

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

WORLD VISION HONDURAS

SUSTENTADO POR:

ALEJANDRO JOSÉ MEDINA HENRY

11341312

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA M.D.C HONDURAS, C.A

OCTUBRE, 2020

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020
ALEJANDRO JOSÉ MEDINA HENRY

Todos los derechos son reservados.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a la empresa World Vision Honduras, por haberme abierto las puertas para poder realizar mi práctica profesional, y así aplicar los conocimientos adquiridos durante estos más de cuatro años de carrera. Agradezco de la misma manera la confianza puesta en mí para desempeñar como diseñador gráfico aún con poca experiencia laboral.

Agradezco a mi jefe inmediato, Ruth Juárez por haberme asignado cargos dentro de la empresa, y agradezco al equipo de comunicación que desde el primer día se presentó muy amable, ayudándome en todo momento con cada una de las cosas que no eran claras a su totalidad. Este equipo se conformó por Fernando Soto, Catherine Turcios, Katherine Bustamante y Rafael Zaldivar. Gracias World Vision.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
CAPÍTULO I: GENERALIDADES.....	xi
1.1 Objetivos de la Práctica Profesional.....	xi
1.1.1 Objetivo general	xi
1.1.2 Objetivos específicos.....	xi
1.2 Datos generales de la empresa.....	xii
1.2.1 Perfil de la Empresa.....	xii
1.2.2 Reseña histórica World Vision Honduras	xii
1.2.3 Fundador	xiii
1.2.4 Visión.....	xiii
1.2.5 Misión.....	xiii
1.2.6 Principios	xiii
1.2.7 Organigrama	xiv
1.2.8 Proyectos destacados de la organización.....	xiv
1.3 Descripción del Puesto	xv
CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL ..	xvi
2.1 Gestión de redes sociales.....	xvi

2.2 Campañas publicitarias.....	xvii
2.2.1 Campaña junto con Supermercados La Colonia.....	xvii
2.3 Diseño editorial a través de un libro infantil	xviii
2.4 Gestión, revisión, solicitud y calendarización de actividades	xix
2.5 Traducción de video e interpretación cultural	xix
2.6 Contenido para redes sociales.....	xx
2.7 Diseño de textiles.....	xxi
CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA	xxii
3.1 Nombre del proyecto	xxii
3.2 Tipo de proyecto.....	xxii
3.3. Objetivos.....	xxii
3.1.1 Objetivos generales.....	xxii
3.1.2 Objetivos específicos.....	xxii
3.4 Descripción.....	xxiii
3.5 Justificación	xxiv
3.6 Beneficiarios.....	xxv
3.7 Estrategia metodológica	xxvi
3.8 Cronograma	xxvii
3.9 Recursos.....	xxviii
3.9.1 Viáticos.....	xxviii

3.9.2 Logística hotelera	xxviii
3.9.3 Presupuesto	xxix
3.9.4 Indicadores de evaluación de proyecto.....	xxx
3.9.5 Propuesta de mejora hacia UNITEC y CEUTEC	xxxii
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	xxxii
4.1 Conclusiones.....	xxxii
4.2 Recomendaciones	xxxii
4.3 Bibliografía.....	xxxiii
5.1 Anexos	xxxv
Anexo 5.1.1 Plataforma de Facebook Business	xxxv
Anexo 5.1.2 Plataforma de Instagram Business	xxxvi
Anexo 5.3 Revista PDF para niños de la zona Occidental	xlii
Anexo 5.4 Plataforma de ClickUp.....	xlvi
Anexo 5.4.1 Plataforma de OneDrive	xlvi
Anexo 5.5 Traducción y subtitulación de video	xlvi
Anexo 5.6 Contenido para redes sociales	xlix
Anexo 5.6.1 Día de la bandera	xlix
Anexo 5.6.3 Día de la solidaridad	l
Anexo 5.6.4 Campaña junto con Supermercados la Colonia	li
Anexo 5.6.5 Landing Page Supermercados La Colonia.....	liv

Anexo 5.6.6 Diploma para voluntarios WVlv

Anexo 5.7 Textiles.....lvi

RESUMEN EJECUTIVO

Durante la práctica profesional se permite al estudiante ejercer cada una de las cosas aprendidas durante los años de estudio. Es importante saber que nunca se deja de aprender y tampoco de aplicar lo aprendido durante la vida, pero cada reto que se presenta nos hace recordar rápidamente mucho de lo que se ha aprendido y ver de qué forma aplicarlo a la vida real.

Durante esta práctica profesional se ha permitido al alumno Alejandro José Medina Henry experimentar lo que significa el teletrabajo, debido a la pandemia COVID 19. Éste ha sido un tiempo para aplicar desde casa los conocimientos del diseño y conocer aún más el ámbito del Freelance, ya que el teletrabajo no es una modalidad tan desconocida para un diseñador dedicado al Freelance.

Durante esta práctica se inició en el área de comunicaciones de la empresa World Vision Honduras, con alrededor de 7 compañeros de trabajo. Uno de los retos de la empresa era innovar en el área de las comunicaciones de redes sociales. Al estudiante se le pidió trabajar en distintas líneas gráficas para poder definir campañas sociales de alto alcance, ya que éstas se aplican en países latinoamericanos como también en Honduras.

Se trabajó en la campaña Violencia Viral, con el objetivo de que las personas que sufren de violencia doméstica en casa durante pandemia puedan encontrar ayuda, debido a que ha aumentado considerablemente los reportes de este problema.

Cada nueva campaña es un reto, ya que el diseñador tiene el poder de hacer entendible el mensaje y al mismo tiempo alinearse a lo que la empresa quiere dar a entender y esperar que las personas lo entiendan a través de un gráfico. Ha sido un tiempo de gran aprendizaje el hecho de ver en el mundo real los trabajos del diseño.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1 Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1 Objetivo general

El objetivo general de esta práctica profesional es preparar al estudiante para enfrentarse al mundo real y laboral para poder poner en práctica lo aprendido.

1.1.2 Objetivos específicos

- Fortalecer los conocimientos del diseño editorial mediante la elaboración de boletines y libros.
- Reforzar los conocimientos de edición de imágenes a través de Photoshop para realizar campañas con mayor énfasis en lo humano.
- Desarrollar las destrezas de edición de audio mediante grabación de videos para promocionales de una campaña de oración.
- Fortalecer los conocimientos de la publicidad mediante campañas de conciencia social, entre ellas, Violencia Viral, realizada en agosto del presente año.

1.2 Datos generales de la empresa

1.2.1 Perfil de la Empresa

Nombre: World Vision Honduras

Gerente General: Jorge Galeano

Área donde labora el practicante: Diseño gráfico y comunicaciones

Jefe de área: Ruth Juárez

Empleados en el área: 8

1.2.2 Reseña histórica World Vision Honduras

Nuestro trabajo comenzó en la década de 1950, con un hombre que se comprometió a ayudar a un niño en un país, con tan solo \$5.

Ese hombre era Bob Pierce - un predicador y corresponsal de guerra, quien fue testigo de la tragedia y la pobreza mientras ayudaba a los misioneros a través de todo Asia. Comenzó a trabajar en China y Corea dedicado al cuidado de los niños y niñas huérfanos, y personalmente levantó fondos para ayudar, los que provenían casi que exclusivamente de las iglesias y la comunidad cristiana en los Estados Unidos. Nuestras raíces se encuentran en el levantamiento de fondos y nuestro actual trabajo ministerial incluye y se basa en nuestro levantamiento de fondos.

Desde esos humildes comienzos, World Vision ha crecido hasta convertirse en una organización global con un alcance aplastante: ayudándole a más de 40 millones de niños y niñas, y a sus familias, a través del personal y los proyectos en cerca de 100 países, levantando fondos en casi 30 países. Hoy en día, Corea del Sur es una de nuestras más grandes oficinas de levantamiento de fondos.

1.2.3 Fundador

Bob Pierce un predicador y corresponsal de guerra, quien fue testigo de la tragedia y la pobreza mientras ayudaba a los misioneros a través de todo Asia. Comenzó a trabajar en China y Corea dedicado al cuidado de los niños y niñas huérfanos, y personalmente levantó fondos para ayudar, los que provenían casi que exclusivamente de las iglesias y la comunidad cristiana en los Estados Unidos.

1.2.4 Visión

Nuestra Visión para cada niño y niña, vida en toda su plenitud; Nuestra oración para cada corazón, la voluntad para hacer esto posible.

1.2.5 Misión

World Vision es una confraternidad internacional de personas cristianas, cuya misión es seguir a nuestro Señor y Salvador Jesucristo al trabajar con los pobres y oprimidos, para promover la transformación humana, buscar la justicia y dar testimonio de las Buenas Nuevas del Reino de Dios.

