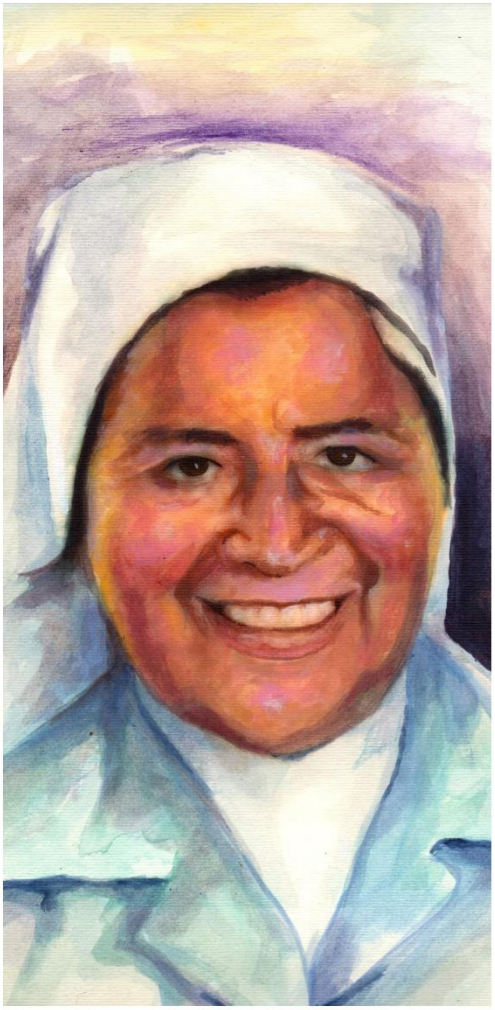
Congregación de
Nuestra Señora de la Caridad del
BUEN PASTOR
Perú

PLAN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS



2024 - 2026

I. DATOS GENERALES

1.1. Nombre de la institución

Congregación de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor

1.2. Gobernanza

Equipo de Liderazgo Provincial	
Marlene Acosta Tixi	Animadora Provincial Hermana Apostólica
Teresa Vivanco Vivanco	Hermana Apostólica
Hortensia Huarino Osco	Hermana Apostólica
Isabel Chávez Figueroa	Hermana Apostólica
Alicia Rojas Balvin	Hermana Apostólica
Mercedes Acevedo Gutiérrez	Hermana Contemplativa
Apolonia Espinal Ancasi	Hermana Contemplativa

Oficina de Desarrollo de la Misión	
Perú	Hermana Janet Rozas
	Hermana Olga Soldevilla
	Hermana Karla Bernabé
	Linda Quispe

1.3. Historia

La Congregación de Nuestra Señora de la Caridad llega al Perú el 31 de agosto de 1871 para responder a la necesidad de acompañar a mujeres y niñas en situación de vulnerabilidad; Después de un tiempo de preparación se instala en la primera casa del Buen Pastor en diciembre de 1871. Inicia el funcionamiento del primer pensionado para niñas en 1873, apoyado por voluntarios y por el presidente de la República Manuel Pardo. El 2 de febrero de 1879 se crea la comunidad de las hermanas contemplativas, siendo esta una comunidad que sostiene espiritualmente la misión de la Congregación en Perú.

Con el compromiso de seguir dando respuesta a la necesidad de las niñas se inician obras dedicadas a la prevención y la educación: Instituto Sevilla en el Rímac en 1898 en convenio con la Beneficencia Pública, que fue entregado en el año 2002; el Colegio Nacional Nuestra Señora de Lourdes, que inició como escuela elemental en Arequipa en 1943; el Hogar San José para jóvenes en situación de abandono en Arequipa en 1946, entregado al INABIF en el 2018; la Escuela Normal de Tacna dedicado a la formación de las futuras maestras, fundada en 1943 y cerrada en 1972; el Instituto Gelicich en Huancayo iniciado en el año 1957; el Hogar Rosa María Checa en Chiclayo, que inició en el año 1963 y entregado al INABIF en el 2019. En la sensibilidad de buscar nuevas formas de responder a la situación de niñas y jóvenes, se traslada el Hogar Buen Pastor a Salamanca, Ate en Lima en 1973, creándose el Hogar Reina de la Paz con un programa más abierto al entorno social y que, posteriormente en el año 1976, se convierte en un hogar madre adolescentes.

