la vida reinen en Guatemala y en todo el mundo.

El objetivo como misioneros es vivir la fe en el amor del Padre manifestado en el Corazón de Cristo. Amar por El y con El y proclamar su amor en el mundo.

1.5 Misión y Visión

1.5.1 Misión

La misión de la parroquia es continuar la obra sanadora y libertadora de Jesús en la sociedad, especialmente entre los más pobres y los que sufren. Se cuenta con la presencia de buenos agentes de pastoral que, junto con los religiosos y religiosas se realiza un trabajo pastoral de formación, acompañamiento, formación humana y evangelización.

1.5.2 Visión

Es continuar favoreciendo el encuentro vivo con Jesucristo, por medio de los sacramentos que nos llena de vida y nos envía a continuar su misión salvadora, construyendo pequeñas comunidades cristianas y en el compromiso de construir una Guatemala, donde se respete la vida, la diversidad cultural, reine la justicia social y la fraternidad.

1.6 Descripción de actividades de la Congregación

- **Catequesis**

Las actividades de la catequesis están relacionadas con los sacramentos y otras actividades de formación. Dentro de ellas encontramos la catequesis de bautizos, primera comunión, confirmación, seguimiento, prematrimonial, formación bíblica, formación para la misión y formación para acólitos, Además de las formaciones que se planifican durante el año para los integrantes de los grupos pastorales y de las comunidades que participan dentro de la parroquia.

Figura 3: Actividad con los grupos pastorales en el aniversario de los Mártires MSC 2013



(Foto: Obdulio Fuentes)

- **Retiros espirituales**

Estas son actividades planificadas principalmente al inicio un período litúrgico como una preparación espiritual individual para los fieles de la parroquia y rectorías reflexionen sobre la etapa de su vida con la Cristo Jesús. La misma es organizada por lo Misioneros y apoyada por los grupos pastorales.

- **Servicio de guardería**

Debido a las necesidades de la población trabajadora que tienen hijos y no tienen quien se los cuide, los Misioneros del Sagrado Corazón brindan el servicio de Guardería en la Colonia el Tesoro y están apoyados por religiosas del Sagrado Corazón.

- **Apoyo al programa de alfabetización IGER**

Como parte de las actividades a la comunidad existe una sede del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, que brinda a las personas la oportunidad de seguir estudiando, bajo el método a distancia. Esta actividad

está a cargo de los aspirantes a nuevos misioneros y maestros voluntarios que brindan su tiempo el día domingo.

- **Apoyo a la conferencia de religiosos**

Dentro de su trabajo está el apoyo se brindan entre grupos de religiosos, sobre todo para las actividades correspondiente al decanato al cual se pertenece.

- **Formación de futuros religiosos**

En la casa de los Misioneros del Sagrado Corazón se encuentra la formación de nuevos misioneros que inician preparación en Guatemala y luego son trasladados a la sede de El Salvador o República Dominicana. A ésta casa acuden jóvenes de Guatemala y de toda Centroamérica que han escuchado el llamado de vocación sacerdotal y formar parte de la congregación.

- **Administración de la Parroquia**

Como toda organización es necesaria la administración de las actividades que se generan hacia la comunidad, la cual va desde el servicio que se presta en el despacho parroquial en la emisión de constancias de bautizos, primeras comuniones, confirmaciones y matrimonios hasta la atención personalizada de los fieles de la parroquia. Además de la administración del personal que labora para la congregación y de los grupos pastorales que apoyan el trabajo pastoral que forma parte de los objetivos de la misma.

La persona que administra la parroquia también participa en reuniones convocadas por las autoridades eclesiásticas y de la misma congregación.

- **Trabajo comunitario**

Además de las actividades ya mencionadas, existen que se les llama de trabajo comunitario o social. Un ejemplo es la llamada Misión Evangelizadora. Además de la donación de víveres y medicamentos, jornadas médicas, visitas a enfermos y personas de la tercera edad y el trabajo de los ministros extraordinarios de la comunión.

Figura 4: Actividad de la semana de la pastoral familiar



(Foto: Obdulio Fuentes)

1.7 Actores

Dentro del ámbito de trabajo que realizan los Misioneros del Sagrado Corazón se identifican actores que tienen una relación directa o indirecta. Los primeros son en general los fieles que acuden a las actividades espirituales de la parroquia. Los segundos actores principales son los líderes de los grupos pastorales que donan su tiempo para el desarrollo de las actividades. Estos dos primeros actores se han convertido en pilares fundamentales para el desarrollo de las actividades de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Los representantes de los grupos pastorales ante el Consejo Parroquial, son actores que contribuyen a la toma de decisiones en muchas de las acciones que realiza la parroquia y se ha convertido en un espacio donde se cursan las necesidades de la población de la Parroquia. Por lo que son actores de primera línea dentro del área geográfica donde trabaja la congregación.

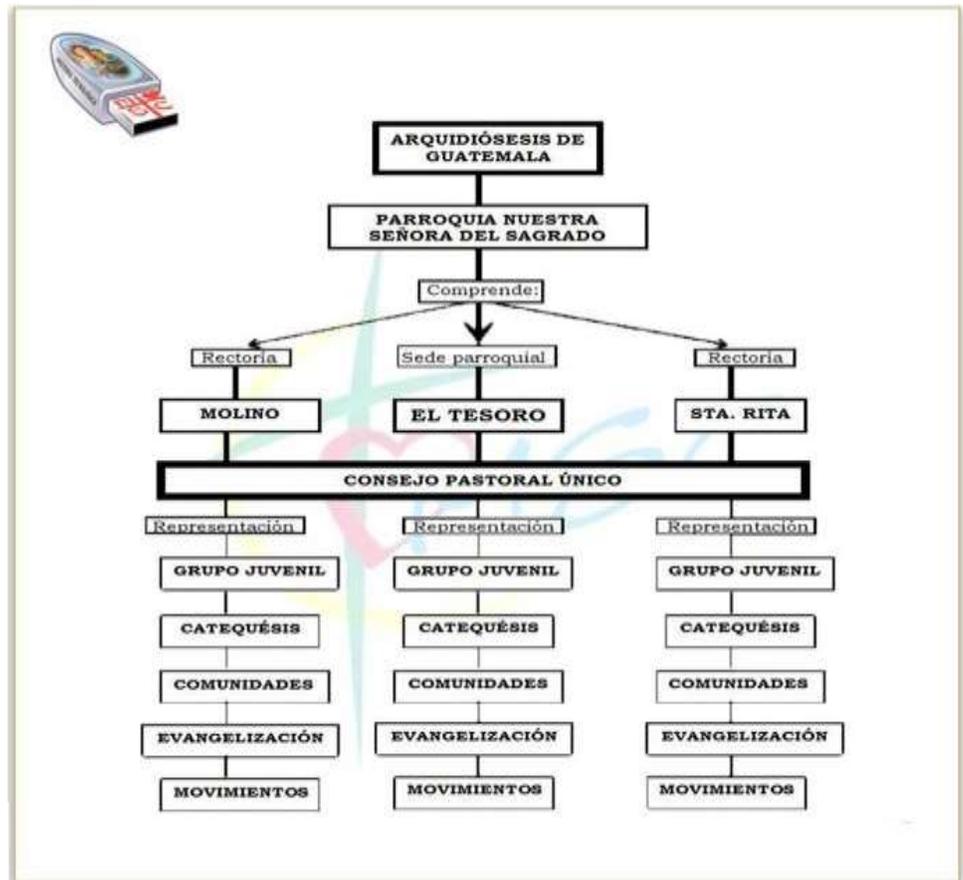
Un actor importante en el trabajo de la misión en la labor de la Misioneras del Sagrado Corazón, que aunque trabaja en la parroquia tiene actividades independientes sobre todo relacionadas a la educación formal. De esta cuenta que una misionera tiene a cargo la dirección de la guardería.

Existen otros actores como las religiosas de la Orden Trinitaria, que están ubicadas dentro del área geográfica de la Parroquia y que de igual forma realizan actividades independientes a las organizadas por los Misioneros del Sagrado Corazón.

En el mismo territorio se encuentra el trabajo de otros actores de las iglesias protestantes que se han instalado en diferentes calles y avenidas de la Colonia el Tesoro. Estas mantienen una actividad regular y de misión.

Los padres de familia de los niños de la guardería, se convierten en actores importantes sobre todo para el desarrollo de actividades que permitan la captación de fondos para que este centro de educación se mantenga trabajando al servicio de la comunidad, especialmente a las personas de escasos recursos del área y que tienen que trabajar, tanto madre como padre.

1.8 Organigrama



(Fuente: Página web MSC)

1.9 Perfil de los trabajadores

Las personas que trabajen dentro de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón deben ser personas laicas comprometidas con el servicio a los demás, de buena conducta, respetuosos con las personas a quienes se les sirve, vinculadas con la iglesia católica. Además deben considerar el compromiso de la congregación de servir a los más pobres y necesitados. De igual manera recordar el trabajo por la paz del país; vinculado con lo establecido por el evangelio.

Quienes están dentro de las pastorales, no reciben un pago, su labor como laico comprometido está al servicio de la comunidad, vinculado al trabajo de la construcción de una Guatemala en paz.

Pero el requerimiento para un trabajador, con un salario, dentro de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, es el compromiso de servicio a los demás. Quien trabaja en la congregación debe recordar siempre que la congregación es un equipo que busca el bienestar de los demás y que cada proyecto que se trabaja debe ir enfocado bajo el lema de servir al prójimo.

La organización interna permite que cada trabajador tenga un función dentro de la estructura de equipo y no trabaja individualmente. Existe una jerarquía que permite enlazar en trabajo de cada uno y por ello cada año se realiza una planificación de actividades donde cada persona trabajadora es pieza fundamental para lograr los objetivos de la congregación. Lo importante para lograr esos objetivos es el trabajo de equipo.

1.10 El espíritu de los integrantes de la Congregación

La congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón ha cimentado el espíritu de servicio a quienes lo necesitan, en cada uno de sus integrantes y colaboradores. La filosofía que desde su fundación se ha implementado en Guatemala sigue siendo parte importante del desarrollo de las actividades dentro de la parroquia de la zona 2 de Mixco, donde ellos desarrollan sus actividades.

Esta misma filosofía de servicio al más necesitado y la construcción de la paz en el país, se sigue trasladando inclusive a los grupos pastorales que se han formado en la parroquia. Prueba de ello es el trabajo que desarrolla la Guardería, el trabajo de la Pastoral de la Salud y la Pastoral Social, donde a pesar que las personas que las forman trabajan de forma voluntaria llevan implícita la filosofía de compromiso de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón.

En la observación también se encontró que los servicios de secretaría y atención al cliente también van por el camino de servicio y se complementan con otras actividades que los misioneros realizan.

Las acciones de los Misioneros del Sagrado Corazón, están inspiradas en los postulados de su fundador el Padre Julio Chevalier. El primero es una profunda solicitud hacia todos los hombres, especialmente hacia los que sufren los males de nuestro tiempo.

El segundo está enfocado hacia la fuerte creencia en el amor de Dios, revelado en Cristo misericordioso, junto con la convicción de que los hombres pueden hallar en su divino corazón, las respuestas a sus necesidades. Y finalmente el tercer carisma relacionado con el amor debelado mediante la caridad, amabilidad y la bondad de aquellos que están llamados a participar en la misión de Cristo. (Revista Historia y Carisma No. 281)

Capítulo II

2. Fundamentos epistemológicos

En esta parte del trabajo se presentan las diversas teorías que son la base fundamental para el desarrollo de la estrategia de comunicación realizada en la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón. Estas se han tomado desde distintos ángulos ya que cada uno de los autores tiene su forma particular de enfocarlas y para este trabajo son un referente para la aplicación de los diferentes productos considerados para la estrategia de comunicación.

2.1 Teoría de las relaciones humanas

El ser humano debe reconocer que es eminentemente social y que no puede vivir aislado. Es por ello que conforma grupos sociales en donde puede interactuar con otros seres humanos. Y a ello se agrega, que no importa cuál sea la raza, color, grupo social o profesión, se necesita estar en un grupo. Esto se afirma al estudiar las primeras culturas que habitaron la tierra, por naturaleza no pudieron vivir aisladas.

En su artículo, Blanco (2009 calidadysupervisión.blogspot.com) menciona que George Elton Mayo, en el año de 1932, desarrolla una de las teorías de las organizaciones donde su principal hipótesis es el comportamiento del ser humano y las relaciones entre sí. Aunque su teoría está enfocada directamente en la administración del capital humano, tiene un componente que es importante: la conducta del hombre dentro de las organizaciones, para argumentar que el ser humano tiene un papel preponderante para el logro de objetivos.

El logro de los objetivos de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón es de importancia y mantiene estrecha relación con la misión y visión de esta organización. Quienes pertenecen a los Misioneros trabajan en los distintos proyectos que surgen de la organización y se identifican con los objetivos de la misma.

El implementar una estrategia de comunicación en donde se divulgue el trabajo de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, permitirá como indica la teoría de Mayo: atender las necesidades sociales y personales de los trabajadores de esta organización. Para el caso de esta investigación, se atenderán las necesidades de la Congregación como una institución que busca el bien de las personas a las que atiende.

El surgimiento de la teoría de las relaciones humanas, planteada por la escuela que llevó el mismo nombre, desarrollada hacia finales de los años treinta, se enfocó principalmente en las actitudes de los obreros, moral, grupos de trabajo informales y relaciones sociales. Lo importante para ésta teoría era una relación de armonía laboral entre el obrero y el patrón. Lucas (1981)

Esta teoría surge en contraposición a la clásica donde la explotación a los trabajadores era evidente. Esto provocó la organización del mismo trabajador, para defenderse de esta problemática y crear un movimiento de reacción y oposición a la teoría clásica.

