

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

CARE INTERNATIONAL HONDURAS

SUSTENTADO POR:

CARMEN JOSELINA ESPAÑA LARA

21711163

ASESOR DE PRACTICA:

LIC. CLAUDETTE CUBERO

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

RELACIONES INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, CA.

MAYO, 2021

INDICE

| | |
|--|-----|
| INDICE..... | i |
| DEDICATORIA..... | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | v |
| INTRODUCCIÓN..... | vi |
| 1 CAPITULO I..... | 1 |
| 1.1 Objetivos de la Practica Profesional..... | 1 |
| 1.1.1 Objetivo General | 1 |
| 1.1.2 Objetivos Específicos | 1 |
| 1.2 Datos Generales de la Organización Internacional | 2 |
| 1.2.1 Reseña Histórica..... | 2 |
| 1.2.2 Misión..... | 4 |
| 1.2.3 Visión | 4 |
| 1.2.4 Valores..... | 4 |
| 1.2.5 Integridad:..... | 4 |
| 1.2.6 Diversidad:..... | 5 |
| 1.2.7 Igualdad: | 5 |
| 1.2.8 Excelencia:..... | 6 |
| 1.2.9 Organigrama | 7 |
| 2 CAPITULO II..... | 8 |
| 2.1.1 Descripción del cargo | 8 |
| 2.2 Actividades realizadas en la empresa | 8 |
| 2.2.1 Actividad No. 1: Gestión de redes sociales | 8 |
| 2.2.2 Actividad No. 2: Construcción de plan semanal de contenidos..... | 9 |
| 2.2.3 Actividad No. 3: Generación de tráfico en página web..... | 9 |
| 2.2.4 Actividad No. 4: Creación de contenido para redes sociales y página web | 10 |
| 2.2.5 Actividad No. 5: Desarrollo de reportes de medición | 10 |
| 3 CAPITULO III..... | 12 |
| 3.1 Propuestas de Mejora | 12 |
| 3.1.1 Primera propuesta: Software para la gestión del teletrabajo | 12 |
| 3.1.2 Problema identificado..... | 12 |
| 3.1.3 Descripción de la propuesta..... | 12 |
| 3.1.4 Estudios que respaldan la propuesta..... | 12 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.1.5 | Retorno de la inversión..... | 13 |
| 3.1.6 | Segunda propuesta: Modelo de gestión de redes sociales | 13 |
| 3.1.7 | Problema identificado..... | 13 |
| 3.1.8 | Descripción de la propuesta..... | 13 |
| 3.1.9 | Estudios que respaldan la propuesta..... | 13 |
| 3.1.10 | Retorno de la inversión..... | 14 |
| 4 | CAPITULO IV | 15 |
| 4.1 | Conclusiones | 15 |
| 4.2 | Recomendaciones..... | 16 |
| 4.2.1 | Recomendaciones para la organización..... | 16 |
| 4.2.2 | Recomendaciones para la institución | 16 |
| 4.2.3 | Recomendaciones a colegas..... | 16 |
| | ANEXOS | 17 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 20 |

DEDICATORIA

A mi abuela, Esperanza Dubón, quien en vida me enseñó el valor del amor, la entrega, el servicio y sobre todo me demostró el significado del esfuerzo que conlleva lograr las cosas que se anhelan con el corazón. Desde el cielo confió que me sigue iluminando para alcanzar todas mis metas.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores académicos, quienes se han esforzado por ayudarme a estar en el punto de mi vida profesional donde me encuentro, gracias a su dedicación y conocimiento transmitido pude culminar este proyecto.

A mis padres, por darme la mejor herencia; mis estudios, por apoyarme y acompañarme a lo largo de este camino. Gracias por formarme con reglas, libertades y por instruirme a no darme por vencida hasta no alcanzar la meta.

A Dios, por ser mi fiel acompañante y amigo, en quien me refugio en momentos de tormento y felicidad, a él por llenarme de fortaleza, bondad y gracia para dar lo mejor de mí.

RESUMEN EJECUTIVO

CARE Internacional es una confederación global conformada por 14 organizaciones miembros que trabajan juntas para erradicar la pobreza y la injusticia social.

En 2020, CARE y sus socios trabajaron en 104 países alrededor del mundo impactando directamente alrededor de 90 millones de personas (74% mujeres) a través de 1,300 proyectos de desarrollo y acción humanitaria. CARE también llegó a 340 millones de personas indirectamente a través de su trabajo de incidencia, replica de programas exitosos y escalamiento de soluciones innovadoras. (CARE, 2021)

CARE comenzó a trabajar en Honduras en el año 1954. Durante más de 60 años de presencia, el nivel de inversión ha sido de aproximadamente US \$ 7 millones por año y ha llegado a beneficiar directamente a más de 1,2 millones de personas.

