

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Propuesta de Publicidad Social para apoyo a personas con
discapacidad auditiva por medio del Club de Lenguaje de Señas
de la USFQ**

Brayan Daniel Cruz Escalante & Dario Alexander Aguayo Vallejo

Publicidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de Publicidad

Quito, 20 del mes de Diciembre del 2023

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Propuesta de Publicidad Social para apoyo a personas con discapacidad
auditiva por medio del Club de Lenguaje de Señas de la USFQ**

**Brayan Daniel Cruz Escalante & Dario Alexander Aguayo
Vallejo**

**Nombre del profesor, Título académico M.Sc. Juan Pablo Gallegos Campos
Coordinador Carrera de Publicidad USFQ**

Quito, 20 del mes de Diciembre

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

En este trabajo, exploramos la implementación y resultados de una impactante campaña de publicidad social concebida por el Club de Lengua de Señas Ecuatoriana de la USFQ. La iniciativa, fundada en 2022, tiene como objetivo fundamental sensibilizar y recaudar fondos para la Unidad Educativa Especializada para Sordos Miguel Moreno Espinosa (UEESMME). Desde su origen, el club ha experimentado un notable crecimiento, liderado actualmente por Daniela Chávez, una estudiante comprometida con la causa.

La investigación se centra en dos objetivos clave: en primer lugar, profundizar en la comprensión de la comunidad con discapacidad auditiva, buscando conocer sus necesidades y desafíos. En segundo lugar, se persigue fomentar la empatía entre los estudiantes de la USFQ para motivar su apoyo económico a través de una campaña de publicidad sutil pero persuasiva. La estrategia publicitaria busca resaltar la importancia de la inclusión y la educación para la comunidad con discapacidad auditiva.

Los resultados esperados de esta campaña incluyen un aumento significativo en el reconocimiento del Club de Lengua de Señas, una mayor participación estudiantil en actividades relacionadas con la discapacidad auditiva y una contribución económica notable a la UEESMME. Este trabajo no solo destaca la relevancia social y educativa de la iniciativa, sino que también proporciona una perspectiva integral sobre cómo la comunidad universitaria puede desempeñar un papel crucial en la promoción de la inclusión y el apoyo a sectores vulnerables.

Esta investigación revela la capacidad transformadora de las campañas de concientización y recaudación de fondos cuando son lideradas por comunidades estudiantiles comprometidas. Los resultados obtenidos sugieren no sólo el éxito actual de la campaña, sino también la posibilidad de replicar y expandir estas acciones en el futuro, consolidando así un compromiso continuo con la inclusión y la responsabilidad social.

Palabras Clave: Publicidad Social, Discapacidad Auditiva, Inclusión, Educación, Empatía, Lengua de Señas, Club USFQ, Conciencia, Recaudación de Fondos, Impacto Social, Responsabilidad Social Universitaria.

ABSTRACT

This paper delves into the implementation and outcomes of a compelling social advertising campaign initiated by the Ecuadorian Sign Language Club at USFQ. Established in 2022, the primary objective of this initiative is to raise awareness and funds for the Specialized Educational Unit for the Deaf Miguel Moreno Espinosa (UEESMME). Since its inception, the club has undergone significant growth, currently under the dedicated leadership of Daniela Chávez.

The research focuses on two pivotal objectives: firstly, to deepen the understanding of the deaf community, aiming to grasp their needs and challenges. Secondly, the aim is to foster empathy among USFQ students, encouraging their financial support through a subtle yet persuasive advertising campaign. The advertising strategy emphasizes the importance of inclusion and education for the deaf community.

Expected outcomes of this campaign encompass a substantial increase in the recognition of the Sign Language Club, heightened student engagement in activities related to hearing impairment, and a noteworthy financial contribution to UEESMME. This work not only underscores the social and educational significance of the initiative but also provides a comprehensive perspective on how the university community can play a crucial role in promoting inclusion and supporting vulnerable sectors.

In conclusion, this research reveals the transformative potential of awareness and fundraising campaigns when spearheaded by committed student communities. The results not only indicate the current success of the campaign but also suggest the prospect of replicating and expanding these actions in the future, thereby solidifying an ongoing commitment to inclusion and social responsibility.

Keywords: Social Advertising, Hearing Impairment, Inclusion, Education, Empathy, Sign Language, USFQ Club, Awareness, Fundraising, Social Impact, University Social Responsibility.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
3. JUSTIFICACIÓN.....	16
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
5. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
6. VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	22
7. CRONOGRAMA.....	24
8. MARCO TEÓRICO	25
9. METODOLOGIA DE INVESTIGACION.....	32
10. BRIEF CREATIVO.....	39
11. PROPUESTA CREATIVA.....	40
12. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
13. DESARROLLO DEL TEMA.....	43

14. CONCLUSIONES49

15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Objetivos vs Preguntas.....	21
---	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	28
Figura 2.....	28
Figura 3.....	29
Figura 4.....	30
Figura 5.....	46
Figura 6.....	46
Figura 7.....	46
Figura 8.....	46
Figura 9.....	47
Figura 10.....	47

INTRODUCCIÓN

El lenguaje de señas ha sido un tema subestimado en la sociedad, generando escaso interés y desatendiendo las necesidades educativas de la comunidad sorda. Esta negligencia ha contribuido a la deteriorada infraestructura de los centros de aprendizaje. Inspirados por un caso destacado en un país vecino, nos embarcamos en un proyecto para avivar el interés público y revitalizar la infraestructura de un centro educativo que nos impactó por su estado precario

En esta tesis se busca integrar la enseñanza y desarrollo de habilidades comunicativas en lengua de señas en el currículo de todas las instituciones educativas, sin afectar la carga horaria de otras materias. Se plantea la pregunta: "Si podemos aprender un idioma extranjero, ¿por qué no aprender a comunicarnos fluidamente con aquellos que tienen pérdida auditiva?". Este enfoque tiene un fundamento universal en la inclusión, reconociendo que las personas con discapacidades auditivas son capaces de desempeñar roles laborales igual que cualquier individuo.