Bajo las nuevas orientaciones de la Congregación en su Declaratoria sobre apostolado, justicia y pobreza de 1974, se crea la comunidad de Accomoco en Cusco con la misión de asistir y dar cobijo a niñas en abandono familiar y moral; además, se impulsan proyectos en Chiclayo (Hogar Rosa María Checa, entregado al INABIF

en el año 2020) y Trujillo (Hogar de la Niña "Rosa María Pelletier", entregado al INABIF en el año 2011) con el fin de acoger a niñas en situación de abandono. También, dando prioridad a la formación técnica productiva, se crean CETPROS en diversas comunidades; adicionalmente, se inicia la obra en la comunidad de inserción "Santa María del Pino" en Yerbateros, Lima en el año 1979.

Fieles a los llamados de los tiempos, en el año 1980 se abre la misión de promoción de la mujer campesina en la Florida- Chanchamayo- Junín, que después de unos años florecientes, se retira el año 1990 a causa del asesinato de hna. Agustina Rivas López por parte de Sendero Luminoso; sin embargo, en el año 2018 se retoma la Misión, para acompañar a la niñez y capacitar a las mujeres del centro poblado.

La Congregación sigue ampliando sus respuestas para atender diferentes problemáticas; por ello, ante el creciente número de mujeres que se involucraban en la prostitución y de adolescentes que ingresaban en el comercio sexual en las calles de Lima; por ello, en 1985, se inicia en Lima la exploración para la misión de atención a las mujeres en situación de prostitución, en un terreno despoblado del distrito de Ate, donde años anteriores había existido una ladrillera y en cuyo espacio se ejercía la prostitución. La realidad observada era impactante y se inició contacto con mujeres del entorno para conocer la realidad en la que vivían. Se inicia esta experiencia acogiendo a las mujeres prostituidas y a sus hijo e hijas. Es así como se crea el Centro de Apoyo a la Mujer Agustina Rivas (Centro AMMAR), determinándose 2 zonas de intervención en calle, localizadas en los distritos del Cercado de Lima y La Victoria.

De la misma forma, en Cusco, se constituye la fundación de la obra de San Blas con la misión de acoger a jóvenes mujeres de condición pobre que necesitan albergue y apoyo económico para emprender estudios superiores en la ciudad y, en el año 1989, se implementa en la misma obra una cafetería y panadería. También, se inicia la misión de promoción y pastoral de la mujer campesina en Kcauri-Ccatcca en el año 1990.

Existía una realidad apremiante a nivel mundial, que era un clamor para las hermanas del Buen Pastor: las personas infectadas con el VIH-SIDA, por lo que en 1997 se inaugura la obra "Posadita del Buen Pastor" en la ciudad de Lima para la atención de niños, niñas y mujeres víctimas de esta enfermedad.

El 12 de febrero de 1998 se autoriza la apertura de una comunidad en Chimbote cuya misión será acompañar a las mujeres en situación de prostitución y se inicia como Centro AMMAR el 13 de mayo del 2001.

La realidad social fue la voz de Dios que guiaba los pasos de la Congregación, es así como fieles a este llamado se inicia la acogida a adolescentes en situación de abandono y calle en el Hogar DOMI creado para este fin en el año 2000 en Lima y que actualmente funciona en convenio con el INABIF. En el año 2004, se inicia en Cajamarca el Centro de Apoyo a la Mujer Santa María Eufrasia para acoger transitoriamente y acompañar a las mujeres víctimas de violencia doméstica.

En esta breve descripción de la historia de la misión de la Congregación en Perú, se puede evidenciar el trabajo extendido que han tenido las hermanas del Buen Pastor, buscando cómo responder a la situación que viven las mujeres, niñas y adolescentes que se encuentran en vulnerabilidad por situaciones de pobreza, violencia.

En la actualidad nos centramos en diferentes apostolados como son:

- Instituciones Educativas, dedicadas a la formación de niñas y adolescentes.
- CETPRO, Centros de capacitación técnico y productivo a jóvenes y adultos.
- Hogares de acogida para niñas y jóvenes en situación de abandono, pobreza y/o para madres adolescentes.
- Obras, programas, proyectos o servicios específicos dedicados a la promoción y empoderamiento de la mujer, niñas, niños, adolescentes y el entorno familiar.
- Inserción a la comunidad e inclusión financiera para superar la pobreza.
- Acogida transitoria y acompañamiento a las mujeres víctimas de violencia.
- Atención a las mujeres en situación de prostitución.