1.2.6 Principios

Nuestro posicionamiento nos diferencia del resto del mundo. Nuestra personalidad permite que todos vean nuestro carácter nuestra propuesta habla de la transformación incluso nuestra marca tiene su propia historia.

1.2.7 Organigrama



Figura 1. Organigrama de World Vision, Alejandro Medina.

1.2.8 Proyectos destacados de la organización

En la actualidad cuenta con más de 390,000 beneficiarios directos e indirectos, trabajando en 635 comunidades y 12 departamentos, beneficiando a 71,000 niños mediante el patrocinio. Apoya actualmente 28 Programas de Desarrollo de Área (PDAs).

1.3 Descripción del Puesto

Alejandro José Medina Henry realizó su práctica profesional en el área de comunicaciones como diseñador gráfico y creador de contenido para campañas en redes sociales, encargándose así de la elaboración de material gráfico para lo que se solicitaba dentro de la empresa.

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL

2.1 Gestión de redes sociales

Entiéndase la gestión de redes como la administración, uso y publicación de información para el usuario o cliente, lo cual también permite crear una identidad en él. La empresa cuenta con redes sociales como Facebook, Youtube, Instagram, Twitter y LinkedIn, cada una de ellas tiene un formato que varía ya sea en las dimensiones de una imagen o en el copy de una publicación. Una de las actividades realizadas fue el uso de las redes sociales de la empresa, eso permitió al estudiante obtener un mayor conocimiento del área, ya que era de gran interés para él. Se le dio el cargo de moderador de página, mediante el cual tuvo la opción de responder comentarios de dos redes sociales y también gestionar nuevas respuestas, ya que la persona encargada anteriormente ya no estaba. Fue un reto poder realizar un libro de respuestas frecuentes, ya que una de las mayores solicitudes de la empresa es el de empleo y patrocinio de niños alrededor del país. Todo esto se realizó utilizando Facebook Business, lo cual permite también dar seguimiento a las estadísticas orgánicas de las páginas como también las pautas, ya que la empresa este mismo mes comenzó a destinar un presupuesto para pautas. (Ver anexo 1)

2.2 Campañas publicitarias

Una campaña publicitaria es una estrategia digital que permite promocionar un producto o servicio de manera creativa e impactante. Las campañas son parte constante de una empresa, ya que cada mes se pretende hacer promoción de algo, en cuanto a World Vision, se pretende crear conciencia con las campañas. Durante este tiempo, World Vision tenía la misión durante agosto, de promover una campaña de paz y reducir la violencia doméstica, que durante cuarentena incrementó en un gran porcentaje. Se le pidió al estudiante realizar una nueva línea gráfica para una campaña de todo un mes, lo que conllevó a un reto porque no es nada similar con lo que se había estado manejando durante muchos años. A través de reuniones y lluvia de ideas entregadas por el estudiante, se realizó toda la línea gráfica de la campaña que incluía información relevante, livestreams en Instagram, Facebook y carruseles. Toda esta actividad se realizó utilizando tres programas de diseño, en el caso de Lightroom y Photoshop para edición de imágenes, como corrección de color, recorte de imagen. En cuanto a ilustrador, se utilizó para realizar todos los artes de redes sociales y vectores cuando fue necesario.

2.2.1 Campaña junto con Supermercados La Colonia

Se realizó también una campaña que promovía el aprendizaje en casa, en asociación con Supermercados La Colonia. En este caso toda la campaña pretendía ser publicada tanto en las redes de World Vision como en las de La Colonia. Una de las razones por las cuales se realizó a través de Facebook es porque estaba dirigido a padres que buscaran de una ayuda para poder educar a sus hijos desde casa, en este caso, hay una mayoría de población que solo tiene acceso a los paquetes móviles más vendidos, como ser, aquellos que permiten

acceso a Whatsapp y Facebook ilimitado, estos paquetes se conocen como Superecargas y permiten utilizar las redes que menos datos consumen.

(Ver anexo 2)

2.3 Diseño editorial a través de un libro infantil

El diseño editorial es una parte del diseño que incluye la maquetación y realización de materiales gráficos como ser las revistas, periódicos, libros y otros. La empresa tiene distintas áreas de voluntariado y asistencia humanitaria. En este caso, desde la zona noroccidental de Honduras se solicitó un libro infantil que serviría para una comunidad de Copán, en la que se pretendía que los niños también fueran evaluados al finalizar de leer el libro. Se realizaron diversas reuniones vía Zoom con una de las gerentes regionales con el objetivo de comprender mejor lo que se solicitaba. Fue una reunión tanto de briefing como también de conocimiento de costos, ya que tenían un presupuesto y proveedor para los libros y no podían pasarse de lo establecido. Cabe destacar que el libro se solicitó con bastante texto, por lo tanto la empresa lo dirige a niños pero su formato no es el correcto, la idea de la empresa es que los padres también puedan leerlo con ellos y así contestar preguntas relacionadas con los temas cuando los maestros voluntarios lleguen a la zona de nuevo. La empresa solicitó que llevara esa cantidad de texto, por lo tanto, en cuanto a diseño, se salió de las manos del practicante poder desarrollar toda su creatividad y aparte determinar el grupo meta. El libro consta de 16 páginas, que incluyen la información como también el cuestionario a responder. El sustrato de impresión sería impresión láser sobre papel satinado. La empresa no tenía ningún libro de este tipo, por lo que no había algo en lo que podía basarse. Después de una

semana, se eligió la propuesta final del libro, que fue ya integrado dentro de una impresión mensual del mismo y que se convirtió en una serie. (Ver anexo 3)

2.4 Gestión, revisión, solicitud y calendarización de actividades

Gran parte de las empresas planifican su calendario para poder subir publicaciones diarias a redes sociales. Algunos utilizan plataformas como Asana para poder realizar esa calendarización y orden. En World Vision se utilizaba OneDrive y Excel para poder planificar el mes. A través de OneDrive se subía todo el contenido para revisión y en el documento Excel se colocaba el copy, la fecha de publicación y observación de cambios a cualquier contenido creado por el practicante. A mediados de la práctica se empezó a utilizar una plataforma llamada ClickUp, que nos permite a través de distintas etiquetas poder colocarle un estado a cada actividad, es decir, si necesitaba revisión se colocaba el estado en amarillo que dice “necesita revisión”, si estaba terminado salía el estado verde que marcaba dicha situación, y si estaba pendiente estaba en rojo esperando algún dato o fecha específica para el arte. De esa manera, se reemplazó Excel y todas las observaciones, horarios y fechas de publicación se colocaban en ClickUp. De esa manera también se le dio al practicante una agenda más clara de lo que debía realizar durante el día y durante todo el mes. (Ver anexo 4)

2.5 Traducción de video e interpretación cultural

World Vision es una organización mundial, lo que permite una entrada a diferentes culturas, idiomas y también religiones. En la empresa se realizan constantemente videos que se podrían denominar globales, lo que significa que necesitan una traducción ya sea de inglés a

español o viceversa. Durante la práctica en World Vision se le ha solicitado al practicante la traducción de alrededor de 4 videos. Se utilizaron programas como After Effects y Final Cut Pro para hacer la edición de video y agregado de subtítulos, además de la traducción de todo el video. La empresa siempre solicitaba también hacer un guión de cada video para así poder enviarlo a los países que necesitaban comprender el video. Dentro de estas traducciones también se desarrolló la interpretación cultural, ya que se estaba adaptando al español que se habla en las regiones como Honduras.

(Ver anexo 5)

2.6 Contenido para redes sociales

Las redes sociales son necesarias para cualquier negocio hoy en día, hay un dicho popular que dice que quien no está hoy en redes sociales, no existe. World Vision es una empresa activa en redes sociales, y aunque anteriormente funcionaba con agencias publicitarias, hoy en día existe un área de comunicaciones de la cual es parte el practicante. Durante este periodo se ha creado gran cantidad de insumos para redes sociales y así poder aportar también a una visual agradable y entendible en el mundo online. Una de las herramientas más utilizadas para la realización de todo esto fue Adobe Illustrator, ya que permite tener de una manera más ordenada cada campaña y así poder realizar mesas de trabajo y ver en perspectiva cómo se vería publicado. Otra de las herramientas más utilizadas para estas actividades fue Adobe Photoshop, ya que se necesitaba editar ya sea con corrección de color, recorte, visibilidad o incluso mejora en pixelaje de algunas imágenes. De esta manera se trabajó en la mayoría de artes para redes sociales. (Ver anexo 6)

2.7 Diseño de textiles

World Vision es una organización que mayormente se dedica al trabajo en campo, lo que significa que es muy importante identificarse como empresa y distribuir por áreas el trabajo humanitario que se realiza en campo. Durante la práctica profesional, en la última semana de trabajo se realizó una sugerencia de poder realizar chalecos, camisetas y camisas para una asociación junto con la Agencia de la ONU para los refugiados (ACNUR).

