

Proyecto Terminal

Proyecto de investigación

Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera

Brenda Isela Portillo Echavarria

Paloma Nieto Pineda

Margaret Campbell

Iglesia y Escuela Católica de San Mateo

Febrero 2018

Índice PT2

1. Antecedentes	3
2. Línea de investigación	8
3. Justificación	9
4. Planteamiento del problema	11
5. Preguntas de investigación	13
6. Objetivos de investigación	13
7. Marco teórico	14
8. Metodología	20
9. Cronograma de actividades	26
10. Diseño de la intervención	27
11. Propuesta del proyecto de intervención	41
12. Ejecución del proyecto	47
13. Supervisión del proyecto	50
14. Evaluación del proyecto	52
15. Sistematización del proyecto	55
16. Informe de resultados del proyecto	60
17. Fuentes de consulta	63

1. Antecedentes

La Parroquia San Mateo fue establecida por el Obispo Daniel J. Gercke de Tucson el 20 de diciembre de 1939. El padre Willard David Kinney fue nombrado el primer párroco. La primera Misa en la parroquia fue celebrada en el auditorio de la Escuela Capitol. La construcción de un edificio para la iglesia se inició en 1940 y el Obispo Gercke dedicó la iglesia nueva el 29 de diciembre de 1940.

La Escuela San Mateo fue abierta en septiembre de 1943 por las Hermanas de la Caridad de la Beata Virgen María de Dubuque, Iowa. Ese primer año había 64 niños y niñas en los grados 1-4. En 1944, 150 niños asistieron a los 8 grados. La escuela fue iniciada en un edificio estilo barracas localizadas donde el patio y el estacionamiento estaban ubicados. El edificio actual de la escuela fue completado a mediados de los años 1940. Las Hermanas Franciscana de Joliet, Illinois y las Hermanas de la Caridad de la Virgen María sirvieron como profesoras y administradoras de la escuela hasta 1999.

El padre Kinney se retiró para ser un monje Trapense y el padre Paul Lawrence fue designado como segundo párroco el 14 de septiembre de 1949. Bajo su liderazgo, el convento y la rectoría fueron construidos. En 1961, el padre Thomas Lambert fue designado párroco. En 1962, el Padre William Mitchell fue el administrador y responsable por el establecimiento de un programa de educación religiosa en San Mateo. En 1964 el padre Francis Murphy fue nombrado párroco y continuó con el programa de mejoramiento y reorganización de las sociedades de la parroquia. El padre Cornelius Moynihan fue párroco desde 1969 a 1972 y reemplazó al padre Thomas O'Dea. Los Padres Maristas se encargaron de la administración de la parroquia en 1974 y permanecieron hasta 1993. El padre Raymond J. Ritari fue designado párroco en 1994.

Desde 1993, ha habido dos clases de renovaciones de la iglesia e instalación de una plaza nueva y fuente. El salón parroquial se deterioró y un salón nuevo nombrado Salón San Juan Diego fue completado en el 2001. El convento anterior también ha sido convertido al Centro Soledad para el Desarrollo de la Fe. El padre Raymond J. Ritari es el actual párroco.

Los Ministerios incluyen Formación de Fe, Alcance Social, Ministerio Pastoral, Grupo de Oración de Adultos, y Grupos de Jóvenes Adultos. La Parroquia San Mateo actualmente sirve a 1200 familias inscritas.

Declaración de Misión:

Nosotros, los bautizados, somos llamados a trabajar juntos, a través de la práctica de la Corresponsabilidad y Evangelización, como un cuerpo, con UNA VOZ. Guiados por el Espíritu Santo, elegimos dar testimonio en palabra, culto, acción y servicio al Evangelio de Justicia con fe, esperanza y paz. (Mateo 2012)

La iglesia y escuela San Mateo es una institución sin fines de lucro la cual es libre de impuestos del gobierno federal de Estados Unidos de América. El IRS (*Internal Revenue Service*) establece la institución como un tipo de organización calificada “Un fondo para beneficencia social, sociedad anónima, fideicomiso, fondo o fundación establecidos u organizados bajo las leyes de los Estados Unidos, de cualquier estado, del Distrito de Columbia o de cualquier posesión de los Estados Unidos (incluyendo Puerto Rico). Sin embargo, tiene que estar organizado y administrado sólo con fines caritativos, religiosos, científicos, literarios, educativos o para la prevención de crueldad hacia niños o animales. Ciertas organizaciones que promuevan competencias nacionales o internacionales de deportes para jugadores no profesionales también reúnen los requisitos”.(IRS 2017)

En San Mateo se viven muy de cerca los problemas de inmigración, la deportación de miembros de la iglesia y de algunos padres de familia de la escuela es demasiado común. En los últimos años se ha impulsado en la organización ayuda de asistencia legal. Sin embargo no ha sido suficiente dado al ambiente migratorio que se vive el país. “Es muy triste ver a los niños preocupados por una posible deportación de sus padres” dijo Ms. Sandoval subdirectora de la escuela San Mateo en una entrevista.

En el último censo se estima que 4.5 millones de menores ciudadanos americanos tienen padres sin papeles migratorios legales.(Rodríguez 2017). Es por esto que es muy importante que en la iglesia y escuela San Mateo se apoye a las familias en estas situaciones. La comunidad de San Mateo es 99% hispana. San Mateo ha sido el centro de reuniones para marchas pro-migrantes, clases de ciudadanía, información legal, etc; Además en el tema de inmigración es la más activa en toda la diócesis de Phoenix.

Las escuelas católicas en Estados Unidos fueron creadas por los Jesuitas para dar educación a los hijos de inmigrantes, en su principio inmigrantes europeos que no tenían acceso a la educación pública del país. Con el paso del tiempo su creciente número de hispanos católicos forzó a las escuelas a cambiar su cultura educativa.

La migración de mexicanos hacia Estados Unidos no es un fenómeno nuevo, tiene su origen en el siglo pasado, en el expansionismo americano, cuando a México le es arrebatado de gran parte de su territorio, lo que había iniciado desde el año de 1837, con la secesión de Texas. Tras una guerra con EUA, México perdió su territorio al norte del río Bravo, comprendían entre otros: Texas, Nuevo México la Alta California. (Cerna 2010)

El tema de la migración en Estados Unidos se mantiene vigente, y es uno de los argumentos más utilizados por los políticos durante sus campañas electorales y en sus intervenciones públicas; especialmente, en los estados del sur, en donde la migración se percibe más a menudo como un problema con connotaciones de "invasión" y que tiene que ser solucionado sin importar los medios.

Un recorrido histórico nos permite entender cuál fue la situación interna de México y de Estados Unidos a lo largo de cinco periodos en razón de las diversas reorganizaciones de las fuerzas sociales y políticas a partir de 1900:

1. La era del *enganche* (hasta 1929), cuando con la difusión de los ferrocarriles aumentó la posibilidad de desplazamiento; esto fue utilizado por los *enganchadores* para timar mediante promesas de gloriosas ganancias a los trabajadores mexicanos y llevarlos al otro lado de la frontera, quienes a menudo acababan siendo explotados en los campos del sur de Estados Unidos, *enganchados* a la necesidad de pagar la deuda a quienes les habían prestado el dinero para el viaje.
2. Desde la crisis de 1929 hasta 1941, se habla de la era de las deportaciones, periodo en el cual un clima de alta tensión privilegió la atención sobre los migrantes, muchos de los cuales fueron deportados para dar una impresión de seguridad a los nativos.
3. La entrada a la segunda guerra mundial significó para Estados Unidos un periodo de fuerte crecimiento económico, que dejó muchas lagunas en los trabajos considerados socialmente como más bajos; fue el contexto en el que se imaginó un programa para importar trabajadores temporales (el Programa Bracero). En este periodo, los autores afirman que Estados Unidos quiso quedar bien con Dios y con el diablo porque, por un lado, con el programa admitían a mexicanos para trabajar en el campo y cubrir las de mandas de los cultivadores, mientras que por el otro, empezó una militarización de la frontera que tenía más bien el objetivo de calmar los ánimos de los votantes preocupados y no, como

se presumía entonces, el ánimo de retener concretamente a los inmigrantes. Las cosas empezaron a cambiar con el fin del macartismo y el comienzo de la lucha en contra de la discriminación de los negros en la sociedad estadounidense con la aprobación de la Ley de los Derechos Civiles en 1964 durante el gobierno de Johnson.

4. En 1965 empieza la era de la inmigración indocumentada, durante la cual los inmigrantes siguen cubriendo la demanda laboral existente, mientras que los empleadores explotan la posibilidad de una mano de obra a bajo costo y sin derechos civiles. Al mismo tiempo, la promoción entre la opinión pública de las repatriaciones forzadas a través de la frontera logran tranquilizar a la población preocupada. Este periodo empieza con la aprobación de un nuevo sistema de otorgamiento de visas que establecía un orden de prioridades según la procedencia de los migrantes, es decir, un sistema de preferencias. Las restricciones aumentan en 1968 y en 1986, cuando se llega a una reducción drástica del número de mexicanos admisibles.
5. El periodo que empieza en 1986 es llamado "la gran escisión" por la aprobación de la Ley de Reforma y Control de la Inmigración (Immigration Reform and Control Act, IRCA). Es el momento en que todo el mecanismo de la gran maquinaria imaginado por los autores se derrumba debido a los golpes de una ley desastrosa tanto para los migrantes como para la misma población que exigía el fin de la inmigración pues, contrariamente a lo que se suponía, la ley logró que los flujos aumentaran y, con ellos, aumentaron también los costos tanto físicos como financieros para los inmigrantes.(Norteamérica 2012)

Las políticas y leyes de inmigración cambiaron mucho desde la amnistía de 1986 haciendo más difícil la migración legal. Desde ese entonces hasta ahora el número de migrantes indocumentados en el país es de más de 11 millones de personas de todas partes del mundo.

Las estadísticas de deportación de Estados Unidos con los últimos datos disponibles del año fiscal 2015 fueron deportados 235,413 migrantes, lo que significó un decline importante en relación al año 2012, cuando fueron deportados más de 409 mil migrantes. En la actualidad se vive una situación crítica en la frontera, las organizaciones civiles ya no se dan abasto para apoyar a los repatriados.(Rodríguez 2017)

San Mateo ha ayudado anteriormente a instituciones como Kino Border Initiative o Iniciativa Kino para la Frontera. La Iniciativa Kino para la Frontera desempeña tres tareas que responden a las necesidades humanitarias de los migrantes deportados:

Centro de Ayuda al Migrante Deportado (**CAMDEP**)

El CAMDEP ofrece dos comidas al día a los migrantes hombres, mujeres y niños/as deportados/as a Nogales, Sonora, México. En el 2011, se sirvieron más de 45,000 comidas. El CAMDEP también provee ropa y artículos de aseo personal y refiere a las personas a las autoridades mexicanas correspondientes. La colaboración de organizaciones como los Samaritanos de Green Valley, No Más Muertes, FESAC, Parroquias y Particulares de Phoenix y Tucson, Nogales, Arizona y Nogales Sonora, ha sido una bendición para la Iniciativa Kino para la Frontera.

Casa Nazaret

Casa Nazaret es un albergue para migrantes mujeres y niños/as para atender su vulnerabilidad en las calles de Nogales, Sonora. Es un lugar seguro en donde las mujeres y niños se pueden asear, comer, dormir, llamar a sus familiares y reflexionar sobre su experiencia. Reciben oportunidades para el apoyo pastoral y la oración. En el 2011, Casa Nazaret recibió a 451 mujeres y niños migrantes.

Módulo de Primeros Auxilios

Muchos migrantes deportados llegan a Nogales con los pies seriamente lastimados, con síntomas de gripe y deshidratación. El módulo de primeros auxilios está abierto cinco días a la semana en las mañanas y opera en la Oficina del Grupo Beta en Nogales, Sonora. (El Grupo Beta es una agencia del Gobierno Mexicano que rescata a migrantes en el desierto.)(Initiative 2017)

En fundamentos de mercadotecnia identificamos las 4P's, aquí la primera "P" es identificada como producto, que se traduce en "S" de servicio. Los servicios como los que presta la iglesia y escuela católica San Mateo, involucran distintos aspectos y debido a su crecimiento y contribución a la economía son tratados de manera diferenciada de los productos.

Este Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera de Nogales Sonora, es una estrategia de la iglesia y escuela San Mateo (ubicada en Phoenix, Arizona), para mejorar los servicios a nivel internacional para los migrantes de el

Centro de Ayuda al Migrante Deportado (**CAMDEP**) que se encuentra ubicado en la frontera de Nogales Sonora. Esta actividad de mercadotecnia internacional consiste en aplicar la mezcla de mercadotecnia, así como la realización de investigación de mercados y la planeación estratégica. En la iglesia y escuela San Mateo realizaremos campañas de promoción de los servicios, campañas de concientización, campañas de recolección, servicio humanitario y entrega de víveres. Este proyecto de San Mateo Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera ayudará de una forma más eficaz y organizada.

2. Línea de investigación

La línea de investigación para este proyecto de Mercadotecnia Internacional se enfocará en la Mercadotecnia Internacional con enfoque social en la Iglesia y Escuela San Mateo ubicada en el 320 N. 20th Drive. Phoenix AZ 85009. El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es un proyecto que se llevará a cabo para ayudar a los migrantes deportados de los Estados Unidos de América a Nogales Sonora México.

Cada año, miles de migrantes hombres, mujeres y niños, son deportados por Nogales, Sonora, México. Con frecuencia llegan solamente con su ropa en mochilas y sus pertenencias en pequeñas bolsas de plástico. Por lo general, no saben a dónde dirigirse para recibir comida, albergue, y hacer una llamada telefónica. También llegan emocionalmente y psicológicamente afectados por la separación de sus familias y por la incapacidad de ser empleados legalmente en los Estados Unidos.(Initiative 2017)

Una serie de cambios en las leyes migratorias de los Estados Unidos de América ha integrado lo criminal con lo migratorio. Criminalizar la movilidad humana y catalogarla como delito, ha incrementado el encarcelamiento de las personas migrantes. Diversas disposiciones legislativas permiten penas en prisiones federales desde treinta días hasta un año para quienes entren de forma ilícita al territorio estadounidense y de dos a veinte años cuando no sea la primera que se intente cruzar la frontera. Después de cumplir su condena son deportados a México, sin recursos y a su suerte.

El ambiente migratorio de los últimos años ha impulsado, en las organizaciones de la sociedad civil y no lucrativas, la implementación de refugios en el área fronteriza. Existen muchas

necesidades en estos centros de acopios de migrantes. En estos centros se atienden diariamente a las personas migrantes brindándoles alimentación, asesoría sobre derechos humanos, y documentando casos, entre otros servicios. El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera consiste en aplicar la mezcla de mercadotecnia internacional al igual que la realización de investigación de mercados y la planeación estratégica. Este proyecto se enfocará en hacer campañas de promoción de los servicios, campañas de concientización, servicio humanitario y campañas de recolección de comida no perecedera, artículos personales, de limpieza, ropa, dinero en efectivo, etc. Todo esto para proporcionar la ayuda que tanto se necesita en los lugares de refugio.

La iniciativa de la Iglesia y Escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, ayudara a desempeñar las tareas que responden a las necesidades humanitarias de los migrantes deportados. La principal razón de este proyecto es ayudar a que los migrantes se sientan apoyados en la frontera entre Estados Unidos y México de una manera justa y humana. Nuestra misión es promover la frontera Estados Unidos/México y las políticas migratorias que afirman la dignidad de los seres humanos así como un espíritu de solidaridad bi-nacional a través de asistencia humanitaria y acompañamiento directo con el/la migrante, educación Social y Pastoral con comunidades de ambos lados de la frontera, participación en redes de colaboración dedicadas a la investigación y promoción para transformar las políticas de inmigración locales, regionales y nacionales. De la misma manera estará cumpliendo con la responsabilidad social que deben tener todas las organizaciones.