- Apoyo psicológico, emocional y espiritual para personas vulnerables.
- Prevención contra la trata de personas.
- Cuidado y atención de Hermanas adultas mayores.

1.4. Visión, Misión, Valores

Nuestra visión
En los próximos 5 años los servicios del Buen Pastor en el Perú han promovido el empoderamiento de jóvenes y mujeres en situación de vulnerabilidad.

Nuestra misión
Las hermanas y laicos/as de Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor, en partenariado, testimoniamos la ternura, misericordia y reconciliación respondiendo a los desafíos actuales a través del empoderamiento y promoción de la dignidad de las personas en situación de vulnerabilidad, brindando formación integral y capacitación ocupacional en los distintos ministerios.

Valores institucionales

- Misericordia
- Reconciliación
- Justicia
- Acogida
- Gratitud
- Solidaridad
- Inclusión

1.5. Objetivos estratégicos

- Empoderar a jóvenes y mujeres en los ámbitos: Espiritual, psicosocial y económico para generar cambios sostenibles.
- Empoderar a niñas, niños y adolescentes en sus derechos, dignidad y en el ámbito económico, para revertir su situación de vulnerabilidad y en una formación para la vida.
- Desarrollar una cultura ecológica integral responsable, que incorpore la dimensión ambiental, económica, humanas y social en la vida cotidiana, promoviendo el cuidado de la casa común.
- Fortalecer la cultura organizacional de la Provincia, desde una intervención basada en el carisma y espiritualidad del Buen Pastor, buscando la sostenibilidad de la misión, desafiadas con los seis llamados del Capítulo Congregacional 2021.

1.6. Población Meta

- Mujeres, niños, niñas, adolescentes en estado de vulnerabilidad o riesgo frente a sus derechos generados por la violencia de género, la pobreza, la migración (situación migrante vulnerable), trata de personas y/o prostitución.
  Nuestro enfoque de trabajo es integral, por lo que la población meta incluye a mujeres, niños, niñas, adolescentes vulnerables y su entorno familiar y comunitario.

II. GESTION DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES

Contar con un equipo de comunicaciones es necesario en cualquier institución puesto que permite la gestión de la imagen; además de trabajar la comunicación interna y externa de la entidad y facilitar las relaciones públicas para la mejor presentación y posicionamiento de nuestra Congregación.

Por tal motivo, se plantea que el primer paso para la gestión de este plan sea contar con un equipo especializado, que realice y atienda las siguientes funciones:

<table>
<tr><th colspan="4">Funciones generales</th></tr>
<tr><td colspan="4">
• Elaboración de políticas y estrategias de comunicación interna y externa institucional.
• Reuniones periódicas con los diversos servicios apostólicos para la elaboración de los mensajes y los insumos que se necesiten.
• Contar con una base de datos actualizada de medios de comunicación locales, regionales y nacionales.
• Contar con una base actualizada de medios de comunicación católicos para la difusión de las actividades que se realicen a nivel nacional.
• Concepto, diseño e implementación de campañas y/o eventos[1].
• Establecer de forma periódica publicaciones o medios internos, donde se publicaría todas las actividades realizadas por la congregación y todos los servicios apostólicos.
• Creación y actualización de bases de datos de las fechas conmemorativas para la generación de reconocimientos a hermanas y/o partners laicos, onomásticos, bienvenidas, agradecimientos, entre otros.
• Monitoreo de medios de comunicación y redes sociales, para generar contenidos y hacer seguimiento del impacto de las noticias, contenidos generados.
• Reportes periódicos de avances del equipo.
</td></tr>
<tr><th colspan="4">Funciones específicas</th></tr>
<tr><th>Gestión y coordinaciones</th><th>Corrección de estilo/periodismo</th><th>Edición de productos audiovisuales</th><th>Diseño gráfico</th></tr>
<tr>
<td>• Dirigir y velar por la implementación de las políticas de comunicaciones internas y externas institucionales en las comunidades y/o servicios apostólicos, de acuerdo con los lineamientos y salvaguardas congregacionales.
• Dirigir la implementación del Manual de Imagen Institucional, que establece los lineamientos y usos de los elementos gráficos oficiales de la entidad.
• Comprobar y validar el uso correcto de los elementos gráficos oficiales, símbolos e imágenes en los medios impresos de publicidad y promoción en diseños enviados por las comunidades y/o servicios apostólicos.</td>
<td>• Investigar y reportar noticias, eventos y acontecimientos de la Congregación que son de interés público.
• Escribir artículos y reportajes basados en la misión, utilizando un lenguaje claro y preciso para informar a los lectores sobre los acontecimientos y noticias más relevantes.
• Realizar entrevistas con personas involucradas en un evento o noticia para obtener información adicional y perspectivas diferentes sobre el tema.
• Publicar y promocionar contenidos en diferentes plataformas, como periódicos, revistas, sitios web y/o redes sociales, y promocionar el</td>
<td>• Editar y colgar los videos para producciones audiovisuales, entre otros. Esto incluye la selección y organización del material grabado, la edición de audio y video, la adición de efectos especiales y la creación de una historia coherente.
• Crear gráficos y animaciones para complementar el video. Esto incluye la creación de títulos, transiciones y animaciones que mejoren la experiencia visual del video.
• Seleccionar y editar la música y los efectos de sonido que se utilizarán en los videos.
• Coordinar el trabajo en colaboración con otros profesionales, como productores,</td>
<td>• Proponer diseños gráficos a las comunidades y/o servicios apostólicos que lo soliciten para difusión de las actividades institucionales en medios impresos, audiovisuales y alternos.
• Diseñar los conceptos creativos e imágenes gráficas de campañas de difusión extraordinarias y eventos institucionales.
• Crear elementos gráficos oficiales, símbolos e imágenes en los medios impresos de publicidad y promoción en diseños enviados por áreas institucionales.
• Colaborar con las dependencias para el diseño de medios informativos institucionales.</td>
</tr>
</table>

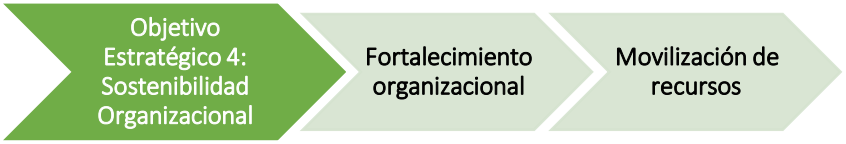
[1] Se refiere a las acciones, capacitaciones, activaciones, o cualquier otra actividad que realicen la Congregación y todos los servicios apostólicos).

• Colaborar con las comunidades y/o servicios apostólicos en la difusión en medios informativos institucionales. • Fomentar el uso de papelería oficial a las comunidades y/o servicios apostólicos y apoyarlas en la unificación de sus formatos. • Capacitar y acompañar a las comunidades y/o servicios apostólicos en el correcto uso de símbolos institucionales. • Proponer campañas q y eventos que proyecten la imagen institucional. • Vigilar la imagen institucional en las campañas junto con todos los equipos de trabajo de la entidad.	trabajo de las comunidades y/o servicios apostólicos para llegar a una audiencia más amplia. • Revisar y corregir textos escritos, incluyendo ortografía, gramática, puntuación, estilo y coherencia. • Mejorar la calidad de los textos, asegurándose de que la estructura sea clara y coherente y de que el mensaje se transmita de manera efectiva. • Asegurar la consistencia en el estilo y la terminología utilizados en un documento o publicación, asegurándose de que todas las partes del documento tengan una apariencia uniforme y coherente.	directores, guionistas y diseñadores de sonido para lograr una producción final de alta calidad. • Monitorear, evaluar y revisar el producto final para asegurarse de que cumpla con los estándares de calidad y se ajuste a las necesidades de la institución.	• Elaborar los diseños de la papelería oficial de las comunidades y/o servicios apostólicos y apoyarlas en la unificación de sus formatos. • Planear, diseñar y producir de la señalización institucional, en edificios de las comunidades y/o servicios apostólicos.

III. PLAN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

El proceso estratégico de comunicaciones de la Congregación debe ser transversal y articulado con las comunidades y/o servicios apostólicos de acuerdo con las políticas, lineamientos congregacionales y objetivos estratégicos de la misión.