Se realizó el diseño de 3 camisas tipo Columbia, 2 camisas algodón para exterior, 3 chalecos de asistencia humanitaria y 2 camisas tipo polo.

Esta actividad se realizó tomando en cuenta cada una de las sugerencias y las diferencias en los textiles para los trabajadores de World Vision y los voluntarios, ya que son dos ramas diferentes. Estos textiles se realizaron a través de Adobe Photoshop, en cuanto al diseño montado como tal, y Adobe Illustrator para realizar las separaciones de color y los logos correctamente seleccionados para cada uno de los textiles. (Ver anexo 7)

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA

3.1 Nombre del proyecto

El proyecto lleva como título “Uno por Honduras”. Se nombró de esa manera para que pudiera ser recordado por los usuarios, ya que habla acerca de lo que se quiere transmitir, que es unirse por el país en medio de la crisis.

3.2 Tipo de proyecto

Este proyecto consiste en un movimiento en el que la organización desea orar por diferentes situaciones del país, uniendo diferentes religiones, lo cual no es nada usual en Honduras, aún dentro de esas mismas religiones, unir denominaciones, permitiendo así una viralización de esta actividad a través de distintas radios y televisoras del país. Este proyecto tiene la duración de 4 semanas para planificar la publicidad y reunirse con los medios para poder lanzar el reto a todo el país sin importar su raza, religión o género.

3.3. Objetivos

3.1.1 Objetivos generales

Realizar un concepto para una campaña de oración, que permita unir fuerzas dentro de la nación en un momento de mucha vulnerabilidad, y a través de ello, poder transformar el entorno y el país.

3.1.2 Objetivos específicos

- Desarrollar un sistema de comunicación a través de los distintos medios audiovisuales, como ser televisoras y radios.

- Realizar un logotipo para el evento, además de una línea gráfica para la campaña publicitaria del evento a través Adobe Illustrator.
- Realizar videos y cuñas de radio para poder promover el evento de los distintos medios.

3.4 Descripción

World Vision como bien sabemos, es una organización cristiana, promueve muchas causas nobles y sociales, y entre ellas está la oración, ya que como organización, se confía en que Dios es el único que tiene la solución a nuestros problemas. Se pretendía realizar un movimiento, que no tenía nombre ni línea gráfica. Se propuso una reunión para poder conocer de qué se trataba y cuáles serían los medios en los que saldría toda esta campaña. Se realizaron reuniones con Suyapa TV, y a través de esa conexión se alcanzó a obtener el permiso de 50 radios aproximadamente para poder transmitir en vivo. El proyecto debía ser claro, conciso y que llegara al corazón de cada uno de los que iban a participar.

El practicante, después de un tiempo de briefing y design thinking le llamó “Uno por Honduras”. Con esta campaña se pretendía llegar a televisoras de distintas religiones, lo cual también se logró al incluir a CCI Channel y Mi Viña Channel. Si el proyecto crecía y se hacía suficientemente grande, se enviaría a WV Latinoamérica para poder ser también promovido. El practicante realizó toda la línea gráfica, logotipos y reuniones con diferentes medios para poder realizar también los cintillos, colocación y escaletas para el momento de la presentación, ya que parte sería en vivo y parte pregrabado.

3.5 Justificación

Conociendo que Honduras es un país tradicionalmente religioso, se sabe que hay distintos tipos de religiones y ha sido un reto grande tratar de unirlos. Cada una de ellas tiene una distinta orientación y es muy difícil poder relacionarse una con otra, debido a que han puesto barreras. Esta acción promueve la oración, mediante la cual se obtiene la paz del alma, además de una nación unida, con distintas perspectivas pero con una sola voz. Esta actividad une muchos pensamientos e ideologías y más con un país que se ha caracterizado por la pobreza, violencia, lleno de problemas sociales y políticos. En dicha actividad participan de distintas religiones como protestantes, adventistas, católicos, presbiterianos y bautistas.

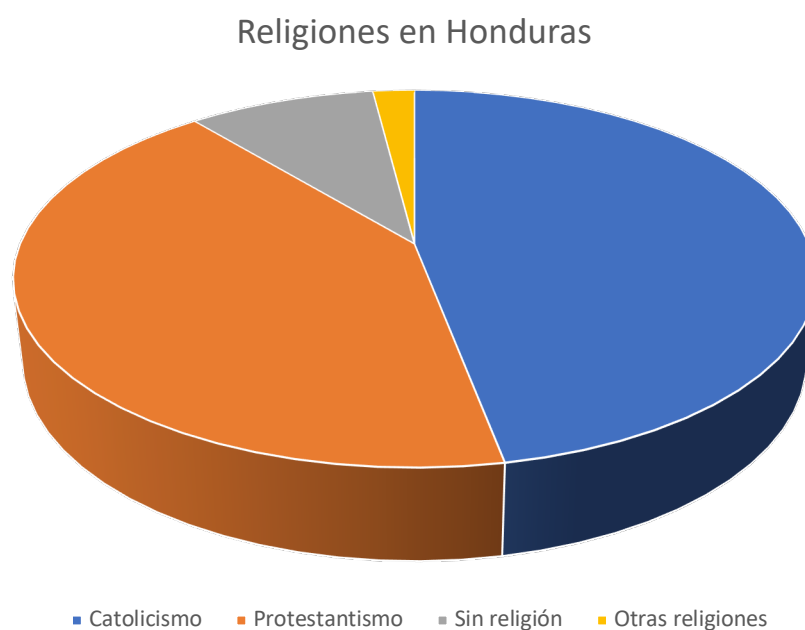


Figura 2. Mapa de religiones en Honduras

Este proyecto tiene un gran impacto ya que la iglesia es una de las pocas instituciones fidedignas y al demostrar una unidad ante la población eso permite que las barreras caigan y se pueda lograr lo que por muchos años de tradición se ha intentado.

3.6 Beneficiarios

Esta actividad esta diseñada para todo público, se pretende que todo aquel que ya pertenece a alguna religión pueda involucrarse en Uno por Honduras, y para aquellos que no pertenecen a ninguna, que puedan percibir la unión de muchos sectores con distintas ideologías unidas bajo un solo movimiento. La oración también va relacionada a una reflexión generalizada, es decir, que aquellos que no son creyentes también puedan entenderlas, y de la misma forma se solicitó a los participantes no promover las diferencias ni los desacuerdos entre religiones, sino aquello que realmente hará que esta campaña sea fuerte. A través de la red de patrocinios de World Vision también es importante saber que todos los niños que son patrocinados serán también parte de toda esta acción, dentro de una sección los ‘niños intercesores’ tendrán una participación para orar por otros. Los niños intercesores son dirigidos en una de las oficinas de World Vision, y promueven la paz y el bienestar de toda la niñez vulnerable.

3.7 Estrategia metodológica

Este es un proyecto totalmente online, por lo que requiere que la atención este enfocada en los medios de comunicación tanto audiovisuales como también redes sociales que permitan el streaming y de esa manera poder medir la audiencia. Una de las principales estrategias es el hecho de poder utilizar Suyapa Tv como medio de comunicación principal, y retransmitir la señal a las demás televisoras involucradas. A través de Suyapa Tv se retransmite en audio hacia 50 radios aproximadamente, lo que permitirá una mayor audiencia en lo que resta de las comunidades en las cuales no hay acceso a señal de televisión.

El fuerte digital de esta campaña será a través de Facebook, en el caso de Youtube y Zoom será para retransmitir y enviar vía correo a la zona de latinoamérica a través de un pdf interactivo, para poder entrar al link fácilmente.

Una de las formas utilizadas para poder realizar esta campaña es a través de reuniones y paneles con el área de comunicación, de esa manera poder encontrar las formas más viables para poder transmitir esta Jornada de Oración.

3.8 Cronograma

Escaleta para producción en televisión de ‘Uno por Honduras’.