En este contexto, identificamos la "Unidad Educativa Especializada para Sordos Miguel Moreno Espinosa (UEESMME)", una institución dedicada exclusivamente a personas con discapacidad auditiva. Sin embargo, encontramos desafíos en su infraestructura, que buscamos abordar mediante una campaña para recaudar fondos y promover la visibilidad del centro.

El enfoque de tesis se centra en estas campañas con el propósito de proporcionar un entorno educativo adecuado para la comunidad con discapacidad auditiva. El objetivo fundamental es asegurar que esta comunidad tenga acceso a una educación formal de calidad y beneficie a los educadores de la institución.

¿Por qué perseguimos esto? Según El Tiempo (2020), las personas sordas, desde la infancia hasta la vida laboral, poseen todas las capacidades humanas, siendo su dificultad principalmente comunicativa. La campaña busca recaudar fondos para garantizar que los estudiantes de la UEESMME reciban educación de calidad y tengan oportunidades en el futuro. Asimismo, se busca concientizar sobre la importancia del lenguaje de señas como un símbolo de identidad para las personas con pérdida auditiva.

La propuesta converge en un punto crucial: la comunidad con pérdida auditiva posee las mismas capacidades que cualquier individuo. Al incentivar una educación de calidad en condiciones adecuadas, aspiramos a un entorno futuro más inclusivo para esta comunidad.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El principal desafío radica en la falta de interés y la escasa empatía hacia las personas que tienen pérdida auditiva. A través de entrevistas, se ha observado que la comunidad de la USFQ carece de conocimiento sobre la diversidad de lenguajes de señas, lo que sugiere un bajo interés debido a la desinformación. Esta falta de información ha contribuido a la percepción errónea de que las personas con discapacidad auditiva no son consideradas como individuos comunes en nuestro entorno. La falta de interés en comprender la cultura sorda y sus necesidades ha persistido durante años, dando como resultado la escasez de lugares con adaptaciones para esta comunidad.

Con la próxima campaña en la USFQ, se busca generar empatía entre los estudiantes hacia este centro educativo mediante imágenes impactantes. La propuesta pretende normalizar la presencia de estudiantes con sensibilidad hacia las personas con pérdida auditiva, alentándolos a donar fondos para mejorar las condiciones de estudio, la imagen y las relaciones sociales de la universidad. La USFQ, conocida por su audacia en propuestas innovadoras, se destacó como una de las pocas universidades en crear un fondo mediante una campaña destinado a un centro educativo para personas con esta discapacidad. La intención es lograr la inclusión de manera sutil, donde la mayoría se adapte a la minoría, marcando un hito más allá de una simple campaña o aceptación hacia esta comunidad.

Además, la campaña no se limita al ámbito universitario; también busca motivar a otras instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, a incorporar esta materia de manera opcional para promover la inclusión a nivel nacional. Aunque este proceso

puede ser prolongado, la USFQ, al considerar esta iniciativa, se posicionaría como pionera en la inclusión de la cultura de las personas con pérdida auditiva a nivel nacional. En el contexto del tema que abordaremos, se han identificado diversos problemas que analizaremos detalladamente, siendo uno de ellos la persistente falta de interés y empatía hacia la cultura sorda y sus necesidades, contribuyendo a la limitada presencia de adaptaciones para esta comunidad.

JUSTIFICACIÓN

¿Por qué es necesaria la mejora de la escuela para personas con discapacidad auditiva? En la actualidad, la imperante necesidad de inclusión se presenta como un requisito fundamental en nuestra sociedad. Sin embargo, las crisis económicas, políticas y sociales han generado un manejo poco transparente y eficaz de los presupuestos destinados a personas con discapacidad auditiva. El propósito de mejorar la escuela para estas personas no solo radica en proporcionar ayuda económica, sino también en empoderar a la institución para generar mayor conciencia social.

La entrega de recursos financieros no solo busca paliar las dificultades económicas de la escuela, sino también dotarla de la capacidad necesaria para utilizar eficientemente dichos recursos. El objetivo final es que los estudiantes que egresen de esta institución cuenten con una educación superior de calidad y estén preparados para participar activamente en cualquier sector de su elección.

La comunicación efectiva para personas con discapacidad auditiva se basa primordialmente en el lenguaje de señas. Por ende, contar con un entorno y una infraestructura adecuados se vuelve esencial para garantizar la seguridad y el progreso de estas personas. La implementación de clubes universitarios y la integración de diversas disciplinas, tales como Artes Liberales, contribuirán significativamente a evaluar y mejorar la infraestructura de la escuela. Solicitaremos asesoramiento de diferentes carreras para llevar a cabo una evaluación exhaustiva de los daños y las mejoras necesarias.

La iniciativa también abordará aspectos fundamentales como la publicidad para el lanzamiento de la campaña y la participación de expertos en arquitectura para determinar las

mejoras prioritarias en la infraestructura escolar. Este enfoque interdisciplinario garantizará una evaluación completa y eficiente.

La campaña se someterá a una evaluación de impacto mediante un estudio detallado de los resultados generados. Se analizará la recaudación de fondos, la amplitud de la audiencia alcanzada y la participación de la comunidad. Este análisis permitirá determinar la viabilidad de utilizar campañas similares dentro de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) para impactar positivamente en la comunidad universitaria.