El presente plan responde y se desarrolla, bajo el marco del Objetivo Estratégico 4 de la Teoría de Cambio Provincial:



3.1. Análisis FODA

Para comprender mejor las acciones que se requieren realizar a futuro, se realizó primero un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) respecto a las comunicaciones de la Congregación:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• La Congregación cuenta con un Plan Estratégico de la Misión y Teoría del Cambio Provincial bien estructurado. • Presencia de la Congregación a nivel internacional, nacional y local.	• No se cuenta con un equipo de comunicaciones. • No existe un plan de comunicación al interior de la congregación. • Existen redes sociales, más no están cumpliendo

• Experiencia en el trabajo con los diversos perfiles de participantes. • Se cuenta con la espiritualidad y carisma del Buen Pastor para el abordajede las problemáticas de la misión.	con los fines para los que fueron creados, ni se está actualizando con actividades. • Ausencia de estrategias para lograr posicionamiento en los buscadores (Optimización para motores de búsqueda-SEO). • Falta de herramientas técnicas en la materia para el apoyo a los diferentes procesos. • Insuficientes capacidades en estrategias de comunicación de integrantes de los diversos equipos de trabajo.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
• De manera reciente, se cuenta con un Manual de Identidad, brochure corporativo, documentos estratégicos necesarios para cualquier organización. • Equipos de trabajo multidisciplinarios que pueden a contribuir al objetivo del proceso de comunicaciones. • Acceso a recursos digitales que potencializan el trabajo para la congregación. • Socios estratégicos internacionales. • Eventos de capacitación a hermanas y laicos partners de la misión, que permiten espacios para nuevos aprendizajes. • Asistencia técnica y acompañamiento constante en los procesos comunicacionales de la Fundación Internacional del Buen Pastor. • Participación en la Comunidad de Práctica de Comunicaciones y Fundraising.	• Organizaciones de apoyo social con mayor posicionamiento a nivel digital. • Filtración de información o amenazas cibernéticas de hackers malintencionado.

3.2. Objetivo del Plan

Definir las políticas, las estrategias y los procesos de comunicación en los ámbitos informativo y corporativo, los cuales regirán las acciones comunicativas de la misión bajo los valores cristianos y derechos humanos, que generen una relación de confianza con los públicos objetivos.

3.3. Públicos Objetivos

De acuerdo con los servicios brindados e implementados por la Congregación y tomando en cuenta los principales objetivos dentro de la misión, los públicos objetivos son:

Público objetivo	Acciones recomendadas
Participantes de los servicios (mujeres, niños, niñas, adolescentes en estado de vulnerabilidad o riesgo frente a sus derechos generados por la violencia de género, la pobreza, la migración, trata de personas y/o prostitución)	Encuentros cara a cara, redes sociales, campañas, eventos virtuales de capacitación, talleres, celebraciones y conmemoraciones.
Comunidades religiosas, ONGs y/o fundaciones	Articulación y cooperación, participación, confianza, alianzas y reconocimiento. Las relaciones públicas deben ser articuladas a las redes sociales, mailing,

Público objetivo	Acciones recomendadas
	campañas, eventos, agendas, webinars y/o mesas de trabajo.
Medios de comunicación masivos	La relación con los medios debe lograrse a base de confianza, visibilidad, participación, cooperación, promoción, reconocimiento y alianzas.
Comunidad internacional	Estos grupos deben conocer el trabajo que la Congregación viene realizando para poder lograr la obtención de donaciones, reconocimiento, patrocinio, cooperación, confianza, legitimación, alianzas, y corresponsabilidad
Sectores empresariales	Estos grupos deben conocer el trabajo que la Congregación viene realizando para poder lograr la obtención de donaciones, reconocimiento, patrocinio, cooperación, confianza, legitimación y alianzas

3.4. Estrategias Comunicacionales

Ámbito	Intervención estratégica	Actividades
Comunicación Interna	Definir una estrategia de contenido	Conformar equipo de personas claves en los procesos de comunicación. Capacitar los equipos de las comunidades y apostolados en los lineamientos y políticas comunicaciones de la misión. Desarrollar diferentes tipos de contenidos como artículos de blog, videos, imágenes, infografías, entre otros, de acuerdo con las actividades que se van planteando por los servicios apostólicos. Recepción de las necesidades de comunicación de la Provincia. Diseño, ejecución y evaluación de talleres de formación en comunicación y técnicas en marketing y comunicación digital.
	Estrategia de branding[2] para posicionar a la misión con sus públicos objetivos, en miras de una mayor participación	Elaborar el cronograma de cumpleaños y onomásticos de las Hermanas y laicos partners, de acuerdo con una línea gráfica determinada para posteriormente programar las publicaciones en redes sociales. Implementación de la nueva imagen gráfica en firmas digitales, fondo de escritorio, carteleras, letrero exterior, señaléticas, papelería administrativa y promocional, entre otros.