VTR/TEMA	VÍDEO/ENTREVISTA	TIEMPO
Bienvenida	Rider Cálix, Julissa García Ambos en pantalla	02:00 min
Primer VTR Oración por la salud	Doctor Manuel Sierra	06:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Segundo VTR Oración por los Adultos Mayores	Soad de Facussé	03:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Tercer VTR Unidad por la unidad de la iglesia	Óscar Andrés Cardenal Rodríguez Maradiaga	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Cuarto VTR Orar por el papel transformador de la iglesia en la familia hondureña	Pastor Oswaldo Canales	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Quinto VTR Orar por la niñez y la juventud de Honduras	Niños Intercesores	05:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Sexto VTR Ministración Musical	Diana Sánchez/ Ofelia López	05:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Séptimo VTR Oración por las familias más vulnerables	Obispo Lloyd Allen	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Octavo VTR Oración por la Seguridad de Honduras	Pastor Adán Ramos	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Noveno VTR Oración por la niñez vulnerable del país	Yolanda Rodas	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Décimo VTR Oración por la paz de Honduras	Obispo Ángel Garachana	07:00 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min

Décimo Primer VTR Oración por la crisis de desempleo en el país	Orestes Zúniga	04:30 min
Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Décimo Segundo VTR Orar por el impacto socio-económico en la nación	Jorge Galeano	06:00 min

Interacción de los presentadores	Ambos en pantalla	01:00 min
Décimo Tercer VTR Alabanza final	World Vision Band	04:00 min
Cierre y Agradecimiento	Rider Cáliz, Julissa García Ambos en pantalla	02:00 min

3.9 Recursos

En esta actividad se utilizaron algunas herramientas como la pauta publicitaria a través de Facebook e Instagram. Debido a que durante tres semanas aproximadamente se estuvo publicando constantemente versículos acerca de cada tema y posts de expectativa se realizó inversiones en cuanto a las pautas.

3.9.1 Viáticos

Se realizó la inversión en viáticos para que un fotógrafo pudiera venir desde San Pedro Sula y realizar algunas tomas de apoyo para la empresa, además de algunas grabaciones a pastores y obispos para poder realizar un edición de audio y video en cada uno de esos casos.

3.9.2 Logística hotelera

De la misma manera, una logística fue preparada para poder realizar una presentación en vivo desde las instalaciones de un hotel en Tegucigalpa, en este caso solo para poder hacer un enlace en cada grabación realizada.

3.9.3 Presupuesto

A continuación se presenta la table de presupuestos para pautas en Facebook e Instagram, las fechas de posteo y los costos de cada uno y generales, además del presupuesto general de campaña.

Traffic Video y Traffic Post

Nombre	Objetivo Campaña	Formato Post	Presupuesto Total Campaña	Pres. FB	Pres. * Pieza	Fecha Inicio	Fecha Final	
Video #1: Alex Invitación	Traffic	Video	\$600.00	\$360.00	\$80.00	14/9/2020	27/9/2020	
Video #2: Historia Región					\$80.00	20/9/2020	27/9/2020	
Video #3: Alex					\$80.00	26/9/2020	27/9/2020	
Video #4: Reto 2					Video Views	\$30.00	29/9/2020	29/9/2020
Video #5: Reto 3						\$30.00	30/9/2020	30/9/2020
Video #6: Reto 5						\$30.00	10/2/20	10/2/20
Video #7: Reto 6						\$30.00	10/3/20	10/3/20
Presupuesto Sobrante Campaña					\$0.00			
Presupuesto Utilizado Campaña					\$360.00			
Nombre	Objetivo Campaña	Formato Post	Presupuesto Total Campaña	Pres. FB	Pres. * Pieza	Fecha Inicio	Fecha Final	
Post #1: Mateo 25:23	Traffic	Flat	\$400.00	\$240.00	\$45.00	16/9/2020	27/09/2020	
Post #2: Rompecabeza del reto		Carousel			\$45.00	18/9/2020	27/09/2021	

Post #3: Inscribete al reto		Flat			\$45.00	22/9/2020	27/09/2022
Post #4: Inscribete a este viaje					\$45.00	24/9/2020	27/09/2023
Post #5: Reto 1	Engagement				\$20.00	28/09/2020	28/09/2020
Post #6: Reto 4					\$20.00	10/1/2020	10/1/2020
Post #7: Reto 7					\$20.00	10/4/2020	10/4/2020
Presupuesto Sobrante Campaña					\$0.00		
Presupuesto Utilizado Campaña					\$240.00		

3.9.4 Indicadores de evaluación de proyecto

Uno de los indicadores principales de todo este proyecto fue la interacción y la medición a través de las redes sociales, el más fuerte de ellos fue a través de Facebook. Es un poco difícil encontrar un medidor de audiencia para televisión y radio si no es través de algún tipo de publicidad, por lo tanto, la medición se realizó a través de las pautas generadas en Facebook y la respuesta de las personas.





Video		Fecha en que se agregó	Minutos... ↓
	Uno Por Honduras World Vision...	17/09/2020 10:24	35,4 mil 
	Uno por Honduras World Vision...	18/09/2020 18:34	12,8 mil 

Figura 3. Alcance a través de Facebook

A través de esta medición se puede observar la cantidad de personas alcanzadas a través de Facebook, y cómo ellas interactuaron a través de toda la jornada. Dentro de esta evaluación también se contempla cuántas personas lograron compartir el evento y todo lo que sucedió ese día. Sin contar las personas que se conectaron a través de Youtube y Zoom, que en este caso se les envió una invitación con un link directo hacia la jornada.



Figura 4. Alcance e interacciones en Facebook

3.9.5 Propuesta de mejora hacia UNITEC y CEUTEC

Unificación de la línea gráfica en los diferentes medios de comunicación utilizados. En el caso de contenido en redes y correos, procurar una mayor coherencia a la hora de definir una línea gráfica, ya que cuando no hay una sola fuente, tiende a confundir el mensaje e incluso a ser pensado como spam.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

4.1.1 General

Se concluye que el estudiante está listo para poder enfrentar el mundo laboral, al haberse relacionado con un equipo de trabajo del área de Diseño Gráfico, comunicaciones y periodismo, y asimismo al responder a cada uno de los retos planteados.

4.1.2 Específicas

- Se han adquirido nuevos conocimientos del diseño gráfico como ser un mejor uso de los programas de edición, mayor manejo de plataformas para poder trabajar mano a mano con las redes sociales.
- Se han enfrentado nuevos retos y desafíos que el estudiante no conocía, pero se encontró el camino para poder darle una viabilidad a todo lo que se solicitaba.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda en general poder mantener ese ritmo de trabajo dentro de la empresa, ya que todo lo que se propuso en el área de comunicaciones permitió al estudiante sentir la libertad de desarrollo.
- Se recomienda dentro de la empresa aplicar una calendarización aún más detallada de las distintas tareas a realizar y asignación a cada uno para poder entender con mayor claridad.

4.3 Bibliografía

World Vision. (2020). Homepage. 2020, de World Vision International Sitio web:

<https://www.wvi.org/es>

Gordon Melton, Phillip Charles Lucas, Jon R. Stone, Prime-time Religion: An Encyclopedia of Religious Broadcasting, Oryx Press, USA, 1997, p. 260

Visión Mundial Honduras. (2020). Retrieved 26 August 2020, de

<https://www.onlinevolunteering.org/es/node/390475>

Prolades (2012) de Sitio web:

http://www.prolades.com/cra/regions/cam/hon/hon_polls_1997-2012.pdf

Refugiados, A. (2020). ACNUR - La Agencia de la ONU para los Refugiados. Retrieved 12 October 2020, de Sitio web:

<https://www.acnur.org>

¿Nunca te has preguntado cuál es la relación entre diseño y marketing?. (2020). Retrieved 12 October 2020, de Sitio web:

<https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/>

Maria, F. (2020). Diseño Editorial - Definición y Etapas | Staff Creativa. Retrieved 12 October 2020, de Sitio web:

<https://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

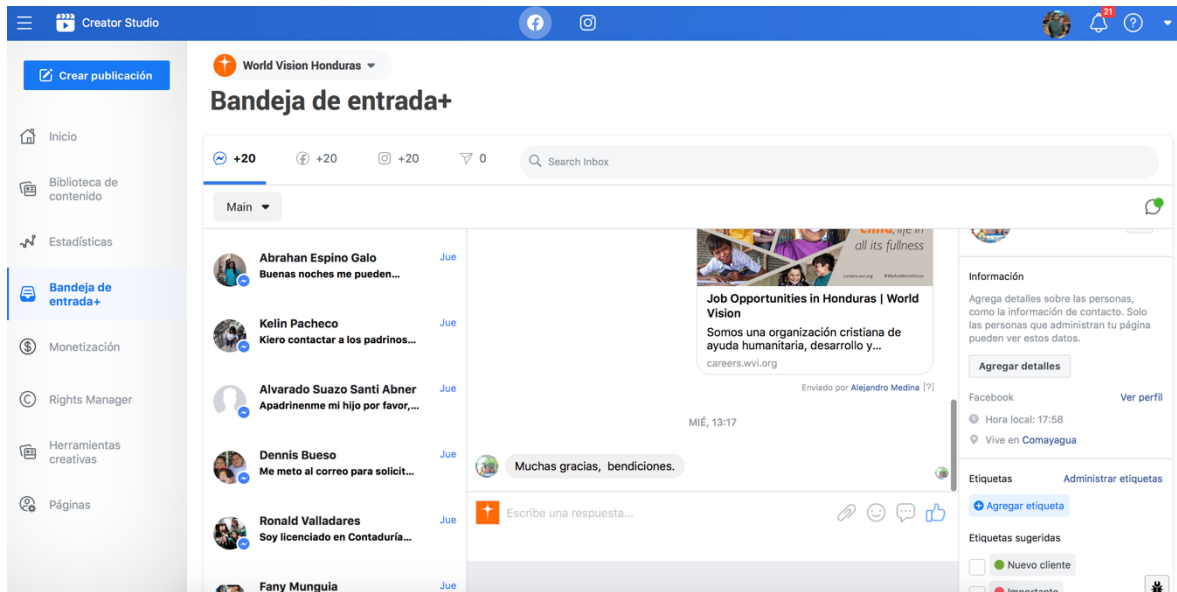
El Papel de la Religión en la Política Hondureña. (2020). Retrieved 5 July 2020, de Sitio web:

<https://elmileniohn.com/el-papel-de-la-religion-en-la-politica-hondurena/>

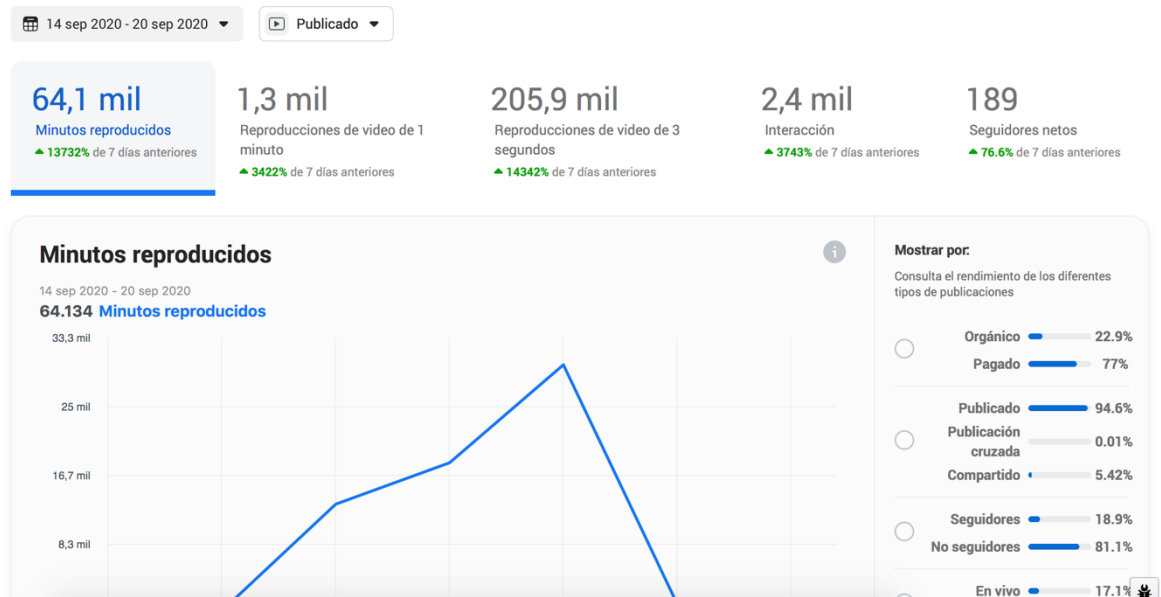
Castillero Mimenza, O. (2020). ¿Qué significa el color azul en Psicología?. Retrieved 12 June 2017, de Sitio web: <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-el-azul>




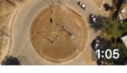

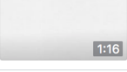

5.1 Anexos

Anexo 5.1.1 Plataforma de Facebook Business



Estadísticas > Videos > Rendimiento



Video	Fecha en que se agregó	Minutos...	Reproducciones de vid...	Reproducciones de vid...	Interacción
 Uno Por Honduras World Vision...	17/09/2020 10:24	35,4 mil	0	141,1 mil	605
 Uno por Honduras World Vision...	18/09/2020 18:34	12,8 mil	740	3,8 mil	1,5 mil
 Invitación al Reto... World Vision...	09/09/2020 13:38	2,6 mil	491	8,1 mil	216
 -- World Vision...	28/04/2020 16:58	232	38	291	2
 Ser amorosos y... World Vision...	15/09/2020 08:26	80	10	311	45
 El tiempo de calidad... World Vision...	18/09/2020 08:26	56	12	206	6
 Con el #RetoMateo... World Vision...	Ayer 09:00	34	0	116	6

Anexo 5.1.2 Plataforma de Instagram Business

World Vision Honduras

Bandeja de entrada+

20 +20 +20 4 Search Inbox

Main

ddvelazquezferr 17:03
Envió una publicación

marielosvr Sáb
Respondió a tu historia


lavueltahonduras Sáb
Reaccionó a tu historia: 🍷

jeoxmedia Vie
Reaccionó a tu historia: 🍷

molanphylyza Vie
Reaccionó a tu historia: 😊

lvv_737 Vie
Resoondió a tu historia

ddvelazquezferr
Asignar conversaci...



creamy.hn Delicioso pastel 3 Leches Haz tu pedido al 📞
<https://wa.me/message/ONWKPUWB> [...]

Escribe un mensaje...

D&D D&D Velázquez Ferrera

Información
Agrega detalles sobre las personas, como la información de contacto. Solo las personas que administran tu página pueden ver estos datos.

Agregar detalles

Instagram [Ver perfil](#)

ddvelazquezferr
D&D Velázquez Ferrera

Etiquetas [Administrar etiquetas](#)

Agregar etiqueta

Anexo 5.2 Campaña Violencia Viral



EMPLEA LA EMPATÍA



World Vision
Por los niños

**NO DISCUTAS MIENTRAS
ESTÁS ENOJADO**



World Vision 
Por los niños

DETENTE, RESPIRA Y RECUERDA



World Vision
Por los niños

¿SABES CUÁNTOS CASOS DE VIOLENCIA DOMÉSTICA SE HAN REPORTADO DURANTE CUARENTENA?

Casi 50,000 llamadas
denunciando
**VIOLENCIA
DOMÉSTICA**

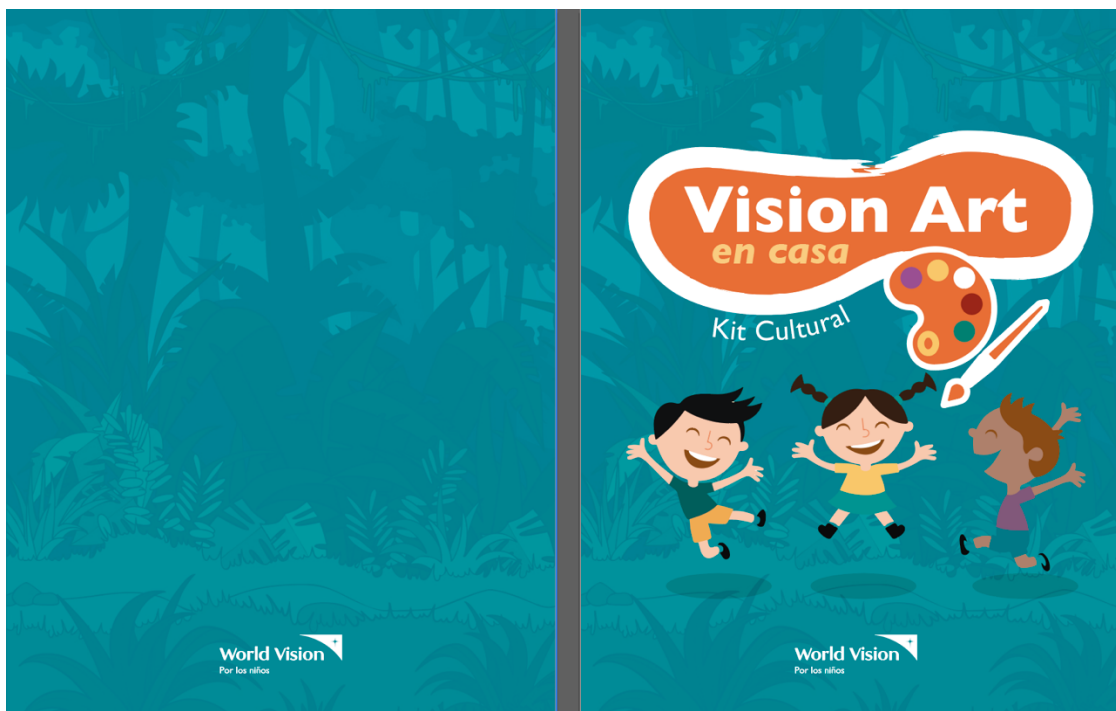
FUENTE: 911

¿QUÉ HACER?