La teoría de la Relaciones Humanas, hace cambios significativos y se enfoca en la organización como un grupo de personas, haciendo énfasis que no son simples máquinas de producción sino un grupo de personas a las que se les puede tener confianza y apertura para el desarrollo de la organización en una dinámica grupal e interpersonal.

Elton Mayo, quién es el fundador de esta corriente de pensamiento, resalta que el individuo es de interés y que mejorando la moral y la satisfacción de estos se logran los objetivos planteados por la organización. Con ello se hace una especie de democratización hacia la administración del personal y busca ser un movimiento humano y no como una máquina. Lucas (1981)

2.2 La teoría de necesidades de Maslow

En organizaciones como la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, se hace necesario hablar de la teoría de la Jerarquía de las necesidades desarrolladas por Abraham H. Maslow. Y sobre todo enfocarse en el tercer escalón de la pirámide de las necesidades, que nos habla del sentido de pertenecer a un grupo de personas y esa relación donde se desarrolla el afecto hacia los demás. En el caso de la Congregación se necesita esta parte de ser aceptado dentro de una comunidad, en este caso donde realizan sus actividades.

Abraham Maslow en su obra *Motivaciones y Personalidad*, desarrolló la teoría de la personalidad en la que destaca una serie de necesidades en orden jerárquica que es fundamental para el ser humano.

La necesidad de sentido de pertenencia, tercera en la pirámide de Maslow, brinda a los integrantes de la congregación la satisfacción de sentirse parte importante de la organización y se identifica con las actividades realizadas. En estas actividades se muestra el sentido de pertenencia y la necesidad de ser aceptado por un grupo mayor, donde al igual se comparte otros intereses, aptitudes, habilidades, conocimientos y actividades comunes que los hacen indispensables para el grupo. (Maslow 1991)

La pirámide de Maslow, nos presenta cinco escalones, que al final de cuentas son las necesidades que intervienen en nuestra conducta y en cierto momento puede colocar al individuo desde lo primitivo hasta ser un elemento participativo en la organización. Es por ello que cada uno de los escalones contribuye al desarrollo del individuo hasta llegar al más alto donde se experimenta el auto realización en la actividad que realiza. El iniciador de esta teoría parte, que el hombre necesita moverse por lograr metas personales que le dan sentido a su vida y lo satisfacen.

2.3 Teoría del comportamiento

El comportamiento de un colaborador determinado, en cierto momento puede poner en peligro la estabilidad de la institución. Esto demuestra que una sólo persona puede afectar los resultados y logros de toda la organización. Esto se refleja no solo los objetivos planteados, sino los diferentes aspectos organizaciones y de credibilidad a la misma. Al final de cuentas no son los nombres individuales los que se van a mencionar, sino los de todo la congregación. Porque la organización es al final de cuenta la responsable de los procesos y procedimientos que se desarrollan en su interior.

Las personas que ingresan a las organizaciones lo hacen con diferentes características que al final influyen en su comportamiento al momento de la realización de determinada tarea. Sobre estas influyen factores como actitudes, valores, personalidad y niveles de habilidad. (Amorós 2007)

El estudio del comportamiento que tiene un individuo dentro de la institución es importante y un reto para las autoridades de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón.

El reto es aún más grande pues los integrantes de la misma deben estar involucrados en el trabajo dentro de la comunidad y se debe buscar el equilibrio donde la cooperación y la solidaridad del ser humano es importantes, sino más bien determinante para poder alcanzar los objetivos de la congregación, a través de una comunicación óptima. Pero la comunicación, aunque es esencial, no puede caminar sola necesita de otras disciplinas como: la psicología, antropología, sociología, ciencia política y en este caso de la teología.

2.4 Teoría de la sociedad de la información

Para completar las teorías anteriores y fusionar la estrategia de comunicación propuesta para la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón se hace necesario el apoyo de la Teoría de la Sociedad de la Información. Misma que ha traído nuevos escenarios en la economía y en los medios de comunicación.

El término de la sociedad de la información, según Martínez Terrero (2006) en su investigación sobre teorías de comunicación, al parecer tiene sus orígenes en la década de los sesenta y también se le conoce con el nombre de “sociedad red” o de la “era digital”. Esta teoría describe la comunicación como un flujo dinámico de informaciones que atraviesa un canal para poner en contacto a un emisor y un destinatario.

La teoría de la sociedad de la información hace una conexión perfecta para el desarrollo de la estrategia, que por sus características busca hacer uso principalmente de los medios de la informática. Y es que en la Teoría de la Sociedad de la Información, según Martínez Terrero (2006), su característica es el predominio de la misma basada en el conocimiento informático. Los nuevos medios propuestos facilitan la comunicación, son más interactivos y participativos.

El uso del internet, video conferencias, celular inteligente, correos electrónicos, redes sociales, hacen más participativa la comunicación y suministran gran cantidad de información la cual es esperada por el receptor.

Es por ello que un fuerte planteamiento de los productos para la estrategia está encaminado a este aspecto de la sociedad de información y facilitaran la recepción de la información y la convergencia de las relaciones con el público.

Capítulo III

3. Metodología aplicada

A través de la utilización del método científico donde se combinó la observación abierta y la utilización de herramientas fue posible encontrar datos cualitativos y cuantitativos que permitieron realizar un análisis de la organización y al final como establecer una estrategia de comunicación externa para la misma.

3.1 Enfoque

La Maestría en Comunicación Organizacional permite el desarrollo de las distintas teorías de comunicación que al final proponen soluciones a los administradores. El concepto de comunicación en un principio parece fácil y práctico, en donde intervienen elementos bien conocidos. Sin embargo en la práctica puede ser lo contrario.

El diagnóstico que se realizó en la Congregación *Misioneros del Sagrado Corazón*, al final del camino presentó una o más problemáticas comunicacionales que al final deberán ser resueltas con las propuestas adecuadas y que llenen las expectativas de quienes estén al frente de la organización sujeta de estudio.

Para realizar el diagnóstico fue necesario seguir los pasos del método científico que nos permitieron obtener los conocimientos en el campo que se desarrolla la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón. O en todo caso estudiar una situación que permitan diagnosticar necesidades y problemas a efecto de trasladarlo a los fines prácticos de la entidad.

Esta investigación se identifica como un análisis múltiple que inició con la observación abierta sin códigos estructurados que tipifique como tal, lo que permitió hacer una descripción de los acontecimientos, las personas y las interacciones que

se presentaron. Para este proceso se eligieron los lugares y eventos que se pretendían observar y que tuvieran relación con el tema de estudio, tal como la ubicación de la congregación, espacio físico y el capital humano con el que trabaja.

Para este diagnóstico fue necesario elegir los instrumentos, someterlos a prueba y validarlos, obtener la mayor cantidad de datos con todas las personas que están dentro de la organización y los que tengan relación tanto directa como indirecta utilizando las herramientas seleccionadas, para posteriormente analizar e interpretar los datos recopilados.

Un elemento importante para la investigación y sobre todo en la recolección de datos se desarrolló una relación directa con las personas de la congregación, que es lo que se denomina etnografía. Este método de investigación es frecuentemente utilizado en la antropología social y se caracteriza por la participación del investigador en la vida cotidiana de la gente y le permita escuchar, observar, hablar coloquialmente con las personas y recolecta la información necesaria.

Para este diagnóstico de comunicación no se dejó a un lado los dos tipos de enfoques de investigación conocidos como cuantitativa y cualitativa. Ya que bien se tiene conocimiento que la cuantitativa sirvió para describir y explicar características externas generales y algunos de los aspectos susceptibles de cuantificar.

La investigación cualitativa sirvió para el estudio a fondo de los fenómenos, comprender a la organización en profundidad, y descubrir el sentido y significado de las acciones de tipo social.

De tal manera que, el camino a seguir para este diagnóstico a la organización Misioneros del Sagrado Corazón, inició con la fase exploratoria de la misma, el trabajo de campo, el trabajo de gabinete y la presentación parcial de los resultados que permitirán hacer una evaluación continua del trabajo de investigación que se realizó por etapas.

Siguiendo los pasos de la metodología de investigación se comprendió que el diseño de la investigación se enmarcó en dos tipos de estudios principalmente. El primero, el descriptivo que permitió visualizar como se relacionan o vinculan diversos fenómenos dentro de la comunicación de la organización y los cuales permitirán su medición.

La investigación de tipo explicativa fue de utilidad para encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos y que al final permiten revelar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se desarrolló.

3.2 Objetivo General

Establecer los mecanismos y procesos de comunicación y cómo se orienta esta comunicación en los niveles organizacionales e institucionales, tanto a nivel interno como externo de la congregación Misioneros del Sagrado Corazón.

3.3 Objetivos específicos

- Identificar cuáles son las debilidades comunicacionales en la organización.
- Analizar la realidad comunicacional de la organización que puede impedir su proyección hacia la comunidad donde trabaja.
- Proponer soluciones que contribuyan al apropiamiento de la misión y visión de la organización.

3.4 Fuentes primarias

Para la recopilación de la información con relación a los Misioneros de Sagrado Corazón, se tomaron como fuentes primarias las personas que están identificadas dentro del organigrama de la organización y que trabajan en la sede central de Guatemala. Estas personas fueron los sacerdotes que tienen responsabilidad de parroquias y rectorías, personal administrativo, estudiantes

seminaristas, formadores, catequistas y otras personas que trabajen directamente en la institución. De igual manera formaron parte de la fuente primaria líderes de grupos organizados dentro de los *Misioneros del Sagrado Corazón* y los consejos parroquiales.

3.5 Las fuentes secundarias

Se convirtieron en fuentes secundarias para el diagnóstico de comunicación los artículos de prensa, revistas religiosas, libros sobre la congregación, artículos en las páginas de internet, comentarios en las redes sociales y bibliografías que fueron utilizadas para el desarrollo del diagnóstico. Además se hizo uso de las memorias de labores, boletines parroquiales y tecnologías de la comunicación que tienen en uso.

3.6 Actividades del proceso de investigación

- Se presentó el anteproyecto de trabajo de la Práctica Profesional Supervisada a la congregación
- Se entrevistó al Párroco para la autorización de la elaboración del diagnóstico dentro de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón-MSC.
- Elaboración de los instrumentos para el diagnóstico comunicacional.
- Validación de los instrumentos para el diagnóstico comunicacional
- Elaboración de la metodología a seguir para la implementación del diagnóstico
- Recopiló la información del primer informe
- Presentación del primer informe
- Llenado de los instrumentos para la diagnóstico comunicacional
- Análisis de los datos de los instrumentos de los diagnósticos comunicacionales

- Presentación del tercer informe
- Recopilación y análisis de la información para el cuarto informe
- Presentación del cuarto informe
- Determinación de prioridades comunicacionales y funciones de la comunicación para elaboración del quinto informe.
- Presentación del quinto informe
- Presentación del informe preliminar del Diagnóstico Comunicacional
- Se entregó el Diagnóstico Comunicacional de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón.
- Presentación pública del Diagnóstico Comunicacional

3.6.1 Cronograma de actividades

Actividad	Mayo			Junio					Julio			
	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Presentación del anteproyecto de trabajo de la Práctica Profesional Supervisada a la congregación	■											
Entrevista con el Párroco para la autorización de la elaboración del diagnóstico	■											
Elaboración de los instrumentos para el diagnóstico comunicacional.		■										
Validación de los instrumentos para el diagnóstico comunicacional		■										
Elaboración de la metodología a seguir para la implementación del diagnóstico			■									
Recopilación de la información del primer informe			■	■								
Presentación del primer informe				■								
Llenado de los instrumentos para la diagnóstico comunicacional				■	■							
Análisis de los datos de los instrumentos de los diagnósticos comunicacionales					■							
Presentación del segundo informe					■							
Recopilación de información para el tercer informe					■	■						

Presentación del tercer informe													
Recopilación y análisis de la información para el cuarto informe													
Presentación del cuarto informe													
Determinación de prioridades comunicacionales y funciones de la comunicación para elaboración del quinto informe.													
Presentación del quinto informe													
Presentación del informe preliminar del Diagnóstico Comunicacional													
Correcciones e integración													
Entrega del Diagnóstico Comunicacional de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón.													
Presentación pública del Diagnóstico Comunicacional													
	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	
	Mayo			Junio					Julio				

(Elaboración propia)

3.7 Instrumentos

La recopilación de datos es un elemento importante dentro de la investigación y para ello fue necesaria la utilización de herramientas como la guía de observación, la entrevista y cuestionario. La primera permitió utilizar los sentidos para observar los hechos, realidad de la organización y sobre todo el rol que juegan las personas dentro de la organización. Esta observación pudo desarrollarse en una modalidad combinada de instrumentos estructurados que permitan encontrar los datos que se buscan. La observación combinada con los instrumentos permitió conocer otros aspectos que muchas veces no se reflejan en los instrumentos.

Para la recopilación de los datos se hizo uso de elementos como una bitácora, registros bibliográficos, documentos escritos y fotografías. La recopilación de los datos con esta forma combinada tuvo sus ventajas; como la que los hechos se estudian sin la interferencia de otra persona o el sesgo que en cierto momento puedan tener los datos. Aunque en cierto momento también pueda haber peligro de hacer generalidades no válidas a partir de observaciones parciales.

Otro de los instrumentos de suma importancia que se utilizó para la recopilación de datos fue la entrevista. Esta se generó en dos modalidades, la primera es la conocida con el nombre de estructurada y la segunda no estructurada o informal. La entrevista generada permitió la recopilación de gran cantidad de información que contribuyó para obtener datos relevantes para el desarrollo del diagnóstico de comunicación.

Una tercera opción para la recolección de datos fue la elaboración de un cuestionario que cumplió con los requisitos esenciales: la validez y fiabilidad. El mismo se estructuró con preguntas cerradas que fue utilizada para las personas que trabajan directamente en la congregación.