[2] Branding o gestión de marca son acciones alineadas al posicionamiento, propósito y valores de una marca. Su objetivo es despertar sensaciones y crear conexiones conscientes e inconscientes, que serán cruciales para que los públicos objetivos elijan su marca en este caso el apoyo de la Congregación.

Ámbito	Intervención estratégica	Actividades
		Generar productos comunicacionales de cada servicio apostólico para la futura difusión. Publicación de temas internos y externos de la Congregación alineados con temas sociales, ecológicos, realidad nacional, especialmente temas de la mujer, niñez y poblaciones vulnerables, mediante estrategias innovadoras e interactivas que generen expectativa e incremento de nuestros seguidores.
Comunicación Externa	Consolidar la imagen congregacional, a través de campañas comunicacionales online y offline	Asesoramiento en la participación de las comunidades y servicios apostólicos en eventos abiertos, ferias y difusión de las actividades y campañas de la Provincia. Producción y difusión de publicaciones con información clave (por ejemplo, memorias institucionales, boletines, entre otros).
	Implementar una estrategia de redes sociales	Establecer una estrategia de redes sociales, que incluya la creación de perfiles en diferentes plataformas, publicación de contenido regular, monitoreo de alcance, comentarios y respuestas. Intercomunicación con los seguidores. Para esto, se debe capacitar al personal que se encargue de las redes sociales. Gestionar presupuesto que permita poder promocionar los posts, reel y otros que se realicen en las diversas plataformas digitales y redes sociales. Implementar herramientas que nos permitan un análisis de lo trabajado en las redes sociales, incluyendo las métricas de sitio web para medir el impacto de las acciones de realizadas por el área de comunicaciones.
	Establecer relaciones con líderes de opinión y medios de comunicación	Generar una relación de confianza con la ciudadanía, estableciendo relaciones con líderes de opinión y medios de comunicación que sean afines a los valores y misión de la Congregación.
	Participar en eventos y actividades comunitarias	Participar en eventos y actividades comunitarias para conectar con la población y demostrar el compromiso de la Congregación con la comunidad.

Ámbito	Intervención estratégica	Actividades
		Realizar actividades como conferencias, seminarios, talleres y/o voluntariados en organizaciones afines. Invitar a lideres de opinión a los eventos que la Congregación pueda realizar.
Comunicación de Recaudación de Fondos (Fundraising)	Definir la estrategia de marketing social, canales de comercialización y recaudación de fondos	Elaborar el Plan de Recaudación de Fondos. Diseño y ejecución de campañas de captación de recursos. Elaboración y difusión del catálogo de productos elaborados en las comunidades y servicios apostólicos. Promoción de los servicios apostólicos, proyectos y Casa de Retiro.
	Creación de estrategias para conseguir donaciones o apoyen las diferentes causas por responsabilidad social.	Donaciones en línea, que brinda la opción de donantes a realizar su donación en el momento que lo deseen. Eventos de recaudación de fondos como eventos especiales, cenas o almuerzos beneficios, subastas silenciosas, carreras o eventos deportivos, donde los ingresos se destinan a la recaudación de fondos. Marketing de correo electrónico, en que se comuniquen las campañas vigentes a los donantes invitándolos a realizar su donación. Redes sociales para promover las campañas de recaudación de fondos y crear conciencia sobre la misión. Utilizar plataformas de crowdfunding para crear una campaña en línea para la recaudación de fondos. Donaciones corporativas, con empresas privadas por responsabilidad social.
	Implementación de acciones de voluntariado	Elaborar e implementar un Plan de Voluntariado en la institución. Realizar campañas de sensibilización para lograr voluntariados individuales y corporativos en bien de los participantes de los apostolados.

Para el mayor detalle de las acciones del Plan, se puede visualizar el Anexo 1 – Matriz de Plan de Comunicaciones

Contáctanos:

- **Dirección: Abetos Nº 614, Ate, Lima, Perú**
- **Teléfono: +51 1 4366899**
- **E-mail: sedeprovincial_peru@yahoo.es**