3. Justificación

El contexto migratorio en Estados Unidos de América se ha vuelto más complejo en los últimos años. La política migratoria y de seguridad fomenta un ambiente de mayor hostilidad. Actualmente se vive un clima anti-migrante en Estados Unidos de América, el nuevo presidente ha desencadenado deportaciones inmediatas de todos los indocumentados que se encuentran en el país, creando miedo y frustración en todas las comunidades latinas. La mayoría de estas personas son de origen mexicano.

La migración ilegal humana ha sido catalogada como delito en Estados Unidos de América, esto ha intensificado las deportaciones, separación de familias, violaciones de los derechos humanos, abusos de autoridad, etc. La realidad de la migración es que la dignidad y la seguri-

dad de las personas que salen de sus lugares de origen en busca de una mejor calidad de vida se han visto continuamente amenazados por un sin fin de agresiones violentas que van desde la extorsión hasta el secuestro e incluso la pérdida de la vida.

En la frontera de Nogales llega una gran cantidad de personas repatriadas desde los Estados Unidos de América, siendo el principal receptor del estado de Sonora. También, es la ciudad de llegada para la migración que viaja en tren desde Centroamérica, huyendo de la violencia en los países de esa región, principalmente de Honduras.

La iniciativa de la iglesia y escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, busca ayudar a la organización Kino Border Institute que es una organización no lucrativa que se encuentra en la frontera de Nogales Sonora. En esta ciudad fronteriza se han establecido varias casas o refugios llamados “huéspedes”. En estos lugares se les brinda ayuda a los migrantes de manera gratuita como comidas, vestimenta, cama, asesoría legal, etc. Las instituciones civiles son las que atienden a esta población mediante el Fondo de Apoyo a Migrantes, cuyos lineamientos de operación se publicaron en el Diario Oficial de la Federación el 7 de septiembre de 2016. Sin embargo, no ha sido suficiente para atender íntegramente a esta población. (Initiative 2017) Es por esto la importancia de que la Iglesia y Escuela San Mateo se una y apoye a esta gran labor humanitaria.

Los principales beneficios de la iniciativa de la iglesia y escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es ayudar inmediatamente a las personas que se encuentren deportadas o en el proceso de inserción social con los principales elementos de supervivencia como lo es la alimentación, vestido, etc.

La metodología que se ha seguido para identificar, analizar y definir el problema es la conexión que tiene San mateo con su comunidad. Todos los días llegan personas a pedir ayuda para sus familiares o conocidos que están siendo deportados o ya lo fueron. Se lleva un registro en la oficina de la Parroquia en el cuál se refleja el aumento de solicitudes de ayuda para esta necesidad. Hasta el momento, la iglesia y escuela San Mateo apoya a los familiares y/o amigos de las personas deportadas con dinero en efectivo. Sin embargo, no se puede verificar si la ayuda llega a las personas que en verdad lo necesitan. Es por esto la importancia de este proyecto, ya que en la misma escuela e iglesia se hará el centro de acopio y los encargados del

proyecto entregarán físicamente las provisiones en la frontera, garantizando que lleguen a las personas que lo necesitan.

La organización que deseamos ayudar con El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es Kino Border Institute, esta Iniciativa Kino para la Frontera se encuentra ubicada en: Edificio 3, Dept. 401, Colonia Moviste II, C. P. 84020 Nogales, Sonora México. Esta es una organización no gubernamental, de carácter humanitario y sin fines de lucro que busca disminuir la vulnerabilidad de los migrantes, por lo que proporciona casa, comida y sustento. Además otorga información sobre violaciones a derechos humanos y derechos laborales, así como ayuda en la búsqueda de migrantes desaparecidos.

4. Planteamiento del problema

El problema de migración ilegal es un problema binacional, ambos países deben trabajar para llegar a una solución duradera, innovadora y cooperativa para que se pueda hacer la migración legal y regularizada. Se debe buscar la unión de esfuerzos bilaterales respecto a la situación de derechos humanos de las personas migrantes, deportadas y en tránsito de refugiados y/o solicitudes de asilo político. Mientras esto sucede, las organizaciones civiles no lucrativas son las que están apoyando a estas personas.

Una creciente cantidad de personas ha estado dirigiéndose hacia el norte desde Centroamérica, escapando de la violencia y la pobreza en su tierra natal. Durante el año fiscal 2016, que terminó en septiembre, aproximadamente 409.000 personas fueron atrapadas mientras trataban de cruzar la frontera suroeste de Estados Unidos, lo que representa un incremento del 23 por ciento en comparación con el año fiscal previo, de acuerdo con estadísticas del gobierno estadounidense. Esta tendencia se ha mantenido durante los meses recientes. Mientras más migrantes sean detenidos en la frontera de Estados Unidos y más indocumentados sean deportados del mismo país, más abrumadas estarán las comunidades fronterizas, los refugios para migrantes podrían sobre poblarse. La Organización Internacional para las Migraciones calcula que entre 400.000 y 500.000 migrantes indocumentados transitan a través de México cada año y que el 90 por ciento de ellos son centroamericanos. (Times 2017)

Según cifras oficiales de la USCIS estiman que hay 283,000 ilegales residentes en Arizona desde el año 2000. Arizona tiene el sexto lugar de inmigrantes ilegales en Estados Unidos. Este estimado es 146% mayor, al previo dado por la USCIS en 1999, y 222% mayor que el del año

1990. La frontera de Arizona con México es un punto popular para cruzar, el área de Tucson ha tenido la mayor cantidad de arrestos de inmigrantes ilegales en años recientes. 450,000 personas han sido arrestadas por la Policía Fronteriza por cruzar la frontera ilegalmente en el 2001.(Immigration 2017)

La mayoría de la comunidad de San Mateo es hispana y aproximadamente el 35% no cuenta con residencia legal en Estados Unidos de América. De estos el 55% de los indocumentados son personas que han llegado con visas de turistas y se han quedado por tiempo indefinido, y los demás han cruzado la frontera sin papeles. Nuestra comunidad sabe las necesidades que se tienen como migrante, tratando de cruzar la frontera.

El proyecto de la iglesia y escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, busca atender estas necesidades. Es por eso que trabajaremos con Kino Border Institute para apoyarlos en lo que más necesitan. La Iniciativa Kino para la Frontera desempeña tres tareas que responden a las necesidades humanitarias de los migrantes deportados: Centro de Ayuda al Migrante Deportado (**CAMDEP**) donde se ofrece dos comidas diarias a los migrantes hombres, mujeres y niños/as deportados/as a Nogales, Sonora, México. En el 2011, se sirvieron más de 45,000 comidas. El CAMDEP también provee ropa y artículos de aseo personal y refiere a las personas a las autoridades mexicanas correspondientes. La Casa Nazaret es un albergue para migrantes mujeres y niños/as para atender su vulnerabilidad en las calles de Nogales, Sonora. Es un lugar seguro en donde las mujeres y niños se pueden asear, comer, dormir, llamar a sus familiares y reflexionar sobre su experiencia. Reciben oportunidades para el apoyo pastoral y la oración. Módulo de Primeros Auxilios Muchos migrantes deportados llegan a Nogales con los pies seriamente lastimados, con síntomas de gripe y deshidratación. En el 2011, Casa Nazaret recibió a 451 mujeres y niños migrantes.

En la iglesia y escuela de San Mateo haremos un centro de acopio donde se aceptarán donativos en efectivo, alimentos enlatados, agua, cobijas, calzado, ropa, utensilios de cocina, etc. Se hará una campaña de sensibilización e información para que la comunidad de San Mateo este pendiente y ayude a esta causa humanitaria. Cuando tengamos los suficientes recursos, estos se trasladaran a la frontera para entregarlos físicamente en Kino Border Institute, esta Iniciativa Kino para la Frontera se encuentra ubicada en: Edificio 3, Dept. 401, Colonia Moviste II, C. P. 84020 Nogales, Sonora México.

5. Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Porqué es importante conocer la situación en la frontera México/Estados Unidos?

Preguntas específicas

- 1.- ¿Cómo podemos ayudar a nuestros hermanos migrantes mexicanos deportados y centroamericanos en la frontera?
- 2.- ¿Cómo podemos concientizar a los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo para que apoyen a este proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera ?
- 3.- ¿Qué se puede hacer para alertar y concientizar de los peligros que se enfrentan la migración ilegal?

6. Objetivos de la investigación

Objetivo General

El objetivo de este proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora. Esto se planea llevar a cabo en menos de un año.

Objetivos específicos

- Trasladar los recursos necesarios a Kino Border Institute, que se encuentra ubicada en el Edificio 3, Dept. 401, Colonia Moviste II, C. P. 84020 Nogales, Sonora México. La logística de Phoenix a la frontera de Nogales Sonora son aproximadamente 4 horas por vía terrestre.
- Diseñar y elaborar campañas de concientización de la situación en la frontera para que los feligreses de San Mateo estén informados de las necesidades que existen. Un domingo, después de misa cada dos meses.

- Informar y orientar a los migrantes de la situación actual y de los peligros en la frontera México/Estados Unidos de América por medio de volantes informativos. Se realizarán 1,000 volantes.

7. Marco teórico

El fenómeno de la migración de mexicanos a Estados Unidos de América se puede explicar desde diferentes perspectivas. Primero, podemos decir que es histórico, debido a los permanentes lazos culturales y sociales que se han mantenido con el territorio que perteneció primeramente a la Nueva España, posteriormente a México, y por último cuando parte del territorio norte se integró a Estados Unidos. La segunda perspectiva de este fenómeno es económico, por la inmensa brecha productiva y salarial que existe entre estos dos países. Esta perspectiva es demasiado atractiva para los migrantes, ya que por hacer el mismo trabajo se les paga el triple. La tercera perspectiva es política, ya que en diferentes etapas las leyes y regulaciones migratorias han estado condicionadas por problemas internos e intereses de grupos de presión de ambos países. La cuarta perspectiva es social, porque muchos migrantes mexicanos dejan su país debido a los deseos de reunirse con su familia o algún grupo de amigos. La quinta perspectiva se considera demográfica, ya que en Estados Unidos hay una continua insuficiencia de mano de obra en algunos sectores como el agrícola que es cubierta fácilmente por el alto índice de población y desempleo que aqueja desde hace mucho tiempo a México. (catarina 2016)

Durante la última década, los flujos migratorios de mexicanos y de extranjeros (en particular centroamericanos) hacia Estados Unidos se han incrementado en el territorio nacional mexicano. Junto con ello, la vulnerabilidad que padecen estas poblaciones se ha acentuado, debido a la prioridad que adquirió la política de seguridad de México y de Estados Unidos. (Meyer 2014) Lo que deriva de la importancia estratégica de la frontera norte.

De este modo, la escala de los flujos migratorios, la fragilidad y contradicciones de las políticas en la materia, junto al ascenso de las restricciones de seguridad estadounidenses obligan a hacer un balance que permita ubicar la capacidad gubernamental del Estado mexicano, para promover una modernización y mayor coherencia institucional para atender a los migrantes. Se considera que esto no ha sucedido debido a lo siguiente: a) la complejidad social, política, económica, cultural, diplomática y legal del fenómeno migratorio, que dificulta una gobernanza eficaz; b) la falta de una coordinación eficaz de la diversidad de actores gubernamentales y no

gubernamentales en un proceso de gobernanza, liderado por el Estado mexicano; c) los intereses diversos de tales actores y su falta de cohesión de acuerdo con una agenda estratégica para la seguridad y desarrollo; d) los cambios del Estado, en cuya agenda la violación de los derechos humanos no ha sido una prioridad permanente, en un marco de gobernanza y e) la agudización de la violación de derechos humanos por actores gubernamentales (policías) y delincuencia común y organizada.

En los últimos años, los estados fronterizos del norte de México han sufrido problemas de seguridad pública, nacional y, desde 2001, también de la frontera de Estados Unidos; debido a que en esta región se manifiestan con mayor intensidad los impactos de la inseguridad en sus diversas dimensiones. En tal contexto, los migrantes han sido víctimas de ella por la ausencia de una gobernanza eficaz.

El Estado mexicano debería atender la seguridad pública, la frontera y la humana con base en un enfoque integral (vinculación con los problemas sociales y económicos); *estratégico* (en plazos distintos) y *transversal* (asociada con los ámbitos social y urbano), y de acuerdo con un modelo de gobernanza, y orientado a la protección de los derechos humanos de los migrantes.

Y, puesto que la inseguridad los ha perjudicado, es importante fundamentar que:

En los últimos años se ha observado una diversificación de las actividades del crimen organizado, extendiéndose del narcotráfico hacia otras actividades ilícitas. Las organizaciones criminales han encontrado en las rutas migratorias, dentro y fuera del territorio nacional, la oportunidad para realizar secuestros, extorsión, asesinatos, trasiego de armamento, incorporación forzada a la delincuencia organizada, trata de personas, agresiones sexuales y cobro de cuotas por uso de medios de transporte.(SEGOB 2014)

En este apartado se consideran las distintas estructuras teóricas conceptuales y enfoques sobre la migración internacional, que abordan las posibles causas y consecuencias sobre el fenómeno y que son sumamente importantes para los objetivos de esta investigación, El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera realizada en Phoenix Arizona.

Las características de las causas de la migración pueden ser evidentes, pero es importante señalar algunos aspectos teóricos para llevar a cabo este estudio; y estos son el enfoque micro y el enfoque macro, los cuales se describirán a continuación:

La perspectiva Macro o Agregada, esta perspectiva teórica se relaciona con estudios cuyo propósito es explicar el comportamiento migratorio agregado, apoyándose en estimaciones y relaciones estadísticas de variables relacionadas con el entorno físico y socioeconómico de la población (por ejemplo: ingreso o desempleo). Lo macro se fundamenta explícita o implícitamente en los argumentos de la economía neoclásica. Por su parte la perspectiva micro intenta explicar la migración en el contexto del proceso psicológico individual (a veces familiar) de la toma de decisiones y de la selección de estrategias y destinos migratorios; por lo que son importantes conceptos como percepciones, evaluaciones individuales, transmisión de información personalizada, valores aspiraciones y otros que influyen de manera muy importante en el comportamiento del fenómeno migratorio individual y familiar.

La corriente micro se apoya en una filosofía cognoscitiva que privilegia el análisis de las percepciones subjetivas de los migrantes respecto a las opciones disponibles y los costos y beneficios de migrar. En cambio la perspectiva macro es esencialmente objetiva y trata de explicar la migración en función de variables medibles, sin poner atención en las percepciones subjetivas de los migrantes.

Aunque ambas perspectivas han sido parcialmente exitosas o han fracasado parcialmente, es por ello que es evidente que una postura metodológica que mezclara coherentemente lo micro con lo macro tendría mayores posibilidades de explicar la migración, que las que tiene cada una por si sola. Por lo tanto sería recomendable una perspectiva analítica que permitiera explorar con mayor profundidad y detalle la interacción entre la agencia humana y la estructura social.

Para esta investigación, una parte de los enfoque teóricos que aplicaremos proviene de un análisis compartido entre lo social y económico de las condiciones en las que se lleva el tránsito humano. En este sentido, se plantea que no sólo las diferencias salariales y las oportunidades de empleo justifican el traslado de personas, sino el establecimiento de una tradición migratoria a través de las redes socioculturales representadas por las familias de los migrantes en ambos lados de la frontera. Son elementos relevantes para explicar el fenómeno migratorio de un país menos desarrollado y su relación con otro más desarrollado. Muchas veces los mexicanos y centroamericanos que deciden emigrar están motivados por las oportunidades que Estados Unidos ofrece con “el gran sueño americano”. Por ejemplo: un mejor nivel de vida por

medio del salario de un empleo bien remunerado, mayor diversidad en las oportunidades, mejor educación para sus hijos, etc.