En su papel como agente de desarrollo en el país, tanto a nivel comunitario, local nacional y regional, ha sido objeto de transformaciones organizacionales a fin de mantener una evolución consistente a los cambios y necesidades de las sociedades, pasando de modelos de desarrollo tradicionales y relaciones experto-beneficiarios o asistencia a relaciones de colaboración a todo nivel. Para lograr un impacto significativo en la erradicación de la pobreza y la injusticia social.

CARE trabaja en 4 regiones del país, 9 departamentos y 52 municipios con diversos proyectos para el desarrollo de la región.

INTRODUCCIÓN

Por medio del presente informe de practica profesional se detalla información sobre la organización CARE Internacional con sede en Honduras, ubicada en el 6to piso, Mall El Dorado, Boulevard Morazán, Tegucigalpa.

Además, se detalla el cargo desempeñado como Community Manager que consiste en implementar estrategias comunicacionales digitales bajo los lineamientos del Brand de CARE Global en coordinación con la **Unidad Calidad, Marca y Recursos**. Asimismo, la gestión de las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) en la generación, dinamización de contenidos, el monitoreo de resultados y alcances.

En los capítulos se encontrarán los objetivos de la Practica Profesional, datos generales de la organización y las funciones realizadas por el practicante, de igual forma se presenta una propuesta de mejora que pueda contribuir al desarrollo y mejoramiento de los procesos dentro de la organización.

1 CAPITULO I

1.1 Objetivos de la Practica Profesional

1.1.1 Objetivo General

- Desarrollar competencias profesionales adecuadas para alcanzar un buen desempeño laboral en base a la aplicación de conocimientos y habilidades adquiridas en la carrera de Relaciones Internacionales.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar las actividades dadas conforme a las exigencias de la organización.
- Identificar propuestas de mejora como parte del proceso laboral.
- Exponer propuestas de mejora que contribuyan al fortalecimiento y crecimiento de los procesos dentro del área asignada en la organización.

1.2 Datos Generales de la Organización Internacional

1.2.1 Reseña Histórica

CARE (Cooperative for Assistance and Relief Everywhere) por sus siglas en inglés, es una agencia humanitaria no religiosa y no gubernamental que brinda ayuda de emergencia y proyectos a largo plazo en materia de desarrollo internacional a diferentes estados. Con sede en Ginebra, Suiza.

Fue fundada en 1945 y es considerada una de las organizaciones de ayuda humanitaria mas grandes enfocada en combatir la pobreza mundial. Las primeras acciones de CARE consistían en la entrega de cajas de ayuda. El primer paquete CARE llegó a Le Havre, Francia, en mayo de 1946, la primera de una ola de respuestas a millones de personas que necesitaban alimentos y suministros de socorro al final de la Segunda Guerra Mundial. (CARE, 2021)

Conocida entonces como la Cooperativa de Remesas Estadounidenses a Europa, estaba formada por 22 organizaciones benéficas estadounidenses de origen cívico, religioso, cooperativo y laboral. CARE tomó posesión de 2.8 millones de paquetes excedentes del ejército de EE. UU. En 1946, cada uno de los cuales contenía alimentos suficientes para alimentar a diez personas durante un día, o una persona durante diez días. Los paquetes contenían productos básicos como mantequilla, leche en polvo, carne enlatada y, a veces, incluso chocolate y chicle.

Con Europa en el camino de la recuperación, CARE se vio cada vez más involucrada en Asia, primero en Japón y luego en Filipinas, Corea, India y Pakistán. A principios de la década de 1950, se habían establecido operaciones en varios países de América Latina, seguidos de África a principios de la década de 1960. (CARE, 2021)

CARE en dicho momento también comenzó a brindar servicios médicos y suministros a personas en áreas devastadas por la guerra. En la mayoría de los lugares del mundo donde se necesitaba ayuda humana, CARE tenía trabajadores sobre el terreno. En reconocimiento a su oferta de servicios ampliada y alcance geográfico, CARE cambió su nombre en 1953 a Cooperative for American Relief Everywhere. (CARE, 2021)

A lo largo de las décadas de 1960 y 1970, CARE expandió sus ofertas más allá del alivio inmediato y a corto plazo a más asistencia a largo plazo en forma de recuperación y rehabilitación. Con el Cuerpo de Paz establecido en 1961, CARE comenzó a capacitar voluntarios y a ayudar a administrar los primeros proyectos del Cuerpo de Paz. Si bien CARE continuó respondiendo con la distribución de alimentos después de desastres y emergencias,

también inició proyectos innovadores para ayudar a las comunidades a mantenerse a sí mismas. (CARE, 2021)

A principios de la década de 1980, los programas de desarrollo a largo plazo de CARE comenzaron a centrarse cada vez más en formas de mejorar la condición de la mujer y fomentar su mayor participación. Dichos programas incluían actividades especiales generadoras de ingresos como la cría de aves de corral, el cultivo de gusanos de seda y el hilado de seda, el descascarillado de arroz y la fabricación de esterillas. Desde la guerra civil en Ruanda hasta la Guerra del Golfo Pérsico, CARE estuvo presente brindando un alivio muy necesario en entornos operativos cada vez más peligrosos. (CARE, 2021)