3.8 La población y muestra

Para el trabajo de recolección de datos del diagnóstico de comunicación interna se tomó en cuenta la población total de 22 personas que trabajan dentro de la organización *Misioneros del Sagrado Corazón*.

Debido a que la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, cuenta con poco personal, no fue necesario tomar una muestra, sino la población total que conforma la misma.

3.9 Método de análisis

Para el análisis de los datos fue necesario utilizar el cuantitativo y el cualitativo. El primero porque permitió utilizar las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones con las personas que fueron objeto de estudio dentro de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón.

Para este trabajo fue posible incorporar lo que los participantes expresan, sus experiencias, puntos de vista, actitudes, creencias, pensamientos participativos y otras expresiones que no necesariamente se refleja en las herramientas de recolección de datos.

Se agrega la parte cualitativa en cuanto se hizo necesario obtener y examinar datos numéricos que son parte importante para la investigación y por supuesto con el apoyo de la estadística que permite ampliar el panorama de la situación en las investigaciones.

Capítulo IV

4. Diagnóstico Comunicacional

El diagnóstico comunicacional nos permite la comprensión de los problemas que afectan a la organización. Dentro de todas las instituciones y organizaciones existen dos tipos de comunicación que deben analizarse, la interna y la externa. Realizar una evaluación sobre la comunicación acerca al profesional sobre la comprensión del problema y establecer pasos que ayuden a que la comunicación fluya en la institución. Para ello se necesita analizar desde el tipo de comunicación, materiales, identidad corporativa hasta la relación que tiene con otros medios.

4.1 Análisis de la comunicación interna

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten y comparten ideas, sentimientos de una persona a otra mediante el uso de símbolos, palabras, movimientos y signos. La comunicación hace posible la interacción entre la especie humana y define su esencia social. (Surbarán 2011)

La comunicación no puede dejar de analizar en las distintas organizaciones y para el caso del diagnóstico comunicacional que se realizó en la congregación Misioneros del Sagrado Corazón (MSC) fue importante para encontrar sobre todo los nodos de la red comunicacional y presentar al final las propuestas que sean necesarias.

Partiendo que la comunicación es un proceso verbal, escrito, visual o cualquier otra expresión que transmite una idea, información o pensamiento que pueda influir en las personas, podemos analizar el tipo de comunicación que se desarrolla en la congregación.

Para una organización, la comunicación funciona con toda libertad entre sus integrantes basadas en objetivos de solución de problemas, influencia sobre la opinión o para promover la acción dentro de los integrantes de la organización. (Surbarán 2011)

Las teorías comunicacionales presentan varios tipos de comunicación, pero las que regularmente rigen a las organizaciones están comprendidas en las conocidas como verticales ascendente y descendente.

La comunicación vertical descendente emana de un jefe y precisa la forma de cómo se debe hacer algo. En la misma influyen elementos como políticas, reglas, la formación y las informaciones. Es el proceso administrativo más común y sobre el cual trabajan la mayoría de instituciones.

Mientras que la comunicación vertical ascendente comprende la comunicación que surge de los subordinados y se transmite a los jefes, con el fin de mejorar una situación dada, por ejemplo puede ser una queja que debe resolverse en conjunto.

4.1.1 Vertical descendente y ascendente

Al realizar el análisis de la estructura organizacional de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón, se observó que la comunicación dentro de la organización tiene dos líneas. Esto quizás es debido a las actividades puntuales que realiza la organización y que muchas son repetitivas. Pero se necesita atención en cómo se está transmitiendo la visión y misión de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Se percibió que las órdenes de las actividades, de los Misioneros del Sagrado Corazón (MSC), fluyen del nivel ascendente de la organización hacia el nivel descendente de quienes conforman la congregación. Las directrices, instrucciones del desarrollo de las actividades parten de estos niveles y se va distribuyendo según el tipo de actividad que se esté desarrollando. Para ello se respeta la forma en que está definido el organigrama de los MSC. Aunque, según lo observado, este

organigrama necesita una revisión y actualización de otros elementos que no tiene un espacio dentro del mismo. Esto dificulta en cierto momento que los actores se visualicen.

Gráfica 1



(Fuente: Elaboración propia)

En lo referente al tipo de comunicación que existe dentro de la organización de veintidós entrevistados, once consideran que la comunicación vertical descendente es la predomina en la Congregación.

La información de las actividades que se realizan son informadas a los integrantes de la organización a través de canales de comunicación como: reuniones formales e informales, entrevistas personales, carteles y en algunos casos es usado el correo personal o la página web.

Lo interesante dentro del análisis de los cuestionarios es que a nivel interno la comunicación es direccionada por la vía oral, más por otros canales físicos de comunicación y se complementa con la comunicación combinada entre personal y por teléfono, ver gráfica.

Gráfica 2



(Fuente: Elaboración propia)

Para las directrices de una actividad, el párroco se apoya en la elaboración de cartas. Las mismas son distribuidas personalmente por ésta persona a los líderes de los grupos pastorales de la iglesia o a quien se le ha delegado una actividad específica.

Pero este tipo de canales, correo o página Web, son utilizados principalmente para actividades especiales y donde confluyen todos los grupos pastorales, personal asignado a la capilla y de servicios dentro de la congregación.

Es importante resaltar que la comunicación vertical ascendente, que es la que se da como retroalimentación a los niveles superiores, dentro de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, se desarrolla en las Reuniones de Consejo Parroquial. En estas reuniones se plantea una agenda donde se especifican los problemas de la parroquia, de grupos, progreso de las metas planteadas, planeación y evaluación de actividades que son de beneficio para la organización.

Ante esto se pudo inferir que la comunicación vertical descendente es la que predomina en la congregación, basada en su estructura organizacional interna, y que le permite una administración de los recursos y la realización de actividades tanto dentro de la organización como hacia afuera.

4.1.2 Horizontal

En la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, este tipo de comunicación se desarrolla principalmente dentro de los sacerdotes que tienen a su cargo la administración de la Parroquia y las rectorías que están ubicadas en la zona 2 de Mixco. En estas reuniones son tratados asuntos de tipo administrativo, de planificación de actividades o de organización de actividades solicitadas por las máximas autoridades de la Iglesia Católica, aspectos de formación de los nuevos misioneros y es exclusivamente para el equipo seglar.

De igual manera se encontró que la comunicación horizontal se desarrolla en la relación que tienen los grupos pastorales que colaboran con los sacerdotes misioneros. A través de las reuniones, que son planificadas con cada uno de los grupos, se logra por medio de la comunicación verbal, reuniones informales y la retroalimentación que se origina en el momento de la comunicación que los mensajes de los misioneros tengan el efecto positivo o de respuesta por los grupos y sean de mutuo acuerdo.

4.1.3 Circular

La comunicación circular según, lo que se observó, a nivel interno se desarrolla principalmente en el trabajo que realizan los grupos pastorales, donde en cierto momento se invierte el papel de receptor a emisor. Y esto se plasma principalmente en las reuniones a nivel interno que realizan los Misioneros del Sagrado Corazón con el Consejo Parroquial. Muchas de las actividades que se aprueban son propuestas de los grupos pastorales y se utiliza este canal para hacerlas viables; sin embargo no es la que predomina.

4.1.4 Comunicación de crisis

En el trabajo de observación y en la entrevista se encontró que no existe una directriz para el manejo de una comunicación de crisis. Sin embargo en un reciente hecho de violencia, los misioneros se pronunciaron a través del párroco del Tesoro. Por lo que puede ser un elemento a considerar en la segunda parte de esta investigación, siempre y cuando sea considerada por las autoridades de los Misioneros del Sagrado Corazón.

4.2 Análisis de la Comunicación externa

La comunicación externa de una organización, a consideración de (www.mitecnologico.com), está representada por el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos, así como a proyectar un imagen favorable de las compañía o promover actividades, productos o servicios.

La comunicación exterior con los públicos objetivos es vital para la organización como lo es la comunicación interna. Entre estas comunicaciones debe existir una integración. No importando que la comunicación externa quede vinculada a otros departamentos como los de relaciones públicas, prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación u otros.

Es por ello que en éste diagnóstico de la congregación Misioneros del Sagrado Corazón con base a lo observado e investigado se analizó la comunicación externa y los diferentes canales que utiliza la institución para dar a conocer los servicios que presta dentro del área geográfica de la Colonia el Tesoro, zona 2 de Mixco, donde están sus instalaciones.

4.2.1 Usuarios

En la congregación Misioneros del Sagrado Corazón, la comunicación externa está dirigida a los fieles católicos de la Parroquia, quienes son el principal público objetivo para el desarrollo de las actividades y servicios ofrecidos por los Misioneros del Sagrado Corazón. Dentro de la gran población de fieles que integran los usuarios se puede realizar una división más precisa, como por ejemplo los grupos pastorales, personas de la tercera edad, familias con niños en edad escolar o familias que trabajan y necesitan el cuidado de sus hijos, personas enfermas entre otras.

Los servicios programados para cada mes son anunciados por medios del boletín parroquial, carteleras, mantas colocadas y la página Web. Los volantes y boletines semanales, son los canales que brindan un refuerzo a estas actividades para los vecinos de la Colonia El Tesoro.

4.2.2 Instituciones

La comunicación externa, por medio de los boletines impresos y la página Web, pretende que llegar a instituciones privadas quienes colaboran en las actividades de la parroquia, principalmente con las donaciones para las dos grandes actividades que se organizan durante el año: La fiesta patronal de Nuestra Señora del Sagrado Corazón y la kermesse de la guardería.

Esta comunicación hacia afuera, de igual forma tiene como objetivo buscar patrocinios y donaciones para la Guardería, que funciona dentro de la parroquia y que es administrada por los Misioneros del Sagrado Corazón.

Así la comunicación externa pretende llegar a otras pastorales religiosas de diferentes congregaciones para la integración de nuevos misioneros del Sagrado Corazón.

4.2.3 Medios de comunicación

La Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón mantiene una relación con los medios de comunicación, principalmente de tendencia católica. Entre los que se pueden mencionar el Periódico La Misión y Radio Estrella. Estos medios cubren algunas de las actividades que se realizan durante el año.

Según lo expresado por el párroco, Padre Pío Gonzales, la relación con este tipo de medios de comunicación es aceptable, porque además se ha invitado a integrantes de la congregación a participar en programas de radio y entrevistas para medios escritos, lo que permite dar a conocer la labor de los Misioneros del Sagrado Corazón.

En la observación se notó que la coordinación de los mensajes en todos los soportes es aceptable. Esto permite sobre todo que quienes están activos, dentro de la parroquia, los reciban por los canales adecuados, como el espacio de los avisos parroquiales, impresión de volantes y las mantas vinílicas.

4.2.4 Publicaciones de la congregación

Bimensualmente se publica un boletín, a un solo color, donde se hace partícipes a los fieles de la parroquia de las actividades realizadas y las que están planificadas para las siguientes fechas. En la elaboración del mismo participan colaboradores de la parroquia y se hace la invitación a que participen los parroquianos con la redacción de un artículo con base en el tema que es seleccionado para ese período. En lo que se logró observar es el párroco quien escribe regularmente el editorial.

En ésta publicación, compuesta por cuatro hojas tamaño carta, se incluyen artículos motivaciones, de catequesis o experiencia de futuros misioneros, trabajo de catequistas o actividades programadas con antelación y que estén comprendidas en el período de publicación.

Además en la contraportada se incluye la identificación de la parroquia y los horarios de atención al público. Este boletín se distribuye a quienes están inscritos en la parroquia y se recibe un aporte voluntario.

Antes de la celebración de las fiestas patronales es elaborado un boletín informativo con la programación general de actividades y es distribuido gratuitamente a los fieles de la parroquia.

La publicación de las actividades planificadas de los Misioneros del Sagrado Corazón es anunciada principalmente en un espacio al finalizar las misas del fin de semana, llamada avisos parroquiales. Las notas que son leídas se refieren a las actividades programadas por los distintos grupos pastorales o de la guardería.

En este mismo espacio se comunican también los logros de actividades tanto de la parroquia, como de las personas que trabajan en dentro de la congregación. Y de igual manera alguna noticia que tenga relación al decanato al cual pertenece la parroquia o a la Diócesis.

En la entrada del templo parroquial se colocan algunos carteles con avisos de la parroquia de otras actividades que no son anunciadas en los actos religiosos. Estos están de igual forma tienen estrecha relación con las actividades de los grupos pastorales, como las jornadas médicas, que se realizan cada dos meses. Esta comunicación es reforzada por mantas que son colocadas en lugares claves como la casa parroquial, la guardería y en las afueras del templo.

Al finalizar cada año son realizadas reuniones para poner en común acuerdo algunas actividades en el documento que se le llama *Calendario Parroquial*. Este tiene con objetivo específico informar a los integrantes de la congregación fechas en las cuales se realizarán acciones por parte de los grupos pastorales, las principales de la parroquia y a estas se agregan las que la iglesia católica tiene programadas para todo el año.

Esta publicación, que viene siendo una publicación interna se vende a un precio simbólico y contiene fechas de las actividades litúrgicas, talleres de formación, retiros de los sacerdotes, retiros para los fieles, procesiones, días especiales de conmemoración, jornadas, misas especiales, actividades de los grupos pastorales y de catequesis así como los inicios de los tiempos litúrgicos de la iglesia católica.

Por las características de este documento se convierte en una forma de comunicación interna, donde quienes están trabajando o pertenecen a la congregación saben con anticipación el tipo de actividades que los Misioneros del Sagrado Corazón realizarán durante un año y no todo el público.

4.2.5 Diseño del material externo

Debido muchas veces a la falta de recursos para la impresión de material, publicaciones externas, como los boletines y volantes son hechos en un solo color; ya sea en azul o negro. Aunque no existe un departamento de comunicación o de relaciones públicas, el párroco y un pequeño grupo de la congregación realizan el levantado del texto y la diagramación de los documentos.