Tradicionalmente, las campañas publicitarias son llevadas a cabo por el sector privado y por las diversas administraciones públicas. Pero desde 1970 en Estados Unidos, el llamado Tercer Sector, compuesto por organizaciones no gubernamentales o asociaciones no lucrativas, también se ha sumado a las campañas publicitarias gestionando y planificando acciones comunicativas con notable importancia. El presente proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, analiza las peculiaridades a la estrategia creativa, es decir, el contenido del mensaje y la forma de expresarlo.

La planificación de una campaña es un proceso complejo en el que hay que tener en cuenta multitud de factores imbricados en el concepto de *marketing mix*. Cuanto más competitivos son los mercados, más parecidos son los servicios y productos. Muchas marcas nacen y mueren cada día. Así, la investigación motivacional resulta indispensable para detectar necesidades latentes, analizar y estudiar al consumidor actual en todas sus facetas, estilos de vida, intereses, actitudes, etc; para ofrecerle un producto y/o servicio hecho casi a medida, que encaje en su realidad cotidiana como un elemento más integrándose de forma natural en el desarrollo de su vida personal y/o profesional. Por lo tanto, se puede considerar que la publicidad, desde una perspectiva psicosocial, actúa en tres frentes respecto al público objetivo que, en definitiva, es el objetivo de cualquier mensaje: creación, refuerzo o modificación de las actitudes (León 1993). Por actitud se entiende toda predisposición favorable o desfavorable hacia cualquier objeto psicológico, lo cual supone una evaluación y valoración continua de todo lo que nos rodea determinando el comportamiento del ser humano; es un factor de la personalidad del sujeto muy arraigado, conformado a lo largo de su vida a través de la experiencia, educación, valores, cultura, herencia, etc. y compuesto por tres elementos: cognitivo, afectivo y conductual. Actuar sobre un factor tan íntimo y personal de la psicología de cada individuo es una tarea más que difícil para la publicidad, exigiendo del publicitario un mayor conocimiento del consumidor a través de la investigación y el recurso a estrategias persuasivas cada vez más llamativas, originales y competitivamente diferenciales.(Muela 2017)

La comunicación publicitaria tiene como característica más destacable la de la naturaleza persuasiva. El emisor de la campaña trata de convencer al destinatario de su mensaje para que este de acuerdo con él, rechace la competencia, lo incorpore a su estilo de vida y se fidelice con él. Para conseguir estos propósitos, el anunciante recurre a la persuasión utilizando argu-

mentos racionales y/o emocionales. Pero cuando el emisor del mensaje no oferta ningún producto o servicio ni persigue recuperar su inversión económica con la adquisición del bien de consumo o la contratación del servicio anunciado, la publicidad tiene una mayor responsabilidad social; pero de igual manera, el objetivo principal es influir en el comportamiento del destinatario de las campañas para evitar conductas sociales no deseables y persuadirle para que éste acepte a otras personas de raza diferente a la suya; una meta de difícil consecución cuando el beneficio que obtendrá el público objetivo no podrá disfrutarlo él mismo sino la otra persona para quien se demanda empatía y solidaridad.

La Iglesia y Escuela San Mateo pertenece al Tercer Sector al que se adscriben organizaciones no gubernamentales y/o sin fines de lucro cuya labor principal se centra en proporcionar ayuda económica, humana, técnica o de otra naturaleza a determinados colectivos sociales necesitados en quienes se revierten los beneficios obtenidos por el desarrollo de su actividad. Dichas asociaciones suelen emprender campañas de comunicación compitiendo directamente con las comerciales; y aunque en ambos casos se apela al bolsillo del consumidor, en las organizaciones del Tercer Sector, los beneficios no son tangibles ni repercuten directamente en el receptor; sí en su conciencia y bienestar emocional. Las dos áreas principales en las que actúa la publicidad de las ONG's son: 1) Sensibilizar/ concienciar al público objetivo para que piensen o sientan algo en concreto sobre el problema que padece el colectivo social protagonista de la campaña. 2) Captar voluntarios o conseguir fondos/ donativos para poder cumplir con sus fines sociales. Así, la publicidad social necesita hacerse un hueco entre los miles de productos, servicios, instituciones o campañas gubernamentales utilizando las mismas técnicas de mercado y de comunicación para poder competir con la creatividad de sus campañas, la notoriedad de sus marcas, la planificación de medios y la asignación de presupuestos.

El enfoque de este proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, demanda acotar el análisis de la publicidad dirigida para la ayuda de nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora, al ámbito de la estrategia creativa, la cual, según Joannis (1996), ésta formada por dos componentes que colaboran en la consecución de los objetivos comunicativos fijados para la campaña: el contenido o fondo del mensaje -lo que se dice del producto y a quién, o público objetivo- y la forma de organizar o estructurar dicho contenido -cómo se dice, a través de los formatos publicitarios y creativos-. (Joannis 1996)

Por lo general, las campañas con fines sociales necesitan más creatividad para llamar la atención. Para conseguir más notoriedad y un impacto emocional notable es necesario mostrar la realidad con toda la crudeza que la caracteriza exponiendo el problema que aqueja al grupo social.

Plan de marketing social

Análisis de la situación

La situación de los migrantes en la frontera es una crisis humanitaria a la cual no podemos quedarnos con los brazos cruzados. La Iglesia y Escuela San Mateo siempre ha ayudado a los inmigrantes con ayuda económica. Viendo la situación en la frontera se encuentra en la necesidad de desarrollar un plan de mercadotecnia social para ayudar a cubrir las necesidades de las personas que viven en el albergue de la Iniciativa Kino Border Institute. Para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, la campaña de mercadotecnia social será sencilla y al punto.

Público objetivo

El público objetivo son los feligreses de la iglesia San Mateo y las familias de los estudiantes de la escuela San Mateo. Estos son hombres y mujeres de entre 6 a 80 años de edad, de clase media.

Objetivo

El principal objetivo de la campaña de mercadotecnia social es concientizar a los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo de la realidad que viven muchos de nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos en la frontera. Para que nos ayuden con aportaciones económicas y/ o de víveres. Este proyecto tiene como objetivo crear conciencia de las necesidades de los inmigrantes en la frontera.

Estrategias y tácticas

Esto lo planeamos lograr haciendo anuncios después de cada misa los domingos, repartiendo folletos informativos y haciendo gestión de los social media. La concientización es el primer paso para lograr nuestro objetivo meta que es organizar un centro de acopio para entregar los víveres personalmente a la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora. Este proyecto esta aunado a la mercadotecnia internacional ya que para lograr este objetivo se necesita cruzar la frontera Nogales Arizona EE.UU. y Nogales Sonora México.

Herramientas de la mercadotecnia internacional

Una de las herramientas de mercadotecnia internacional que usaremos en nuestro proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es un folleto con información en inglés y español para entregar a los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo. También utilizaremos la herramienta de gestión de los social media que incluye un sistema para la gestión de todo el contenido de modo para integrar de forma concisa la estrategia online y las redes sociales de la parroquia y escuela. Cabe mencionar que también realizaremos otro folleto con información muy importante de los peligros a los que se enfrentan los inmigrantes al querer cruzar la frontera ilegalmente. Estos volantes informativos serán en español y se entregarán a la iniciativa Kino Border Institute, para que los entreguen a las personas que consideren necesitan esta información.

8. Metodología

Tipo de investigación

La metodología de la investigación proporciona una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, usaremos el tipo de investigación descriptivo, de campo, no experimental. A continuación explico porqué: La investigación descriptivo tiene por objetivo exponer las características de los fenómenos. Tiene carácter diagnóstico cuando se propone establecer relaciones causales entre ellos. En la investigación descriptivo se miden las variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupo o fenómeno bajo análisis. La investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos de estudio. La investigación de campo distingue el lugar donde se desarrolla la investigación ya que es en un ambiente con las condiciones naturales para llevar a cabo las observaciones, encuestas, registros de datos, etc. Es decir, no se crea un ambiente artificial como lo puede ser en un laboratorio. Tomando el criterio del papel que ejerce el investigador es clasificado como no experimental; es cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos. (Investigación 2011)

Enfoque de la investigación

Nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, tendrá un enfoque de la investigación cualitativa y cuantitativa. Se puede definir la investigación cualitativa como un proceso interpretativo de indagación

basado en distintas tradiciones metodológicas que examina un problema humano social. La investigación cualitativa abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos -estudio de caso, experiencia personal, introspectiva, historia de vida, entrevistas textos observaciones, históricos, internacionales y visuales- que describen los mantos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos. (Gialdino 2006). Utilizaremos el método cuantitativo ya que analizan los hechos sociales como existentes en el exterior y sometidos a leyes y patrones generales, la investigación cuantitativa busca describir y explicar los eventos sociales utilizando números por medio de tablas y test estadísticos.(José Ruiz Olabuenaga 1998)

Diseño de la investigación

El diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento del individuo sin influir sobre el de ninguna manera. Observaremos a los feligreses de la Iglesia San Mateo antes, durante y después de las misas dominicales. Estaremos observando el comportamiento de los padres y alumnos de la Escuela San Mateo antes y después de la escuela.

El diseño de la investigación cuantitativa constituye el método experimental común de la mayoría de las disciplinas científicas. Utilizaremos datos y números proporcionados por la oficina de contabilidad, para darnos cuenta cuanto se destina a las obras benéficas de San Mateo.

El diseño de la investigación cualitativa constituye un método de investigación utilizado ampliamente por los científicos e investigadores que estudian el comportamiento humano. Los métodos cualitativos que utilizaremos para nuestra investigación y que suelen estar ligados estrechamente pueden ser las entrevistas, técnica de diseños de encuestas y estudios de caso individuales, para reforzar y evaluar los resultados en una escala más amplia.

Metodología de la muestra

Selección de la muestra

Para la selección de la muestra primero tenemos que definir nuestra unidad de análisis. Para este Proyecto de de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, la unidad de análisis son los sujetos de estudio que en este caso son los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo.

El público objetivo para nuestro proyecto utilizaremos la segmentación del mercado delimitando nuestro público objetivo por el tamaño de la empresa. La Parroquia San Mateo actualmente sirve a 1200 familias inscritas.

Utilizaremos la muestra probalística donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos. La selección se produce por un método aleatorio. El tamaño de la muestra será de 100.

Utilizaremos la fórmula de población finita.

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N-1) + (Z^2 p q)}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- e = precisión (en investigación use un 5%).

$$n = \frac{1.96^2 * 1200 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 (1200-1) + (1.96^2 * 0.05 * 0.95)}$$

$$n = 292$$

Diseño del instrumento de investigación

Un número significativo de investigadores y profesores de metodología ignoran o dejan de lado el empleo de técnicas e instrumentos en los procesos de la investigación que tiene que ver con la parte empírica de la misma. Es por eso que debe tenerse presente que los procedimientos para recopilar y analizar la información son parte de la metodología científica. El volumen y el tipo de información cualitativa y cuantitativa que se recaben en el siguiente trabajo de campo están justificados por los objetivos de la investigación.

Cada una de las técnicas (encuesta, entrevista estructurada, observación, historias de vida, etcétera) tiene sus propias limitaciones. En nuestro caso, para el proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, la encuesta (cuestionarios o cédulas de entrevista) será la técnica idónea para explorar determinados aspectos de la población que son los feligreses de la iglesia San Mateo y las familias de los estudiantes de la escuela San Mateo. Estos son hombres y mujeres de entre 6 a 80 años de edad, de clase media. (Soriano 1991)

Después de seleccionar nuestra técnica de encuesta, se procederá a la elaboración del instrumento para recopilar la información.

Indicadores (Qué se investiga):

Datos generales, ocupación, niveles de ingreso, grado de instrucción, información sobre la utilización de los servicios, problemas y necesidades de la población ante la inmigración, actitudes sobre el comportamiento y expectativas de la iglesia San Mateo.

Método (Cómo):

Muestreo probabilístico de la población (aleatorio)

Técnica (A través de qué):

Encuesta

Instrumentos (Con qué):

Cuestionario o cédula de entrevista.

La técnica de la encuesta consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, por ejemplo: datos generales, opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen a preguntas formuladas sobre diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio. La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. Esta técnica es muy aplicada en el área de la investigación social y es la más indicada para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera.

Diseño del cuestionario para el proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera.

CUESTIONARIO	
Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta adecuada.	
1. Sexo:	Masculino ____ Femenino ____.
2. Estado civil:	Soltero ____ Casado ____ Viudo ____ Divorciado ó Separado ____ Unión libre ____
3. Edad	18 a 20 años ____ 21 a 30 años ____ 31 a 40 años ____ 41 años o más ____
4. Se considera usted...	Latino ____ Mexicano ____ Estadounidense ____ Otro ____
5. Ocupación:	Empleado ____ Campesino ____ Obrero ____ Ama de casa ____

CUESTIONARIO	
6. Estudios realizados Analfabeta _____ Elementary _____ High School _____ Universidad, colegio u otra carrera _____	
7. ¿Hay en su familia algún inmigrante indocumentado? Si _____. No _____.	
8. ¿Conoce usted a algún inmigrante indocumentado(amigo, conocido, vecino, etc.)? Si _____. No _____.	
9. ¿Sabe usted de las necesidades de los indocumentados? Si _____. No _____.	
10. Si sus ingresos se lo permiten ¿Ayudaría usted a los inmigrantes por medio de San Mateo? Si _____. No _____. Mis ingresos no son suficientes _____	
11. ¿Conoce usted los servicios que presta La Iglesia y escuela de San Mateo para ayudar a los inmigrantes? Si _____. No _____.	
12. ¿Sabe a donde acudir si necesita ayuda legal, económica, espiritual, u otra? Si _____. No _____.	
13. Por favor liste las necesidades en las que usted cree le pueda ayudar la Iglesia y Escuela San Mateo: 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____	

Por último, cabe mencionar que generalmente los cuestionarios se entregarán después de las tres misas de los domingos y quizás por correo electrónico para que sean contestados por las personas seleccionadas en la muestra. Las instrucciones son sencillas y la información recopilada estará libre de la presión que se ejerce al ser entrevistado.