La mejora de la escuela para personas con discapacidad auditiva no solo se trata de proveer ayuda económica, sino de empoderar a la institución, asegurar un entorno propicio para la comunicación y proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para una participación plena en la sociedad. Este enfoque multidisciplinario y evaluativo refleja la necesidad crítica de una intervención integral y efectiva.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos de la Campaña:

Evaluación y Generación de Fondos para la Mejora de la Escuela.

Nuestro propósito fundamental es evaluar el alcance de la atención e interés dentro de la comunidad USFQ mediante indicadores como visitas al experimento físico, interacción en redes sociales (vistas, shares, likes, reacciones), y, como resultado tangible, la cantidad de fondos recaudados. Estos recursos serán destinados a mejorar la infraestructura escolar, y la campaña no solo busca recolectar fondos, sino también concientizar a la comunidad sobre la importancia de contribuir al bienestar de aquellos que lo necesitan.

Estrategia de Implementación: Enfoque en Redes Sociales

Para maximizar el impacto y la participación, nos centraremos en las redes sociales, específicamente Instagram. La campaña será diseñada para atraer a jóvenes, adultos jóvenes y adultos de la comunidad USFQ, creando un formato atractivo y fácil de compartir. La clave será simplificar el proceso de donación, permitiendo a la comunidad contribuir económicamente con un solo clic.

Objetivos Jerárquicos:

1. Principal: Generar Fondos para la Mejora de la Escuela

- **Secundario: Evaluar el Alcance en la Comunidad USFQ**
- Submeta: Registrar la cantidad de visitas al experimento físico.

- Submeta: Analizar las interacciones en redes sociales (vistas, shares, likes, reacciones).

2. Principal: Concientizar sobre la Importancia de Contribuir

- **Secundario: Alcanzar la Mayor Cantidad de Personas en la Comunidad USFQ**
- Submeta: Asegurar que la campaña sea atractiva para jóvenes, adultos jóvenes y adultos.
- Submeta: Generar fondos mediante datos de cuenta para facilitar las contribuciones.

3. Principal: Mejorar la Infraestructura Escolar

- **Secundario: Implementar un Plan de Acción Efectivo**
- Submeta: Organizar los fondos recaudados de manera eficiente para la mejora de la escuela.
- Submeta: Dejar una conciencia arraigada dentro de la comunidad sobre la importancia de contribuir.

La meta principal radica en evaluar la atención e interés dentro de la comunidad USFQ, medido mediante la cantidad de visitas al experimento físico, interacciones en redes sociales (vistas, shares, likes, reacciones) y la recaudación de fondos. Estos recursos serán destinados a mejorar la infraestructura escolar, formando parte de un plan de acción integral. Para lograr llegar a la mayor cantidad de personas en la comunidad USFQ y generar interés en esta campaña social, nos enfocaremos estratégicamente en las redes sociales,

específicamente en Instagram. La campaña se diseñará para atraer a jóvenes, adultos jóvenes y adultos, adoptando un formato atractivo y fácil de compartir. La clave será simplificar el proceso de donación, permitiendo a la comunidad contribuir económicamente con un solo clic. La estructura jerárquica de objetivos comprende la generación de fondos, la concientización sobre la importancia de contribuir y la mejora de la infraestructura escolar, con submetas específicas para evaluar el alcance y el impacto en la comunidad USFQ. Este enfoque busca no solo recolectar fondos, sino también cultivar una conciencia arraigada sobre la necesidad de contribuir al bienestar de aquellos que realmente lo necesitan.

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

En este segmento se expondrán las preguntas de investigación, las cuales engloban nuestros objetivos:

Tabla 1

Objetivos vs Preguntas

Objetivo	Pregunta
Incentivar la donación de dinero para la mejora de la (UEESMME).	¿Cómo aumentamos la donación de dinero para mejorar la infraestructura de la Escuela UEESMME?
Identificar el potencial de la donación que tiene la comunidad USFQ.	¿Cómo nos apoyaran las encuestas y entrevistas en el desarrollo de la campaña?
Diseñar una campaña social inclusiva que genere conocimiento de la labor de la Escuela UEESMME y sobre cómo donar para mejorar su infraestructura.	¿Cómo generar la mayor cantidad de dinero posible en el lapso de dos semanas?
Promover la campaña y donación de fondos a través del Club de Lenguaje de Señas de la USFQ.	¿Cómo queremos dejar nuestra huella en la comunidad?

VIABILIDAD DEL PROYECTO

Gracias a la colaboración de diversos sectores educativos, como el Departamento de Artes Liberales, el Club de Lenguaje de Señas, los equipos de Publicidad, Comunicación y Diseño de la USFQ, se establece un contexto histórico y educativo sólido que respalda la realización del proyecto. Este enfoque multidisciplinario surge de la necesidad imperante de mejorar la infraestructura escolar para personas con discapacidad auditiva, reconociendo la importancia de la inclusión y la igualdad en la educación.

Para llevar a cabo este proyecto, se identifican varios recursos esenciales. Se establecerá una cuenta de ahorros en el Banco Pichincha específicamente para la recaudación de fondos, cuyos datos estarán disponibles en el lugar del experimento de la campaña y en la publicación correspondiente. Esta transparencia financiera garantizará el control adecuado de los fondos y facilitará a la comunidad el acceso para realizar donaciones.

En cuanto al cronograma, la campaña será lanzada el 30 de noviembre a las 20 horas, estratégicamente planificado para maximizar el alcance con la participación de influencers. La actividad programada, que se llevará a cabo el lunes 4 de diciembre, busca generar un impacto significativo y consolidar el apoyo de la comunidad USFQ.

En términos de recursos humanos, tecnológicos y de tiempo, se cuenta con la colaboración activa de los sectores educativos mencionados, garantizando una amplia cobertura y una ejecución eficiente del proyecto. Además, se generará un reporte completo al finalizar la campaña, proporcionando una evaluación exhaustiva de los resultados y asegurando la aprobación total antes de transferir los fondos a la organización encargada de la mejora de la escuela.