Denunciar o contárselo a las autoridades, un familiar o un amigo puede hacer la diferencia entre salvar tu vida o la de tus seres queridos que sufren de violencia en sus hogares.

World Vision
Por los niños

Anexo 5.3 Revista PDF para niños de la zona Occidental



ESCASAL Escuela y Casa saludable



¿Qué debo usar para estar saludable?

- Baño diario.
- Usar ropa limpia todos los días.
- Lavado de manos después de usar la letrina.
- Mantener limpias las uñas de las manos y de los pies.
- Cepillar los dientes después de cada comida.
- Todas son correctas.



¿Qué prácticas debo seguir para mantener la buena higiene de la vivienda?

- Barrer y mantener limpia toda la casa y sus alrededores.
- Lavar la pila por lo menos dos veces a la semana.
- Tapar los recipientes de basura
- Usar y mantener limpia la letrina, incluyendo piso y alrededores.
- Evitar agua estancada y charcos
- Todas son correctas

¿Por qué es importante tomar agua segura?


- Nos ayuda a estar sanos, a hacer la digestión, mantiene la musculatura en buen estado.
- Nos hace más ágil
- Beneficia al cerebro. Este depende del agua para trabajar de forma mejor.
- A y C son correctas.
- Todas son correctas

¿Son las formas de tratamiento de agua?

- Filtración
- Ebullición
- Cloración
- Todas son correctas

¿Por qué es importante usar la letrina o servicio?

- Es más bonito
- Nadie me mira
- Es un lugar adecuado y seguro para hacer nuestras necesidades.
- Ninguna es correcta



Niñez libre de Violencia



La expansión mundial de un nuevo virus ha sido el trauma más profundo que ha vivido la humanidad en el siglo actual. Sometidos a un aislamiento en medio del miedo y la ansiedad, vivimos hoy momentos de desánimo e incertidumbre, y cada día hay más familias destrozadas por el luto.


Justo lo contrario: los grandes avances de la humanidad, como los derechos humanos y los descubrimientos científicos, trascienden el corto plazo y los afanes electorales o políticos porque surgen de demandas colectivas, de abajo hacia arriba, de un pacto vinculante, de un consenso social que se traslade a lo político.

Es en los momentos de crisis, sobre todo, en los que nos replanteamos cuál es nuestro propósito en la vida. Qué significado queremos darle a nuestra breve existencia. Qué queremos hacer con las dificultades que nos toca lidiar y cómo vamos a evolucionar. Los líderes que pasaron a la historia supieron guiar a la sociedad para que formulara sus propias respuestas.

Pero ahí es donde aparece la gestión del liderazgo. No solo para adaptarse y reaccionar sino para evolucionar, para innovar a gran escala. Pero podemos afirmar que ninguna sociedad se ha desarrollado exclusivamente gracias a sus líderes o caudillos de turno.

Cualquier líder que haya pasado a la historia por su huella positiva supo que el ser humano tiene la virtud de la resiliencia. Que es de la forma como encaramos los momentos difíciles, no los placenteros, de lo que nos tendemos a sentir más orgullosos cuando llega la hora de los balances.



¿Cuál es la Honduras que soñamos? 


La respuesta de cada uno, con toda seguridad, está unida a expectativas colectivas: un país con igualdad real de oportunidades, con mejor educación y salud, oportunidades para todos, con garantías de seguridad, con empleos de calidad, etc. Después de la crisis actual vendrá el momento de empezar de nuevo en muchos aspectos, porque el mundo cambiará para siempre.

¿No es acaso el mejor momento de nuestras vidas para unirnos como jóvenes y construir una mejor sociedad? Porque las causas que nos unen van mucho más allá de las brechas que nos han dividido en el pasado. Porque la verdadera riqueza de una nación no está solo en sus recursos naturales, sino en la capacidad de que cada quien sea un líder en su ámbito de influencia y generar así proyectos colectivos a partir del conocimiento y la solidaridad. Las mismas armas con las que derrotaremos finalmente el coronavirus.

10 consejos para liderar en tiempos de COVID-19

- Opción preferencial por la colectividad.** Es tiempo de pensar en nosotros, y hablar menos de lo individual.
- Convive con la certeza del error.** No todas las decisiones van a ser acertadas en todas las ocasiones, pues éstas se van tomando con la información de la que uno dispone.
- Esperar también es una opción.** Los próximos meses van a ser lentos y, con toda seguridad, el año va a ser malo en su conjunto. Pero la normalidad volverá, toma decisiones valientes pero pensando en el futuro.
- Estar atento a las oportunidades.** Tenemos tiempo para redefinir procesos, para desarrollar proyectos, para la creatividad, la definición de nuevos productos y servicios.
- Cuidar a las personas.** Es importante usar y seguir todas las medidas de bioseguridad, por tu bien y el de las demás personas.
- Sé un referente de actitud.** Un líder debe ser referente de entusiasmo, de compromiso, de serenidad, de equilibrio.
- Sé fuerte.** Sé resiliente. La fortaleza tiene que ver con la capacidad de soportar la adversidad, sin romperse, sin venirse abajo, sin abandonar, sin resignarte.
- Cuidate.** Como un acto de responsabilidad. Se debe aprovechar el tiempo también para descansar, dormir, ejercitarse y alimentarse bien.
- Sé exigente contigo.** Para que cuando todo esto pase, te mires en el espejo y te puedas sentir orgulloso de ti.
- Centrate en tu zona de influencia.** Pon tu energía en aquello que depende de ti. Ponerle mucha energía sobre lo que escapa a tu capacidad de acción es muy humano, pero es muy poco efectivo.

Habilidades para la Vida



"Este es un enorme desafío de equidad educativa que puede tener consecuencias que alteran la vida de los estudiantes vulnerables", dijo Ian Rosenblum. Desafortunadamente, las escuelas que pueden ofrecer una experiencia académica virtual completa, con alumnos que cuentan con dispositivos electrónicos, profesores que saben cómo diseñar lecciones en línea funcionales y una cultura basada en el aprendizaje tecnológico, no son muchas. La realidad es que la mayoría de las escuelas no están preparadas para este cambio que permite reconocer que el acceso desigual a internet es tan sólo uno de los muchos problemas que enfrenta nuestro sistema educativo a nivel global.


Según el World Economic Forum, sólo alrededor del 60 % de la población mundial tiene acceso a la red. Generando que muchísimas instituciones busquen soluciones provisionales a esta crisis. La brecha digital continúa expandiéndose a medida que los estudiantes en sectores vulnerables siguen quedándose atrás en su aprendizaje.

"El mayor cambio que requiere el aprendizaje virtual es la flexibilidad y el reconocimiento de que la estructura controlada de una escuela no es replicable en línea", señala Noah Dougherty, director de diseño en la consultora de educación, Education Elements. Muchas preguntas surgen a raíz de las problemáticas que tienden a afectar de manera desigual a aquellos en desventaja.

Educación en tiempos de pandemia: COVID-19 y equidad en el aprendizaje.

El coronavirus está cambiando instantáneamente la forma en que se imparte la educación, ya que la escuela y el hogar, ahora se convierten en el mismo lugar tras las necesarias regulaciones efectuadas. Según la UNESCO, más de 861.7 millones de niños y jóvenes en 119 países se han visto afectados al tener que hacer frente a la pandemia global que nos ha sacudido este año. Millones de familias, se han tenido que unir al 1.7 millón de niños que se encuentran enrolados en la educación en el hogar.

Estas medidas terminan por iluminar la realidad de los muchos otros roles que la escuela ofrece además de lo académico. Ya que, para algunos, resulta ser una complicación incómoda, mientras que, para otros, la situación es aún más preocupante. En ciudades donde el 70 % de los estudiantes vienen de familias de bajos ingresos, llevar la escuela a casa significa enfrentarse a no poder ofrecer comidas adecuadas, y mucho menos la tecnología o conectividad necesarias para el aprendizaje online. pandemia global que nos ha sacudido este año. Millones de familias, se han tenido que unir al 1.7 millón de niños que se encuentran enrolados en la educación en el hogar.