Se pudo observar que un material de promoción para la Guardería el mismo es manejado a colores y mantiene un dinamismo en cuanto a sus contenidos y colores. Otro material observado es la invitación para formar parte de los nuevos misioneros. Este es un trifoliar llamativo en cuanto al mensaje y es impreso a colores. Lo destacable es que en todas las publicaciones, ya sea a un color o a colores mantienen el logotipo que identifica a los Misioneros del Sagrado Corazón.

La página web de la parroquia, identificada como www.parroquiamscguatemala.com, está bajo la administración de la Pastoral Tecnológica y son ellos quienes con la supervisión del párroco alimentan la información que se considere puede publicarse. Esta página sufrió algunos cambios para facilitar su ingreso y divulgar las actividades que están programadas durante

un mes. Es importante resaltar que la página mantiene el color rojo en sus formatos, similar a su logotipo. En ésta página aún no se observa un espacio para que el público externo puede interactuar, consultar, dejar comentarios o cualquier resolver dudas.

Para la elaboración del material externo e interno hace falta un departamento o persona que se encargue directamente de esta tarea. Esta afirmación fue parte de los resultados de la observación y el a nivel interno, 19 de las 22 personas entrevistadas en el cuestionario expresaron desconocían la existencia de un departamento de comunicación.

Gráfica 3



(Fuente: elaboración propia)

4.3 Análisis de la identidad corporativa

En cuanto al concepto de la identidad corporativa, también conocida como imagen corporativa, www.crecenegocios.com expresa que esta es el conjunto de aspectos visuales que le dan a una organización una identidad, una personalidad, un concepto o un estilo definido y propio.

La identidad corporativa abarca dos aspectos: los internos y los externos. Los internos incluyen la forma en que están ubicados los exhibidores, la distribución del mobiliario, los colores de la fachada y de las paredes, la ambientación y la decoración.

Mientras que los aspectos externos incluyen el logotipo, la tipografía y los colores de la organización, los cuales son utilizados en letreros, carteles, folletos, catálogos, tarjetas de presentación, páginas web, cartas, email, comprobantes de pago y todos aquellos artículos que vayan a servir para publicitarse. (www.crecenegocios.com)

La identidad de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, para esta investigación fue importante definirla y conocerla ya que esto facilita a las personas al investigador identificar varios elementos como:

- a) ser fácilmente reconocida y recordada por quienes hacen uso de los servicios.
- b) Vincular la identidad de la congregación con los aspectos positivos que hay en la misma
- c) Reconocer las actividades donde participe la congregación y sus integrantes.
- d) Darle un mayor valor al símbolo de los Misioneros del Sagrado Corazón.
- e) Distinguirse dentro de las otras congregaciones.

Desde sus inicios la congregación de los misioneros del Sagrado Corazón, está relacionada a los acontecimientos de la historia de su fundación y la intensa crisis de persecución que vivió, lo que condujo en cierto momento a un silencio sobre la figura del fundador durante muchos años. Las tensiones y momentos de guerra, hicieron a la congregación diferente a las demás, en cualquier país donde ha llevado su misión. Y Guatemala no es la excepción, sobre todo cuando iniciaron su trabajo en el departamento de Quiché.

Sobre la diferencia clara con otras organizaciones www.msccperu.org declara que la congregación es netamente Cristo céntrica. La historia que se vivió con el fundador ayudó a poner el eje de ser Misionero del Sagrado Corazón en el amor de Cristo manifestado en su corazón.

Además que la mayor parte de los integrantes provienen de familias cristianas y relativamente modestas donde existe por la misma necesidad un fuerte espíritu de sacrificio.

Los Misioneros del Sagrado Corazón es una congregación que descubre el rostro de Cristo en los pobres, en los pequeños y en todas las víctimas de la injusticia y la violencia...trabajando con coraje para garantizarles sus derechos humanos y para cambiar los corazones de sus opresores”. (Constituciones M.S.C III, Número 22)

4.3.1 Elementos icónico-visuales

El principal elemento icónico visual de la congregación de Los Misioneros del Sagrado Corazón es el isologo, que está compuesto por las iniciales de Misioneros del Sagrado Corazón que están posicionados sobre los lados de una cruz y en la parte superior derecha está el corazón, fundido en color rojo que se convierte en la fuerza de esta congregación basada en los principios de su fundación relacionado con el Cristo Misericordioso, el Cristo humano, el Corazón humano de Cristo, que nos amó con corazón humano. Según su fundador, Padre Chevalier, “el corazón es el punto central de su divina humanidad...” (Historia y Carisma No. 261. 2007).

Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tienen un complemento en sí y es fácil de identificarlo cuando es posicionado en algún elemento informativo de los Misioneros del Sagrado Corazón.

En todos los lugares del mundo donde está presente esta congregación, esta es su identificación principal que forma parte de su identidad corporativa. En la

observación realizada se encontró que este Isologo es utilizado en la papelería de oficina sobre todo en los membretes de las cartas, en las certificaciones de los sacramentos, mantas para actividades, boletines, páginas web, volantes de información de actividades, revistas y otros.

Este isologo utilizado por la congregación es el único elemento icónico visual utilizado y quien lo porta se entiende que es parte de esta congregación que tiene su misión y visión claras para el servicio del país o de cualquier otra región del mundo donde los necesiten.



Isologo utilizado por la congregación (Fuente: página Web)

4.3.2 Señalética

El edificio donde se encuentra la casa parroquial no cuenta con una identificación, donde se establezca el nombre o logotipo de los Misioneros del Sagrado Corazón. Sólo se observó un pequeño rótulo que menciona el lugar donde funciona el despacho parroquial y el horario de atención.

Al ingresar al corredor donde están seis divisiones del edificio no existe la identificación del despacho parroquial o nombre de la oficina que está en la entrada. El rótulo del despacho se logra apreciar dentro de la oficina de atención al público,

por lo que quién llega por primera vez al lugar difícilmente la ubicará. Las construcciones físicas donde se encuentra la Congregación no tienen una especificación de uso.

De igual forma en la sala de espera no se encuentra escrita la misión y visión de la congregación. Así como tampoco está colocado el logo de los Misioneros del Sagrado Corazón. Al hacer un recorrido por las instalaciones se constató que en ninguna de las instalaciones están presentes estos elementos que son de importancia para que sean conocidos por las personas que hacen uso de los servicios de los Misioneros del Sagrado Corazón.

El lugar es amplio, pero no cuenta con la debida señalización. La casa de estudios para los futuros Misioneros no está identificada, por lo que cualquier persona puede considerarla como parte de las oficinas y desconocer una de las principales actividades de los Misioneros.

Cercano a estas instalaciones están las áreas deportivas y existe un salón de reuniones que no está identificado de acuerdo a su uso. Los servicios sanitarios no tienen marcado el uso para damas y caballeros como es habitual en las organizaciones. A esto hay que agregar que no se cuenta con los símbolos de salidas de evacuación de las edificaciones en caso de una emergencia. Las cuales deben considerarse por ser un lugar donde convergen personas a reuniones o trámites.

El edificio donde funciona la parroquia de igual forma no cuenta con la señalización que indica el nombre de la misma. En este caso uno de los salones para reuniones si está nombrado con un rótulo, pero aún están pendientes de identificar el salón mayor y las instalaciones del primer nivel. Al igual que el edificio de la casa parroquial, la parroquia como tal no tiene señalizada las salidas de evacuación.

El acceso a las instalaciones es óptimo, pero falta una señalización que ayude a quienes visitan por cualquier motivo las mismas. Si las personas se trasladan en vehículos, no existe un parqueo propio para visitas o para los

asistentes a los servicios religiosos. Los vehículos quedan parqueados en las calles donde está ubicada la parroquia. Según lo observado debido a la cercanía de una estación de policía, la colonia, donde desarrollan sus actividades los misioneros, tiene una seguridad aceptable.

4.4 Análisis de la imagen corporativa

La imagen corporativa de una organización o marca según el concepto de www.fotonostra.com está relacionada al conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo poseen; es decir su personalidad, su razón de ser, espíritu o alma. La imagen que refleja la empresa a través de la personalidad, la hará diferente a otras y permitirá colocarse en una escala reconocida. La propia organización será quién se dé a conocer a través de sus propias normas y comportamientos.

Aunque parezca que las organizaciones no comuniquen nada, constantemente están emitiendo mensajes a su alrededor. La imagen visual es uno de los medios primordiales que más utilizan las instituciones para mostrar su identidad. Y de esa cuenta los Misioneros del Sagrado Corazón al igual que cualquier institución también tiene una imagen que la hace única y que permite reconocer la labor que realiza en el área territorial donde trabajan.

4.4.1 Reputación corporativa

Los Misioneros del Sagrado Corazón son vistos como una organización religiosa que trabaja, especialmente con los más pobres y que sufren la marginación y en la construcción de la paz en Guatemala. En la zona 2 de Mixco desde sus primeros años de trabajo, han dejado huella en su labor y el entusiasmo de trabajo ha permitido desarrollar proyectos que contribuyen al fortalecimiento de la fe y sobre todo la participación de los grupos laicales en la toma de decisiones para las parroquias.

Los Misioneros del Sagrado Corazón son reconocidos como los formadores de los valores humanos y cristianos inspirados en el trabajo pastoral de cada uno de sus integrantes y colaboradores. Además como expresa el Padre Pío González, los Misioneros del Sagrado Corazón, han dejado en el pueblo, la imagen que son una congregación cercana al pueblo, que manifiesta un Dios Misericordioso, dispuesto a perdonar y dar amor.

Esto lo refuerza el Padre Pío González, cuando dice que hay un grupo de fieles que ven positivas las actividades que realizan los Misioneros, sobre todo porque contribuyen al bien de las personas, de la comunidad. Actividades como la educación, la guardería y el servicio de la parroquia a las familias, son valoradas y son apreciadas por las personas.

Por otro lado, agrega el Padre González, que si se da una crítica por parte de los fieles, acerca de los servicios, los Misioneros tendrían que ser receptivos. Por ello se considera que hay que favorecer la libertad para expresar sus críticas y de parte de la congregación tener la madurez y la humildad para aceptarlas.

4.4.2 Formas de evaluación de la imagen corporativa

Aunque como organización no se tiene un instrumento como tal para verificar la imagen corporativa que proyectan, la misma se ve reflejada en la participación de las personas en las actividades que son organizadas por los Misioneros, con el apoyo del Consejo Parroquial.

Existe un Consejo Parroquial, quien toma participación en la toma de decisiones, el público externo aún considera que los sacerdotes de Los Misioneros del Sagrado Corazón son quienes toman todas las decisiones y son a ellos a quienes se les hace todo tipo de consultas. Inclusive dentro de los grupos pastorales para la planificación de actividades se les pide la autorización a ellos y al final el Consejo toma parte en la respuesta final.

Los usuarios de los servicios que prestan los Misioneros del Sagrado Corazón, conocen que esta congregación es quién está a cargo de las misas, bautizos, confirmaciones, matrimonios, primeras comuniones, el servicio de

guardería, formaciones para líderes y nuevos misioneros. Estas actividades son publicitadas únicamente dentro del área de trabajo y los volantes que se entregan son hacia quienes asisten a los servicios en la iglesia.

Por otra parte tienen conocimiento que existe un despacho parroquial, que es atendido en horario de 14:00 horas a 18:00 horas, de lunes a viernes y es allí donde se hacen los trámites para los servicios de la parroquia, así como la emisión de las constancias de los sacramentos asentados en la parroquia y que son requisito para otros trámites a nivel religioso.

Aunque se observa la falta de recursos económicos en cuanto a la impresión de elementos de comunicación, el envío de mensajes visuales y verbales sirve de soporte para la imagen corporativa. Por medio de esos se ha logrado transmitir señales directas a los públicos objetivos de los misioneros del Sagrado Corazón.

El símbolo que representa a la congregación se ha logrado fijar en la mente de las personas y es parte del estandarte que los identifica, inclusive se han elaborado algunos elementos, como las chumpas, que identifican a los Misioneros del Sagrado Corazón en cualquier actividad que se realiza en la colonia y en las misiones que realizan. Esto demuestra que hay conciencia de cada uno los miembros de la organización que contribuye con la construcción de la imagen corporativa.

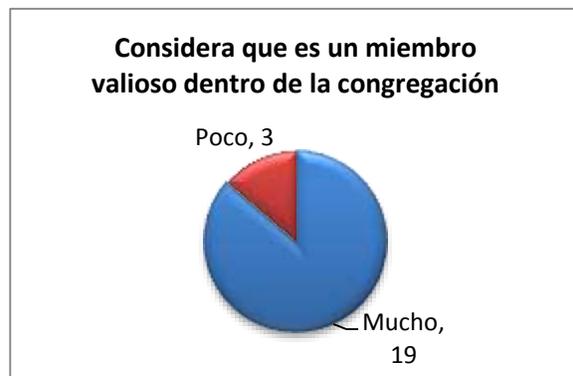
Este elemento es reforzado por quienes trabajan dentro de la congregación ya que dicen sentirse como un miembro valioso dentro de la congregación y se sienten identificados con los Misioneros del Sagrado Corazón, lo que permite que la congregación cumpla con su misión.

Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5



Fuente: Elaboración propia

Además en la entrevista el Padre Pío Gonzales, Misionero del Sagrado Corazón, expresó que, “todos los miembros de la congregación están conscientes de formar un solo cuerpo. Tomando en cuenta que son un grupo humano y como en todos grupos humanos pueden existir conflictos y presentar en cierto momento divisiones, pero estos problemas se convierten en oportunidades para buscarse soluciones y que no afecten a la congregación.”

Figura 5: Reunión de Consejo Parroquial



(Foto: Obdulio Fuentes. Septiembre 2013)

Figura 6: Grupo de Jóvenes de la Catequesis de Confirmación en trabajo grupal.