En cuanto a los costos asociados, se realizará un presupuesto estimado que desglosará los gastos relacionados con la investigación, como materiales, equipos y posibles viajes. Se anticipan posibles limitaciones, como la coordinación logística y la disponibilidad de recursos, y se abordarán mediante una planificación cuidadosa y la colaboración efectiva entre los equipos involucrados.

Recapitulando, la viabilidad del proyecto se fundamenta en la sinergia de recursos educativos, la transparencia financiera, un cronograma estratégico y la anticipación y abordaje de posibles desafíos. Estos aspectos respaldan la idea de que el proyecto puede llevarse a cabo con éxito, cumpliendo con su objetivo de mejorar la infraestructura escolar para personas con discapacidad auditiva.

CRONOGRAMA

Este cronograma detallado garantiza una ejecución fluida del proyecto, desde la fase de preparación hasta la implementación y el monitoreo continuo. Cada etapa está cuidadosamente programada para optimizar la participación de la comunidad y garantizar la transparencia y eficacia en la recaudación y uso de fondos. **(ANEXO A: CRONOGRAMA)**

MARCO TEÓRICO

2.1 Publicidad social para recaudación de fondos

La publicidad social se erige como una herramienta estratégica que, mediante acciones publicitarias, busca motivar y concientizar al público objetivo. En el contexto de esta iniciativa, el propósito fundamental es generar interés a través de campañas, dirigidas a que la sociedad identifique y comprenda los desafíos que enfrenta la comunidad con discapacidad auditiva. Este enfoque no solo busca destacar un problema social, sino también ofrecer soluciones concretas.

La publicidad social desempeña un papel crucial al permitir que la población adquiriera un mayor conocimiento sobre las problemáticas sociales. La falta de empatía hacia la comunidad con discapacidad auditiva se ha visto influida por diversos factores negativos, contribuyendo así a la carencia de recursos en las escuelas dedicadas a la educación de esta comunidad. La campaña se orienta a cambiar esta percepción y movilizar recursos para garantizar una educación adecuada a los estudiantes con discapacidad auditiva.

Por ejemplo, un referente destacado es la campaña "Regala Memoria", reconocida como la mejor campaña de marketing social en 2017. Esta iniciativa se centró en la creación y difusión masiva de videos a través de redes sociales, narrando historias emocionales que conectaron con las emociones fundamentales del público. La estrategia resultó en una recaudación significativa de 70.000 euros en apenas seis meses. La continuidad de campañas anuales por parte de Ace en el Día Mundial del Alzheimer demuestra la capacidad de generar fondos considerables para apoyar a personas con esta afección.

La efectividad de la publicidad social radica en su capacidad para humanizar las problemáticas, conectando emocionalmente con la audiencia y movilizándose hacia el cambio. El ejemplo de "Regala Memoria" ilustra cómo una campaña centrada en contar historias puede transformar la percepción y movilizar recursos de manera exitosa. En el caso de nuestra campaña, se busca replicar este enfoque, aprovechando las plataformas digitales y las narrativas emotivas para sensibilizar a la comunidad USFQ sobre la realidad de las personas con discapacidad auditiva.

La campaña de publicidad social para la recaudación de fondos no solo aspira a recaudar recursos económicos, sino a provocar un cambio de actitud en la sociedad hacia la comunidad con discapacidad auditiva. Al generar conciencia y empatía, se espera superar los obstáculos que han limitado la educación adecuada de esta comunidad, abriendo así nuevas oportunidades para su desarrollo y bienestar.

2.2 Club de señas dentro la USFQ

Se ha encontrado dentro de la comunidad de la USFQ ya un poco de interés hacia la comunidad sorda lo cual nos ha servido mucho de ayuda ya que de la mano de ellos estamos trabajando. Este es un club que por el momento ya cuenta con alrededor de 148 personas interesadas en aportar algo a esta comunidad, este grupo se reúne todos los viernes en dos horarios que son a las 10 am teniendo una hora de reunión y el segundo grupo se reúne de 12pm a 1pm este club se lo fundó hace un semestre y trata de generar empatía hacia esta comunidad, el objetivo de este club es difundir la importancia de la lengua de señas ecuatoriana, así como la sensibilización de las personas oyentes con respecto a la comunidad sorda. Como metas el club tiene algunas a largo plazo y a corto plazo, a corto plazo son

enseñar las bases de la lengua de señas ecuatoriana y su relevancia en la vida diaria. A largo plazo se busca que el conocimiento llegue a toda la comunidad USFQ, también recaudar fondos para dar soporte a la UESSME y realizar brigadas odontológicas junto a los estudiantes de la USFQ. Junto al club de señas y viendo sus objetivos decidimos apoyar en uno de sus puntos que es crear fondos para la Unidad Educativa Miguel Moreno Espinoza

2.3 Unidad Educativa Especializada para sordos Miguel Moreno Espinoza

Mediante una visita junto al club de señas de USFQ pudimos observar varios puntos a considerar sobre la infraestructura de esta escuela, la cual se encuentra en muy mal estado por la poca preocupación de las autoridades. Esto ha traído algunas consecuencias, pero las más preocupantes son, la humedad, falta de fondos y falta de docentes especializados en lenguaje de señas ecuatorianas. Por todos estos inconvenientes que hemos encontrado junto a las autoridades de la institución tratamos de encontrar la solución más factible para alguno de los problemas mencionados anteriormente.

Fotos de condición física de la institución

Figura 1

1. Primera imagen: Los baños tienen problemas de presión de agua



En la segunda imagen se ve mucha humedad la cual genera un olor muy fuerte

En la tercera imagen se muestra que el colegio tiene alarmas sonoras y no alarmas de luces que serían las adecuadas.