En 1993, en un esfuerzo por reflejar el alcance más amplio de sus programas y su impacto, CARE cambió el significado de su acrónimo a "Cooperativa para la asistencia y el alivio en todas partes". (CARE, 2021)

En la primera parte del nuevo milenio, CARE aplicó sus capacidades probadas en el socorro de emergencia y la recuperación a una serie de crisis importantes, incluido el tsunami asiático, los terremotos en Pakistán e Indonesia y el desplazamiento de más de 2,5 millones de personas en la región de Darfur, Sudán, devastada por la guerra. Durante este tiempo, CARE consolidó su posición como líder en áreas tales como agricultura, educación para las niñas, salud y bienestar comunitario, actividad empresarial a pequeña escala como ahorros y préstamos en las aldeas, mejora del saneamiento e higiene del agua, el empoderamiento y el desarrollo son fundamentales para todos estos enfoques para derrotar la pobreza. (CARE, 2021)

Los esfuerzos de CARE sobre la pobreza han aumentado a lo largo de décadas de experiencia, lo que ha ayudado a abordar las causas fundamentales de la pobreza, que incluyen la ausencia de derechos, oportunidades y activos, todo debido en gran parte a la exclusión social, la marginación y la discriminación. (CARE, 2021)

1.2.2 Misión

La misión de CARE es trabajar alrededor del mundo para salvar vidas, derrotar a la pobreza y lograr justicia social.

1.2.3 Visión

Buscamos un mundo de esperanza, tolerancia y justicia social, donde la pobreza ha sido superada y todas las personas. viven con dignidad y seguridad.

1.2.4 Valores

Transformación:

- Creemos en las acciones urgentes, en la innovación y en la necesidad de transformación en el mundo y en nuestra organización.
- Trabajamos mano a mano con las comunidades para hacer cumplir sus derechos, responsabilidades y aspiraciones.
- Proporcionamos resultados que cambian la vida de las personas y que son medibles utilizando enfoques innovadores y duraderos.
- Nos esforzamos para mejorar constantemente, aprendemos de los errores y aceptamos el cambio.
- Abogamos activamente con los actores para abordar de manera integral las causas subyacentes de la pobreza.

1.2.5 Integridad:

- Somos responsables ante las personas y socios a quienes humildemente servimos, compartiendo transparentemente nuestros resultados, historias y lecciones.
- Demostramos nuestro compromiso inquebrantable con las personas mediante el ejemplo de un sólido carácter moral y manifestación de confianza.
- Somos responsables de obrar transparentemente con nosotros mismos, donantes, socios y a las personas que servimos.
- Cumplimos con las leyes y regulaciones aplicables, así como con las políticas y procedimientos de CARE.

- Somos administradores responsables de los fondos que se nos confían y nos esforzamos por eliminar gastos innecesarios.
- No nos involucramos ni toleramos el fraude, la deshonestidad, el robo, la corrupción, el nepotismo o el soborno.
- Evitamos el conflicto de interés e informamos de cualquier situación que pudiera ser percibida como tal.

1.2.6 Diversidad:

- Sabemos que al aceptar las diferencias mediante la inclusión activa de una variedad de voces y trabajando juntos, podemos resolver los problemas más complejos del mundo.
- Alentamos la diversidad en el ambiente laboral donde todas las personas puedan ser exitosas y prosperar.
- Reconocemos que la fortaleza de CARE se deriva del compromiso, dedicación y experiencia de nuestros empleados y socios.
- Escuchamos y valoramos las opiniones de los demás.
- Creemos que al adoptar la diversidad podemos resolver los problemas más complejos del mundo.

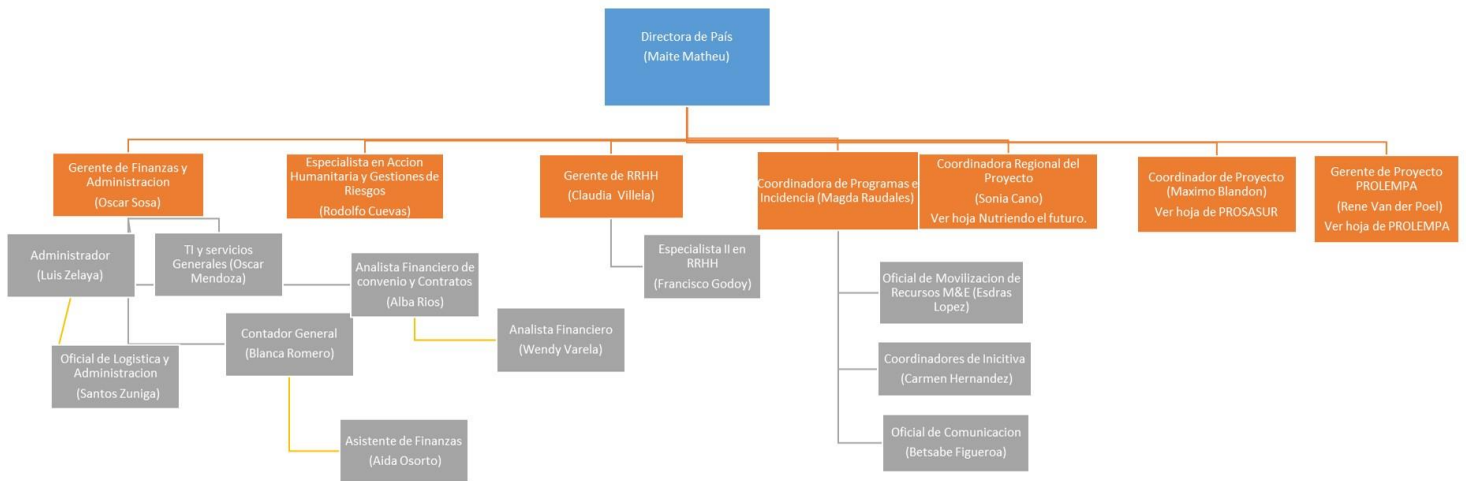
1.2.7 Igualdad:

- Creemos en el valor igualitario de cada ser humano y en la importancia de respetar y honrar a cada persona; sabemos que el cambio sucede a través de la gente
- Creemos en el valor igualitario, respeto y dignidad de cada ser humano.
- Nos esforzamos por eliminar cualquier forma de opresión, explotación, discriminación, acoso, represalia o intimidación.
- Rechazamos la explotación sexual y el abuso de cualquier forma, especialmente la de los niños y niñas.
- Estamos comprometidos en crear un ambiente laboral seguro y de colaboración.
- Promovemos la igualdad de género y luchamos por la dignidad y los derechos humanos de todas las personas.

1.2.8 Excelencia:

- Nos desafiamos a los niveles más altos de aprendizaje y desempeño, aprovechando lo mejor del espíritu humano para crear impacto.
- Valoramos la innovación, la pasión, compasión, determinación y perseverancia.
- Diseñamos programas efectivos, eficientes y que generen impacto.
- Descubrimos el potencial oculto de nuestro personal, fomentando el logro del crecimiento profesional y personal.
- Somos parte de la Confederación de CARE Internacional y nos adherimos al Código de CI, y a sus Códigos de Ética y Conducta.
- Nos adherimos a los principios humanitarios internacionales y a los diversos estándares mundiales que CARE sostiene.
- Protegemos la propiedad intelectual, la información confidencial, el equipo, la marca y la reputación de CARE.

1.2.9 Organigrama



Fuente: CARE HONDURAS

2 CAPITULO II

2.1.1 Descripción del cargo

El cargo desempeñado como community manager consiste en gestionar, construir y administrar la comunidad online de la organización, se encarga de establecer un vinculo con el público con responsabilidades claves como ser el monitoreo, la administración, respuesta, difusión y análisis de contenidos para poder alcanzar los objetivos planteados por el área de comunicación de la organización.

2.2 Actividades realizadas en la empresa

2.2.1 Actividad No. 1: Gestión de redes sociales

La gestión de redes sociales consiste en el proceso de analizar las audiencias de Facebook, Instagram y Twitter para desarrollar estrategias que se adapten a ellas, creando y distribuyendo contenido para los perfiles, se realizan monitores a conversaciones en línea, colaboraciones con personas influyentes y demás organizaciones, brindando servicio comunitario para lograr un mejor alcance, además de medir e informar sobre el rendimiento de medios y ROI (Retorno de la inversión) ante publicaciones pagadas. Se desarrolla de la siguiente manera:

1. Responder y reaccionar a los comentarios realizados en publicaciones
2. Revisar diario el desarrollo y conteo de seguidores
3. Distribuir material para publicar a organizaciones afiliadas
4. Gestionar el presupuesto a invertir en las publicaciones de Instagram y Facebook

Como practicante la función realizada se desarrolla al mantener el control de los puntos mencionados anteriormente respecto a las publicaciones, que en su mayoría tocan temas relevantes como ser el desarrollo agrícola de la mujer, campañas de prevención de COVID-19 y maltrato de la mujer, de igual forma repostear actividades realizadas por otras organizaciones afiliadas y compartir información relevante de otras organizaciones que le pueda interesar al público de CARE.

2.2.2 Actividad No. 2: Construcción de plan semanal de contenidos

Un plan semanal de redes sociales es una descripción general de próximas publicaciones. Se puede organizar en forma de hoja de cálculo, calendario de Google o panel interactivo. Consiste en:

1. La fecha y hora exactas en que se publicará la publicación.
2. La red social y la cuenta donde se publicará la publicación.
3. La copia de la publicación y los elementos creativos (es decir, fotos o videos).
4. Enlaces y etiquetas que se incluirán en la publicación.
5. Cualquier información adicional relevante.

El plan semanal realizado como community manager es utilizado para la campaña #LONORMALES y fue creado en una hoja de Excel con el fin de tener un control y orden para lograr que la campaña sea exitosa.