Foto (Obdulio Fuentes. Julio 2013)

4.5 FODA

El análisis FODA, como herramienta de análisis fue utilizado con el objetivo de obtener información relevante que identificara las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón que en cierto momento vayan en detrimento de los objetivos que se han planteado desde el momento de su fundación. Esta información fue posible luego de la observación, entrevista con el párroco y se tomó como base la evaluación FODA que los grupos pastorales de la parroquia y el consejo parroquial realizaron a inicios del año 2013 en conjunto con la congregación.

FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Por ser la primera congregación religiosa en llegar a trabajar formalmente a la colonia El Tesoro, se le reconoce su labor. ● El dinamismo del sacerdote que está a cargo de la parroquia le permite mantener actividades al servicio de la comunidad y el desarrollo de nuevos proyectos. ● El hecho de contar con un Consejo Parroquial le da fortaleza y participación a los laicos. Tienen poder de decisión en la planificación de actividades o resolución de conflictos. ● La filosofía de trabajo de los Misioneros del Sagrado Corazón se ha posicionado en aquellos que trabajan directamente en la congregación y es reforzada por el compromiso de quienes están a cargo de la congregación. ● La organización por pastorales le ha permitido a los Misioneros del Sagrado Corazón impulsar y promover los servicios que se prestan en la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El crecimiento demográfico de las periferias de la colonia el tesoro contribuirá a atraer nuevos fieles. ● El ser la única congregación que trabaja en el área le permite ofrecer un servicio a los habitantes del área. ● A través de los grupos pastorales se podrán incrementar las vocaciones para nuevos misioneros. ● El trabajo que realiza la guardería le permitirá dar a conocer el servicio social que los Misioneros se proponen en su misión y visión. ● El recorrido histórico de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, desde su venida a Guatemala hasta estos días le permitirá ser reconocida como una organización que trabaja por los más vulnerables. ● La apertura de una página web le permitirá dar a conocer actividades y los servicios que brindan los Misioneros del Sagrado Corazón a cargo de la Parroquia del Sagrado Corazón.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Debido al cierre de los pasos peatonales que conectan con la Colonia el Tesoro ha aislado comunidades de otras colonias como Tesoro Banvi y Cotió. ● Falta promoción en cuanto a algunas actividades parroquiales en los medios de comunicación. ● La falta de nuevos misioneros incide en la cobertura del trabajo pastoral de los Misioneros del Sagrado Corazón. ● No existen señaléticas que identifiquen en la parte exterior que existe una congregación de misioneros en el área comprendida en la colonia El Tesoro. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se han instalado diferentes empresas industriales lo que ha hecho que los habitantes emigren a otras colonias. ● La proliferación de las iglesias protestantes en el área han incidido a la pérdida de fieles. ● La inmigración de habitantes, debido a la instalación de empresas industriales, a otras áreas geográficas afecta los ingresos de los misioneros para ser utilizados en otras pastorales. ● Las tecnologías de la comunicación evolucionan constantemente por lo que si la congregación no utiliza la misma para promocionarse, difícilmente la conocerán otras personas así como el funcionamiento de la guardería y la formación de nuevos misioneros.

Elaboración propia

4.6 Análisis y pronóstico de la situación

La matriz FODA permitió analizar la situación de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón y planear estrategias, tácticas y acciones para el logro eficaz de los objetivos organizacionales y que le permitan cumplir con la misión y visión con la que fue fundada. Al igual esto también le permitirá realizar algunos ajustes en su organización interna.

Una de sus fortalezas es que es la única congregación que trabaja en el área lo cual son puntos a su favor ya que fortalece los lazos organizacionales con la comunidad y de igual grado aprovechar la reputación que se tiene en la organización para las actividades de la parroquia y la administración de la congregación y captar fondos provenientes de donaciones fuera del área de trabajo

El hecho de tener un Consejo Parroquial, representado por cada uno de los grupos pastorales, que trabaja en la parroquia y viven en diferentes puntos cardinales de la zona 2 de Mixco donde trabajan los Misioneros del Sagrado Corazón le permite implementar una estrategia de comunicación y promocionar más las actividades parroquiales y las necesidades que se tienen en el área.

Debido a la falta de nuevos misioneros para la congregación, es necesario generar campañas de comunicación donde se brinde toda la información necesaria sobre la importancia del desarrollo de las vocaciones. La misma podrá enfocarse principalmente en la organización de los grupos pastorales juveniles y enfocar los recursos en el área donde trabajan los Misioneros del sagrado corazón y hacer uso de las tecnologías de información y comunicación a todo nivel.

Ante la inminente venta de propiedades por parte de vecinos, las cuales han sido convertidas en grandes bodegas dificultan que las personas que inmigran al área o van de paso identifiquen rápidamente las edificaciones donde trabaja la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón. Por lo que se hace necesario

desarrollar una estrategia de difusión dentro del perímetro de trabajo y al reforzar esta debilidad, tendrá su repercusión en las otras actividades de los Misioneros del Sagrado Corazón

Una posibilidad de supervivencia para la congregación podría ser la promoción de todas las actividades sociales. Por ejemplo el trabajo de la guardería, por distintos medios de comunicación externa. Esto contribuirá que quienes no conocen y necesitan el mismo sepan que dentro de esa área hay un servicio que llena las expectativas de sus necesidades y acorde a sus posibilidades económicas.

La planificación de actividades en forma anticipada permitirá solicitar patrocinios con suficiente tiempo, a las casas comerciales cercanas al área donde trabajan los Misioneros del Sagrado Corazón.

Es inevitable que las tecnologías de comunicación e información frenen su avance en cuanto a su uso, por lo que es importante que la congregación invierta tiempo, capacitación en el uso de las mismas y aprovecharlas para el logro de sus objetivos.

No debe olvidarse la búsqueda de innovación y capacitación a los colaboradores internos de la congregación para dar un mejor servicio a los fieles y personas que tienen una relación con la congregación.

Aunque exista una planificación, para todo el año es necesario que se evalúe durante cierto periodo. O se tenga una planificación a corto y mediano plazo alterna para el buen funcionamiento de la institución como tal y el logro de sus objetivos.

Debe aprovecharse que a nivel interno las personas que están directamente relacionadas con la congregación conocen cuál es la misión y visión de los Misioneros y esto facilitará las tareas futuras ya que el trabajo no tendrá que enfocarse en la parte interna de la institución sino más bien en las propuestas externas. El simple hecho de reconocer que siempre se reconoce el trabajo en

equipo forma parte de esa cohesión de identidad hacia la congregación, como lo demuestran las siguientes gráficas.

Gráfica 6



Gráfica 7



Fuente: Elaboración propia

4.7 Factores influyentes: directos e indirectos

Como toda organización el trabajo de los Misioneros del Sagrado Corazón está influenciado por factores directos e indirectos que pueden repercutir de una u otra forma en el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos propuestos. Estos factores de igual forma pueden influir en la percepción que tengan los usuarios de los servicios que se prestan.

Factores directos

Factor planificación: esta es una de las fortalezas a nivel interno en lo que se refiere a las actividades organizadas por lo Misioneros del Sagrado Corazón y en la cual se incluyen y detallan las realizadas por todos los grupos pastorales que trabajan dentro del área que es cubierta por los misioneros. La mayoría de las actividades son planificadas anualmente lo que les permite que en el transcurso del año, puedan agregarse algunas que surgen de emergencia.

Factor económico: Este es uno de los principales elementos que influyen directamente en la planificación de actividades. Es por ello que los Misioneros para poder ofrecer el servicio en la Guardería y la aceptación de nuevos misioneros a la casa de formación, a través de algunos boletines solicitan la colaboración de las personas principalmente a través de la donación. Durante el año realizan dos actividades grandes llamadas kermeses, donde se captan fondos para complementar el costo de las actividades de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Factor social: El hecho que no exista un ingreso continuo de nuevos misioneros influye directamente en la cobertura geográfica que estas personas podría cubrir como parte de formación y acercamiento a la comunidad donde trabaja la congregación. Con el trabajo de estos nuevos misioneros se podrían detectar otras necesidades de la población y en cierto momento cubrirlas.

Factor población: El cierre de áreas de paso entre colonias ha influido en el tránsito de personas hacia el centro de la parroquia donde trabajan los Misioneros. Esto se ve reflejado en la asistencia de las personas a las actividades públicas de los misioneros, como caminatas y procesiones debido a las barreras físicas de construcciones formales. Es por ello que comunidades como Cotió, Tesoro Banvi y Colonia Alvarado han perdido ese contacto directo con la casa de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Factores indirectos

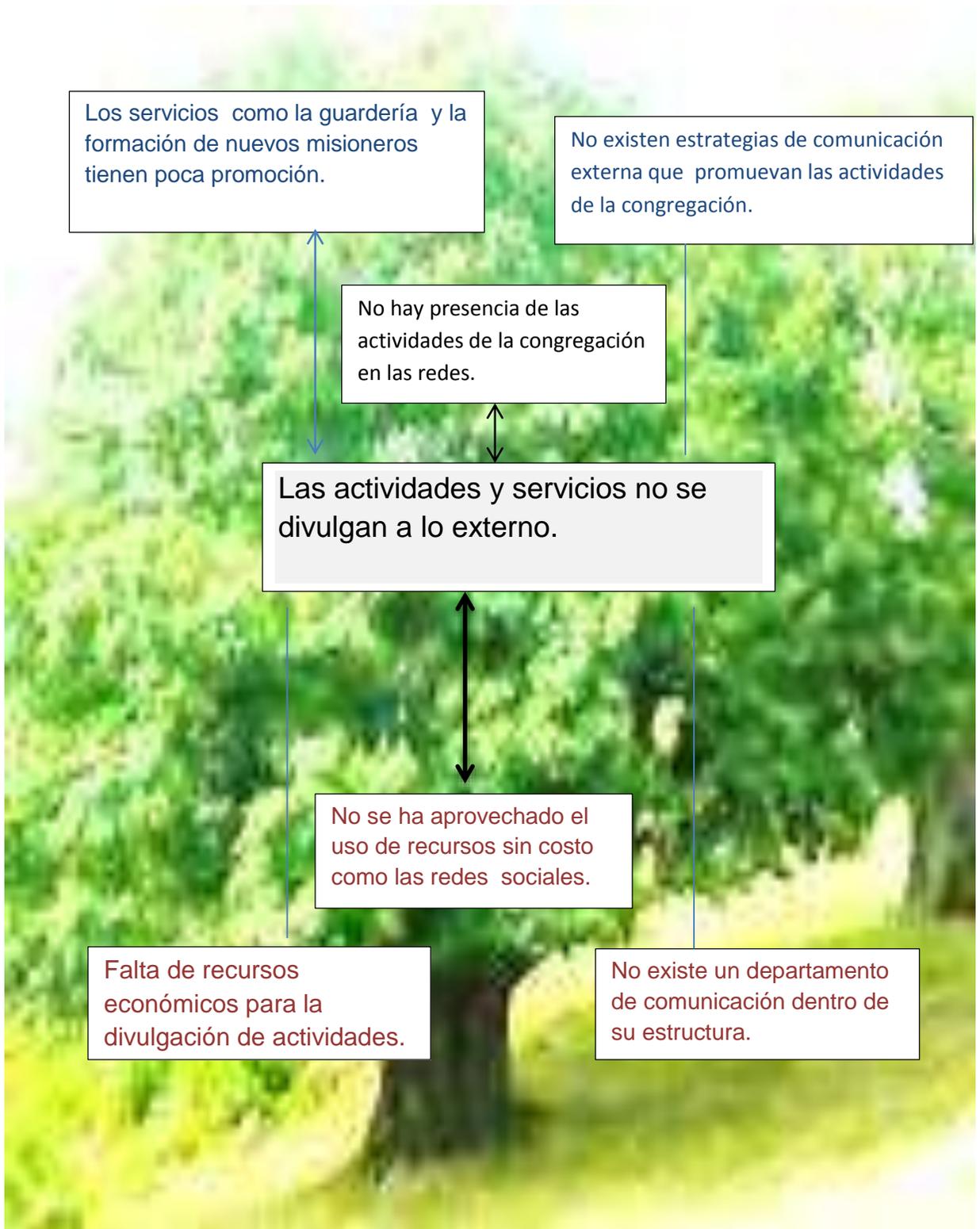
Factor económico: Este se ve reflejado en las condiciones económicas de varias familias que habitan en el área, sobre todo en las que están localizadas en las laderas del barranco de la Colonia El Tesoro y el asentamiento de la colonia Doraldina. Este factor ha modificado el trabajo de los Misioneros del Sagrado Corazón ya que se necesitan más recursos para la implementación de programas de acción y atención.

Factor demográfico: El crecimiento demográfico en el área de trabajo exige de estrategias para llegar a suplir las necesidades de las personas y las mismas van asociadas al factor económico para el cumplimiento de los objetivos. Aunque las áreas cercanas a la Carretera Roosevelt se han visto invadidas por construcciones de bodegas, en las periferias se han incrementado las construcciones de los llamados “palomares” utilizados principalmente para alquiler de vivienda, lo que ha aumentado significativamente la población y el área ha pasado a ser un área dormitorio.

4.8 Árbol de problemas

El árbol de problemas, para Becerra (2013) es una ayuda importante para entender la problemática a resolver, en árbol se expresan, el encadenamiento que está relacionado con tipo de causa y efecto, así como las condiciones negativas percibidas por los involucrados en relación con un problema en cuestión.