9. Cronograma de actividades (Utilizar diagrama de Gantt)

Cronograma Gantt para el proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes

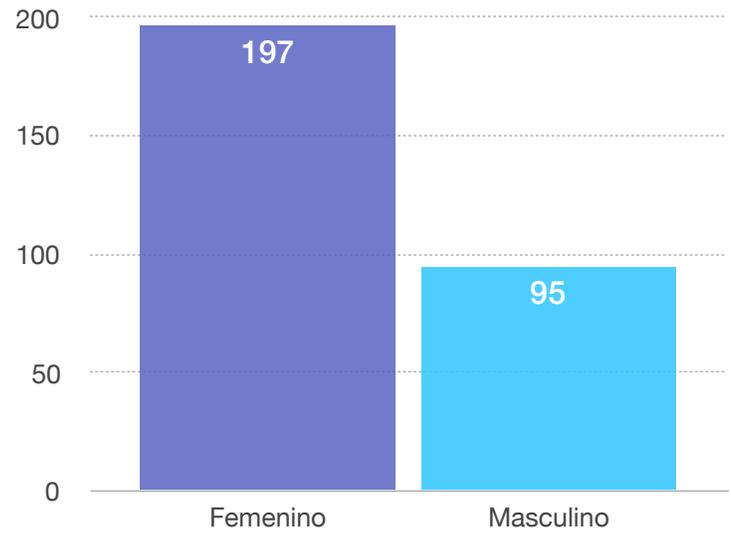
Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buscar una ubicación para: clasificar, seleccionar y almacenar las donaciones.	█				█				█				█											
Implementar la campaña de concientización.	█				█				█				█				█							
Aplicar cuestionarios. Recabar la información.	█				█				█															
Analizar y evaluar los resultados de los cuestionarios													█				█							
Presentar propuesta de los resultados obtenidos																					█			
Conseguir y entrenar voluntarios									█				█				█				█			
Realizar recibos de parte de la Organización No Lucrativa San Mateo.																	█							
Clasificar, seleccionar y transportar los víveres a la frontera.																					█			
Difundir nuestro proyecto a las más personas posibles.									█				█				█				█			

1. Diseño de la intervención

Resultados de las 292 encuestas aplicadas a los feligreses de la Iglesia y Escuela de San Mateo en el periodo del 10 de diciembre de 2017 al 4 de febrero de 2018:

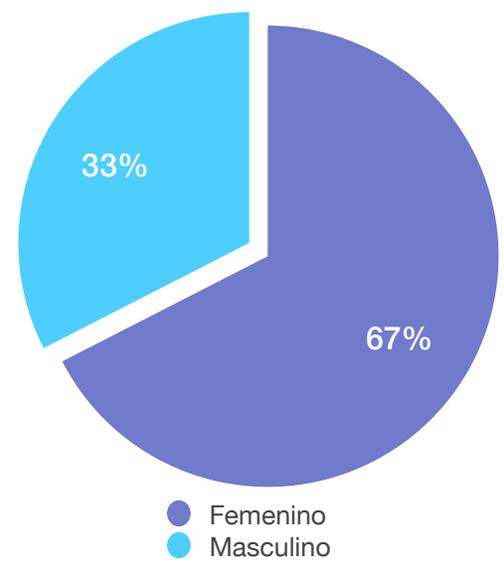
1. Sexo

Femenino	197
Masculino	95
Total	292



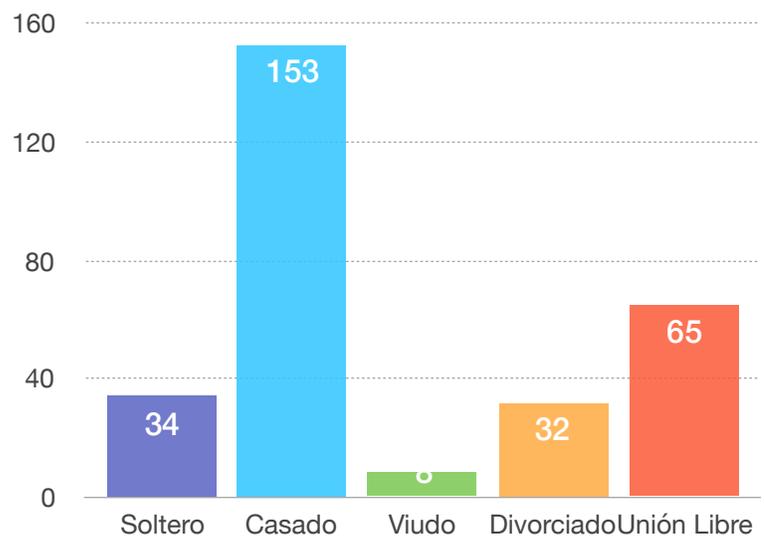
Datos relevantes:

El 67% de los encuestados son de sexo femenino, mientras solo el 33% son del sexo masculino. Es un dato relevante ya que nos dice que las mujeres toman más tiempo para realizar encuestas y prestar servicios. Para nuestro proyecto necesitaremos voluntarios y quizás debemos enfocarnos hablar con las mujeres para que nos ayuden a llevar a cabo nuestro proyecto.



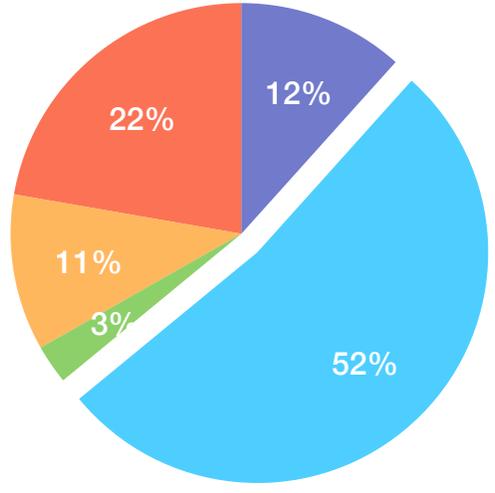
2. Estado civil

Soltero	34
Casado	153
Viudo	8
Divorciado	32
Unión Libre	65
Total	292



Datos relevantes:

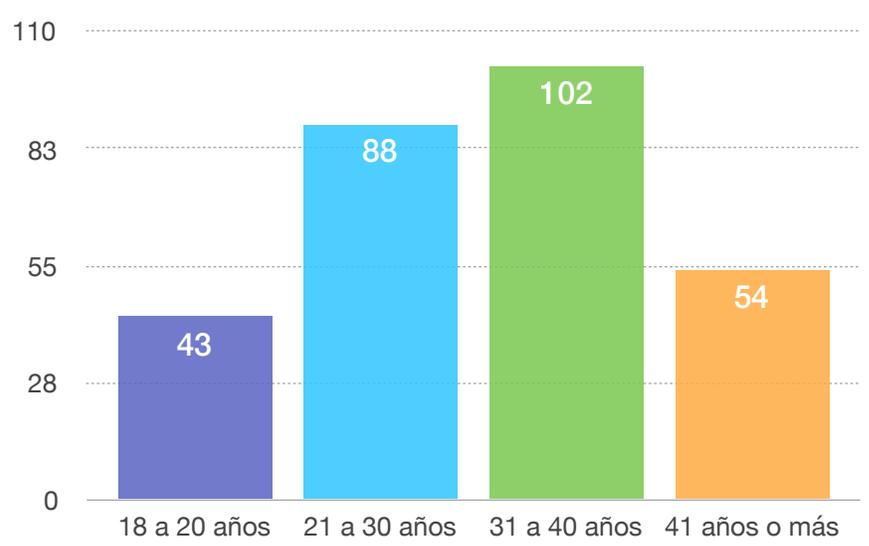
La mayoría (52%) de los encuestados son casados. Esto es un dato relevante ya que por lo regular las personas casadas tienen muy poco tiempo libre para hacer trabajo de voluntariado. Sin embargo pediremos su ayuda ya sea individual o en pareja.



- Soltero
- Casado
- Viudo
- Divorciado
- Unión Libre

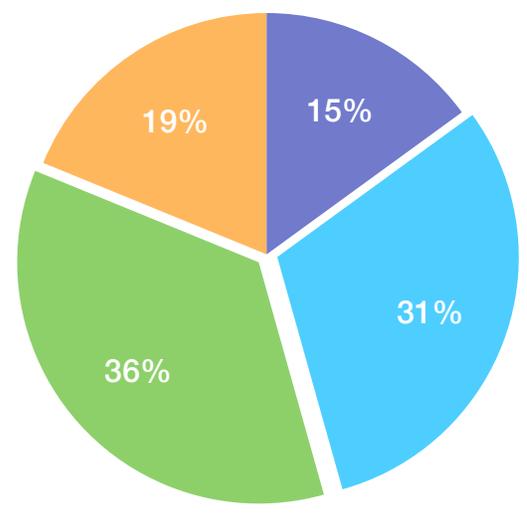
3. Edad

18 a 20 años	43
21 a 30 años	88
31 a 40 años	102
41 años o más	54
Total	292



Datos relevantes:

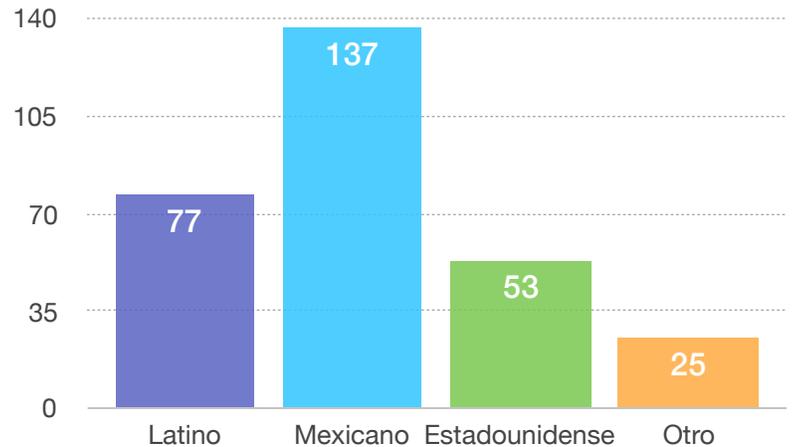
Se trata de una población relativamente joven. El 36% tiene de 31 a 40 años. A esta edad las personas son mas maduras y saben lo que quieren. También contamos con el 31% de los encuestados de 21 a 30 años. Esperamos convencerlos de ayudar a el proyecto con su tiempo, donaciones y/o oraciones.



- 18 a 20 años
- 21 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 años o más

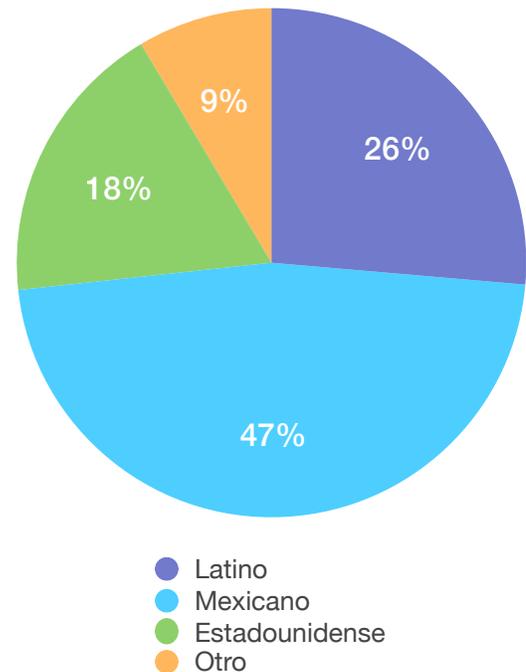
4. Se considera usted...

Latino	77
Mexicano	137
Estadounidense	53
Otro	25
Total	292



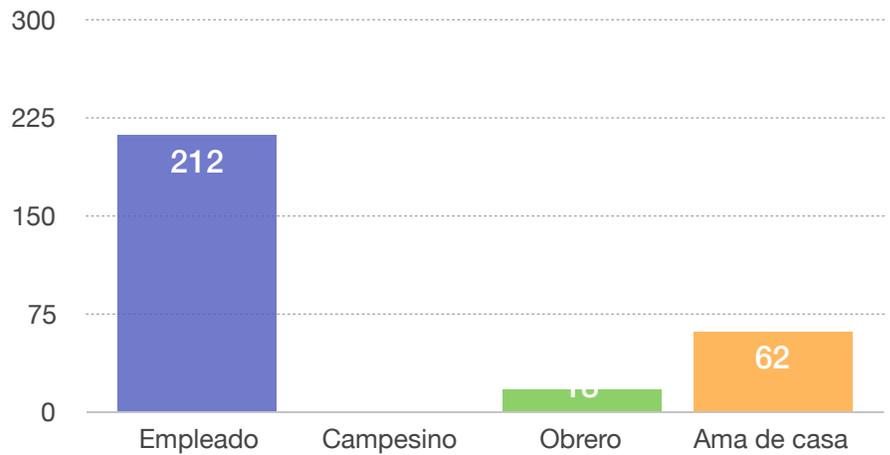
Datos relevantes:

La mayoría de los encuestados se consideran mexicanos. Este es un dato relevante ya que nuestro proyecto será internacional de Phoenix AZ a Nogales Sonora México. Esperamos contar con el apoyo de nuestros hermanos mexicanos, así como de los centroamericanos. Las 77 personas que se consideran latinas pueden tener sangre mexicana, sin embargo se consideran latinos después de la segunda o tercera generación de mexicanos viviendo en Estados Unidos. Estas personas no se consideran ni mexicanas ni estadounidenses.



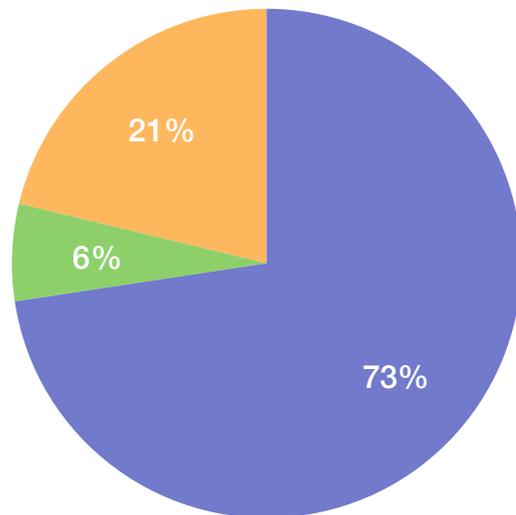
5. Ocupación:

Empleado	212
Campesino	0
Obrero	18
Ama de casa	62
Total	292



Datos relevantes:

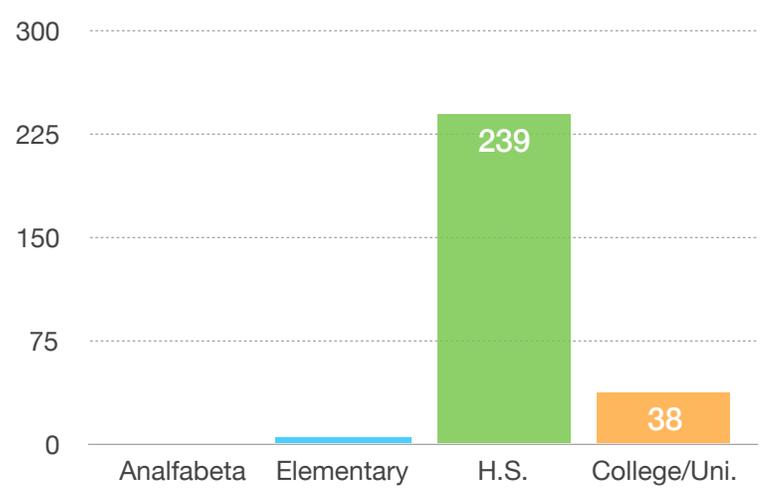
El 73% de los encuestados trabajan, esto es un dato relevante, ya que nos dice que si no pueden ayudar a ser voluntarios por falta de tiempo, nos pueden ayudar con donaciones o efectivo para el proyecto. Esto les contará como donación libre de impuestos y lo podrán reclamar cuando hagan sus impuestos con el IRS.



- Empleado
- Campesino
- Obrero
- Ama de casa

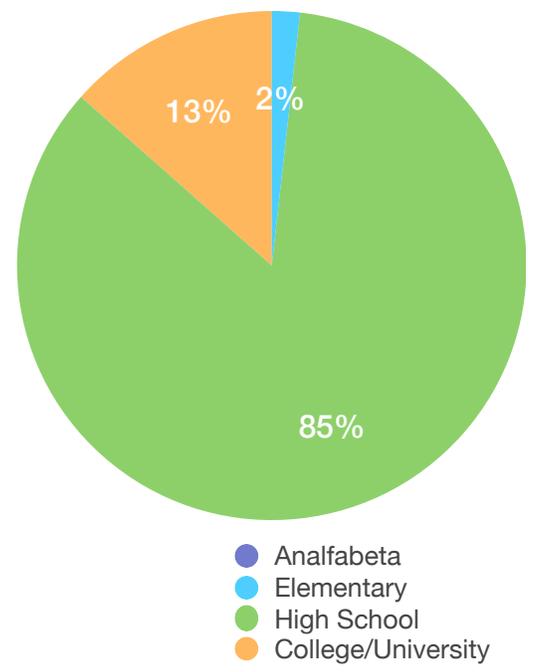
6. Estudios realizados

Analfabeta	0
Elementary	5
High School	239
College/ University	38
Total	292



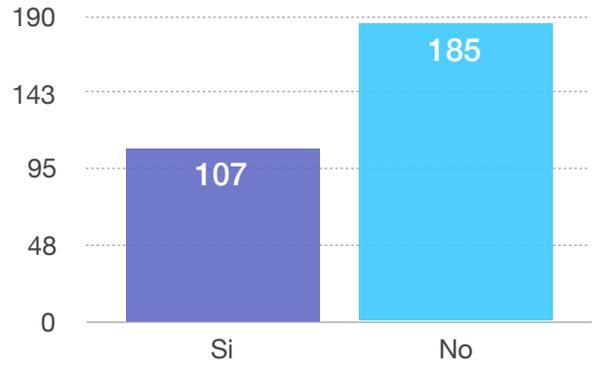
Datos relevantes:

El 85% de los encuestados han terminado por lo menos la preparatoria o High School. Todos saben leer y solo el 2 % termino la primaria o Elementary que va desde el primero al octavo grado.