2.2.3 Actividad No. 3: Generación de tráfico en página web

El tráfico del sitio web es la medición de la información que se transmite y recibe de los visitantes de un sitio. Considerando que, el tráfico de Internet es la transmisión de datos a través de Internet. El tráfico es importante porque permite examinar qué áreas del sitio web están atrayendo visitantes y pueden conducir a clientes potenciales o colaboradores importantes para la organización. Comprender el tráfico de la página web es parte del éxito empresarial debido a la capacidad que implica evaluar estadísticamente el tráfico permitiendo ver la popularidad del sitio web. Se realiza de la siguiente manera:

1. Crear listas de correo electrónico y de audiencias basadas en los intereses de los visitantes
2. Crear embudos optimizados para conversión para fomentar más puntos de contacto para mantener al visitante encaminado hacia la estadía en el sitio web
3. Desarrollo de una estructura de contenido sólida y cohesiva que lleve a la facilidad de navegación desde las publicaciones informativas hasta la venta o el contacto.

Para lograr el correcto funcionamiento del tráfico web la función desempeñada se basa en la anotación de los correos electrónicos e información pertinente dada por los usuarios en un documento Word, seguidamente se desglosa y se pasa a la jefatura.

2.2.4 Actividad No. 4: Creación de contenido para redes sociales y página web

La creación de postales para redes sociales se hace por medio de la plataforma Canva. Canva es una de las herramientas para crear contenidos digitales más empleadas. Su sistema permite crear todo tipo de imágenes. Se pueden crear imágenes del estilo de presentaciones o infografías. Canva también ofrece la posibilidad de crear imágenes del tamaño adecuado al que se emplean en redes sociales como Twitter o Instagram. Esta herramienta ofrece una amplia gama de productos, imágenes y elementos que se pueden emplear en el diseño y confección. El proceso de creación se desarrolla de la siguiente manera:

1. Escoger la paleta de colores a utilizar acorde a la marca
2. Agregar la información propuesta dentro de la postal, gif o infografía
3. Colocar el logo la parte inferior o superior de la postal
4. Agregar imagen o elementos llamativos
5. Guardar las postales en formato png o video de alta calidad
6. Pasar a jefatura de comunicación para revisión

Las postales realizadas han sido en base a temas de COVID-19 y como CARE ha puesto empeño en ayudar a aquellos que sufrieron consecuencias con la pandemia, de igual forma como community manager se han realizado captions para publicaciones de actividades de campo que CARE como organización ha realizado a nivel nacional, se realizan en Word y posteriormente, así como las postales se envían a jefatura para revisión y posteriormente se publican.

2.2.5 Actividad No. 5: Desarrollo de reportes de medición

Un reporte de medición de redes sociales ofrece un medio para extraer valor de los datos basados en varias redes (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.) y métricas (seguimientos, me gusta, alcance, crecimiento, conciencia, post-desempeño, compromisos, etc.) sobre varios marcos de tiempo. El desarrollo de estos reportes de medición cubre una amplia gama de plataformas, planes, campañas, contenido e iniciativas estratégicas y su análisis es clave para tomar decisiones inteligentes que agilicen los esfuerzos para alcanzar las metas planteadas. Los reportes se realizan en un documento en Word y contienen los siguientes puntos:

1. Programación basada en los resultados
2. Segmentación personalizada
3. Seguimiento y medición del rendimiento
4. Identificación de tendencias y nuevas oportunidades

5. Identificación de efectos por mes
6. Resumen de las herramientas de informe de Facebook

Como practicante el desarrollo de esta actividad consiste en recopilar la información mencionada en los puntos anteriores, en su mayoría de la plataforma de Facebook, que es donde existe mayor tráfico e interacción, se desarrolla un resumen de los efectos, los usuarios y se analizan las métricas de publicidad y alcance para poder tener un mejor control al momento de publicar.

3 CAPITULO III

3.1 Propuestas de Mejora

3.1.1 Primera propuesta: Software para la gestión del teletrabajo

3.1.2 Problema identificado

Existe una deficiencia en el sistema aplicado para el teletrabajo, no hay buena comunicación entre los socios y la organización por lo que desarrollar proyectos y mantener control de estos se dificulta considerablemente. El flujo de la comunicación se ve afectado porque no existe un orden en la gestión de las reuniones y el seguimiento que se le debe dar a los socios.

3.1.3 Descripción de la propuesta

Un software para la gestión del teletrabajo consiste en un programa que permitirá a la organización desarrollar su planificación de recursos empresariales ERP (Enterprise Resource Planning) por sus siglas en inglés; de esta forma para poder ejecutar y desarrollar las actividades dentro del teletrabajo de manera organizada y eficaz, donde se tendrá control y comunicación tanto interna como externa de manera continua.

El software EVENTTIA, está diseñado específicamente para que exista un mayor orden al momento de comunicarse, el software permite planear, ejecutar y evaluar la gestión de las actividades, además de permitir el almacenamiento y organización de información y base de datos de manera ágil.