Y en la cuarta imagen se ve que el comedor ahora es bodega y no los estudiantes no tienen lugar para comer

Figura 2





Como se puede observar en algunas de las imágenes se pueden observar los problemas ya mencionados y otros adicionales como son la falta de espacio para las bancas extras o pizarras que no se utilizan siempre, también el más importante es que esta escuela cuenta con una alarma sonora de emergencia cuando las personas que estudian ahí son personas completamente sordas, esto se debe a que la institución no cuenta con los recursos para poner una alarma con luces que es la que se necesita.

2.4 Auspicios en publicidad social

Presentando a dos empresas familiares las condiciones de esta unidad educativa hemos logrado conseguir apoyo económico para la infraestructura, por ese motivo se

presentará lo recaudado y lo donado a la unidad educativa, una de las empresas es una textil que se dedica a la moda se llama Nelson Aguayo y esta se hará presente con donación económica, de igual forma la Influencer Maria Karla Gomez que se dedica a ser actriz y contenido en redes realizara posts para generar más ingresos y también se hará presente con donación económica.

Es importante terminar el capítulo 2 con un benchmarking en donde puedan analizar diferentes campañas sociales e inclusivas. Puede ser una nacional y otra un poco más internacional. Como la de Colombia que les inspiró.

Una nacional puede ser aldeas OS que recaudan fondos de personas naturales. Pueden investigar su mecánica de donación de fondos.

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

Las encuestas son fundamentales para llegar a conocer al grupo al que nos vamos a dirigir, entender cómo se relacionan, su comportamiento social y económico y a partir de esto tomar decisiones. Las entrevistas nos brindan información más personal de la comunidad, como sus creencias, opiniones, actitudes que otros métodos de investigación no brindan. Se realizarán encuestas y entrevistas a la comunidad USFQ desde jóvenes cursando primer semestre hasta a alumnos de varios años, ellos nos brindaran la información necesaria para saber qué estrategias seguir para tener los mejores resultados. Se recolecta la mayor cantidad de información posible, la analizaremos y tomaremos decisiones a partir de los resultados que brindan los informes.

Cualitativos (entrevistas)

1. Daniela Chavez. Presidenta del Club de Lenguaje de Señas
2. Ximena Ferro. M.A Marketing comunicacional y publicidad. Emerson College, Boston, EE.UU. (Perspectivas para campaña social)
3. Paulina Luna. Rectora UEESMME

Cuantitativo. Alumnos USFQ / EMPRESAS.

- Estarías dispuesto a ayudar
- ¿Has escuchado del Club de Señas?
- Cuánto dinero podrías aportar

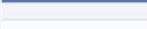
RESULTADOS

- Encuesta realizada a 103 miembros de la comunidad USFQ.

¿Como formas parte de la comunidad USFQ?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	Estudiante		68	66.02%
2	Alumni		27	26.21%
4	Profesor		5	4.85%
5	Otros		3	2.91%
	Total		103	100.00%

¿A qué colegio perteneces?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	CADE		28	27.18%
2	CADI		9	8.74%
3	COCIBA		6	5.83%
4	COCSA		2	1.94%
5	POLITÉCNICO		3	2.91%
6	COCISOH		3	2.91%
7	COCOA		34	33.01%
8	CHAT		4	3.88%
9	JUR		8	7.77%
10	CoM		3	2.91%
11	Administrativos		3	2.91%
	Total		103	100.00%

¿Conoces a alguna persona con discapacidad auditiva?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
2	Si		47	45.63%
3	No		56	54.37%
	Total		103	100.00%

¿Cuánto conoces sobre la cultura sorda? (1 es nada, 5 es bastante)

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	1		53	51.46%
2	2		35	33.98%
3	3		14	13.59%
4	4		1	0.97%
5	5		0	0.00%
	Total		103	100.00%

¿Cuánto conoces sobre el lengua de señas? (1 es nada, 5 es bastante)

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	1		57	55.34%
2	2		29	28.16%
3	3		14	13.59%
4	4		3	2.91%
5	5		0	0.00%
	Total		103	100.00%

¿Sabías que existe un club de lengua de señas en la USFQ?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	Si		23	22.33%
2	No		80	77.67%
	Total		103	100.00%

¿Estarías dispuesto a apoyar económicamente a la mejora de una escuela para personas con discapacidad auditiva?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	Si		93	90.29%
2	No		10	9.71%
	Total		103	100.00%

¿Cuánto estarías dispuesto a apoyar para la mejora?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	1\$ a 5\$		54	52.43%
2	6\$ a 10\$		41	39.81%
3	11\$ a 15\$		4	3.88%
4	16\$ A 20\$		4	3.88%
5	Más de 20\$		0	0.00%
	Total		103	100.00%

¿Cuál opinas que sería la manera más eficiente para generar más ayuda económica? Por medio de:

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	Instagram		69	66.99%
2	Tik Tok		10	9.71%
3	Facebook		2	1.94%
4	Campaña física en la USFQ		22	21.36%
	Total		103	100.00%

¿Cómo crees que la campaña llegaría mas a ti?

#	Respuesta	Barra	Respuesta	%
1	Video emotivo en red social		30	29.13%
2	Video informativo en red social		40	38.83%
3	Video en donde te enseñen lenguaje de señas		5	4.85%
4	Stand en la USFQ		28	27.18%
	Total		103	100.00%

- Entrevistas Alumnis
 - Desean estar mejor informados sobre la realidad que viven las personas sordas, ya que no existe un medio conocido por el cual se brinde esta información.