“Al confirmar ese encadenamiento se ordenan los problemas o problema y sobre el cual se concentrarán los objetivos del proyecto y su solución. La construcción del árbol de problemas, facilita al final del proyecto determinar si los problemas fueron resueltos.” (www.virtual.unal.edu.co)



(Fuente: elaboración propia)

4.9 Determinación de prioridades comunicacionales

A través de la realización del trabajo del diagnóstico situacional y comunicacional se detectaron problemas que interfieren sobre todo en la comunicación externa de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón. Por lo que se hace necesario priorizar la comunicación en esa área y establecer las estrategias comunicacionales enfocadas principalmente en la promoción de las actividades que son planificadas para la participación del público externo.

En el trabajo de observación se encontró que hay dos proyectos fuertes que tienen sus objetivos definidos, sin embargo no tienen un plan de promoción por medios comunicacionales que puedan llegar a más personas.

Uno de estos proyectos es la Guardería que está ubicada en la Colonia el Tesoro, la misma necesita una adecuada comunicación externa para que sea parte competitiva dentro del sector educativa del sector, principalmente por el enfoque por la cual fue fundada, que es el servicio a las familias que trabajan y necesitan el cuidado de sus hijos de 3 a 6 años.

El segundo proyecto es la formación de nuevos misioneros, que de igual forma no tiene un plan de comunicación que permita dar a conocer su principal objetivo que es la atracción a jóvenes que hayan atendido el llamado de vocación religiosa y unirse a la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Estas actividades de los Misioneros del Sagrado Corazón se propone que sean impulsadas por distintas estrategias de comunicación externa, principiando por la Web, que se tiene, pero que necesita una información más actualizada y que permitan dar a conocer las actividades planificadas durante el año.

El avance de las tecnologías debe ser aprovechado para la promoción la guardería y de la formación de nuevos misioneros. Se propone hacer uso de las redes sociales para este objetivo.

Siendo una congregación católica se propone que utilice los medios de comunicación como la radio, la televisión, prensa y otros medios escritos para el impulso de estas actividades en especial, aunque se puede aprovechar con otras actividades.

La congregación se encuentra en una calle principal del área geográfica donde se localiza, por lo que se propone que sea reforzada la señalética, para lograr un impacto visual que logre identificar el trabajo que realizan los Misioneros del Sagrado Corazón o buscar un circuito de vallas publicitarias que permitan la identificación de los Misioneros del Sagrado Corazón y su labor en el área geográfica donde desarrollan sus actividades.

4.10 Funciones de la Comunicación para la solución de problemas

Para la solución de los problemas de comunicación que se encontraron en este diagnóstico se hace necesario el uso de varias funciones de la comunicación sobre todo centrados en la función referencial o representativa que al final tiene como objetivo informar al público de lo que los servicios o proyectos que tienen los Misioneros del Sagrado Corazón.

A esta función se deberá agregar la función apelativa o conativa que buscará influir en el receptor para encontrar en él una respuesta a los proyectos o actividades que son ofrecidas por la congregación.

La solución a los problemas de la comunicación externa en los Misioneros del Sagrado Corazón pueden solucionarse de igual forma haciendo uso de la función informativa de la comunicación que al final tiene como objetivo la solución de problemas facilitando la toma de decisiones.

Capítulo V

5. Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional

La propuesta de una estrategia de comunicación es una serie de pasos donde se combinan los diferentes métodos, técnicas y herramientas que permitirán lograr un cambio concreto para la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón. Esta está basada en la utilización de los recursos disponibles en un tiempo determinado y donde se proponen objetivos claros que al final ayudarán a determinar cómo enfrentar las soluciones y evaluar los recursos con los que cuenta la organización a futuro.

La propuesta está basada en las conclusiones del trabajo de campo y viable con los recursos y el tiempo con la cual cuenta la organización. La misma está elaborada paso a paso y facilitará tanto su evaluación como la puesta en marcha según el cronograma de trabajo.

5.1 Justificación

La estrategia de comunicación para la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón surge a partir del diagnóstico situacional y comunicacional.

Para determinar los resultados fue necesaria la aplicación de instrumentos de comunicación como las guías de observación abierta sin códigos estructurados, la relación directa con los integrantes de la Congregación, la entrevista y cuestionarios. Estos elementos fueron aplicados dentro del ámbito de la organización y generó resultados que son considerados para la implementación de la estrategia.

La congregación cuenta con dos proyectos específicos, sin embargo, en el análisis de comunicación se encontró que los mismos no son promocionados más allá de los límites geográficos donde trabaja la congregación.

Uno de los principales problemas detectados es que a la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón no tienen una estrategia de comunicación externa

que les permita divulgar los resultados de sus proyectos más allá del ámbito parroquial.

Esos dos proyectos son primordiales para el cumplimiento de los objetivos de la congregación, por lo que es importante establecer una estrategia de comunicación que contribuya a que esos servicios sean conocidos por más personas y que los objetivos para los que fueron creados se cumplan.

5.2 Objetivos de la estrategia de la comunicación externa

5.2.1 General

Impulsar los proyectos de proyección social y de formación, a través de una estrategia de comunicación externa, que la congregación Misioneros del Sagrado Corazón tiene establecidos como parte de sus actividades.

5.2.2 Específicos

- Emplear herramientas de comunicación externa que promuevan las actividades.
- Atraer la atención y aceptación del público hacia los proyectos de los Misioneros del Sagrado Corazón.
- Fortalecer la imagen de los Misioneros del Sagrado Corazón para que permita el desarrollo de sus actividades.
- Incrementar la demanda hacia los proyectos que presenta la Congregación.
- Posicionar el trabajo de las vocaciones para incluir en sus cuadros de formación a nuevos misioneros.

5.3 Públicos

5.3.1 Internos

Integrantes y personal que conforma la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón.

Personas de las pastorales que tiene una relación directa con la congregación.

Integrantes del Consejo Parroquial que representan los distintos grupos pastorales que trabajan en conjunto con la congregación

5.3.2 Externos

Las personas que vivan cerca del área geográfica de donde trabajan los Misioneros del Sagrado Corazón y a nivel del departamento de Guatemala.

5.4 Propuesta

5.4.1 Matriz de coherencia para plan de comunicación

Comunicación externa							
Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medios de difusión	Presupuesto
Página Web Desactualizada.	Actualizar la página Web.	Página Web Actualizada.	Informativo y formativo.	Externo	Una página más interactiva con el público externo y con información actualizada.	Internet	250.00 Servicio básico de internet. Y Q 450.00 mensual por el uso del dominio.
No hay uso de las redes sociales.	Construir la página de Facebook.	Página facebook.	Informativo	Externo	Información actualizada de las actividades de la congregación y sus servicios.	Internet	Q 250.00 Servicio básico de internet.
Las actividades de la congregación no promocionan más allá de su territorio de trabajo.	Promocionar los servicios de la congregación.	Anuncio en los medios escritos de las lecturas semanales.	Motivación e información.	Externo	Motivar al lector para buscar los servicios de los Misioneros del Sagrado Corazón.	Escrito	Q 675. 00 Publicación de 70,000 ejemplares de la edición Verbum Dei, Guía Litúrgica. Una edición.
Falta de promoción de los servicios sociales y de formación.	Promocionar en medios masivos las actividades.	Anuncio en radio.	Informativo	Externo	Promocionar en otras áreas las actividades.	Radio	El canje de tiempo en Radio Hossana es de Q 1350.00 Mensuales con una pauta de anuncio de 6 menciones diarias y bonificación de fin de semana.
La formación de nuevos misioneros no es promocionada.	Promocionar la formación nuevos misioneros.	Vallas publicitarias.	Informativo.	Externo	Incrementar el número vocaciones de misioneros.	Vallas	Q 500.00 Mensuales.

5.4.2 Plan de comunicación externa

Una de las estrategias más utilizada debido a la cantidad de canales de comunicación que se pueden recurrir es la de medios. A través de una adecuada selección de estos, puede ajustarse una divulgación efectiva de las actividades o proyectos que tenga la organización. Para el caso que nos ocupa, la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, es necesario que la estrategia se adapte los recursos humanos y al presupuesto que se tenga para este rubro.

Producto uno: Actualización de la página Web

Problema

Existe una página Web, sin embargo las actividades publicadas no están actualizadas y necesita una interacción con el público que los visita y trabajar con otras secciones más dinámicas que permitan que las páginas sean atractivas.

Objetivo

Promocionar en la página Web todas las actividades posibles y la información relacionada con los proyectos de la congregación.

Tipo de mensaje

Informativo: Los mensajes informativos motivan a las personas a participar y se involucran en las propuestas que reciben. Los mensajes informativos contribuyen a la difusión de las actividades y generan una retroalimentación. En muchos de los casos quienes reciben los mensajes informativos se convierten en agentes multiplicadores.

Público externo:

Personas que visitan la página Web que residan fuera área de trabajo de la congregación y que tengan acceso a internet.

Resultados esperados.

Un registro numérico de las personas que visiten la página de los Misioneros y el incremento de personas que a través de este medio lleguen a las instalaciones de los misioneros requiriendo más información o integrándose a los dos tipos de proyectos con que cuentan los Misioneros del Sagrado Corazón,

Medios de difusión:

Internet

Presupuesto.

El costo para el servicio básico para internet es de Q 250.00 y los derechos del dominio anual tendrán un costo de Q 2,112.00. El diseño y mantenimiento de la página estará a cargo de la Pastoral Tecnológica y no representa costo para la Congregación.

Página Web funcionado en el 2012



Fuente Pagina web Misioneros del Sagrado Corazón

Página modificada para el mes de octubre 2013



Fuente página Web Misioneros del Sagrado corazón

Producto dos: Creación de la página Facebook

Problema:

Las redes sociales se han convertido en un canal indispensable de comunicación para la promoción de actividades en las organizaciones de todo tipo. Uno de los problemas principales de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón es que no han implementado el uso de estos canales de comunicación para promocionar sus actividades tanto de función social como las de formación. En la era de la globalización se hace necesario el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, para llegar al público objetivo con un mensaje claro y conciso.

Objetivo:

Definir una red social que le permita a la promoción de sus actividades con un bajo costo y mejor alcance en todos los públicos.

Tipo de mensaje

Informativo: Las redes sociales han permitido una información rápida y efectiva para estar enterados de las distintas actividades que se realizan. Las personas que están al tanto de las instituciones necesitan estar informadas y para el caso de los Misioneros del Sagrado Corazón pueden utilizar este canal para la transmisión de información generada en la organización.

Público Externo

Las personas interesadas en la información de la congregación y que envíen una solicitud de aceptación como amigos dentro de la red social seleccionada.

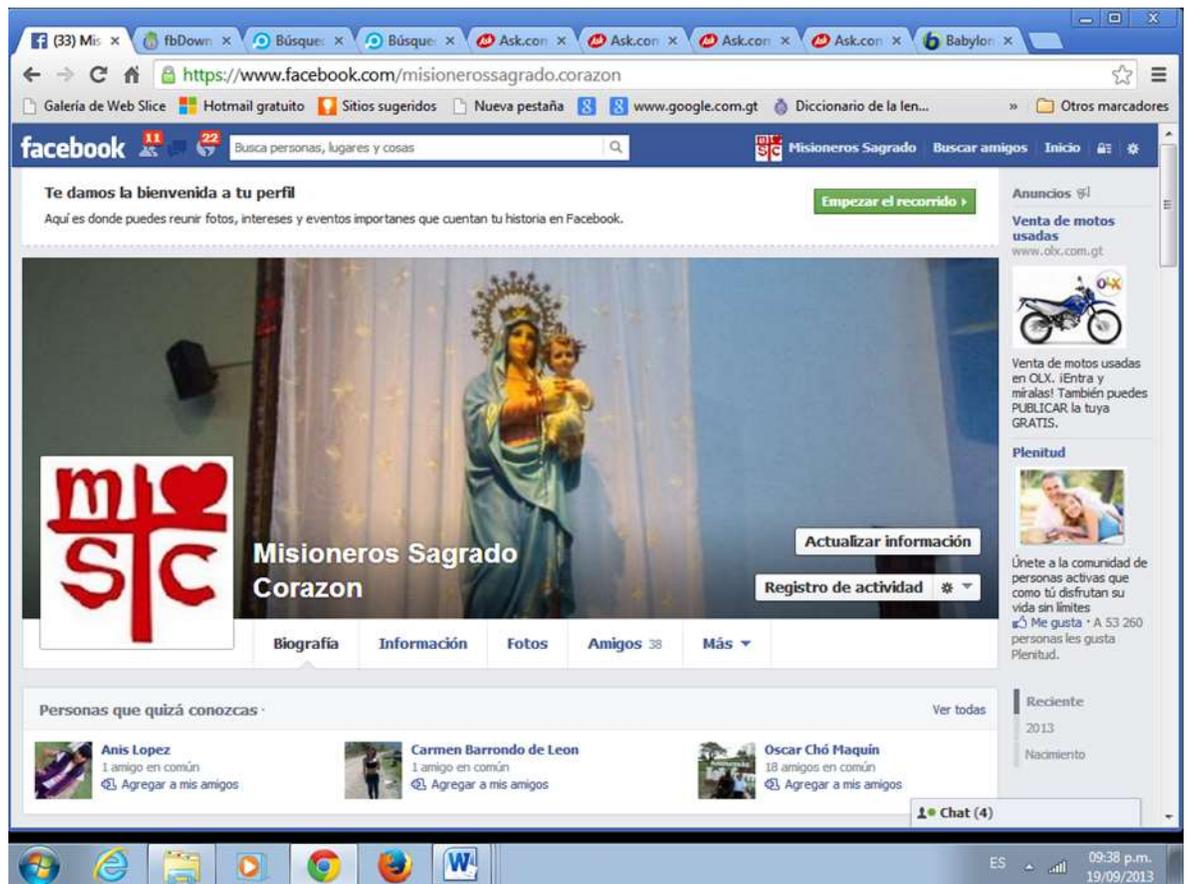
Resultados esperados:

El incremento de seguidores dentro de las redes sociales que muestran que les gustan las actividades y las que se acercan en busca de más información en las oficinas físicas de los proyectos de los misioneros.