Nombre: Edad: ID:

1. Como vives la pandemia del COVID 19 en tu casa?
2. Que extrañas de la escuela donde recibes tus clases?
3. Que sentimientos existen en tu interior al saber que no puedes ir a tu centro educativo?
4. Aprendes igual en tu casa que en la escuela?
5. Tus padres te ayudan a realizar tus tareas?

CESP

Compromiso Comunitario y Patrocinio



La realidad es que la mayoría de las escuelas no están preparadas para este cambio que permite reconocer que el acceso desigual a internet es tan sólo uno de los muchos problemas que enfrenta nuestro sistema educativo a nivel global.

Según el World Economic Forum, sólo alrededor del 60 % de la población mundial tiene acceso a la red. Generando que muchísimas instituciones busquen soluciones provisionales a esta crisis. La brecha digital continúa expandiéndose a medida que los estudiantes en sectores vulnerables siguen quedándose atrás en su aprendizaje.

"El mayor cambio que requiere el aprendizaje virtual es la flexibilidad y el reconocimiento de que la estructura controlada de una escuela no es replicable en línea", señala Noah Dougherty, director de diseño en la consultora de educación, Education Elements. Muchas preguntas surgen a raíz de las problemáticas que tienden a afectar de manera desigual a aquellos en desventaja.

Educación en tiempos de pandemia: COVID-19 y equidad en el aprendizaje.


El coronavirus está cambiando instantáneamente la forma en que se imparte la educación, ya que la escuela y el hogar, ahora se convierten en el mismo lugar tras las necesarias regulaciones efectuadas. Según la UNESCO, más de 861.7 millones de niños y jóvenes en 119 países se han visto afectados al tener que hacer frente a la pandemia global que nos ha sacudido este año. Millones de familias, se han tenido que unir al 1.7 millón de niños que se encuentran enrolados en la educación en el hogar.

Estas medidas terminan por iluminar la realidad de los muchos otros roles que la escuela ofrece además de lo académico. Ya que, para algunos, resulta ser una complicación incómoda, mientras que, para otros, la situación es aún más preocupante. En ciudades donde el 70 % de los estudiantes vienen de familias de bajos ingresos, llevar la escuela a casa significa enfrentarse a no poder ofrecer comidas adecuadas, y mucho menos la tecnología o conectividad necesarias para el aprendizaje online. pandemia global que nos ha sacudido este año. Millones de familias, se han tenido que unir al 1.7 millón de niños que se encuentran enrolados en la educación en el hogar.

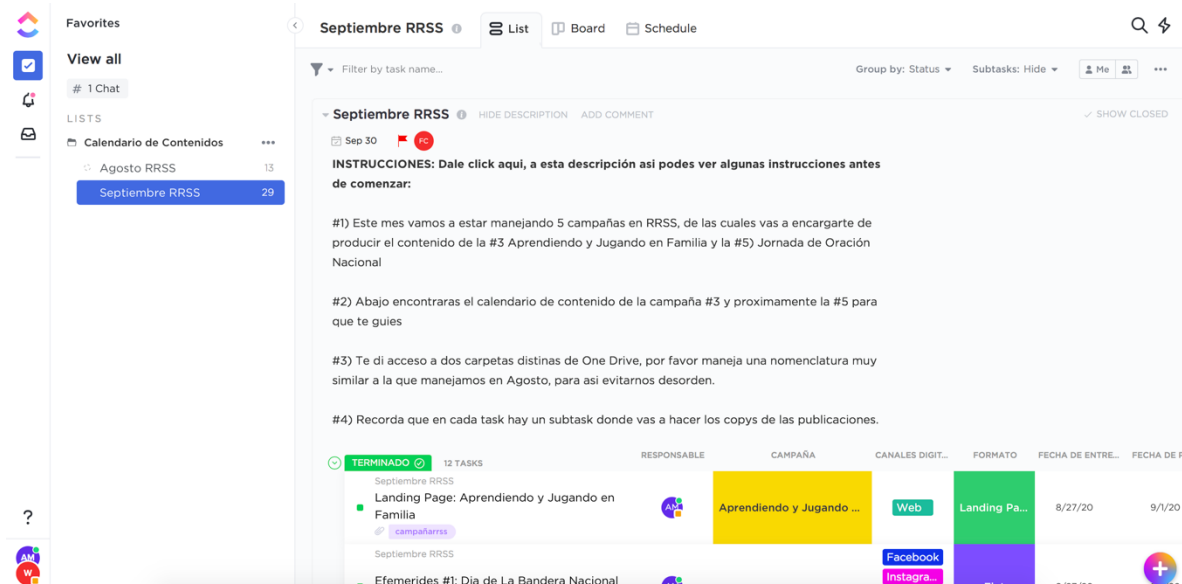
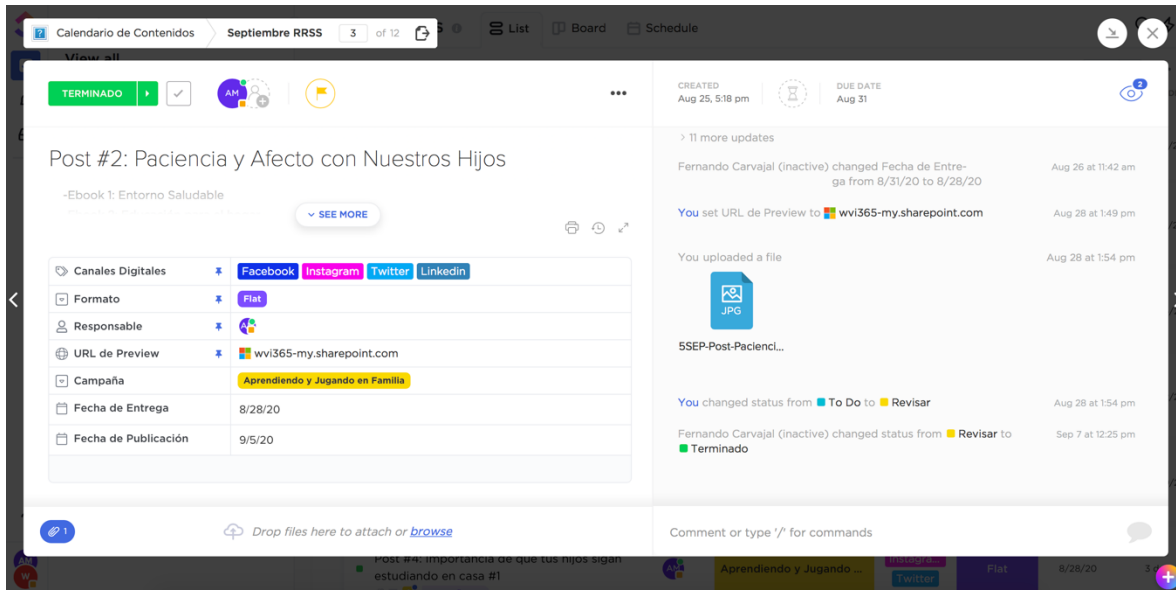
"Este es un enorme desafío de equidad educativa que puede tener consecuencias que alteran la vida de los estudiantes vulnerables", dijo Ian Rosenblum. Desafortunadamente, las escuelas que pueden ofrecer una experiencia académica virtual completa, con alumnos que cuentan con dispositivos electrónicos, profesores que saben cómo diseñar lecciones en línea funcionales y una cultura basada en el aprendizaje tecnológico, no son muchas.