- Están totalmente dispuestos a ayudar al Club de Lengua Señas Ecuatoriana con cualquier iniciativa que planteen, el único requisito es que se les informe claramente del proyecto.
- Ya que son personas activas económicamente gracias a sus emprendimientos, se ofrecieron a dar una mano por medio de sus empresas para generar un mayor impacto.
- Entrevistas Estudiantes
 - Buscan un canal fácil de encontrar para poder seguir información acerca del tema, ya que les parece además de interesante, NECESARIO.
 - Piensan que la lengua de señas ecuatoriana debería estar integrada en el sistema educativo desde inicial hasta bachillerato.
 - Tienen la iniciativa de ayudar al Club de Lengua de Señas Ecuatoriana , pero no conocían de él y no saben como lo pueden hacer.
- Entrevistas profesores
 - Comentan que para llegar al éxito con la propuesta, se debe identificar el problema y además saber cómo brindar la solución.
 - Saben que la comunidad está a favor de la inclusión.
 - No tenían la menor idea de la existencia del Club.
- Entrevistas Club
 - Saben que les falta reconocimiento.
 - Les gustaría que la comunidad conozca la realidad de las personas sordas y que las ENTIENDAN.
 - Están dispuestos a brindarnos la ayuda necesaria para que esta propuesta se lleve a cabo y sea exitosa.

BRIEF CREATIVO

CLIENTE: Club de Lengua de Señas

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: “Señas que nos unen”

OBJETIVO: Recaudar fondos para respaldar al Club de Señas de la USFQ y mejorar las instalaciones de una escuela para sordos, logrando así una verdadera inclusión. Alcanzar los 2.000 dólares en los próximos 3 meses.

MENSAJE: “Contigo construiremos un puente hacia la verdadera inclusión.”

PÚBLICO: Comunidad cercana a 5.000 personas de la Universidad San Francisco, comprometida con la inclusión y dispuesta a mejorar la educación y vida de quienes lo necesitan.

TONO: Empático, inclusivo y motivador.

PROBLEMA: El Club de Señas de la USFQ carece de reconocimiento, lo que ha generado una falta de apoyo significativa, impidiendo el desarrollo del proyecto.

CALL TO ACTION: Únete al Club de Lengua de Señas de la USFQ y sé parte de la verdadera inclusión. Tu aporte ayudará a la Unidad Educativa Especializada para sordos Miguel Moreno Espinosa.

INSIGHT: A pesar de que cerca del 80% de la comunidad de la USFQ desconoce lo mínimo sobre la discapacidad auditiva, más del 90% está dispuesto a brindar una mano solidaria.

PROPUESTA CREATIVA

INSTAGRAM:

Historias

- Compartir historias de superación, desafíos, logros e inspiraciones.
- Videos cortos testimoniales.

Publicaciones

- Pauta en publicaciones que brindan: datos importantes sobre la educación de personas sordas.
- Progreso del proyecto.
- Infografías e imágenes inspiradoras.

Botón de donación

- Presentar un botón de donación en el cual al momento de ingresar al link lleve directamente a la plataforma o información para realizar el aporte.

Hashtag

- Creación del #SEÑASQUENOSUNEN.
- Utilizar hashtags que van de acorde al tema #Inclusión, #Educación, #LSEC, etc.

Influencers

- Colaboración con varios influencers reconocidos en el país, los cuales ya fueron contactados y están dispuestos a apoyar sin ningún cargo económico.

Ajustes

- Tras el seguimiento continuo de los resultados de los anuncios, se tendrá que realizar los ajustes necesarios.

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el mínimo a recaudar para lograr reparaciones visibles en la infraestructura?

¿Cuál es el mínimo de auspicios para generar interés alto en la comunidad USFQ?

¿Qué daños en la escuela son los principales a reparar?

¿Cómo generar interés en empresas privadas para la participación en la campaña?

¿Cómo la comunidad USFQ se beneficiaría por la campaña?

DESARROLLO DEL TEMA

La iniciativa que perseguimos se centra en sensibilizar a la comunidad de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) a través de una campaña de publicidad social. Esta campaña tiene como objetivo principal recaudar fondos para mejorar las instalaciones de una escuela específica a la cual nos hemos enfocado. La esencia de nuestro propósito también radica en despertar un mayor interés y conciencia dentro de la comunidad USFQ.

La falta de información acerca de la importancia del lenguaje de señas en esta comunidad es un problema identificado. Para abordar esta carencia, planeamos lanzar una campaña publicitaria dentro de la comunidad USFQ. La meta es evaluar el interés del público durante y después de esta campaña. Posteriormente, buscamos canalizar este interés hacia una solución económica para abordar deficiencias específicas en la infraestructura de la escuela.

Otro desafío que identificamos es la falta de personas capacitadas para trabajos que involucran servicio al cliente, especialmente cuando se trata de atender a personas con discapacidad auditiva. La solución que proponemos es la implementación de un curso de educación continua, con el propósito de formar a individuos capacitados para brindar una atención efectiva a personas con discapacidad auditiva. Esta medida no solo aborda una necesidad específica, sino que también podría estimular oportunidades de empleo, ya que, a través de encuestas, pretendemos identificar la demanda de personas o marcas en busca de intérpretes de señas.

Además, la campaña busca motivar a las personas a aprender más sobre la comunidad con discapacidad auditiva y fomentar su participación en este tema. Como parte de nuestra investigación, planeamos realizar brigadas odontológicas en colaboración con nuestros auspiciantes. Después de esta fase, llevaremos a cabo una campaña de concientización programada para el 20 de noviembre dentro de la comunidad USFQ. Esta campaña tiene como objetivo recaudar fondos y promover la empatía hacia la comunidad con discapacidad auditiva.

La campaña contará con auspiciantes que brindarán apoyo económico a la institución, en este caso, la UESSME. Además, se buscará ampliar el alcance de la campaña mediante la oferta de premios a las personas que se involucren de manera personal en la ayuda hacia esta unidad educativa.