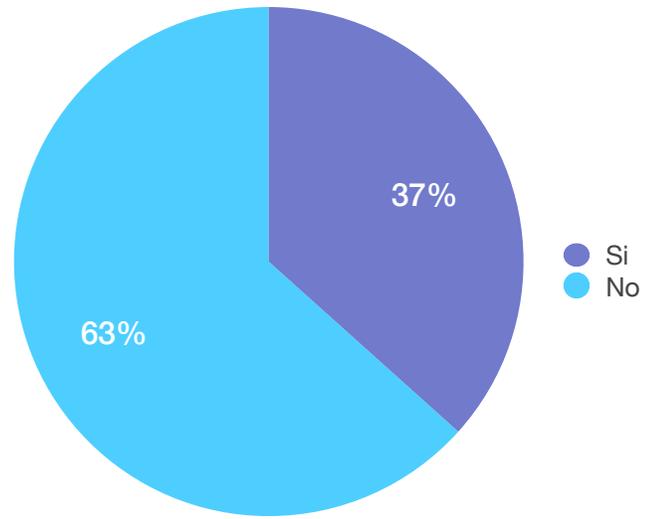
7. Hay en su familia algún inmigrante indocumentado?

Si	107
No	185
Total	292



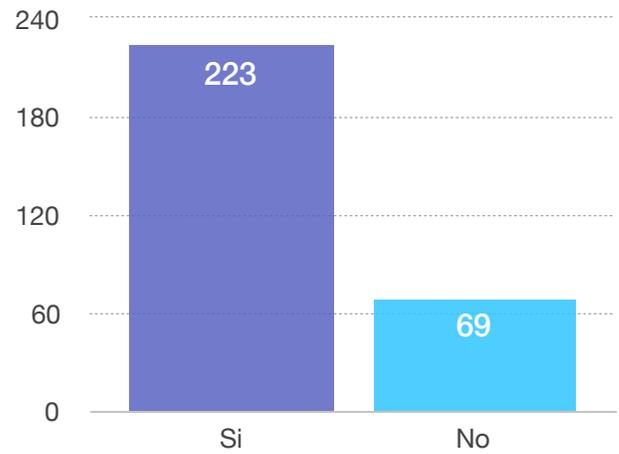
Datos relevantes:

Los feligreses de San Mateo viven de cerca el problema de la inmigración ilegal, muchos tiene familiares que no han podido regularizar su situación migratoria. Es por esto que esperamos su ayuda para nuestro proyecto de ayudar a nuestros hermanos que son deportados.



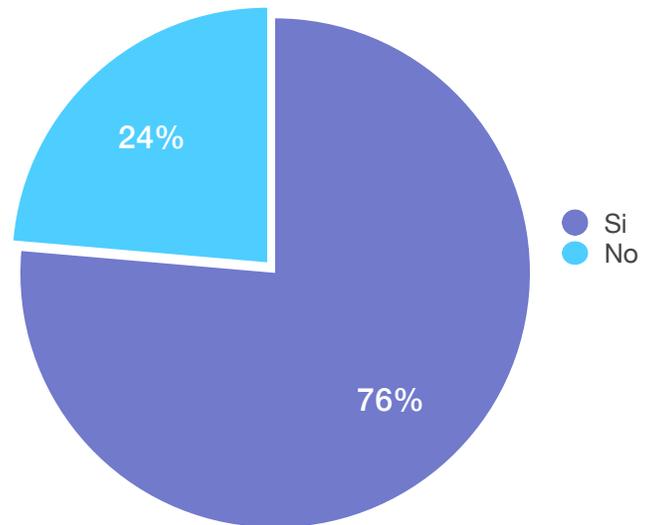
8. ¿Conoce usted algún inmigrante indocumentado?

Si	223
No	69
Total	292



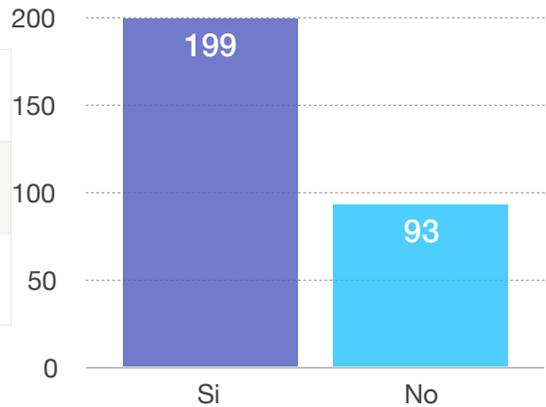
Datos relevantes:

El 76% conoce algún inmigrante indocumentado, esto nos puede ayudar a que estén mas dispuestos a cooperar para el proyecto que ayuda a nuestros hermanos deportados.



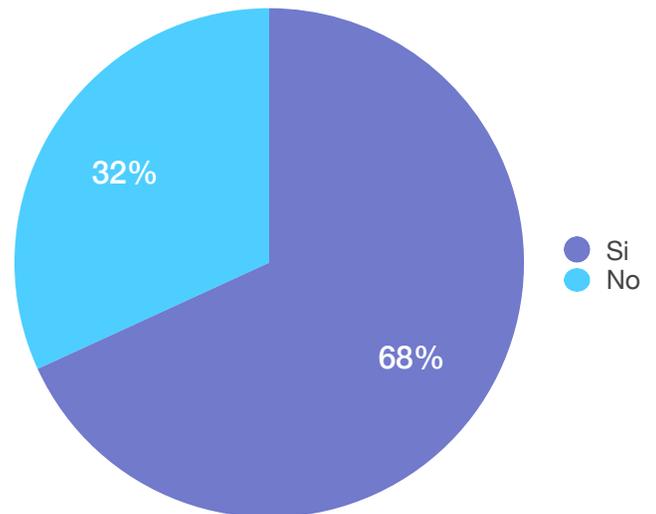
9. ¿Sabe usted de las necesidades de los indocumentados?

Si	199
No	93
Total	292



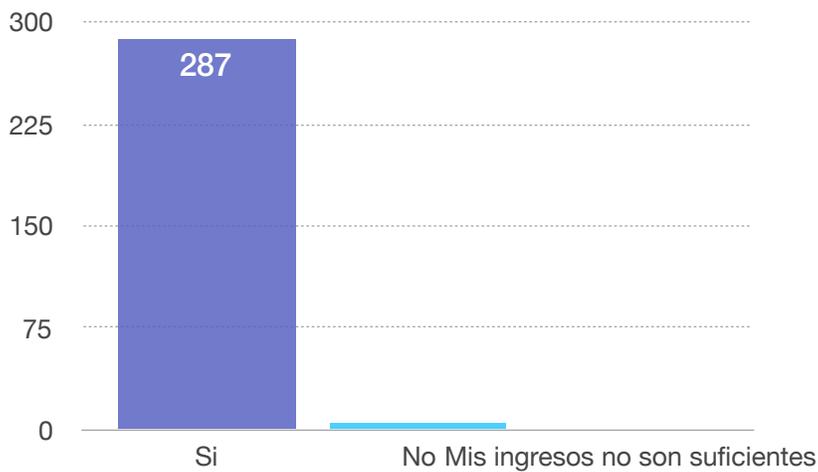
Datos relevantes:

El 76% conoce algún inmigrante indocumentado, y solo el 68% conoce de las necesidades de los indocumentados. Esperamos concientizar a los que aún no saben o conocen los riesgos de vivir en Estados Unidos ilegalmente. Los indocumentados pasan necesidades y situaciones peligrosas a las que se enfrentan cada día.



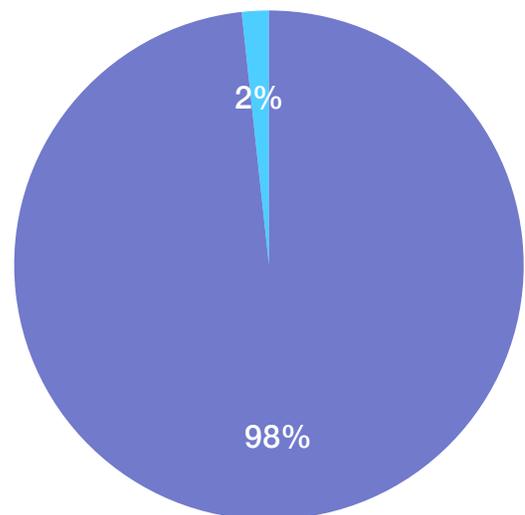
10. Si sus ingresos se lo permiten ¿Ayudaría usted a los migrantes por medio de San Mateo?

Si	287
No	5
Mis ingresos no son suficientes	0



Datos relevantes:

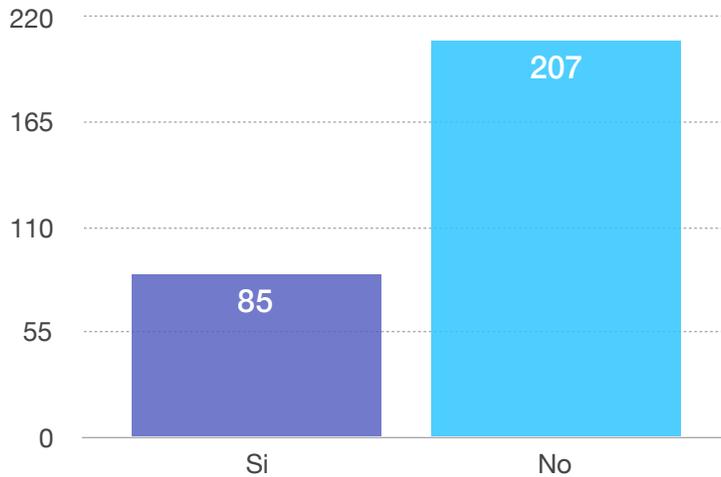
Estos datos son muy relevantes, ya que quiere decir que la mayoría de los encuestados nos ayudaría para realizar nuestro proyecto.



- Si
- No
- Mis ingresos no son suficientes

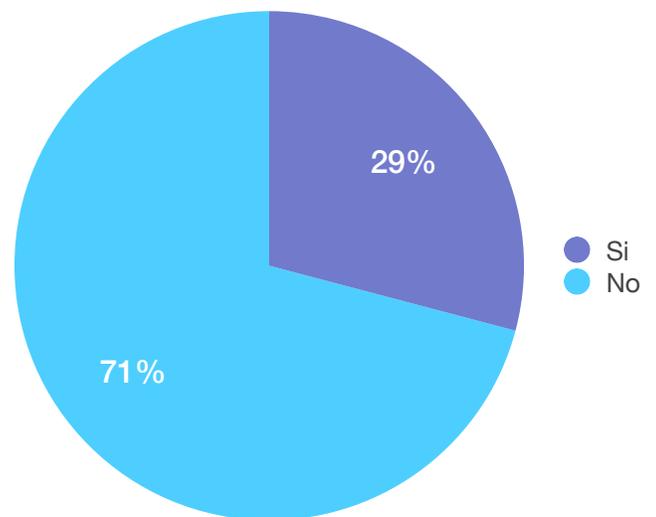
11. ¿Conoce los servicios que presta San Mateo para ayudar a los inmigrantes?

Si	85
No	207
Total	292



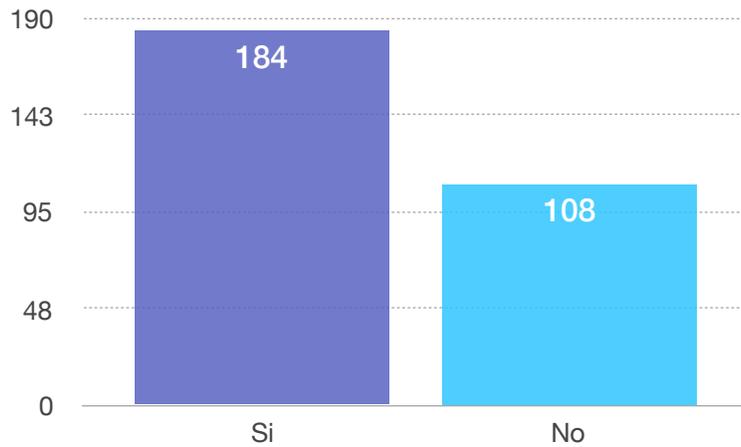
Datos relevantes:

San Mateo ayuda económicamente algunas familias que no pueden pagar sus recibos de luz, agua, renta, etc. La mayoría de los encuestados no conocen de los servicios que presta San Mateo a los inmigrantes.



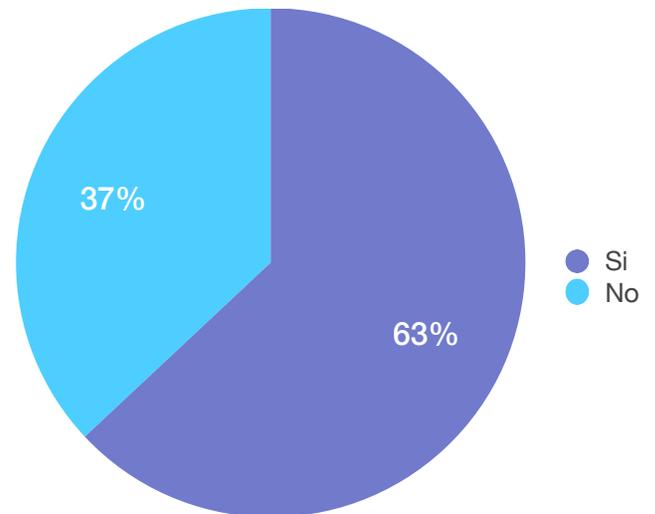
12. ¿Sabe a donde acudir si necesita ayuda legal, económica, espiritual, u otra?

Si	184
No	108
Total	292



Datos relevantes:

El 37% de los encuestados no saben que pueden acudir a la oficina de la Parroquia a solicitar ayuda legal, económica, espiritual u otra.



13. Liste las necesidades en la que usted cree le pueda ayudar San Mateo.

1	0
2	0
3	0
4	0

4

3

2

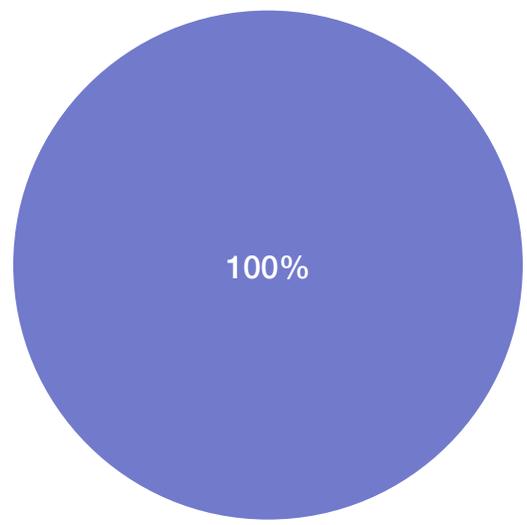
1

0 _____

1 2 3 4

Datos relevantes:

Nadie contesto esta pregunta de la entrevista.
Puede ser que no tenían tiempo o simplemente no les interesó.