3.1.4 Estudios que respaldan la propuesta

Los especialistas en capacitación en teletrabajo expresan que el segmento de habilidades gerenciales debe cubrir la comunicación, la formación de equipos virtuales y la gestión basada en el rendimiento el teletrabajo combinado con el trabajo de oficina de un teletrabajador poco frecuente, esto permite que existan conexiones cara a cara y tiempo para trabajar desde casa. Además, para aquellos que están demasiado distante geográficamente de la oficina es beneficioso.

La implementación de estos softwares permite a las empresas/organizaciones facilitar la toma de decisiones, gestionar los recursos y automatizar procesos e información clave para el desarrollo.

3.1.5 Retorno de la inversión

El costo estimado del software es de 100 dólares mensuales (L.2,500).

El retorno de la inversión se vería reflejado en la mejora del rendimiento, la gestión del tiempo y de procesos. El enfoque gracias al software permitirá a los empleados/socios concentrarse en el entorno laboral debido a la construcción sólida de infraestructura comunicacional, llevando de esta forma a la disminución del costo de los servicios a largo plazo ya que las campañas se volverán más efectivas, así mismo el flujo de la comunicación dentro de la organización.

3.1.6 Segunda propuesta: Modelo de gestión de redes sociales

3.1.7 Problema identificado

La organización posee redes sociales pero rara vez se comparte contenido fuera de campañas lo que impide el crecimiento y el reconocimiento de la organización a nivel mediático, la gestión de publicación es muy tardada y no se logra publicar al momento que están sucediendo los proyectos.

3.1.8 Descripción de la propuesta

Un modelo de gestión para redes sociales es utilizado para que las organizaciones/empresas mejoren el desempeño de sus actividades con un plan estratégico que permita identificar las debilidades y fortalezas para que esta crezca a nivel del mercado en línea.

3.1.9 Estudios que respaldan la propuesta

Entre los factores externos que facilitan la implementación de esta iniciativa resaltan: el crecimiento acelerado de usuarios con acceso a internet, por ende, existe un gran número de usuarios en redes sociales, siendo este un medio de comunicación más económico, bidireccional

y efectivo, lo cual obliga a las empresas a reorientar sus estrategias de comunicación y de marketing para no perder presencia y participación de mercado. Como consecuencia, el índice de crecimiento promedio de la inversión nacional en publicidad en medios digitales se ha incrementado ampliamente, en comparación con el índice de crecimiento en los medios tradicionales de comunicación.

3.1.10 Retorno de la inversión

El costo estimado es de 180 dólares (L. 4,500) como inversión trimestral para el modelo de la gestión donde se desarrollaría un plan para el desarrollo y crecimiento de la organización en base a las necesidades de esta.

El retorno de la inversión se vería reflejado en el posicionamiento de la organización dentro de las plataformas digitales, los usuarios y socios encontrarían la marca en los primeros resultados de búsquedas relacionadas con organizaciones de ayuda humanitaria en Honduras, existiría un ahorro significativo en la inversión de la publicidad ya que un modelo de gestión ayudaría a organizar las estrategias de marketing y por ende un ahorrar en la promoción de los servicios.

4 CAPITULO IV

4.1 Conclusiones

La práctica profesional realizada en CARE Internacional Honduras, específicamente en la unidad de Calidad, Marca y Recursos aportó enormemente a la comprensión de los procesos en la gestión del desarrollo de redes sociales. El crecimiento de la comunidad digital es una tarea esencial para lograr obtener resultados significativos en el reconocimiento de la laboral que realiza por CARE en Honduras

Se pudo identificar propuestas que aportaran al mejor funcionamiento de la organización con la implementación de herramientas diseñadas para posicionarse y tener mayor participación en el plano digital.

Al ser CARE una organización de ayuda humanitaria reconocida a nivel mundial permitió crear en mi un anhelo por aportar al desarrollo de la población en mi país, específicamente el de mujeres y niños en situación de riesgo, como punto importante final a destacar es; el hecho de formar parte de proyectos y campañas realizadas por la organización permitió ver la teoría explicada dentro de la formación académica ya aplicada en el campo laboral.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la organización

A CARE Internacional Honduras se le recomienda gestionar y realizar evaluaciones periódicas en base a parámetros internacionales establecidos por la sede organizacional para lograr la identificación de oportunidades de mejora que permitan el correcto funcionamiento y desarrollo de la organización en Honduras.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

