



# UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

PROYECTO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN

**Título: Rediseño y Creación de Marca Corporativa para  
“Albergue Para Desamparados Divina Misericordia”**

Trabajo de titulación que se presenta como requisito previo a  
optar el grado de: *Licenciatura en Diseño Gráfico y  
Comunicación Visual*

**Nombre: Vanessa Montalvo Pereira**  
**Tutor: Máster Marcia Fabara**

Samborondón, febrero 2015

## **Capítulo 1 : Introducción**

### **PROPÓSITO**

Con el fin de mejorar la comunicación interna y externa del “Albergue Para Desamparados Divina Misericordia”, se propone crear una nueva imagen corporativa, para lograr su reconocimiento a nivel local y así aumentar el número de personas involucradas con el propósito de la organización, además de la implementación de elementos y productos que sean de ayuda para generar ingresos que sirvan para sustentar los gastos generados por el albergue.

### **INTRODUCCIÓN**

Debido a la gran cantidad de enfermos mentales, que en muchos casos son abandonados y deambulan por las calles durmiendo a la intemperie, se creó el “Albergue Para Desamparados Divina Misericordia” con el fin de darles calor humano y un hogar donde puedan llevar una vida digna, apoyándolos con alimentación, medicina, tratamiento médico y lo más importante, dándoles cariño.

El personal que colabora con el albergue, al no tener los medios necesarios para crear una imagen corporativa correcta, en conjunto con sus directivos, crearon un logo descargando imágenes de internet, lo que ayudó en ciertos momentos a tener una

identidad, pero que cuando se trata de reconocimiento externo, no logra el efecto esperado. Al pasar el tiempo han ido requiriendo de más piezas como señalética, letreros, afiches, hojas membretadas, entre otros, las que fueron realizadas por el mismo personal, pero que carecen de una línea gráfica, haciendo más grande su problema comunicacional.

Con el propósito de solucionar el problema recurrente, se plantea hacer una identidad corporativa de la institución, que contribuya dándole la personalidad necesaria a la empresa, para lograr posicionarla en el mercado, y tenga el reconocimiento requerido, dotándola a su vez de credibilidad que le da seguridad a las personas. Con el manual de marca que se creará, podremos mejorar su comunicación interna y externa, que tanto hacía falta.

## **METODOLOGÍA DE ESTUDIO**

Para el desarrollo apropiado de este proyecto, se aplicó la metodología cualitativa, en la que se realizó una serie de entrevistas e indagaciones a los directivos, colaboradores y voluntarios del Albergue.

Llevando a cabo dos etapas; durante la primera etapa se logró obtener información básica, como su historia, su organización, funcionamiento, necesidades y el proceso que han tenido que pasar para poder establecerse como un albergue para desamparados.

Durante la segunda etapa se trató de conocer la imagen corporativa existente para poder analizar las falencias de comunicación, lo cual fue de gran ayuda para visualizar el mejor camino a seguir.

Finalmente se hizo la propuesta a los directivos de posibles logos para el albergue, quienes después de un consenso llegaron por acuerdo mutuo a la elección de una de las propuestas para que sea trabajada y aplicada en su organización.

## **DEFINICIÓN PROBLEMÁTICA**

Para tener una buena comunicación tanto al nivel interno como externo, es importante que cada organización, negocio u oficina cuente con una imagen corporativa definida, pues esto ayudará a que el mensaje llegue correctamente a los posibles consumidores, en este caso colaboradores, voluntarios o visitantes.

Actualmente la institución consta con un logotipo creado por personas que son parte de la directiva, se usaron imágenes bajadas de internet, las que fueron modificadas a conveniencia en Word. A medida que se iban necesitando piezas institucionales se las fueron diseñando. Teniendo como resultado piezas con distintas líneas gráficas, sin fuerza mas no una imagen corporativa definida.

## **DEFINICIÓN DEL TEMA**

Creación de un manual de identidad corporativa, que servirá de guía para comunicación interna y externa.

## **JUSTIFICACIÓN**

El Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, lleva más de 15 años en funcionamiento, en distintos lugares de la ciudad de Machala hasta asentarse en donde están ahora que será su lugar definitivo y por su carencia de identidad

corporativa no es conocida, e incluso las personas que la conocen, la llaman por distintos nombres.