Nombre: Edad: ID:

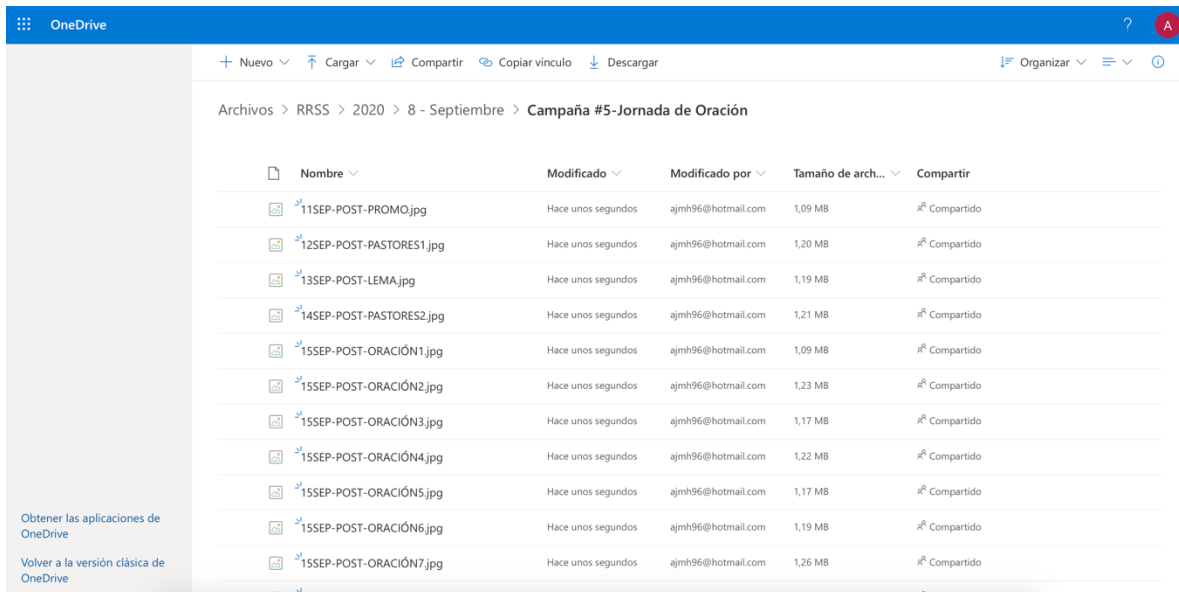
1. Como vives la pandemia del COVID 19 en tu casa?
2. Que extrañas de la escuela donde recibes tus clases?
3. Que sentimientos existen en tu interior al saber que no puedes ir a tu centro educativo?
4. Aprendes igual en tu casa que en la escuela?
5. Tus padres te ayudan a realizar tus tareas?



Anexo 5.4 Plataforma de ClickUp



Anexo 5.4.1 Plataforma de OneDrive



Nombre	Modificado	Modificado por	Tamaño de arch...	Compartir
11SEP-POST-PROMO.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,09 MB	Compartido
12SEP-POST-PASTORES1.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,20 MB	Compartido
13SEP-POST-LEMA.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,19 MB	Compartido
14SEP-POST-PASTORES2.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,21 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN1.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,09 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN2.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,23 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN3.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,17 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN4.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,22 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN5.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,17 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN6.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,19 MB	Compartido
15SEP-POST-ORACIÓN7.jpg	Hace unos segundos	ajmh96@hotmail.com	1,26 MB	Compartido

Anexo 5.5 Traducción y subtitulación de video





WFD PtI – audio
Versión en Español

00:36 a 00:38 Entrevistador: ¿Cómo se llaman ustedes?

00:40 a 00:46 Mi nombre es Sara Rodas

00:46 a 00:48 Mi nombre es Andrea Nicol Sierra

00:48 a 00:52 Entrevistador: ¿Ustedes recuerdan cuál era su comida favorita cuando estaban niñas?

00:53 a 00:54 Sí

00:55 a 00:58 Entrevistador: ¿A ver, primero Sara cuéntenos?

00:58 a 01:00 El mío siempre ha sido el spaghetti

01:00 a 01:02 Entrevistador: ¿y cómo lo preparaba?

01:03 a 01:34 Primero ponía a hervir el agua, cuando el agua estaba hirviendo le agregaba el spaghetti de ahí sacaba el spaghetti para colarlo y luego en una fridera derretía la margarina y la salsa, luego lo mezclaba con el spaghetti y por último solo condimentaba y le daba el sabor, cuando ya hervían ya estaban

01:34 a 01:37 Entrevistador: ¿Por qué le gusta el spaghetti?

01:38 a 01:43 No sé, es la comida más rica

01:45 a 01:51 Entrevistador: ¿Pero había alguna forma especial en la que su mamá los preparaba o alguien de su familia en el que usted decía "están muy ricos"?

01:53 a 02:04 Sí, siempre en cualquier lugar que coma saben bien

02:07 a 02:09 Entrevistador: ¿Y usted Andrea, cuál es su comida favorita?

02:10 a 02:10 El pollo

02:11 a 02:13 Entrevistador: ¿Y cómo le gusta el pollo?

02:13 a 02:14 Empanizado

02:16 a 02:25 Entrevistador: ¿Y se acuerda de qué cosas usaba su mamá o alguien de su familia que usted decía "me gusta cómo queda"?

02:28 a 02:39 Mi mamá siempre hacía el pollo a la plancha, solo la pechuga, ponía la cacerola, calentaba la manteca, echaba el pollo y condimentaba y quedaba listo.

02:40 a 02:43 Entrevistador: ¿y por qué le gusta tanto el pollo?

02:44 a 02:51 No sé, será en la forma en que lo hacía mi mamá, pero a mí me gusta el pollo así. Y así lo hago ahora

02:51 a 02:53 Entrevistador: ¿Cómo lo hace?

WFD Pt I – audio
English Version

00:36 a 00:38 Interviewer: What are your names?

00:40 a 00:46 My name is Sara Rodas

00:46 a 00:48 My name is Andrea Nicol Sierra

00:48 a 00:52 Interviewer: ¿Do you remember what was your favorite food when you were a child?

00:53 a 00:54 yes

00:55 a 00:58 Interviewer: ¿Let's see, Sara tell us first?

00:58 a 01:00 Mine has always been spaghettis

01:00 a 01:02 Interviewer: And how do you prepare them?

01:03 a 01:34 First I place water and wait till it boils, when water is boiling, I add spaghettis, then I take off the spaghettis and dry them and then I place them in a pan while I add butter and sauce. Last, I mix the sauce with spaghettis and spiced them up, so they were tasty. When they were boiling all together, they were ready.

01:34 a 01:37 Interviewer: Why do you like spaghettis?

01:38 a 01:43 I don't know is the most tasteful food.

01:45 a 01:51 Interviewer: Was there a special way that your mom or someone in your family cooked the spaghettis that you said "these things are tasteful"?

01:53 a 02:04 Always, it doesn't matter the place, they taste good.

02:07 a 02:09 Interviewer: What about you Andrea what's your favorite food?

02:10 a 02:10 the chicken

02:11 a 02:13 Interviewer: How do you like the chicken to be cooked?

02:13 a 02:14 breaded

02:16 a 02:25 Interviewer: Do you remember any ingredient your mom or someone from the family used that makes you said: "Oh I like the chicken this way it's cooked"?

02:28 a 02:39 My mom always did will chicken only the breast she put the pan, then heated the butter, toss in the chicken, spiced it up and was ready.

02:40 a 02:43 Interviewer: And why do you love so much the chicken?

02:44 a 02:51 I don't know I believe it was the way my mom cooked. But I like the chicken that way and now I do it that way.

02:51 a 02:53 Interviewer: How does she cooked it?

02:55 a 03:07 When it is breast, I make it grill and if it is from other one, I make it breaded, I put flour and fry it.

Anexo 5.6 Contenido para redes sociales

Anexo 5.6.1 Día de la bandera



Anexo 5.6.2 Día de la juventud



Anexo 5.6.3 Día de la solidaridad



Anexo 5.6.4 Campaña junto con Supermercados la Colonia



Consejos para **los padres**

- 1 Establece una rutina diaria en familia, que incluya buenos hábitos de alimentación y de dormir.
- 2 Destina un lugar en casa y horario para hacer la tarea escolar.



3 Revisa las tareas, deberes y proyectos.

4 Promueve la alfabetización, leer libros y también leerle a su hijo e hija.

5 Limita y supervisa el tiempo que ven televisión, juegan, o pasan en las redes sociales y la computadora.



Anexo 5.6.5 Landing Page Supermercados La Colonia

La Colonia
Paga menos Vive mejor

World Vision
Por los niños

Aprendiendo y Jugando en Familia

La Educación es uno de los factores que más influye en el avance y progreso de personas y sociedades. Además de proveer conocimientos, la educación enriquece la cultura, el espíritu, los valores y todo aquello que nos caracteriza como seres humanos.

Tenemos 2 eBooks que te permitirán ayudar a tus hijos desde casa

En ellos podrás encontrar:

- Cómo mantener un entorno saludable
- Tips para educación en el hogar

¿Quieres saber más acerca de educación en casa?

Ingresar tus datos para descargar nuestros eBooks

Nombre

Apellido

Correo electrónico

Descargar material

World Vision Honduras

Anexo 5.6.6 Diploma para voluntarios WV

World Vision Honduras

World Vision
Por los niños

Jornada de Reconocimiento y Motivación

Reconoce por su labor a:

Mateo 25:40
Y respondiendo el Rey, les dirá: De cierto os digo que en cuanto lo hicisteis a uno de estos mis hermanos más pequeños, a mí también lo hicisteis.

Voluntario


Rider Abimael Cálix
Gerente de CESP


José Anibal Yanes
Gerente de PACO

"Voluntarios que transforman vidas".

Anexo 5.7 Textiles