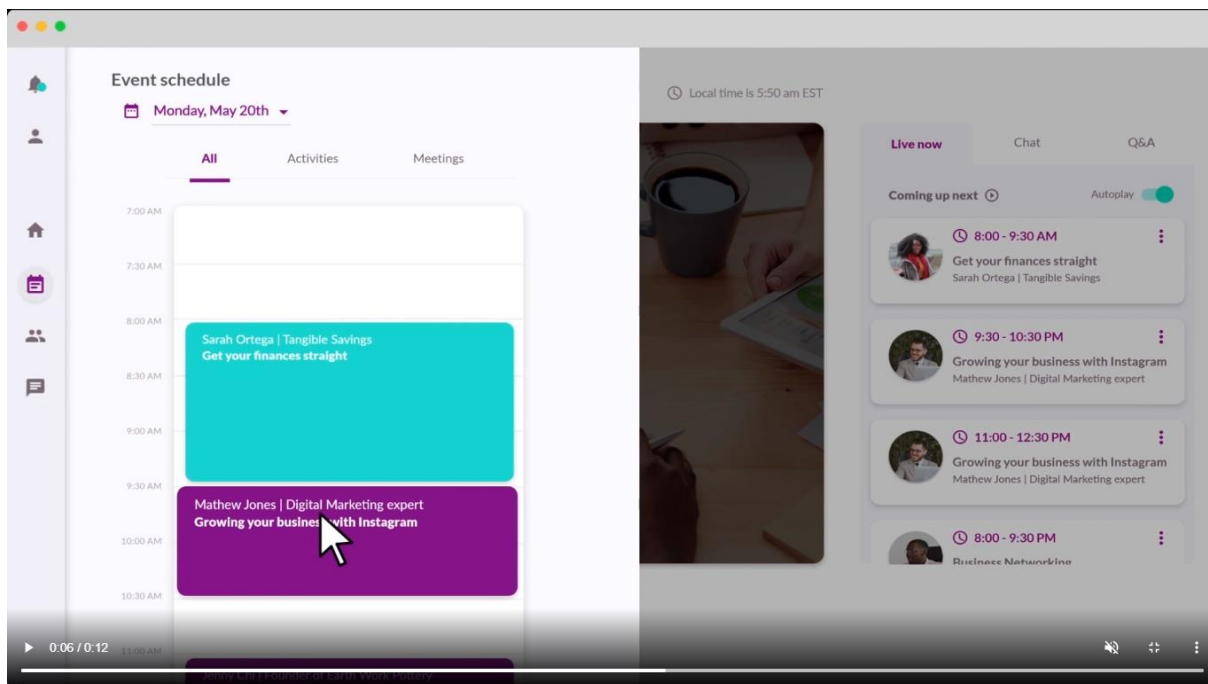
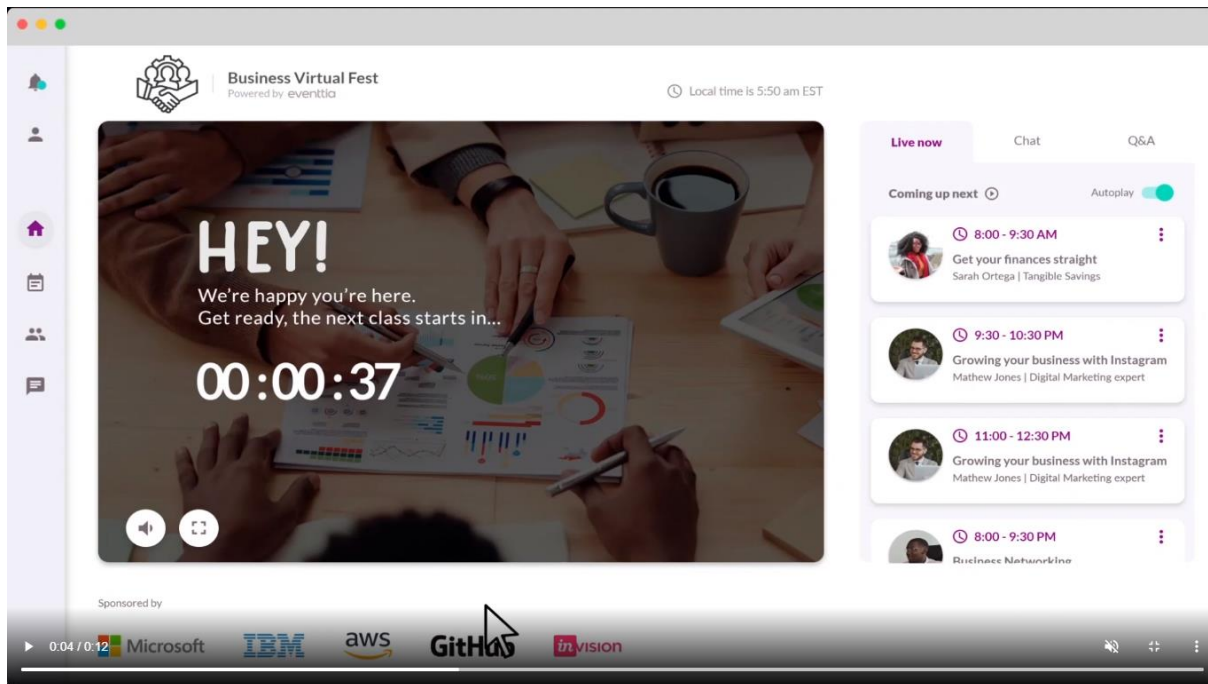
A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) se le recomienda reforzar el sistema de ayuda que permite al estudiante próximo a graduarse buscar un lugar para la realización de la practica profesional, lo ideal seria contar con herramientas que puedan ofrecer al estudiante una practica profesional asegurada en base al área de estudio desarrollada en el proceso de formación académica.