### **OBJETIVO GENERAL**

El objetivo del manual de identidad corporativa del “Albergue Para Desamparados Divina Misericordia” es darse a conocer en la ciudad, y tener un lugar en la mente de posibles donantes, voluntarios o colaboradores.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

El manual de identidad corporativa, tiene como propuesta lo siguiente:

- Crear una nueva identidad para la institución con el objetivo de darse a conocer.
- Tener una misma línea gráfica que de coherencia en las piezas y comunicación.
- Ser una institución conocida, y que cada publicidad o anuncio sea reconocido, estar en la mente de los posibles donantes, voluntarios, y demás personas.

### **RESUMEN EJECUTIVO**

El Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, es una fundación sin fines de lucro que acoge a personas con problemas mentales y que no tengan ni los recursos ni familiares que los puedan ayudar. La fundación por sus propios medios creó su logotipo y algunas piezas que para ocasiones específicas sirvieron, pero en realidad no cuentan con una imagen corporativa ni línea gráfica.

Este proyecto busca resolver sus problemas de identidad y comunicación con la creación de un manual de marca corporativa en la que se definirá logotipo e identidad para ser reconocida por el público en general.

Para la creación de la marca se realizó un análisis para saber qué se necesita mostrar a personas que no conozcan nada sobre el albergue. Se buscó solucionar sus problemas de comunicación, con las distintas piezas gráficas que ayuden en conjunto con la identidad de la institución.

Al momento de crear el logotipo, se tuvo en cuenta mostrar lo que las personas involucradas con el albergue querían dar a notar, a conocer.

De la misma manera con las piezas gráficas, creadas con base a su logotipo y línea gráfica. Se realizó solamente las piezas necesarias para la institución, para que no sean gastos innecesarios. Se realizaron las respectivas cotizaciones de costo de las piezas que se usarán.

Se tuvo una reunión con la directiva de la institución en la que se presentó varias opciones de logotipo.



*Opciones de logo*

Ya con el logo escogido, se procedió a realizar la línea gráfica y el manual corporativo, que también fue aprobado por los directivos.



*Logo aprobado*

Este proyecto es un aporte a la institución para su crecimiento , así como un aporte a la sociedad. Se contó con ayuda de personas involucradas con la institución, directivos, colaboradores, voluntarios, también con personas externas que de alguna manera supieron encaminar el proyecto.

## **Capítulo 2 : Descripción del Negocio y Producto**

### **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Manual de Identidad Corporativa “Albergue Para Desamparados Divina Misericordia”

### **PROPUESTA VALOR (DIFERENCIACIÓN E INNOVACIÓN)**

La propuesta realizada para la institución es totalmente nueva y diferente a su imagen anterior, teniendo como resultado una imagen limpia y que puede ser recordada por público en general, teniendo una unidad en la piezas necesarias, explicando todo dentro del manual de identidad corporativa, y con la opción de generar ingresos por medio de algunos de los diseños presentados dentro del manual.

### **MERCADO OBJETIVO**

Personas de la provincia de El Oro y del Ecuador con capacidad de brindar ayuda en distintos ámbitos a la institución.

### **MERCADO POTENCIAL**

Personas que conozcan o sepan de casos de discapacitados mentales que no estén teniendo ayuda ni familiares que se responsabilicen de esas personas.



## **Capítulo 3 : Estudio de Mercado y la Industria**

### **ANÁLISIS INDUSTRIAL (FUERZAS PORTER)**

Analizaremos detenidamente los cinco elementos que constan en las fuerzas de Porter, en relación a la institución.

#### **Poder de negociación de los compradores o clientes**

Al ser esta una fundación que acoge a desamparados con enfermedades mentales es poco posible que haya poder de negociación de clientes potenciales o consumidores.

Se podría decir que personas que ven de cerca la labor del albergue, o tienen conocimiento de su existencia, escogerían este lugar para que personas desamparadas y con este tipo de afección puedan ingresar en él.