El propósito principal de la campaña es lograr resultados tangibles tanto en la infraestructura de la unidad educativa como en la mejora del estado de ánimo de los estudiantes. La intención es proporcionar una experiencia educativa más inclusiva y motivadora, buscando un impacto positivo y duradero en la comunidad USFQ.

La investigación abordará la falta de conocimiento y conciencia dentro de la comunidad USFQ sobre el lenguaje de señas y las dificultades enfrentadas por las personas con discapacidad auditiva. Se evaluará la infraestructura actual de la escuela, las necesidades de capacitación en servicio al cliente y la demanda de intérpretes de señas. Se emplearán

métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos y obtener una comprensión integral de la situación.

El insight clave es que la falta de información y conciencia sobre la importancia del lenguaje de señas en la comunidad USFQ crea una oportunidad para educar y movilizar a la comunidad en apoyo a la mejora de la escuela para personas con discapacidad auditiva.

Se considera como estrategia: Campaña de Concientización, las cuales tienen como objetivo destacar la importancia del lenguaje de señas y las necesidades específicas de la escuela. Utilizar diversos medios, desde redes sociales hasta charlas informativas, para llegar a diferentes segmentos de la comunidad USFQ.

La recaudación de fondos mejora la infraestructura de la escuela y brinda apoyo económico sostenible. Involucrar auspiciantes y reconocer a individuos que contribuyan significativamente. Además de ofrecer cursos de educación continua para el personal y estudiantes de la USFQ con el objetivo de mejorar la atención a personas con discapacidad auditiva.

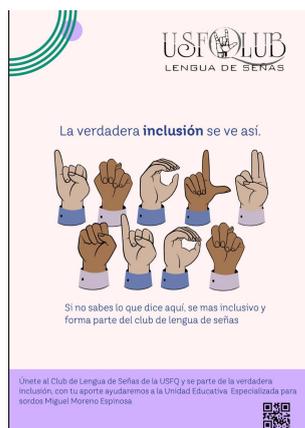
Idea o Concepto:

Crea Sonrisas con Signos se plantea como el lema de la campaña, transmitiendo la dualidad de mejorar la infraestructura de la escuela y crear conciencia, fomentando un ambiente de aprendizaje inclusivo.

Piezas Publicitarias:

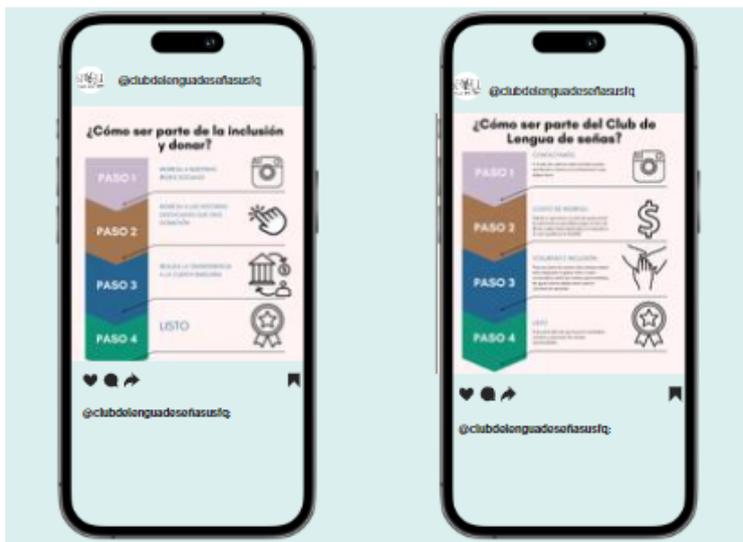
- Videos educativos y emotivos que resaltan la importancia del lenguaje de señas.

- Carteles informativos en lugares estratégicos de la USFQ.
- Anuncios en redes sociales, destacando la campaña de recaudación y la necesidad de intérpretes de señas.



Medios y Plataformas:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter).
- Cartelería dentro de la USFQ.
- Charlas informativas y eventos en la comunidad universitaria.
- Sitio web dedicado a la campaña.



Generación de KPIs:

Participación en la Campaña:

- Número de asistentes a eventos y charlas.
- Interacción en redes sociales (compartir, comentar, me gusta).
- Registro en cursos de educación continua.

Recaudación de Fondos:

- Monto total de fondos recaudados.
- Número de auspiciantes y socios comerciales.

Capacitación en Servicio al Cliente:

- Número de participantes en cursos.
- Evaluaciones de satisfacción del personal y estudiantes.

Brigadas Odontológicas:

- Número de personas atendidas en las brigadas.
- Evaluación de la satisfacción de los beneficiarios.

Concientización y Cambio de Actitudes:

- Encuestas antes y después de la campaña para medir el cambio en la percepción y conocimiento sobre la discapacidad auditiva.

CONCLUSIONES

En el transcurso de este trabajo de investigación, hemos explorado y abordado la necesidad apremiante de mejorar la infraestructura escolar para personas con discapacidad auditiva. A través de un enfoque multidisciplinario y la colaboración activa de diversos sectores educativos, se han logrado aportes significativos a nivel de la universidad.

Se concluye que la relevancia de este proyecto se destaca en su aplicabilidad a nivel nacional. La colaboración entre disciplinas académicas ha demostrado ser una estrategia eficaz para abordar desafíos sociales complejos.

La transparencia en la recaudación de fondos y la supervisión continua del impacto ofrecen un modelo replicable que puede inspirar prácticas similares en otras comunidades y países.

La incorporación de elementos creativos, como el experimento físico y el diseño de materiales de campaña, ha desempeñado un papel crucial en la generación de interés y participación. Los anexos adjuntos, que incluyen fotos y registros visuales, proporcionan evidencia tangible de la efectividad de estas estrategias creativas.