4.2.3 Recomendaciones a colegas

A mis colegas les recomiendo aprovechar al máximo el conocimiento bridado por los catedráticos desde el día uno, especialmente aquellos que proporcionan actividades prácticas, ya que esto les permitirá tener una noción significativa de lo que se enfrentaran mas adelante como futuros profesionales.

ANEXOS



Software EVENTTIA



Actividad No. 2: Construcción de plan semanal de contenidos

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oLi21EDAC7ACbpNBKkUikWuTewrXPAO/edit#gid=854362086

ROADMAP #LONORMALES


| FECHA | HORARIO FACEBOOK | HORARIO TWITTER | IMAGEN A PUBLICAR | CONCEPTO-TEMA (MENSAJE CLAVE) | INFO (CALL TO ACTION) | COPY P |
|----------------------------|------------------|-----------------|--|--|---|---|
| lunes, 24 de mayo de 2021 | 11:00:00 a. m. | 09:00:00 a. m. |  | Frente al Covid #LO NORMALES cuidar nuestra salud y la de los demás. | Si necesitas ayuda o información, llama sin costo al 911. | Una persona que es diagnosticada con #COVID-19 sus síntomas son leves. La persona enferma y un familiar deben seguir el protocolo de las buenas prácticas en el manejo de la enfermedad. El objetivo debe ser la curación y recuperación de la comunidad. Frente al Covid #LO NORMAL ES cuidar nuestra salud y la de los demás. |
| martes, 25 de mayo de 2021 | 06:00:00 p. m. | 11:00:00 a. m. |  | Frente al Covid #LO NORMALES protegemos en comunidad | Si necesitas ayuda o información, llama al 911. Llamada sin costo desde tu celular. | ¿Cómo puedo protegerme y evitar la propagación? 1. Reduzca el hacinamiento asignando asientos. 2. Elija espacios al aire libre en lugar de interiores ventilados. 3. Asegurarse que todos y todas cuentan con manos, desinfectante de manos o agua y jabón, y mascarillas. 4. Use una mascarilla en todo momento, asegúrese de que cubra su nariz y boca. |

Actividad No. 4: Creación de contenido para redes sociales y página web

https://docs.google.com/document/d/1QhsMzBdfj2-sKQz2n5Y4Vb1cVzqy3VWa/edit

CARE ARG

ANÁLISIS RÁPIDO DE GÉNERO EN HONDURAS (Colores: Naranja, Azul, Amarillo)



Un panorama ante COVID-19 y Etalota

(Post tentativos: Infografías, Fotografías con texto)

1.- Post: Un 64.7 % de la población vive en condición de pobreza, 41.7 % en pobreza extrema, 38.5 % viven en hogares con ingreso per cápita de un dólar o menos por día y un 8.3 % hogares se categorizan como pobres estructurales.

Considerando el total de hogares un 59.3 % viven en condiciones de pobreza y 36.7 % en extrema pobreza. La mayoría de los pobres viven en el área rural (68.2 %)

Contexto: La población hondureña, diversa y esencialmente femenina, cohabita en un país que ha sido catalogado como uno de los países del área latinoamericana con mayor desigualdad en cuanto al desarrollo humano, condición que afecta especialmente a las mujeres y niñas, a la población viviendo en situación de pobreza, a las comunidades indígenas y rurales, y a la población que está expuesta a alguna condición de vulnerabilidad ya sea física, psicológica, social, ambiental, económica o estructural.

Actividad No. 3: Generación de tráfico en página web

María Alexi Arriaga Mateo / Juan Lara
 La Vueltoosa, Santa Bárbara

"Si presentas síntomas, no esperes a que la enfermedad avance, busca atención médica inmediata"

FRENTE AL COVID-19
#LONORMALES
SEGUIR LAS INSTRUCCIONES DEL PERSONAL DE SALUD

Si te sientes mal, acude al centro de salud más cercano, al guardián de salud de tu comunidad o llama al **911**

Canada, SeedChange, care, AINCA, FIPAH, PROLEMPA

CARE Internacional en Honduras
 Publicado por Carmen Lara @ ·
 24 de junio a las 11:04 ·

Frente al COVID #LoNormalEs buscar ayuda de inmediato si te sientes mal.

Si experimentas los primeros síntomas por #COVID2019 consulta de inmediato al personal de salud y sigue sus instrucciones para evitar lesiones pulmonares irreversibles que pueden causar la muerte.

Los síntomas comunes son:

- Fiebre
- Tos seca
- Fatiga
- Pérdida de sabor u olor... Ver más

Editar

14 3 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Comenta como CARE ...

BIBLIOGRAFÍA

CARE (2021). *CARE - Honduras*. <http://care.org.hn/care-qs/>