#### **Poder de negociación de los proveedores o vendedores**

En este caso, los proveedores no tienen poder sobre la institución, puesto que el problema principal es que esta no tiene los recursos adquisitivos como para escoger proveedores.

#### **Amenazas de nuevos competidores entrantes**

La amenaza de que haya otro centro donde se brinde ayuda a desamparados con discapacidades mentales sería un gran problema para la institución, puesto que es

difícil tener a personas que voluntariamente presten ayuda, y se tornaría más difícil aún conseguir los recursos necesarios para poder mantener a los internos del albergue.

### **Amenaza de productos sustitutos**

Un producto sustituto en caso de esta institución es un lugar donde también den acogida a personas con discapacidades mentales, la diferencia sería lo que las instalaciones puedan ofrecer, como comida, albergue, tratamiento médico, algo que el Albergue Para Desamparados Divina Misericordia sí ofrece, pues ha luchado mucho para contar con todo lo necesario para tener a sus internos en excelente estado, cabe recalcar que la ayuda nunca está demás, pues siempre es necesario mejorar y es muy duro hacerlo.

### **Rivalidad de los competidores**

La rivalidad que podrían presentar esta y otras fundaciones es al momento de la ayuda brindada por personas externas, si bien es cierto que mientras más fundaciones hayan, más beneficiarios hay, también existe el recelo porque se necesita de más voluntarios para sacar cada institución adelante y poder mantener una calidad buena de vida a sus internos.

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Para llegar a resultados precisos, se llevará a cabo una investigación de tipo exploratoria, descriptiva, que vendrá de la mano de entrevistas y observaciones informales y no participantes.

## **TIPOS DE INVESTIGACIÓN, TAMAÑO MUESTRAL Y TÉCNICAS DE MUESTREO**

### **Entrevistas a profundidad**

Se entrevistó a 3 personas a profundidad

1. Señora María del Cisne Loayza Pontón, administradora de la institución
2. Dr. Juan Francisco Varas Ampuero, Médico Psiquiatra de Albergue Para Desamparados Divina Misericordia.
3. Ing. Comercial Mónica Nieto Romero, voluntaria de Albergue Para Desamparados Divina Misericordia.

### **Objetivo de entrevistas**

Personaje: Señora María del Cisne Loayza Pontón.

Tema a abordar: Historia del albergue, cómo nacieron, cómo crecieron, qué ofrecen.

Personaje: Dr. Psiquiátrico Juan Francisco Varas Ampuero.

Tema a abordar: Tratamiento y estado de internos.

Personaje: Ing. Mónica Nieto Romero

Tema a abordar: En que consiste ayuda de voluntarios y visión hacia el albergue.

### **Observación no participante**

Se tuvo tres jornadas de observación no participante, dentro del Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, en la que se determinó el comportamiento de internos en días normales y en actividades internas, estados de ánimos, y trato tanto de internos hacia colaboradores y viceversa.

## **Hallazgos**

- Voluntarios están presentes en actividades fuera de institución para ayudar a recaudar fondos.
- Voluntarios ayudan en actividades internas.
- Internos tienen progresos en su salud, se les da tratamiento correspondiente desde su ingreso.
- Son felices, se sienten agradecidos y se sienten como en casa.
- Les gusta dar mucho amor a colaboradores de la institución, tanto como a personas visitantes.
- A los pacientes les gusta mucho tener eventos dentro del lugar, les gusta divertirse, cantan, bailan, brincan y hacen actividades.
- Las personas albergadas que pueden, ayudan haciendo actividades para obtener fondos.
- El amor de los colaboradores hacia ellos es muy grande, los tratan como parte de su familia.
- Aparte de tratamientos de rutina, los pacientes pueden tener enfermedades inesperadas donde se necesite tal vez más o diferentes medicamentos, en esos casos son trasladados a casas de salud como a hospitales de la ciudad.
- Debido a sus tratamientos, se necesita mucha medicina.
- La Fundación Nibeki de origen Holandés, envió a sus representantes con la finalidad de hacer aporte económico al Albergue Para Desamparados Divina Misericordia.
- Fundación es conocida por personas externas por el boca a boca.

- El perfil de personas para el ingreso al albergue es revisado y analizado por el doctor encargado.
- Su tratamiento es personalizado.

## **ANÁLISIS DE COMPETIDORES: DIRECTOS E INDIRECTOS**

### **- Competidores Directos**

El Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, es la única en su género, tomando en cuenta los servicios que brinda a sus albergados, y sus características. Por lo que no cuenta con competencia directa.

### **- Competidores Indirectos**

#### **ADESPORO**

Es una fundación independiente que se dedica a dar estudio a personas con capacidades especiales de edades entre 5 y 16 años. Brinda terapias con el afán de lograr integración profesional de las personas adultas con estas afecciones.

#### **HOGAR DE CRISTO**

Hogar de Cristo mantiene una sucursal en la provincia de El Oro, la que facilita el proceso de Desarrollo Sustentable, para personas de alta pobreza y vulnerabilidad, quienes sin principios ni valores personales carecen de identidad.

En conjunto con colaboradores y voluntarios se montan casas prefabricadas, dando una mejor calidad de vida a los que lo necesitan.

## HOGAR DE ANCIANOS “ESTEBAN QUIROLA”

Fundación administrada por la “Congregación de Hermanitas de los Padres de San Pedro Claver”, acoge a personas pobres y necesitados de la tercera edad, a los que se les brinda cariño, hospitalidad y salud.

## **Capítulo 4 : Análisis Interno**

### **- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

Albergue para desamparado Divina Misericordia

Florida, sector 6, Machala – El Oro

Atención al público de lunes a viernes de 8:30 a 18:00

El albergue recibe personas con discapacidades mentales de cualquier edad que estén totalmente desamparados.

#### **¿Quiénes Son?**

Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, son una organización independiente, sin fines de lucro, donde dan ayuda a enfermos mentales.

#### **¿A quiénes ayudan?**

La ayuda brindada por el albergue va a dirigida a personas con enfermedades mentales, que estén totalmente desamparados.

#### **¿Cómo los ayudan?**

El albergue se encarga de asilar a las personas que cumplan con el perfil determinado para su ingreso, estas personas son atendidas por un médico especializado mejorando su estado inicial, también cuentan con medicina,

dormitorios, alimentación y lo mas importante para ellos, el amor brindado por sus colaboradores y voluntarios.

### **Actividades**

Los pacientes cuentan con un día a la semana para recreación, este día es escogido a conveniencia de todos, ahí es donde ellos interactúan con personas colaboradoras y visitantes, se divierten mucho .

Hay un día dedicado al canto, donde ellos escogen que cantar, así mismo un día de baile, de juegos, etc.

Contando también con los días de fechas especiales, como día de la madres, día del padre, navidad, entre otras.

## **ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR**

En el análisis de Porter, cadena de valor, se analizará en función en relación al Albergue Para Desamparados Divina Misericordia.

### **1. Logística Interna**

Gracias a la ayuda de colaboradores, voluntarios o personas externas al albergue, se tiene conocimiento de posibles discapacidades mentales, completamente desamparados, los cuales son analizadas mediante estudios médicos previos a su ingreso.



## **2. Operaciones**

Los albergados tienen distintos casos de enfermedades mentales, los que son tratados de manera independiente, así mismo realizan actividades que estén acorde con sus capacidades.

## **3. Logística externa**

El albergue mantiene a sus internos hasta que estén totalmente recuperados y puedan integrarse a la sociedad, caso contrario permanecen dentro de la institución.

## **4. Márketing y ventas**

Para el mantenimiento del albergue, la fundación participa en eventos para generar fondos, las mayoría de estos son vender comida, postres, ropa, etc.

También cuenta con el apoyo de la fundación Nibeki de origen Holandés, quienes aportan económicamente en la institución. Así como también la ayuda generosa de instituciones privadas y voluntarios.

## **5. Servicios**

El servicio que brinda el albergue es para sus internos, asistiéndolos con tratamientos personalizados y con medicina. Además de brindarle cariño y calor de hogar.

### **Abastecimiento**

La forma de abastecimiento del albergue es a través de donaciones de distintos tipos.

## **Desarrollo Tecnológico**

En el albergue se ha tenido un gran desarrollo tecnológico, sobre todo en el área de enfermería.

Sus requerimientos en el campo tecnológico no son muchos, pero tienen lo necesario.

## **Recursos Humanos**

Existen colaboradores del albergue quienes hacen las gestiones necesarias y están la mayor parte del tiempo dentro ayudando y tratando con los internos y en lo que se necesite, también hay personas voluntarias quienes ya saben del funcionamiento interno y de las actividades que se realizan para obtener fondos.

## **Infraestructura de la Empresa**

El Albergue tiene una gran área que ha sido donada, donde posee sus instalaciones. Un área que es la más antigua es la que necesita de remodelaciones, como pintura nueva, puertas en mejor estado, y paredes enlucidas, no de necesidad extrema.

La mayor parte de la infraestructura ha sido gracias al desinteresado aporte de la fundación Nibeki, es el área nueva de la institución.

Se cuenta con dormitorios con baños propios, duchas generales, cocina, comedor, área de recreación, enfermería, oficinas, bodegas, entre otras. Todo en excelente estado y debidamente tratado.

## **Capítulo 5 : Manual Corporativo**

En el manual corporativo se crea el logotipo, y a partir de él, la línea gráfica a usarse en las distintas aplicaciones, como papelería, letreros, merchandising, y todo lo que sea requerido por la institución.

El manual está creado para servir de guía al momento de poner en práctica las distintas formas de uso de su línea gráfica.

El uso de sus normas es extremadamente obligatorio, se debe aplicar todas sus variables tal como lo dice el manual.

Estas normas tienen que ser seguidas tanto por las personas colaboradoras de la institución, como las personas que estén trabajando en área de promoción o comunicación de la institución.

Seguir el manual corporativo, ayudará a tener coherencia en las piezas o diseño que se este haciendo para la institución, esto ayudará a tener una buena imagen proyectada, ya sea dentro o fuera de la misma.

Este manual consta de las siguientes áreas

Marca

Papelería

Señalética

Indumentaria

Merchandising

Comunicación Externa

## Marca



*Logotipo nuevo*



*Logotipo anterior*

El logotipo está conformado por una estructura tipográfica y un elemento de color celeste, todo enmarcado en un cuadrado de bordes redondeados de color azul, dando así una identidad corporativa que será usada en piezas e imagen de la fundación.

La disposición esta dada en forma vertical, empezando por el nombre y terminando con el elemento que es una mano en símbolo de acogimiento y ayuda.

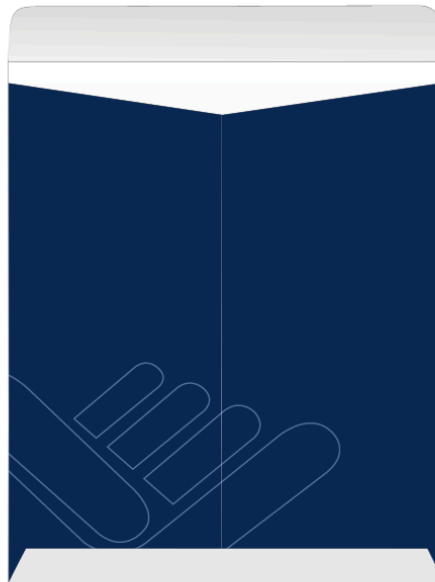
Dichos componentes pueden alternar sus colores y orden, según lo requiera la situación, siempre y cuando se tome en cuenta los usos permitidos.

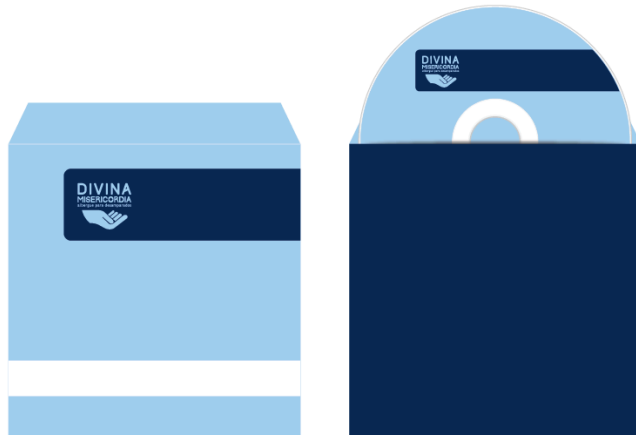
Los colores escogidos es en la gama de los azules, el oscuro nos da tranquilidad, estabilidad, confianza, y el celeste nos da frescura.

Es una buena combinación que representa lo que los directores de la institución querían mostrar, también se busca seguir con la gama de colores de su logotipo anterior.

## Papelería







En la papelería para la institución constan tarjetas de presentación, sobres para oficio, hoja a4, carpeta, sobre bolsa, y cd, todos siguiendo la misma línea gráfica. En la mayoría de los casos estos servirán para comunicación con otras instituciones, para peticiones o para resoluciones legales, y otros asuntos, haciendo que sea muy importante porque es de la manera que se muestra el albergue hacia el público.

## Señalética



Tenemos dos clases de señaléticas distintas, la primera es la informativa de cada sección, como dirección, enfermería, cocina, áreas restringidas, bodega y dormitorios, estas vas en la parte superior de las puertas.

La otra clase de señalética es la informativa de seguridad, ésta va ubicada en lugares específicos, como escalera, extintor, salida de emergencia.



## Indumentaria



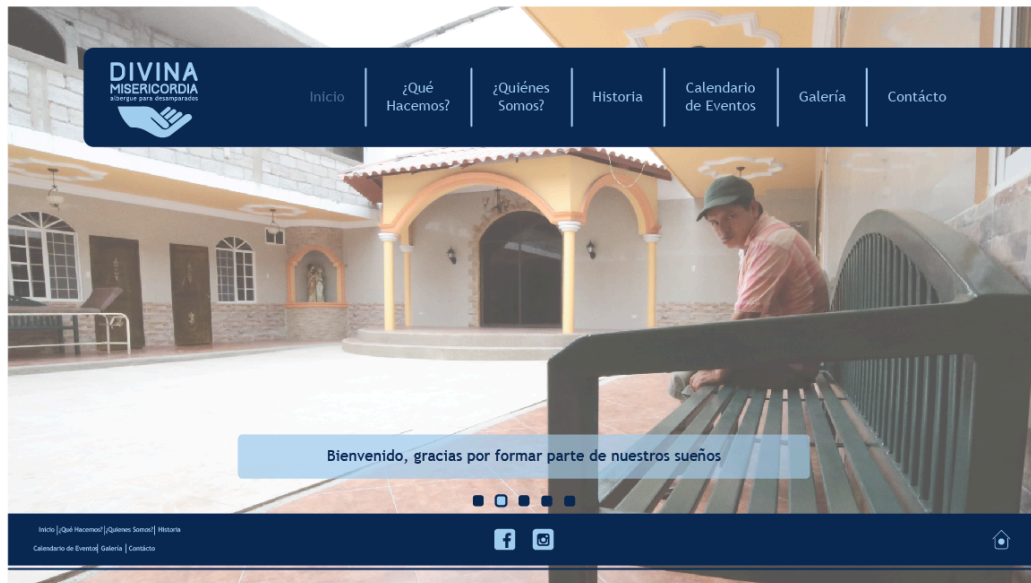
Como parte de la indumentaria tenemos los uniformes a usar por parte e los colaboradores, que es una camiseta tipo polo, los internos usarán camisetas y el equipo de cocina usará mandiles, en todos se usan la línea gráfica incluyendo el logotipo.

## Merchandising



El merchandising esta creado para usarse tanto dentro de la institución, como para ser vendido y obsequiado a voluntarios y visitantes.

## Comunicación externa







La comunicación externa puede ser parte de lo más importante, puesto que es como el público verá la institución, la forma en que la comunicación va a llegar a posibles donante, voluntarios o visitantes. Para esto se realizaron varias piezas.

El calendario de escritorio se usará dentro de la institución, tiene la opción de agendar eventos en cada día, y también se podrán escribir notas importantes del lado derecho, también será vendido u obsequiado a personas externas al albergue.

El cuaderno está creado específicamente para vender publicidad en su interior, y a la vez será vendido para así obtener ingresos.

La página web es muy importante, puesto que sirve de vínculo entre el albergue y posibles donantes o voluntarios, en la que podrán conocer más sobre la institución, ponerse en contacto, agendar eventos, entre otras cosas.

El roll up esta hecho para una función específica, estará ubicado en cada actividad que se realice fuera de la institución, ya sea para obtener fondos o en ferias, cumpliendo con el afán de informar a las personas de su alrededor que dicha actividad es del Albergue Para Desamparados Divina Misericordia.

La función de la paleta es ayudar al público a llegar a la institución, estará ubicada en lugares específicos.

La vaya estará ubicada dentro de la ciudad y cumple la función de dar a conocer el albergue.

Por último tenemos el Facebook de la institución donde se puede estar informado de las actividades recientes, o de las que habrá, sin dejar de lado la línea gráfica creada para el albergue.

## Capítulo 6 : Presupuesto

Presupuesto de costo de inversión en comunicación realizada en la imprenta Full

Color de la ciudad de Machala.

Cantidad	Descripción	Color	Material	Precio unitario	Precio final
400	hoja membretada A4	f/c	Bond 75gr	\$0.35	\$140.00
400	Sobre carta	f/c	Bond 75gr	\$0.45	\$180.00
100	Carpeta	f/c	Cartulina couché	\$2.00	\$200.00
500	Tarjetas de presentación tiro y retiro	f/c	Cartulina couché	\$45.00/100u	\$225.00
100	Portada de Cd	f/c	Sticker	\$1.00	\$100.00
100	Estuche de Cd	f/c	Cartulina couché	\$1.50	\$150.00
200	Sobre bolsa	f/c	Bond 90gr	\$0.55	\$110.00
100	Calendario	f/c	Cartulina couché	\$6.00	\$600.00
200	Cuaderno	f/c	Cartulina c./ bond 75	\$1.00	\$200.00
150	Jarro	f/c	-	\$4.00	\$600.00
400	Plumas	f/c	-	\$0.85	\$340.00
50	Pen Drive de 4 Gb	f/c	-	\$6.00	\$300.00
15	Camisetas tipo polo	f/c	-	\$3.00	\$45.00
40	Camisetas	f/c	-	\$2.50	\$100.00
10	Mandiles de cocina	f/c	-	\$2.00	\$20.00
1	Roll up	f/c	Lona	\$95.00	\$95.00
1	Valla	f/c	Lona	\$150.00	\$150.00
1	Paleta	f/c	Lona	\$35.00	\$35.00
6	Letreros pequeños	f/c	Acrílico	\$8.00	\$48.00
3	Letreros de seguridad	f/c	Acrílico	\$8.00	\$24.00
				<b>TOTAL</b>	<b>\$3'662.00</b>

## **Capítulo 7 : Conclusiones**

Con el manual de marca se ha obtenido una imagen corporativa del Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, la que servirá para el reconocimiento del público en general, al mismo tiempo se creó la línea gráfica, lo que nos ayuda a tener la coherencia y coordinación que se necesitaba entre las piezas comunicacionales.

Todo esto hace que las personas tengan en su mente el nombre del albergue, y sean posibles colaboradores, voluntarios o visitantes.

### **RIESGOS**

El riesgo más grande que se corre es que al no aplicarse correctamente las instrucciones del manual corporativo, se cree un desorden en las piezas, haciendo que el albergue vuelva a tener las fallas de comunicación que tenía al principio.

### **OPORTUNIDADES**

Correcta comunicación: El albergue se comunicará de manera correcta tanto dentro como fuera de la institución.

Organización: Toda la comunicación tendrá un orden, siguiendo la misma línea gráfica, será más fácil obtener reconocimiento.



Reconocimiento: Al tener organización en su línea gráfica, se logrará que el público en general reconozca el albergue, sepan de quién se está hablando.

Voluntariado: Como más personas tendrán conocimiento del Albergue Para Desamparados Divina Misericordia, habrán más potenciales voluntarios, o donantes.

Mas ingresos: Sus ingresos aumentarán porque tendrá más personas que ayuden al albergue.