Presupuesto:

El costo del servicio de internet residencial Q 250.00 mensual. El diseño para esta página es voluntario y no tiene costo para la Congregación.

Página de Facebook en creada para la congregación



Fuente página facebook Misioneros del Sagrado Corazón.

Producto tres: Publicación en medios escritos católicos.

Problema:

Las actividades y proyectos con función social y de formación no son publicadas más allá de las áreas geográficas donde trabajan los Misioneros del Sagrado Corazón y a eso se debe la poca participación de las personas dentro de los productos sociales y de formación que tienen a su disposición los Misioneros.

Objetivo:

Aprovechar uno de los canales de comunicación, Verbum Dei Guía Litúrgica, que se publica semanalmente como referencia de las lecturas bíblicas para promocionar las actividades de la organización.

Tipo de mensaje:

Informativo: Los medios impresos son aliados para la difusión de información y permiten al lector hacer uso de la información que allí se le proporciona y la información puede ser consultada nuevamente y se facilita que el lector busque más información directamente hacia la organización.

Público Externo:

La cantidad de personas que reciben las hojas de referencias bíblicas dominicales que están fuera del área de trabajo de los misioneros.

Resultados esperados:

Que las personas lectoras soliciten información a la congregación a través de teléfono o personalmente.

Presupuesto:

Una publicación con un tiraje de 70,000 ejemplares, con dimensiones de 6X4" con un costo de Q 775.00.

¿Te sientes llamado por el señor a la vida religiosa y sacerdotal? ¡Atrévete!



Misioneros del Sagrado Corazón

Comunicate al teléfono: 2250 4597

Casa de formación 7ma av. 0-81 zona 2, Colonia el Tesoro, zona 2 Mixco, Tel 2250-4597

Correo electrónico: misionerossorazoneltesoro@gmail.com

Síguenos :  [misionerossagradocorazon](https://www.facebook.com/misionerossagradocorazon)

Fuente: Elaboración propia

Producto Cuatro: Establecimiento de canje con radios católicas

Problema:

La falta de una promoción a través de la radio de los servicios sociales y de formación con los que cuenta la congregación.

Objetivo:

Difundir a través de las radio las actividades que realiza la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, mediante el establecimiento de un convenio de cooperación en donde ambas partes obtengan una ganancia.

Tipo de mensaje

Informativo: Una información clara de las actividades a través de un medio radial que tenga una cobertura, permitirá que el mensaje tenga una retroalimentación a la congregación y las actividades de formación y sociales de los misioneros tengan una difusión a otras áreas geográficas. Un mensaje claro logrará llevar la información que muchas veces no puede llegar a través de otro medio.

Público externo

Las personas que tenga un aparato de radio y sean parte de la audiencia de la radio seleccionada para hacer el convenio de canje, en el área geográfica que tenga cobertura la emisora.

Resultado esperados

La promoción de las actividades de los Misioneros del Sagrado Corazón, en otras áreas geográficas, distintas a donde actualmente llega la información.

Costos

El costo será discutido con el medio de comunicación y debe estar en relación costo de tiempo de aire que tengan los medios seleccionados.

Este es un tipo de canje abierto en el que no hay ninguna relación contable o de forma entre las publicaciones, las retribuciones se mantienen abiertas en el tiempo y el beneficio debe ser mutuo. El costo cotizado en Radio Hossana, una de las radios católicas, si fuera solo tiempo de aire tendrá un costo de Q 1,320.00 mensuales con pauta de 6 menciones diarias y bonificación de fin de semana.

Por aparte la negociación con Radio Estrella, tiene un costo de Q150.00 por spot de 30 segundos durante la semana. El convenio no incluye la bonificación que ofrece la otra radio. La grabación está contemplada dentro del precio. La producción de guion está a cargo de la persona que realizó la investigación, con la aprobación de la Congregación.

Convenio Canje de productos con Radio Católica

Señor

XXX

Gerencia de Ventas Radio Católica

Por este medio me dirijo a usted, con la finalidad de establecer el convenio de canje de tiempo de aire en la institución, Radio Católica de la cual usted forma parte del departamento de publicidad y la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón.

Por medio de este convenio específicamente se solicita el canje de la publicación de un anuncio en formato radio con una duración de un máximo de 30 segundos donde se hace referencia a las vocaciones sacerdotales y la opción que tienen los jóvenes de la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón en la formación sacerdotal y misionera. Pauta que deberá lanzarse al aire dos veces al día de lunes a domingo durante la semana que se celebrará la actividad.

A cambio ofrecemos que Radio Católica pueda colocar el material de su imagen institucional con las cuales cuentan (vallas, mantas, unidad móvil, distribución de trifoliales y otros productos) antes y durante las siguientes actividades.

- a) Tarde cultural en la celebración de la independencia de Guatemala, el día sábado 14 de Septiembre de 14 horas a 19 horas.
- b) Kermess a beneficio de la guardería el día sábado 5 de octubre del 2013 de 14:00 a 18:00 horas
- c) Jornada médica parroquial, el día sábado 12 de octubre de 8:00 a 13 horas.

Al respecto y con fines de beneficio mutuo, la vigencia de este convenio será considerado por 3 meses, a partir del uno de septiembre y finaliza el 30 de noviembre, plazos que ser ampliados de mutuo acuerdo.

(f) _____

Padre: Pío González



GUIÓN RADIO

Misioneros del Sagrado Corazón

Texto: Promocional nuevos misioneros

Textos: Obdulio Fuentes

Locutor: Designado por el medio

Grabación: EstudioRadio

Objetivo: Implementación estrategia de Comunicación externa MSC

OPERADOR TEMA MUSICAL INSTRUMENTAL SOY MISIONERO

LOCUTOR

Tu vida, es un regalo de Dios, tú estás llamado a vivirla con alegría, pasión y entrega a los demás.

Jesús sigue anunciado su mensaje de paz, amor y liberación y te invita a que lo sigas.

Guatemala necesita jóvenes como tú, que desde la fe, trabajen en la construcción de una sociedad justa, en la que se respete la vida.

Te sientes llamado por el señor a la vida religiosa y sacerdotal. ¡Atrévete!

Los Misioneros del Sagrado Corazón te esperan en su casa de formación, 7ma avenida 0-81 zona 2, colonia el Tesoro zona 2 de Mixco, Tel: 2250-4597. Búscanos en facebook.

“Los necesitamos aquí y los queremos aquí”

OPERADOR SALE TEMA INSTRUMENTAL SELECCIONADO

Producto cinco: Circuito de vallas de nomenclatura

Problema

La congregación no tiene una estrategia para dar a conocer más allá de sus áreas de trabajo las actividades. El capital humano para esta congregación es elemental para su misión. Es importante que se busquen los medios para promocionar esta actividad de la congregación.

Objetivo

Divulgar las actividades de la congregación a través de un medio visual que permita al transeúnte o pasajero de un vehículo de cualquier tipo, el conocimiento de la congregación de Misioneros del Sagrado Corazón, en un circuito de vallas de nomenclatura.

Tipo de mensaje

Informativo: Con una imagen y con pocas palabras informar principalmente a quienes están dentro de un proceso vocacional que existe una congregación como los Misioneros del Sagrado Corazón.

Público externo

Toda aquella persona, hombre o mujer que transite por el área donde está colocada la valla publicitaria.

Resultados esperados

Que el público interesado conozca que existe una congregación que forma nuevos misioneros y se acerquen a las oficinas a solicitar información.

Costos

El costo de la instalación de la valla de nomenclatura tiene un costo de Q 500.00 por mes y el mínimo para el contrato es de 2 meses.

Artes propuestos para las vallas de nomenclatura



Fuente: Elaboración propia

5.4.3 Validación de la propuesta

Los productos propuestos para esta estrategia fueron validados en su totalidad, por el Padre Pío Gonzales, Párroco de la Parroquia de la Colonia el Tesoro, Mixco, ya que fueron considerados de importancia para la difusión de las actividades que realiza la congregación Misioneros del Sagrado Corazón.

Las mismas serán desarrolladas aún fuera del tiempo que está estipulado para el trabajo de esta propuesta y serán incluidas dentro de las actividades de fin de año y fueron sometidas a consideración del Consejo Parroquial. Esto con el fin de buscar que el financiamiento sea un poco más alto.

Las propuestas han sido tomadas en cuenta principalmente para dar a conocer la formación de nuevos misioneros y será enfocada en la vocación sacerdotal.

5.4.4 Cronograma de la implementación de la propuesta

Actividad	Agosto		Septiembre				Octubre					Noviembre		
	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3
Cotizaciones para las propuestas impresas.	■	■												
Acercamientos con los medios.	■	■	■											
Elaboración de materiales.		■	■	■	■	■								
Actualización de página web.			■	■	■	■								
Creación las páginas en las redes sociales.			■	■	■	■	■							
Lanzamientos de los productos propuestos en la estrategia.						■	■	■	■	■	■	■		
Validación de los productos de la estrategia.												■	■	■

Elaboración propia

5.4.5 Plan de monitoreo y evaluación

Producto	Medio	Ventajas	Medios de verificación
Página Web actualizada.	Digital a través páginas electrónicas.	Toda aquella persona que posea un sitio para conectarse a los medios digitales podrá ingresar a la página con una dirección electrónica.	Por medio de un contador de visitantes y a través de un correo que sirva como enlace de comunicación se podrá verificar la cantidad de personas que busquen información en la página.
Página facebook.	Sitio digital por medios de una de las redes sociales.	Son páginas interactivas que permiten enviar y recibir información en tiempo real tanto texto, mensajería e imágenes.	Número de visitas y cantidad de solicitudes enviadas por los usuarios.
Publicación en medio escrito católico.	Medio escrito.	Es un medio que se entrega en forma gratuita a las personas que asisten a la liturgia los días domingos. Es un medio que se puede guardar y consultar después.	Se podrá verificar con las personas que soliciten información a través de los medios indicados en el espacio publicitario y que sea llevado a casa por la persona.

<p>Establecimiento de canje en Radio Católica.</p>	<p>Audio.</p>	<p>Por la cobertura del medio permitirá a otras personas conocer las actividades de la congregación. Es un mensaje activo y auditivo.</p>	<p>Que las personas refieran que escucharon el spot de radio en determinado tiempo y soliciten información de la congregación.</p>
<p>Vallas publicitarias direccionales.</p>	<p>Escrito y gráfico.</p>	<p>El contacto visual permite a las personas informarse de las actividades y accionar.</p>	<p>Referir que vieron la valla direccional en determinado punto y soliciten información.</p>

Elaboración propia

Capítulo VI

6. Resultados

Con la puesta en marcha de la propuesta de la estrategia se espera que los resultados sean positivos para la congregación y que la misma cumpla con los objetivos propuestos.

6.1 Validación

Al finalizar el diagnóstico situacional y de comunicación se logró detectar la necesidad de promover e informar al público externo las actividades que son realizadas por la congregación de Los Misioneros del Sagrado Corazón, a través de una estrategia de comunicación que le permita dar a conocer la Visión, Misión y objetivos de la misma. Lo cual es reflejado en las actividades de formación para nuevos misioneros.

Es por ello que se propusieron los siguientes productos: página Web actualizada, página facebook, Publicación en medio escrito católico Verbum Dei Guía Litúrgica, establecimiento de canje en radios católicas, Radio Hossana, Radio Estrella y vallas publicitarias de nomenclatura.

El resultado de cada uno de las propuestas podrá medirse acorde al tipo de medio que es utilizado. En el caso de los medios electrónicos, que se utilizarán como parte de la estrategia, los mismos pueden ser validados a través del mismo medio y el impacto puede medirse al incluirse una herramienta donde el visitante puede dar a conocer su aprobación.

Para el caso de los medios escritos y visuales que se proponen la validación tendrá que ser por medio de una herramienta que contenga preguntas puntuales y donde el entrevistado tenga la opción de contestar el tipo de mensaje enviado por la publicación en un medio escrito católico y en el caso de la valla direccional.

Para comprobar la efectividad de la publicación de radio es necesario verificar a través de la asistencia de las personas a las actividades donde está presente el medio con las especificaciones que indica el convenio de canje.

Estas actividades corresponderán verificarlo a la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón con la asesoría del ponente de las propuestas a implementar.

6.2 Implementación de los productos propuestos

6.2.1 Página Web actualizada

La página Web se inició a trabajar, en conjunto con la Pastoral Tecnológica, quién tiene a su cargo la administración de la misma. En la misma se realizó una actualización del contenido y se incluyeron otros elementos que la hacen dinámica y que pueda ser fácil de interactuar por las personas que ingresen a la misma. Su dominio será www.mscguatemala.org.

6.2.2 Página facebook

Con el objetivo de impulsar las actividades de la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón a través de los medios electrónicos y las redes sociales fue creada una página en la red social del Facebook. La misma ya está en funcionamiento y puede ser consultada.

6.2.3 Publicación en medio escrito católico

Para la promoción de las actividades de la Congregación se seleccionó a la guía litúrgica dominical denominada Verbum Dei, la cual tiene una tiraje de setenta mil ejemplares cada fin de semana y es distribuida en todo el departamento de Guatemala y Sacatepéquez. La publicación fue programada para el 29 de septiembre del 2013.

6.2.4 Establecimiento de canje en Radios Católicas

La implementación de este producto, hasta la fecha está en proceso de negociación y según la programación de la implementación se iniciará la tercera semana de octubre y finalizará en noviembre.

6.2.5 Vallas publicitarias direccionales

La instalación de estas vallas se realizarán a mediados del mes de noviembre y por sus características será la Congregación quién estipule el tiempo de duración de contrato.