El trabajo proporcionó valiosos aprendizajes, la importancia de la transparencia financiera para ganar la confianza de la comunidad y garantizar el éxito de las iniciativas de recaudación de fondos. Además, se ha subrayado la necesidad de una coordinación precisa y una ejecución cuidadosa en proyectos de esta naturaleza.

Consideramos crucial seguir evaluando el impacto a largo plazo de las mejoras implementadas. Investigaciones adicionales podrían explorar la adaptabilidad de este enfoque a diferentes contextos culturales y su replicabilidad en diversas instituciones educativas. Explorar la percepción de la comunidad antes y después de las mejoras podría proporcionar insights valiosos sobre el cambio social y educativo logrado.

Este trabajo no solo ha destacado la importancia de la colaboración, la transparencia y la creatividad en proyectos educativos, sino que también subraya nuestro compromiso continuo con la inclusión y la mejora de las condiciones educativas para personas con discapacidad auditiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1]. Mercado, L. (2020, 28 septiembre). Proponen que lenguaje de señas sea materia obligatoria en universidad. *El Tiempo*.
<https://www.eltiempo.com/politica/congreso/proponen-que-lenguaje-de-senas-sea-materia-obligatoria-en-universidades-540303>
- [2]. Alejandro, M. P. (s. f.). La lengua de señas. su importancia en la educación de sordos.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-82382022000200005
<https://www.redalyc.org/journal/6458/645869489009/645869489009.pdf>
- [3]. GALINDO CACERES, Luis Jesús (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Logman. 1998 pp.33-73
- [4]. Ballesteros Gragea, A. (2022). *Publicidad Adaptada y Discapacidad Sensorial: Análisis de la Publicidad Inclusiva en Redes Sociales*. Trabajo Fin de Grado. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Recuperado de:
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/142819/PUB_BALLESTEROSGRAGEA_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [5]. Gavilanes Salazar, G. A., & Guamán Aldaz, S. S. (2019). *Campaña Social para la Inclusión de Personas con Discapacidad Auditiva en los Centros Comerciales*. Revista [Revista Caribeña de Redes Sociales], p. 25 ,ISSN: 2254-7630.
- [6]. Urbina Rosero, J. A. (2021). *La publicidad social como técnica para fomentar la inclusión educativa en las personas con discapacidad física en la Universidad Técnica de Ambato*. Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Diseño y Arquitectura, Carrera de Diseño Gráfico Publicitario. Tutor: Ing. Mg. Santamaria Aguirre, J. L. Recuperado de:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33450/1/Urbina%20Javier.pdf>
- [7]. GAES. (2015, 22 de septiembre). *Campaña a favor de los niños con discapacidad auditiva*. Responsabilidad Social | Acciones Solidarias. Recuperado de
<https://www.gaes.es/blog/responsabilidad-social/campana-a-favor-de-los-ninos-con-discapacidad-auditiva/>
- [8]. Buitrago Gutiérrez, A. F., & Tovar Quiroga, J. E. (2017). *Una aproximación a la idea de publicidad inclusiva: un reto para la publicidad y el colectivo de personas sordas de Bogotá*. Fundación Universitaria Los Libertadores, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Programa de Publicidad y Mercadeo, Bogotá, D. C. Recuperado de:
<https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/1437/buitragoandres2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [9]. Minguillón Villagrasa, J. (2017). *Publicidad inclusiva: Estudio sobre la accesibilidad de la publicidad en televisión desde la discapacidad sensorial*. Trabajo Fin de Grado, Facultad de Economía y

- Empresa, Universidad de Zaragoza. Recuperado de:
<https://zaguan.unizar.es/record/61044/files/TAZ-TFG-2017-144.pdf>
- [10]. Medios de Comunicación Social. (2009, 01 de julio). Lengua de signos y accesibilidad para personas sordas y sordociegas: El Cermi denuncia que la TDT excluye a los discapacitados. Prepara una demanda civil por discriminación. Solidaridad Digital. Recuperado de
https://www.fundacionaccesible.org/biblioteca/planes_locales/social.html
- [11]. Cobos Guerrero, R. (2015). *Hacia la integración social de las personas con deficiencia auditiva: La labor del ciudadano como agente rehabilitador e inclusivo*. Trabajo de fin de grado de Pedagogía, Universidad de Navarra. Tutora: Profesora Gabriela Orduna. Recuperado de:
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/39667/1/Raquel%20Cobos.pdf>
- [12]. Quetglas Pérez, Á. (2019, 5 de julio). *Las apps más populares para personas con discapacidad*. Fundación Adecco. Recuperado de
<https://fundacionadecco.org/blog/las-apps-que-toda-persona-con-discapacidad-debe-conocer/>
- [13]. Donaciones de audífonos. Fundación Audición:
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13062/1/UVDT.EFIS_DazaMiguel%2CRodr%C3%ADguezJohn%2CUnivioJuan_2021
- [14]. Guía de comunicación inclusiva y accesible. Autor: Daniel Quintero Calle, Cargo: Alcalde de Medellín. Recuperado de
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/NuestroGobierno/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2022/Manual%20Accesibilidad%202022.pdf>
- [15]. Daza Guevara, M. A., Rodríguez Díaz, J. J., & Univio Solano, J. S. (2021). "Lengua de Señas": una propuesta pedagógica inclusiva con la Comunidad de la Liga de Gimnasia de Bogotá. Trabajo de grado presentado para optar al título de Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte. Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Rectoría UNIMINUTO Bogotá Virtual y Distancia, Facultad de Educación. Recuperado de:
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13062/1/UVDT.EFIS_DazaMiguel%2CRodr%C3%ADguezJohn%2CUnivioJuan_2021