Conclusiones del análisis e interpretación de los resultados:

En el análisis de los resultados podemos darnos cuenta que la mayoría de los encuestados son mujeres. También la mayoría de los encuestados están casados, esto puede ser, porque en la Iglesia San Mateo se les recuerda constantemente a los feligreses de la importancia del matrimonio. De acuerdo a su edad nos podemos dar cuenta que es relativamente joven (233 de 292 encuestados son menores de 41 años). En San Mateo se nota la presencia de la cultura mexicana, y esta encuesta corrobora lo que todos vemos, los feligreses se consideran más mexicanos que latinos. Usualmente se consideran latinos personas de Centro América y/o mexicanos de segunda o tercera generación viviendo en Estados Unidos. En nuestra encuesta la mayoría son empleados. En la cultura estadounidense se aprecia que las mujeres trabajen y contribuyan al hogar, de hecho hay personas que critican a las amas de casa. Ninguno de los encuestados es analfabeta y la mayoría cuentan con preparatoria o High School terminada. Esto puede ser porque en Estados Unidos no es tan necesario un título universitario para salir adelante y cubrir con los gastos necesarios. Por ejemplo: una persona que tenga un diploma de High School, capacidades y muchas ganas de trabajar puede salir adelante cómodamente (comprar casa, auto, pagar cuentas, etc). Sin embargo a largo plazo se hace notar la necesidad del título ya que es necesario para llegar a altos puestos y mejores salarios. Esto es algo que nuestra gente hispana necesita ver y entender, la mayoría se conforma con tener un trabajo estable con un pago mínimo (10.50 por hora).

En el análisis de los resultados nos dimos cuenta que 185 de los encuestados no tienen un familiar indocumentado, sin embargo, la mayoría conoce a alguien que se encuentra en esa posición. Puede ser que por esto la mayoría de los encuestados conocen las necesidades de los inmigrantes indocumentados. Me dio mucho gusto saber que 287 de los 292 encuestados están dispuestos a ayudar por medio de San Mateo, es una luz verde para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera.

Algo que me pareció muy interesante es que la mayoría no sabe exactamente lo que la Iglesia y Escuela San Mateo ofrece para ayudar a los inmigrantes, pero la mayoría saben a donde acudir si necesitan los servicios. Es cuestión de notificar a la parroquia y la escuela para que se difundan los servicios que se ofrecen para toda la comunidad, con o sin documentos. Por último ninguno de los encuestados respondió la última pregunta, puede haber varias razones: falta de tiempo, ánimo bajo, no les interesa, ya respondieron lo más importante, etc.

2. Propuesta del proyecto de intervención

Características

Deseamos llevar a cabo el Proyecto de Mercadotecnia Internacional con enfoque social en la Iglesia y Escuela San Mateo ubicada en el 320 N. 20th Drive. Phoenix AZ 85009. El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es un proyecto que pretende ayudar a los migrantes deportados de los Estados Unidos de América a Nogales Sonora México. La comunidad indocumentada vive con miedo, sufre de ansiedad, estrés y en algunos casos de depresión severa. En cualquier momento pueden ser deportados y perder lo que por años han venido construyendo. Años de trabajo, esfuerzo y dedicación se reducen a nada ante una deportación. La separación de familias es cruel y deja a los hijos que en su mayoría son ciudadanos americanos, confundidos, tristes y desamparados.

En los últimos años el presidente Donald Trump decidió deportar a cualquier persona indocumentada, esto a pesar de que no tenga delitos o una mala conducta moral, el simple hecho de estar indocumentado en este país ya es considerado un delito. Por su parte el gobierno mexicano aún no ha hecho pública la cifra de las deportaciones que hasta el momento se han efectuado durante lo que va de este año, cuando se intensificaron los operativos por parte de las autoridades migratorias en Estados Unidos. De acuerdo con los registros que se tienen de 2013 a 2016, en total regresaron al país 998,000 mexicanos deportados y tan solo el año pasado volvieron 219,000.(Cacelín 2018)

Mientras que en el senado estadounidense se debate sobre una reforma migratoria, cada día son miles los indocumentados que son deportados a la frontera mexicana. Nuestro proyecto de la Iglesia y Escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, pretende ayudar a minimizar las necesidades que sufren los indocumentados deportados al llegar a la frontera, ofreciendo comida, hospedaje, asesoría legal, asistencia económica para que lleguen a su destino, etc.

Estrategias

Las estrategias dan el programa general de acción, definición de la meta, los esfuerzos y recursos encaminados hacia el logro de unos objetivos generales y ejecutar así la misión de la organización. (CB 2011)

- Concientizar a los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo para que ayuden a realizar el Proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, que busca ayudar a la organización Kino Border Institute que es una organización no lucrativa que se encuentra en la frontera de Nogales Sonora. En esta ciudad fronteriza se han establecido varias casas o refugios llamados “huéspedes”. En estos lugares se les brinda ayuda a los migrantes de manera gratuita. Las instituciones civiles son las que atienden a esta población mediante el Fondo de Apoyo a Migrantes. Sin embargo no es suficiente y siempre se necesita la ayuda. Es por esto la importancia de que la Iglesia y Escuela San Mateo se una y apoye a esta gran labor humanitaria.
- Juntar, empacar y trasladar los artículos y donaciones. Por ejemplo nuestro kit de alimentos contiene: Atún en lata, frijoles en bolsa, arroz en bolsa, lenteja en bolsa, sopa de pasta en bolsa, chiles en lata, consomé de pollo en polvo, frutas y verduras en lata, sal en bote, mayonesa, aceite para cocinar, café soluble, azúcar, mermeladas cereales en caja, chocolate en polvo, galletas saladas y dulces, etc. Nuestro Kit de higiene contiene: papel sanitario, cepillo dental, pasta dental, champú, cepillo y peines para cabello, jabón de barra, rastrillos, toallas sanitarias, etc. Nuestro Kit para niños y bebés contiene: pañales, toallas húmedas, aceite y crema para bebe, talco, jabón neutro, champú para bebe, biberones, alimento para bebe, etc.
- Nuestra propuesta de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos es ayudar a minimizar el trauma o estrés causado después de la deportación para nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que son deportados de Estados Unidos de América a la frontera de Nogales Sonora. En la frontera de Nogales llega una gran cantidad de personas repatriadas desde los Estados Unidos de América, siendo el principal receptor del estado de Sonora. También, es la ciudad de llegada para la migración que viaja en tren desde Centroamérica, huyendo de la violencia en los países de esa región, principalmente de Honduras.
- Apoyar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que han sido deportados con un lugar seguro para dormir, cama, cobijas, asistencia legal, etc. Los principales beneficios de la iniciativa de la iglesia y escuela San Mateo El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es ayudar inmediatamente a las personas que se encuentren deportadas o en el proceso de inserción social con los principales elementos de supervivencia como lo es la alimentación, vestido, etc.

Objetivo General

El objetivo de este proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora. Esto se planea llevar a cabo en menos de un año.

Objetivos específicos

- Trasladar los recursos necesarios a Kino Border Institute, que se encuentra ubicada en el Edificio 3, Dept. 401, Colonia Moviste II, C. P. 84020 Nogales, Sonora México. La logística de Phoenix a la frontera de Nogales Sonora son aproximadamente 4 horas por vía terrestre.
- Diseñar y elaborar campañas de concientización de la situación en la frontera para que los feligreses de San Mateo estén informados de las necesidades que existen. Un domingo, después de misa cada dos meses.
- Informar y orientar a los migrantes de la situación actual y de los peligros en la frontera México/Estados Unidos de América por medio de volantes informativos. Se repartirán 1000 ejemplares con información básica de los peligros en la frontera.

Análisis FODA del proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera:

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feligreses dispuestos a ayudar • Cuentan con una bodega con las áreas necesarias • Buen liderazgo y reconocimiento • Planificación flexible 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte de los productos • Ubicación lejana a los beneficiados • Voluntarios irresponsables • Desorganización
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horas de voluntariado • Donaciones libres de impuestos • Ser un buen cristiano ayudando al prójimo 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios de prioridades en la Iglesia y Escuela San Mateo • Otros proyectos dentro de la organización • No completar los recursos • Que este ocupada la bodega

Recursos

Para realizar nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera es necesario contar con los recursos que posibiliten que nuestro proyecto se lleve a cabo. Los recursos a prever son los humanos (con quién hacer), materiales y financieros (con qué hacer).

Recursos humanos

Identificaremos a las personas que participarán para llevar a cabo el proyecto y cada una de sus actividades. Trataremos de definir y distribuir las distintas funciones y tareas. Además de identificar las distintas actividades y las personas responsables de su realización, así como la capacitación de las personas, la experiencia y el tiempo que podrán dedicar al proyecto. Cabe mencionar que nadie recibirá ningún tipo de pago en efectivo.

Padre Nelson Rivera: Encargado principal de la Iglesia y Escuela San Mateo

Margaret Campbell: Encargada y asesora externa del proyecto

Brenda Isela Portillo Echavarría: Voluntaria y encargada de promocionar el proyecto y capacitar a los voluntarios.

Voluntarios: Necesitaremos al menos 10 voluntarios para empacar y enviar los artículos a Nogales Sonora. La selección de voluntarios se realizara a través de una simple e informal entrevista que hace la encargada y asesora externa del proyecto.

Kino Border Institute: Una encargada de recibir y repartir los artículos.

Para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera utilizaremos una organización lineal o militar.



Recursos materiales

Se debe hacer una enumeración lo más detallada posible de los recursos materiales que deberán ser utilizados en las tareas del proyecto. Por ello, hay que tener presente:

Análisis y determinación de la localización del proyecto:

En la Iglesia y Escuela San Mateo ubicada en el 320 N. 20th Drive. Phoenix AZ 85009.

Datos generales de Phoenix Arizona

Superficie: 1341,48 km²

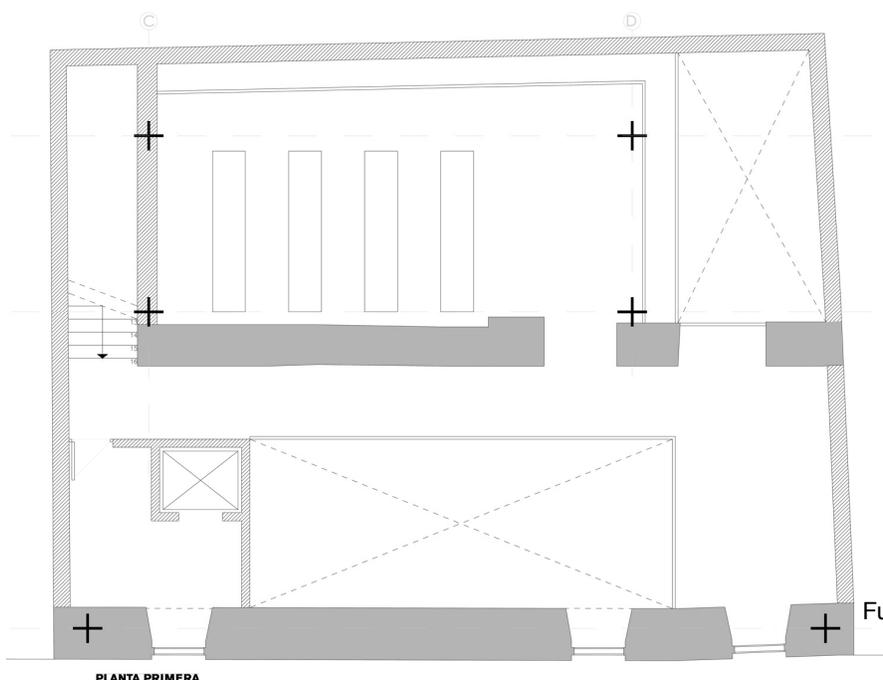
Clima: Phoenix cuenta con un clima árido, con veranos muy calientes e inviernos templados.

Ciudades principales cercanas: Mesa, Chandler, Glendale, Scottsdale, Gilbert, Tempe, Peoria, Avondale, Goodyear y Sun City.

Principales centros educativos: Arizona State University, Grand Canyon University, Phoenix College, etc.

Comunicaciones y transportes: Carreteras principales I-10, I-17, 202, 51, 101. Red ferroviaria, aeropuerto internacional Sky Harbor.(Phoenix 2018)

- **Las instalaciones necesarias:** Para llevar a cabo nuestro proyecto necesitamos una bodega o almacén para guardar, acomodar, empacar y mandar los productos y artículos a Nogales Sonora. San Mateo ya cuenta con una instalación con estas características, por lo que contaremos con la adecuada determinación de las áreas de trabajo necesarias.



PLANTA PRIMERA

Fuente: redfundamentos.com

- **Material fungible, de índole diversa, que es necesario para diseñar las actividades:** Folletos de información para la concientización de los feligreses, donaciones de los productos y artículos, donaciones de efectivo para poder hacer el envío, instrumentos, materiales, herramientas, material para el transporte como gasolina, cajas, cinta, papel, plumones, etc.

Por ser donaciones no se pagaran aranceles en la frontera.

Recursos financieros

Tener previsto los gastos de desarrollo. Elaborar un presupuesto realista que cubra los gastos materiales, de transporte, de locales, de equipos. La financiación permite enunciar cómo serán previstos los gastos y qué institución, organización, o actividad/es va/n a financiar el proyecto. (Paglilla 2007)

Mano de obra	\$0 Voluntarios
Materiales y equipo	\$0 Voluntarios
Productos y artículos	\$0 Donaciones
Bodega y/o almacén	\$0 San Mateo lo provee

Anteriormente se pensó conseguir un préstamo de \$5,000 dólares al Banco de América, para gastos del proyecto; sin embargo este préstamo se descarto por orden del Padre Nelson Rivera quien es el encargado principal de la Iglesia y Escuela San Mateo. Solo se nos dio permiso de pedir la ayuda financiera por medio de los feligreses que asisten a misa en una segunda colecta, una vez por mes. Cada mes se permite esta segunda colecta para ayudar a agencias católicas que brindan ayuda y apoyo a las comunidades. Al mismo tiempo de pedir la colecta hablaremos de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera en las misas y aprovecharemos para concientizar a los feligreses y reclutar voluntarios además de coleccionar los artículos de donación y los recursos económicos que se recauden.

3. Ejecución de proyecto

La ejecución de proyecto está compuesto por los procesos necesarios para realizar los trabajos de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, en alcance, tiempo y coste. En esta etapa se desarrolla lo planeado. La ejecución implica poner en practica el proyecto y prestar atención a su desarrollo, seguimiento y control.

Para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, se llevará a cabo en las siguientes etapas:

Sensibilización.

- **Concientización:** Existe un primer momento de motivación para la participación.
- **Información:** Una vez motivados y creada la necesidad de recibir información, hay que comunicarles una serie de hechos y datos relacionados con su historia a la vez que proponerles la forma de descubrir otros por medio de la metodología de la investigación-acción.
- **Interpretación de la historia y de la cultura:** Se trata de conseguir que cada individuo conquiste su propia identidad dentro de la realidad que está viviendo, y que comprenda otras estructuras sociales, políticas y económicas de su comunidad.

Detección de minorías activas.

- Se trata de detectar aquellas minorías o grupos de incidencia que, tienen una presencia significativa en el colectivo social donde están insertos. Esta parte nos sirve para reclutar voluntarios que quieran ayudar en nuestro proyecto.

Capacitación del personal voluntario.

- Una vez detectados los grupos de incidencia, hay que capacitarles para ejercer su labor de animación, se les prepara en: Técnicas de dinámica de grupos, de comunicación social, de organización y programación, etc. La capacitación de los voluntarios es demasiado básica, necesitamos voluntarios comprometidos y responsables.

Cohesión a nivel grupal.

- Hay que promover la organización y puesta en marcha de actividades con la participación de los miembros del grupo, se trata de que éstos sean los que asuman el protagonismo de la realización del programa. Realizaremos reuniones con el grupo parroquial y de la escuela para mantener el control de las actividades.

Esta fase implica la acción y ejecución del proyecto. Una vez previstas las tareas y actividades a realizar, ya estamos en condiciones de ponerlas en práctica. (University 2018)

Plan de actividades de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera:

Meta: Concientizar a los feligreses de la Iglesia y Escuela San Mateo sobre las necesidades de las personas deportadas en la frontera, para que se den cuenta como pueden ayudar a su prójimo y así ser un buen cristiano.

Objetivos: Lograr que los feligreses quieran contribuir económicamente, ayudar, donar víveres y hacer voluntariado con nuestro proyecto.

Posibles riesgos: Que no se donen los suficientes recursos, no encontrar suficientes voluntarios, que cambien de prioridades en la Iglesia y Escuela San Mateo.

Ventajas previstas: Tenemos un gran número de feligreses, los cuales nos han expresado su deseo de colaborar en el proyecto. Contamos con el permiso de pedir la ayuda económica por medio de una segunda colecta mensual en misa. También contamos con el permiso para hablar, concientizar y pedir los recursos dentro de las misas.

Fecha de inicio y finalización previstas: Aproximadamente cuatro meses (abril, mayo, junio y julio) después de la fecha de inicio.

El equipo: Una vez aprobado el plan de actividades por el encargado principal de la Iglesia y Escuela San Mateo, se formó un grupo de tres personas para comprender las necesidades de llevar el diseño del plan detallado de ejecución del proyecto.

Servicios: Utilizaremos el acceso telefónico y de internet de la Iglesia; así como el material para fotocopias e impresora y lo que haga falta.

Plan de capacitación: La capacitación de los voluntarios es muy básica ya que el trabajo se trata de recolectar las donaciones y llevarlas a la bodega donde posteriormente serán empaquetadas para su envío.

Plan de ejecución de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera:

Etapa	Tarea	Subtarea	Mes
Definición de las necesidades.	Consulta general con las partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> Celebrar reuniones de consulta. Alcanzar un consenso preliminar sobre el alcance del proyecto y sus objetivos. 	Abril, 2018
Evaluación de los posibles riesgos	Verificar la fiabilidad del proyecto.	Definir las necesidades que se puedan presentar y sus posibles soluciones.	Abril, 2018
Aprobación	Obtención de la aprobación inicial para el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar la información sobre los costos del proyecto, los riesgos potenciales y las ventajas previstas. Elaborar una exposición de argumentos para defender el proyecto y obtener la aprobación final. Exponer los argumento frente al comité parroquial de San Mateo. 	Mayo, 2018
Diseño	Creación del equipo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Nombrar a los miembros del equipo. Determinar la disponibilidad de los voluntarios Redactar un plan que especifique tareas, responsables, dichas de finalización previstas, resultados y necesidades. Definir los indicadores de éxito esperado. 	Mayo, 2018
Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar en las misas Adquisición de los recursos Preparar con limpieza y organización la bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de las donaciones y los recursos económicos Repartir volantes informativos Enviar las donaciones 	Junio, 2018 Primer viaje a Kino Border Institute programado para el viernes 8 de junio de 2018.

4. Supervisión del proyecto

El objetivo de la supervisión del proyecto es apoyar la gestión de los mismos. Se trata de recopilar datos, de forma sistemática y permanente, para su posterior análisis (revisión y evaluación) y para una toma de decisiones más informada. Para nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera la supervisión se centra principalmente en el reclutamiento de voluntario, donaciones, las actividades y los resultados del proyecto. Una supervisión adecuada es fundamental para garantizar la responsabilidad necesaria en materia de rendimiento y resultados de nuestro proyecto.

La supervisión se produce en varios niveles. Es necesaria dentro de nuestro proyecto, que deberá disponer de disposiciones de supervisión para que los responsables del proyecto puedan saber en qué fase de la ejecución se encuentran. Se definen medidas de supervisión específicas para cada proyecto y programa. (DEVELOPMENT 2018)

Monitoreo del proyecto:

Los encargados del proyecto deben tener en claro las tareas que se deben realizar para realizar un efectivo monitoreo del proyecto. También requieren tener un mandato claro para llevar a cabo el enfoque de trabajo, los recursos y habilidades para hacerlo de una manera efectiva. Para nuestro proyecto se estará monitoreando que las juntas informativas se lleven en tiempo y forma, así como el reclutamiento de los voluntarios y víveres necesarios. Para esto utilizaremos la metodología PCM por su abreviatura del término inglés “*Project Cycle Management*” (Manejo del Ciclo de Proyecto) para la identificación, preparación, implementación y monitoreo constante para que todo marche conforme a lo planeado.

La metodología PCM se basa en los principios del Enfoque del Marco Lógico. Ayuda a especificar las tareas clave, los criterios de evaluación de la calidad, las funciones y responsabilidades y las opciones de toma de decisiones para respaldar la gestión eficaz, el logro de los resultados deseados y el aprendizaje de la experiencia. (Limited 2018)

Desarrollo de Taller de PCM

El taller se organiza para que participen las partes relevantes de nuestro proyecto, en este caso serían personas indocumentadas y personas interesadas en ayudar a su prójimo por medio de donaciones y tiempo voluntario. Se realiza el tema de acuerdo a nuestro proyecto con el objeti-

vo de analizar una serie de análisis y planificación. Habrá participación por parte de la organización de la Iglesia y Escuela San Mateo, y las personas físicas que se involucran en nuestro proyecto.

Participantes:

Representación de los beneficiados: Mínimo cinco personas

Moderador: Experto en el proyecto, una persona.

Institución: Iglesia y Escuela San Mateo

Los participantes de este taller participarán de manera activa en la anotación de ideas y opiniones. Este taller se llevará a cabo en el salón Parroquial cada vez que se necesite o al menos una vez al mes hasta que se complete el proyecto. Este proyecto es para largo plazo, ya que se pretende continuar hasta que se agoten los recursos.

Para identificar el impacto que va generando el proyecto, hay que analizar todos los impactos, es decir, aparte de nuestros objetivos esperados, debemos tomar en cuenta aquellos no esperados desde los aspectos positivos como negativos. Los resultados de la evaluación del impacto deben ser aprovechados para reflejar en la planificación del proyecto a futuro.

El monitoreo es sumamente importante, nos dice si el proyecto se está desarrollando tal como se programo y si esta arrojando los resultados esperados para hacer los ajustes necesarios al programa.

Monitoreo del proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera:

- 1. Quién:** Personal implicado en el proyecto
- 2. Cuándo:** Cada mes durante el proyecto, aunque la frecuencia de monitoreo puede cambiar según las actividades y resultados esperados.
- 3. Qué:** Cotejo del estado actual de la bodega, número de voluntarios, donaciones, donativos económicos, etc. Estimación de la posibilidad de alcance del objetivo del proyecto e identificación de los posibles obstáculos.

4. Dónde: Iglesia y Escuela San Mateo, Phoenix Arizona 85009.

5. Lugar de destino del proyecto: Nogales Sonora México.

6. Cómo: Se analiza los aspectos organizacionales, financieros y técnicos para que lleguen las donaciones a su lugar de destino.

Todo el proceso de nuestro proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera ha sido planificado. Esto facilita el monitoreo y evaluación de modo que no afecta mucho la planificación ni manejo del proyecto tanto por la parte del donante de cooperación como en la del receptor del mismo.

5. Evaluación del proyecto

La evaluación de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera valora las acciones realizadas hasta el momento. Es el medio que utilizamos para mejorar sistemáticamente el proceso y hacer el uso más adecuado de los recursos disponibles. Hasta la fecha estamos en el punto de la ejecución del proyecto ya que hemos pasado las diferentes etapas de planificación, aprobación y diseño. En esta parte de nuestro proyecto queremos evaluar las acciones y si es necesario cambiar el curso de acción.

La evaluación es sumamente importante ya que nos aclara si el objetivo del proyecto es alcanzable o no, dependiendo de la ejecución, monitoreo o evaluación.

Para la evaluación de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera nos enfocaremos en los siguientes factores:

- 1. ¿Quién?** Personas implicadas en el proyecto
- 2. ¿Cuándo?** Cada medio año durante el proyecto, o según las actividades y resultados esperados.
- 3. ¿Qué?** -Cotejo del estado actual (insumo, actividades, voluntarios, donaciones, etc.)
- 4. ¿Dónde?** Lugar de ejecución del proyecto (Iglesia y Escuela de San Mateo en Phoenix, AZ) y Lugar de implementación (Kino Border Institute en Nogales Sonora, México.)
- 5. ¿Cómo?** Mediante el formato de evaluación de actividades

Etapa	Tarea	Subtarea	Mes	Cumplido o no cumplido
Definición de las necesidades.	Consulta general con las partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> Celebrar reuniones de consulta. Alcanzar un consenso preliminar sobre el alcance del proyecto y sus objetivos. 	Abril, 2018	Cumplido
Evaluación de los posibles riesgos	Verificar la fiabilidad del proyecto.	Definir las necesidades que se puedan presentar y sus posibles soluciones.	Abril, 2018	Cumplido
Aprobación	Obtención de la aprobación inicial para el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar la información sobre los costos del proyecto, los riesgos potenciales y las ventajas previstas. Elaborar una exposición de argumentos para defender el proyecto y obtener la aprobación final. Exponer los argumentos frente al comité parroquial de San Mateo. 	Mayo, 2018	Cumplido
Diseño	Creación del equipo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Nombrar a los miembros del equipo. Determinar la disponibilidad de los voluntarios Redactar un plan que especifique tareas, responsables, dichas de finalización previstas, resultados y necesidades. Definir los indicadores de éxito esperado. 	Mayo, 2018	Cumplido
Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar en las misas Adquisición de los recursos Preparar con limpieza y organización la bodega 	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de las donaciones y los recursos económicos Repartir volantes informativos Enviar las donaciones 	Junio, 2018 Primer viaje a Kino Border Institute programado para el viernes 8 de junio de 2018.	En el proceso/No cumplido

Actividades	Evaluación
Celebrar reuniones de consulta.	Se llevaron a cabo dos reuniones de consulta (2 de abril y 16 de abril de 2018) EVALUACIÓN=BIEN
Alcanzar un consenso preliminar sobre el alcance del proyecto y sus objetivos.	Se alcanzo el consenso sobre el alcance del proyecto y sus objetivos. (23 de abril de 2018) EVALUACIÓN=BIEN
Definir las necesidades que se puedan presentar y sus posibles soluciones.	Se definieron las necesidades; lugar, voluntarios, donaciones, dinero en efectivo, materiales. Se presentaron las soluciones: Ya tenemos la bodega que provee San Mateo, se consiguió el grupo de voluntarios del grupo de jóvenes para arreglar el lugar y hacer espacio, en una misa del mes la segunda colecta se recauda para el proyecto. EVALUACIÓN=BIEN
Recopilar la información sobre los costos del proyecto, los riesgos potenciales y las ventajas previstas.	Se recopiló la información sobre los gastos que se aproximan a los \$300 dólares por envío. Los riesgos potenciales es que se tengan problemas en la frontera al pasar víveres de antemano sabemos ropa usada no se puede pasar. Las ventajas previstas es que tenemos muchos voluntarios y gente que apoya el proyecto. EVALUACIÓN=BIEN
Elaborar una exposición de argumentos para defender el proyecto y obtener la aprobación final.	El proyecto fue aprobado sin ninguna dificultad, fue expuesto al comité de la parroquia y todos sus miembros estuvieron de acuerdo. EVALUACIÓN=BIEN
Exponer los argumentos frente al comité parroquial de San Mateo.	j Se expusieron los argumentos frente al comité parroquial y fue aceptado por unanimidad. Esto se logro el lunes 23 de abril de 2018. EVALUACIÓN=BIEN
Nombrar a los miembros del equipo.	Se nombro como jefe de equipo a Sister Margaret Campbell que es la encargada del proyecto y a Brenda Portillo como supervisora. Tres personas fuero nombrados miembros de equipo: Yvette Sandoval, Kim Procknow y Michael Bradley.
Determinar la disponibilidad de los voluntarios	La disposición del grupo de jóvenes (8 jóvenes) es de todos los martes de 6 a 8 de la tarde. Los demás voluntarios se llaman cuando se necesiten. EVALUACIÓN=BIEN
Redactar un plan que especifique tareas, responsables, dichas de finalización previstas, resultados y necesidades.	El plan especifica las tareas de los voluntarios que hasta el momento han sido acondicionar el lugar (limpiar, acomodar, extraer muebles viejos, organizar, realizar etiquetas, etc.), buscar más voluntarios, ayudar a recoger y contar el dinero de las segundas colectas. Los voluntarios siempre están vigilados por la supervisora y el encargado de su grupo. Todas las tareas han sido cumplidas. EVALUACIÓN=BIEN
Definir los indicadores de éxito esperado.	Nuestro principal objetivo es estar recibiendo donaciones y acomodarlas de una manera organizada para poder empacar fácilmente cuando salga el envío a Nogales Sonora, el primer envío esta previsto para el viernes 8 de junio de 2018. El indicador de éxito es lograr tener lo suficiente para el primer envío. EVALUACIÓN=BIEN

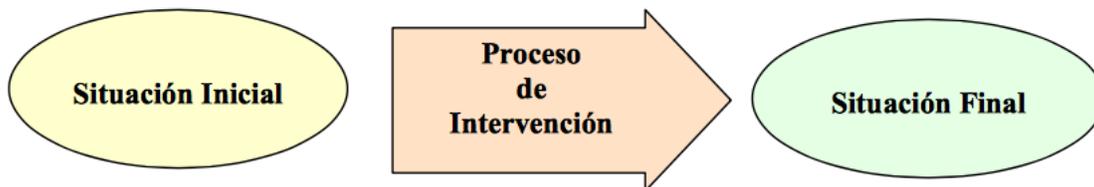
Actividades	Evaluación
Recolección de las donaciones y los recursos económicos	Hasta el momento llevamos dos segundas colectas que dan el valor de \$647 dólares este dinero se piensa utilizar para los gasto del viaje. Las donaciones empiezan a llegar muy esporádicamente, nos comunicamos con la secretaria de la parroquia y le pedimos que las guarde en su oficina hasta el martes que podemos recogerlas y acomodarlas en la bodega. EVALUACIÓN=BIEN
Repartir volantes informativos	Se realizaron y repartieron volantes informativos que tienen información de como actuar ante una redada migratoria en su vivienda o lugar de trabajo. Esto es para los feligreses de San Mateo. Se realizaron volantes informativos de los peligros de cruzar la frontera ilegalmente, números de contacto en donde pueden ayudar en alguna situación legal gratuita que ofrece Kino Border Institute. Se repartirán junto con el primer envío en junio de 2018. EVALUACIÓN=BIEN
Enviar las donaciones	Estamos trabajando en esto, primero necesitamos juntar bastantes donaciones para que valga la pena el viaje. Se gasta la misma gasolina de todas maneras. EVALUACIÓN=PENDIENTE

Nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera va trabajando, lento pero seguro. En este momento estamos trabajando con Neighborhood Ministries a quien les intereso mucho nuestro proyecto y quieren ayudarnos a llevar a cabo esta labor humanitaria. Consideramos que toda ayuda es necesaria, solo lo evaluaremos cuando se lleve a cabo. Este proyecto se planea llevar a cabo a largo plazo, y se desea dejar bien estructurado el proyecto para que sirva de guía para el futuro.

6. Sistematización del proyecto

La sistematización se entenderá en este proyecto como la organización y ordenamiento de la información existente con el objetivo de explicar los cambios positivos o negativos sucedidos durante nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, los factores que intervinieron, los resultados y las lecciones aprendidas que dejó el proceso.

Básicamente, la sistematización apunta a describir y a entender qué sucedió durante una experiencia de desarrollo y por qué pasó lo que pasó. Los resultados de una experiencia son fundamentales, y describirlos es parte importante de toda sistematización, pero lo que más interesa en el proceso de sistematización es poder explicar por qué se obtuvieron esos resultados, y extraer lecciones que nos permitan mejorarlos en una experiencia futura. (Acosta 2005)



<p>Situación Inicial</p> <ul style="list-style-type: none"> Describe el problema u oportunidad de desarrollo antes de la intervención <p>Elementos de contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> Las causas del problema u oportunidad Factores que limitan las posibilidades de acción local para resolver el problema u aprovechar la oportunidad. 	<p>Intervención</p> <ul style="list-style-type: none"> Qué se hizo (actividades) Cuándo lo hizo (tiempos) Quién lo hizo (actores) Cómo lo hizo (método) Con qué lo hizo (medios y costos) <p>Elementos de contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> Factores que favorecieron la intervención Factores que dificultaron la intervención 	<p>Situación Final</p> <ul style="list-style-type: none"> Cómo se compara la actual situación con la situación inicial Cuáles son los beneficios tangibles e intangibles Quiénes han capturado los beneficios <p>Elementos de contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> Factores que ampliaron la magnitud de los efectos o el número de beneficiados Factores que restringieron la magnitud de los efectos o el número de beneficiados
--	--	--

Fuente: <http://www.fao.org/3/a-ah474s.pdf>

Descripción de la intervención

El objetivo principal de nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora.

En la actualidad ya contamos con muchas donaciones las cuales se están apartando y empacando para el primer envío que será dentro de unas semanas. Algo que nos tomó por sorpresa fue que el dinero recaudado de la segunda colecta de las misas de los domingos fue mandado directamente a Kino Border Institute para ayudar a solventar los gastos de comida

para la caravana de inmigrantes centroamericanos que llegaron a la frontera para pedir asilo a Estados Unidos y muchos aún se encuentran ahí. Son muchas las necesidades de estas personas, ellos abandonaron todo y huyeron de la violencia de sus países. Estamos haciendo todo lo posible para acelerar ese envío ya que es muy necesario. Cabe señalar que se está ayudando a personas integrantes de la caravana de centroamericanos y a los mexicanos que están siendo deportados. La intervención que hemos tenido hasta el momento es que otras iglesias se están aunando a nuestro proyecto. Se habló con los líderes parroquiales de las iglesias vecinas; San Gregorio y Santa Inés, los cuales nos dieron un donativo de \$500 dólares cada una. Esto nos ayuda a cubrir los gastos de envío de nuestros donativos en especie.

Análisis de la intervención

Todas las actividades de nuestro proyecto se han cumplido en tiempo y forma gracias al apoyo que hemos tenido, tanto de los feligreses como del personal de la Iglesia Y Escuela San Mateo. Tenemos varios voluntarios dispuestos a ofrecer su tiempo y muchas personas que nos han donado los artículos para su repartición. Lo único que nos faltó fue el dinero en efectivo. Se entendió la necesidad de ayudar rápidamente y el envío de efectivo fue sin duda la mejor opción hecha por el Padre Nelson que es el principal encargado de la institución en donde se lleva a cabo este proyecto. No había muchas alternativas. Esto dejó a nuestro proyecto sin los fondos necesarios para cumplirlo; sin embargo, gracias a la intervención de las iglesias de Santa Inés y San Gregorio ya contamos con el efectivo y el proyecto sigue en marcha.

Esta experiencia nos hizo analizar la situación tan urgente que se está viviendo en la frontera por lo que se está planeando que además de enviar las donaciones en mercancía, la colecta del segundo domingo del mes sea destinada para Kino Border Institute. Esta institución mandó su agradecimiento a la Iglesia y Escuela San Mateo, misma que se leyó en las misas del domingo. Este apoyo y motivo a que más personas quieran ayudar a esta noble causa.

Conceptualización

El dinero en efectivo es necesario para nuestro proyecto, ya que cubre los costos y gastos del combustible, la renta del camión que será utilizado para trasladar las mercancías, así como los aranceles a los que pueda estar expuesta la mercancía al entrar a territorio mexicano.

Conclusiones

La lectura de la carta de agradecimiento que mando Kino Border Institute causo un gran impacto entre los feligreses. Ayudo a concientizar algunos que aún no han ayudado y los hizo recapacitar de las necesidades que se viven en la frontera. La ayuda de nuestras iglesias vecinas hicieron la gran diferencia en compartir sus recursos para nuestro proyecto y cuando se realice el primer viaje realizaremos una carta de agradecimiento para ellas.

Propuestas

Para que nuestro proyecto no se vuelva a quedar sin fondos una propuesta es guardar el 50% de las colectas dominicales destinadas a nuestro proyecto. Este dinero se guardará en la parroquia y se destinará a solo gastos del proyecto, el cual quedara a cargo de Margaret Campbell de Recursos Humanos.

Otra propuesta es invitar a un representante de Kino Border Institute una vez al mes, para que nos comparta historias reales de nuestros hermanos y hermanas migrantes y de lo que pasa en esta institución. Esto se puede realizar después de las misas cuando corresponda la segunda colecta para el proyecto. Considero que ayudaría a recabar mas recursos para el proyecto.

Durante la visita nos puede compartir información, realizar presentaciones que exponen la realidad migratoria desde la frontera, y más que todo concientizar a los feligreses para que se animen a ayudar con donativos ya sea en efectivo, mercancía y/o voluntariado. La visión de KBI es ayudar a manejar la migración entre Estados Unidos y México de una manera justa, humana y viable. Su misión es promover la frontera Estados Unidos/México y las políticas migratorias que afirman la dignidad de los seres humanos así como un espíritu de solidaridad bi-nacional a través de asistencia humanitaria y acompañamiento directo con el/la migrante, educación Social y Pastoral con comunidades de ambos lados de la frontera, participación en redes de colaboración dedicadas a la investigación y promoción para transformar las políticas de inmigración locales, regionales y nacionales. (Initiative 2017)

La mercadotecnia internacional apoya a este tipo de proyectos por medio de las herramientas y procesos del marketing social. Es un hecho que en otros contextos el desarrollo de la mercadotecnia internacional ha sido mayor ya que están centrados en el ámbito comercial y en las distintas estrategias para penetrar o conquistar mercados y posicionar marcas. Sin embargo la mercadotecnia social también es muy importante ya que ayudan a resolver problemas sociales, además a las empresas que lo utilizan se les considera socialmente responsables.

En nuestro proyecto se representan los fundadores que son los responsables de afianzar las relaciones del área administrativa. Su principal labor es como la de un alto ejecutivo ya que deben tomar en cuenta los recursos como: el dinero, tiempo y materiales que constituyen la principal fuente para el desarrollo de las actividades. El voluntariado o donación de tiempo se entiende como la destinación del tiempo para desempeñar actividades operativas, técnicas o profesionales en la organización, sin recibir un pago. Se puede contar a los voluntarios como la fuerza laboral de la empresa. Las donaciones son entregas, traspasos o cesiones voluntarias con destino a la población necesitada. Se dan a a organización social para su respectiva canalización y entrega. Por lo que se pueden contar como bienes y productos. La logística se utiliza para juntar, almacenar y transportar los bienes al país receptor. Por lo anterior se puede decir que la mercadotecnia apoya a la realización de proyectos sociales internacionales para alcanzar el objetivo propuesto.

La mercadotecnia internacional interviene en nuestro proyecto por medio del estudio del segmento de mercado así como las estrategias de campañas de sensibilización para los feligreses para que nos ayudarán donando su tiempo, productos o efectivo. Se realizó el diseño del instrumento de investigación que fue la encuesta y que arrojó los resultados que nos ayudarán a entender la problemática que se vive en San Mateo y sus posibles soluciones.

Para que nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, se realizó un estudio del micro y macro entorno con las fuentes de información cualitativas y cuantitativas, lo que nos ayudo para aplicar las estrategias y técnicas de medios, que en este caso fue folletos y mensajes dentro de la iglesia para lograr los objetivos del proyecto. Se utilizaron las estrategias de logística encontrando el almacén y el transporte para el envío de las mercancías. Todas estas tácticas y estrategias de mercadotecnia fueron usadas y exitosas para el logro de los objetivos.

7. Informe de resultados del proyecto

Este informe de resultados tiene el propósito de presentar los resultados obtenidos en la intervención del proyecto, presentando un breve análisis de las conclusiones obtenidas así como los logros y dificultades encontradas.

Nuestro proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, tiene como objetivo principal establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora.

Retomando el objetivo general y los objetivos específicos:

Objetivo General

El objetivo de este proyecto El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, es establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora. Esto se planea llevar a cabo en menos de un año.

Objetivos específicos

- Trasladar los recursos necesarios a Kino Border Institute, que se encuentra ubicada en el Edificio 3, Dept. 401, Colonia Moviste II, C. P. 84020 Nogales, Sonora México. La logística de Phoenix a la frontera de Nogales Sonora son aproximadamente 4 horas por vía terrestre.
- Diseñar y elaborar campañas de concientización de la situación en la frontera para que los feligreses de San Mateo estén informados de las necesidades que existen. Un domingo, después de misa cada dos meses.
- Informar y orientar a los migrantes de la situación actual y de los peligros en la frontera México/Estados Unidos de América por medio de volantes informativos. Se repartirán 1000 ejemplares con información básica de los peligros en la frontera.

Partiendo del resultado de las encuestas realizadas se analizó el resultado y se prosiguió a realizar las actividades necesarias para llevar a cabo el proyecto. Hasta la fecha estamos en el punto de la ejecución del proyecto ya que hemos pasado las diferentes etapas de planificación, aprobación y diseño. Dentro de las actividades tuvimos aciertos y fallos. A continuación se explican de manera breve los aspectos más relevantes.

Aspectos relevantes

Factores positivos

- Tuvimos apoyo del personal de la Iglesia y Escuela San Mateo y de toda la comunidad de San Mateo, las juntas se llevaron a cabo los días previstos, a la hora convenida.
- Las campañas de concientización fueron exitosas y los feligreses de San Mateo contribuyeron con donaciones y su tiempo voluntario.
- Se repartieron más de mil volantes en la frontera. Se realizó la recolección de los donativos, mismos que se están guardando en el almacén de la iglesia para ser llevados en el primer viaje a Kino Border Institute programado para el viernes 8 de junio de 2018.

Factores negativos

- El único problema encontrado fue que nos quedamos sin el efectivo recaudado de las segundas colectas dominicales. Fue una decisión del Padre Nelson de mandar el efectivo a la frontera para ayudar con los gastos necesarios de la caravana de migrantes centroamericanos que llegaron a la frontera a pedir asilo a Estados Unidos.

Problemas superados

- Se habló del tema de quedar sin recursos económicos para el proyecto por lo que se llegó al acuerdo de guardar el 50% de las colectas en un sobre destinado solo para el proyecto. Nuestro proyecto es para largo plazo por lo que se planea dejarlo bien definido.

Nuevas iniciativas detectadas

- Las iglesias Santa Inés y San Gregorio se están aunando a nuestro proyecto y nos dieron un donativo en efectivo de \$500 dólares cada una. Se comprometieron para concientizar a sus feligreses y recaudar más donativos antes de la fecha del primer viaje a Kino Border Intitute.

Conclusiones finales

Podemos decir que nuestro proyecto en la Iglesia y Escuela San Mateo ha sido exitoso. Las actividades implementadas se orientaron a desarrollar el Proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera, el cual tiene como objetivo principal establecer y organizar un centro de acopio en la Iglesia y Escuela San Mateo localizada en Phoenix Arizona para ayudar a nuestros hermanos mexicanos y centroamericanos que se encuentran refugiados en la iniciativa Kino Border Institute en Nogales Sonora. Este proyecto se seguirá promoviendo en dicha institución por los siguientes cinco años y quizás permanentemente.

Entre los beneficios que puede tener la Iglesia y Escuela San Mateo son varios. Podemos decir que esta obra humanitaria ayuda a la sociedad de la institución a ser más sensibles en ayudar a sus hermanos y hermanas que se encuentren en necesidad, satisfaciendo las necesidades básicas del ser humano. También puede ayudar algunos feligreses que se encuentren en la incertidumbre de ser deportados a saber a donde acudir si necesitan este apoyo. Las labores humanitarias de la iglesia alivian un poco el sufrimiento y ofrecen esperanza a las personas necesitadas.

La Iglesia y Escuela San Mateo pertenece al Tercer Sector al que se adscriben organizaciones no gubernamentales y/o sin fines de lucro cuya labor principal se centra en proporcionar ayuda económica, humana, técnica o de otra naturaleza a determinados colectivos sociales necesitados en quienes se revierten los beneficios obtenidos por el desarrollo de su actividad. Por ser una institución sin fines de lucro, los donativos pueden ser libres de impuestos para los donantes, es decir, pueden reclamarlos a la hora de realizar sus taxes como deducibles de gastos.

Las actividades de este proyecto de ayuda humanitaria contribuye de forma positiva a la sociedad y las comunidades a las que se dirige el proyecto. De la misma manera estará cumpliendo con la responsabilidad social que deben tener todas las organizaciones y principalmente con la obligación moral que tenemos de ayudarnos los unos a los otros.

Bibliografía

- Acosta, L. A. (2005). "GUÍA PRÁCTICA PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE PROYECTOS Y PROGRAMAS DE COOPERACION TÉCNICA."
- Cacelín, J. (2018). "Instituto Nacional de Migración: la cifra de deportados mexicanos en enero de 2017 es menor que la del año anterior."
- catarina (2016). "Marco Teórico sobre la migración y el desarrollo: Enfoques seleccionados."
- CB, M. (2011). "Estudio Administrativo."
- Cerna, H. M. V. y. M. P. (2010). "Antecedentes históricos de la migración." Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales **Migración de mexicanos a los Estados Unidos de América.**
- DEVELOPMENT, I. C. A. (2018). "Supervisión de los proyectos y programas." from https://ec.europa.eu/europeaid/supervision-de-los-proyectos-y-programas_es.
- Gialdino, I. V. d. (2006). "Estrategias de investigación cualitativa."
- Immigration, U. S. (2017). "Estadísticas de migración en Arizona."
- Initiative, K. B. (2017). "Asistencia Humanitaria."
- Investigación, T. d. (2011). "Tipos de investigación." from <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/05/tipos-de-investigacion.html>.
- IRS (2017). "Organizaciones que reúnen los requisitos."
- Joannis, H. (1996). "La creación publicitaria desde la estrategia de marketing."
- José Ruiz Olabuenaga, L. A. M. (1998). "Cómo elaborar un proyecto de investigación social."
- León, J. L. (1993). "Persuasión de masas: psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales."
- Limited, I. N. (2018). "PCM Manejo del Ciclo de Proyecto." from <http://concursos2015.cancilleria.gob.ar/userfiles/PCM%20Manejo%20del%20Ciclo%20de%20Proyecto.pdf>.
- Mateo, I. y. E. C. S. (2012). "Antecedentes." from <http://www.stmatthewaz.org/aboutS.html>.
- Meyer, M. y. C. B. (2014). "La otra crisis: abusos contra los niños y otros migrantes durante su viaje por México,." Reporte de Washington Office on Latin America, Washington, D. C. 3 de julio.
- Muela, C. (2017). "Publicidad social para la integración de los inmigrantes: Creatividad y Eficacia." from <http://www.razonypalabra.org.mx/n62/cmuela.html>.
- Norteamérica (2012). "Migración entre México y Estados Unidos: historia, problemáticas, teorías y comparación de interpretaciones." Valentina Genoveva Norteamericana vol.7 no.1 México ene/jun.2012.
- Paglilla, R. (2007). "Modelo para la elaboración de proyectos sociales."

- Phoenix, C. o. (2018). "Phoenix Arizona."
- Rodríguez, M. (2017). "Datos básicos sobre inmigración."
- SEGOB (2014). "Programa Especial de Migración." Diario Oficial de la Federación, México.
- Soriano, R. R. (1991). "Guía para realizar investigaciones sociales."
- Times, T. N. Y. (2017). "La situación de los migrantes en la frontera de México podría convertirse en una crisis humanitaria."
- University, N. (2018). "Elaboración de proyectos sociales." from http://nevada.ual.es/decahuma/REL_INTER/archivos/comoelaborarproyectos.pdf.

Proyecto Terminal I y II

Proyecto de El Plan de mercadotecnia social para el apoyo de migrantes Mexicanos y Centroamericanos en la frontera

Facilitadora: Paloma Nieto Pineda

Alumna: Brenda Isela Portillo Echavarría

AL12547998