6.3 Resultados futuros

6.3.1 Comunicación externa

Al finalizar la elaboración del diagnóstico situacional y comunicacional, de la Congregación de Los Misioneros del Sagrado Corazón, los mismos evidenciaron la necesidad de promover e informar al público externo de las actividades con fines sociales y de formación que están planificadas. Dichas actividades están en función a su misión y visión, la cual se ha mantenido desde su fundación.

El trabajo de los diagnósticos de igual forma mostraron que a nivel interno si existe una comunicación de las actividades que son realizadas y son utilizados todos los canales necesarios para esta función.

La propuesta de esta investigación se enfocó en buscar una estrategia que permite llevar la información de las actividades a otras áreas geográficas. Es por ello que se plantean diferentes materiales como el gráfico, audio y la utilización de los medios electrónicos, las cuales en esta era de la globalización no pueden dejarse a un lado.

Cada uno de estos productos tiene su objetivo y se espera que sigan siendo tomados en cuenta en el futuro para la promoción de las actividades de la Congregación y sean conocidas por más personas.

La difusión permanente de los logros de los Misioneros del Sagrado Corazón, son importantes ya que permitirá cumplir con los objetivos propuestos cada año por la jerarquía eclesial, tanto a nivel nacional como mundial. Además debe tomarse en cuenta que de igual forma cada uno de las propuestas deben ser evaluadas en determinado tiempo, sobre todo por el avance de los medios tecnológicos de información y comunicación, a la que se ha hecho énfasis en las reuniones de las autoridades eclesiales, en especial en el documento de Aparecida redactado en Brasil.

CONCLUSIONES

1. La congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón desde su instalación en Guatemala realiza actividades de formación y actividades enfocadas al área social de ayuda a grupos vulnerables, sin embargo no tiene una estrategia de comunicación que difunda las mismas.
2. La congregación utiliza diversos canales para informar a nivel interno sus actividades, por lo que este tipo de comunicación es bastante sólida.
3. Aunque es una organización que tiene a su cargo un territorio amplio, no tiene una persona o departamento que promocióne las actividades fuera del área geográfica donde trabajan. Por lo que es importante reforzar esta área.
4. El trabajo de campo determinó que quienes conforman la congregación están identificados con los objetivos que tiene la organización, lo que permite realizar un trabajo en beneficio de las personas que les brinda el servicio la Congregación encaminados a cumplir la misión y visión.
5. La implementación de las herramientas propuestas le permitirá a la Congregación impulsar sus actividades y que la organización sea conocida fuera del área geográfica donde trabaja actualmente.

RECOMENDACIONES

- 1- A la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón le presten importancia a la comunicación externa y puedan utilizar todos los canales posibles, sobre todos de tipo electrónico, para difundir sus actividades de formación y de ayuda social fuera de sus límites geográficos de trabajo.
- 2- Debe crearse un departamento de comunicación o apoyarse en el Consejo Parroquial para designar a un grupo pastoral que se dedique exclusivamente para desarrollar los productos presentados en esta estrategia de comunicación.
- 3- Gestionar con los medios de comunicación católicos convenios, canjes o cualquier otro instrumento que le permite promocionar sus actividades a nivel externo, basado en esta propuesta.
- 4- Ante la falta de un presupuesto para la difusión de actividades a nivel externo, se recomienda utilizar los medios electrónicos que no tienen un costo alto y mantenerlos actualizados.
- 5- Aprovechar todos los espacios de los medios de comunicación para gestionar otros tipos de espacios como entrevistas, reportajes, debates, predicas entre otros, que permitan difundir a nivel externo las actividades de la congregación.
- 6- Hacer buen uso de la tecnología sin costo para implementar la promoción de actividades a lo externo.

- 7- A los integrantes de la Congregación Misioneros del Sagrado Corazón implementar las herramientas de esta estrategia de comunicación externa que le permitirán impulsar las actividades de formación de nuevos misioneros.

- 8- Mantener actualizadas la página Web y página de Facebook que son canales de información de bajo costo, pero visitadas frecuentemente por quienes navegan en la redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1- Amorós, Eduardo. 2007. Comportamiento organizacional. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrouego. Perú. 270 p.
- 2- Etkin y Schvarstein. 1994. Identidad de las organizaciones. Invariancia y cambio. México. Paídos, 2da edición. 176p.
- 3- Lada Camblor, Jesús. 2004. Pasaron haciendo el bien. Historia de los Misioneros del Sagrado Corazón en Centroamérica. Ediciones San Pablo. Guatemala. 343 p.
- 4- Lada Camblor, Jesús. 2004. Pasaron haciendo el bien. Historia de los Misioneros del Sagrado Corazón en Centroamérica II. Guatemala. Ediciones San Pablo. 180 p.
- 5- Lucas Marín, Antonio. 1981. Sociología de la Empresa. Ibérico Europeo de Ediciones S.A. Quinta edición. Madrid. 252 P.
- 6- Martínez Terrero, José, 2006. Teoría de comunicación. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela. 100 P
- 7- Maslow, Abraham H. 1991. Motivación y personalidad. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid. 435 p.
- 8- Robins, S. 1999. Comportamiento Organizacional. Octava edición. Editorial Prentice Hall. Octava edición. 324 p.
- 9- Rodríguez García, Manuel. 2005. Testimonios. Folletos con El testimonio y testigos. Ediciones CONFER. España. 1-12
- 10-Rodríguez García, Manuel. 2005. Una denuncia profética. Testimonios y Testigos. Folletos con El. España. 261 1-16
- 11-Rodríguez García, Manuel. 2007. Un hombre con una misión. Historia y carisma. Folletos con El. España. 261. 1-16

E-grafía

- 1- Becerra Rodríguez, Fredy. Taller de ingeniería de métodos, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia. Disponible en www.virtual.unal.edu.com. Fecha de consulta 23 de junio del 2013.
- 2- Blanco Blanco, Alexis. 2009. Orígenes de las Relaciones Humanas. Teoría de las Relaciones Humanas de Eltón Mayo. Disponible en calidadysupervisión.blogspot.com. Fecha de consulta el 7 de agosto del 2013.
- 3- Crece negocios. Identidad corporativa. Disponible en www.crecenegocios.com . Fecha de consulta 23 de junio del 2013.
- 4- Fotonostra. La cultura corporativa y sus aspectos. Identidad Corporativa. Disponible en www.fotonostra.com. Fecha de consulta 19 de junio del 2013.
- 5- Merlano, Samuel. La comunicación interna en las organizaciones. (documento en PDF) disponible en psicoclinica@hotmail.es. Fecha de consulta 4 de junio 2013
- 6- Sulbarán, Lorena. Nuevas estrategias de comunicación. (documento en PDF) disponible en <http://www.gestiopolis.com/>. Fecha de consulta el 4 de junio 2013.

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado**



ANEXOS

Berardo Obdulio Fuentes Ruano

Guatemala, noviembre 2013

Anexo 1



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Organizacional
Análisis de la comunicación corporativa y organizacional



Guía de Observación

Los datos encontrados en esta guía son con fines académicos y no podrán ser publicados para otros fines ni por otras instituciones.

No.	Aspectos a Observar	Aspectos observados
1	Mapa de ubicación	
2	Alrededores Tipos de viviendas Tipo de comercio Actividad comercial Actividad vehicular Vecindario Transporte Comunicación Otras instituciones Limpieza	
3	Ingreso a las instalaciones	
4	Tipo de instalaciones con la actividad de la organización. Estado de las edificaciones Características de ambiente	

5	Identificación y descripción de los ambientes de la institución	
6	Recepción al público Atención al público Áreas de espera	
7	Identificación de la misión y visión de la institución	
8	Percepción del ambiente	
9	Mensajes que identifican el trabajo de la institución	
10	Áreas especiales	
11	Señalética	
12	Otros elementos de importancia	
13	Mobiliario y equipo adecuadas a las actividades	

Anexo 2



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Organizacional
Análisis de la comunicación corporativa y organizacional



Cuestionario: Esta serie de preguntas están dirigidas exclusivamente a las personas que tienen una relación directa con la Congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón.

El presente cuestionario es de uso exclusivamente académico para la recopilación de información del tipo de comunicación de la organización y la información recopilada no será compartida con otras personas o instituciones. Por favor encerrar en un círculo las respuestas correspondientes a cada pregunta.

- 1- ¿Qué medios se emplean para comunicarse a lo interno de la organización?
 - a. Personalmente
 - b. Correo electrónico
 - c. Telefónicamente
 - d. Escrito
 - e. Intermediario
 - f. Tablero
 - g. Personalmente y telefónicamente
- 2- ¿Quién determina sus obligaciones dentro los MSC?
 - a. Rector
 - b. Párroco
 - c. Asesor espiritual
 - d. Jefe inmediato
 - e. Cualquier persona
- 3- ¿Cuándo debe tomarse una decisión importante para los MSC se toman en cuenta la opinión de todos?
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca

- 4- ¿Qué elementos considera indispensables en los MSC?
- organización
 - comunicación
 - Compañerismo
 - Clima organización
 - Identidad
 - Otro
- 5- ¿Cuál cree que es el tipo de comunicación en la institución?
- Vertical descendente
 - Horizontal
 - Vertical ascendente
 - Circular
- 6- ¿Se facilita la comunicación de mensajes a los superiores?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Pocas veces
 - Nunca
- 7- ¿Las personas que transmiten mensajes de los superiores usan un lenguaje claro?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Poco claro
 - No es claro
- 8- ¿Sus actividades son agradables la mayor parte del tiempo dentro de la organización?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Pocas veces
 - Nunca
- 9- ¿Conoce la misión y visión de los Misioneros del Sagrado Corazón?
- Si
 - No
- 10- ¿Se reconoce el trabajo en equipo y la cooperación dentro de la institución?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Pocas veces
 - Nunca

11- ¿Considera que es un miembro valioso dentro de los Misioneros del Sagrado Corazón?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

12- ¿Se siente identificado con los Misioneros del Sagrado Corazón?

- a. Si
- b. No

13- ¿Conoce la trayectoria de los Misioneros del Sagrado Corazón en Guatemala?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

14- ¿Conoce si existe un departamento de comunicación?

- a. Si
- b. No

Anexo 3



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Organizacional
Análisis de la comunicación corporativa y organizacional



Entrevista Estructurada para mandos altos

Las preguntas y respuestas que se detallan en la siguiente entrevista son de uso exclusivo para fines académicos y cualquier información sensible será considerada por las partes interesada y no será compartida con otras personas o instituciones.

1. ¿Considera que la comunicación dentro de la institución Misioneros del Sagrado Corazón (MSC) es buena? ¿Por qué?
2. ¿Cree que los canales de comunicación son los adecuados en la organización?
3. ¿Cómo considera que la identidad de la institución es transmitida tanto dentro de la organización como fuera de la misma?
4. ¿Cuáles son las principales actividades que realizan los MSC?
5. ¿Existe un departamento o persona que planea la comunicación de los MSC?
6. ¿Cuándo se hacen las convocatorias para las vocaciones hay un plan de comunicación?
7. ¿Existe una estrategia de comunicación para divulgar el trabajo de los MSC en el país?
8. ¿Considera que fuera de la sede de los MSC es conocido su trabajo?
9. ¿Considera que los integrantes de los grupos pastorales conocen la Misión y visión de los MSC

Anexo 4



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Organizacional
Análisis de la comunicación corporativa y organizacional



Datos bibliográficos

Nombre del documento:

Autor:

Fecha publicación:

Imprenta:

Idea principal:

Idea secundaria

Idea secundaria



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

Padre
Pío González Rivera
Párroco
Parroquia Nuestra Señora del Sagrado Corazón
Mixco, Guatemala

Estimado Padre González

Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle al Licenciado Berardo Obdulio Fuentes Ruano, quien se identifica con carné 100023783 estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional.

El licenciado ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, esta pretende que el estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que el licenciado Fuentes desarrolle su PPS.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"


M.A. Aracely Mérida

Directora Departamento de Estudios de Postgrado



Pío A. González M.S.C.
RECIBIDO 18 MAY 2015
A. Fuentes



Edificio M
Ciudad Universitaria, zona 1
Teléfonos: (502) 2418-890
(502) 2443-9500 extensión 14;
Telefax: (502) 2418-891



PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DEL SAGRADO CORAZÓN
Misioneros del Sagrado Corazón

Guatemala, 13 de Junio 2013

M.A. Aracely Mérida
Directora Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad d San Carlos de Guatemala

Estimada Directora:

Es un gusto saludarla, deseándole éxitos en sus labores al frente del Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En respuesta a la solicitud presentada en la cual el licenciado Berardo Obdulio Fuentes solicitó realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la congregación de los Misioneros del Sagrado Corazón, le confirmo que **doy mi visto bueno** para que dicho profesional pueda realizar las actividades que corresponden y que son exigidas por el Departamento de Postgrado, para el cierre de su Maestría.

Sabemos que el trabajo que se realizará en nuestra organización será de beneficio sobre todo en el momento que se proponga una estrategia comunicacional. Por lo que desde ya agradezco la oportunidad de tener un estudiante de la Universidad de San Carlos, que con su trabajo contribuirá a cumplir nuestra misión.

Atentamente,

M.A. Aracely Mérida
22/6/2013

P. Pio A. González M.S.C.
P. Pio A. González Rivera MSC
Párroco



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

Guatemala, 14 de noviembre de 2013
Orden de impresión
No. 007-2013 CLF/Akmg

Estudiante
BERARDO OBDULIO FUENTES RUANO
Carné 100023783

Estimado Estudiante Fuentes:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA CONGREGACIÓN MISIONEROS DEL SAGRADO CORAZÓN"**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos y un cd en formato PDF sean entregados en el departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicada en el 2º Piso del edificio M-2, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en la biblioteca Flavio herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta Universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

"Id y enseñad a Todos"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Departamento de Estudios de Postgrado




Lic. Julio Sebastián Chilin
Director ECC

c.c. Archivo

Edificio M2,
Cintal Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(902) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt