



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Facultad de Artes - Carrera de Diseño

# **Diseño de campaña social para promover la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual en el Colegio Benigno Malo**

*Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Diseñador Gráfico.*

**Autor:** Paola Estefanía Domínguez Montenegro

**C.I.** 0105591291

**Tutor:** Dis. Galo Bernardo Carrión Andrade, M.F.A.

**C.I.** 0102623451

Cuenca, Ecuador

2018



## Resumen

La educación inclusiva en el Ecuador, se ha intentado implementar bajo el soporte de acuerdos internacionales, con el principal propósito de generar ambientes educativos aptos. En busca de fortalecer este proceso, el Ministerio de Educación creó alrededor de todo el país 140 unidades de “Apoyo a la Inclusión”, para asegurar la adaptación curricular, acompañar en su desarrollo y brindar apoyo técnico, metodológico y conceptual.

A pesar de todas las medidas tomadas por el Ministerio, el proceso de inclusión ha tenido fallas. En gran parte debido a la falta de capacitación y disponibilidad de información para padres y docentes. De acuerdo a expertos, cada institución debe también responsabilizarse de las necesidades que sus estudiantes presenten.

Este proyecto incluye el estudio de los procesos de educación

en el Colegio Benigno Malo—institución fiscal vinculada directamente con las Unidades de Apoyo a la Inclusión— mediante entrevistas a sus autoridades y docentes. Con esta base de información, se desarrolló una campaña social, que utiliza como estrategia el proveer de información útil a docentes, padres de familia y estudiantes con el objetivo de promover y facilitar los procesos de inclusión.

Durante el proceso de diseño, se desarrolló la marca y línea gráfica para los distintos objetos publicitarios (de medios digitales e impresos). Esta propuesta incluye además las ilustraciones, planificación del pauta en medios, líneas de publicación para redes sociales y el presupuesto de campaña, es decir todo el material necesario para su implementación, etapa en la cual se recomienda obtener el apoyo de especialistas en educación.

## Palabras clave

INCLUSIÓN, DISCAPACIDAD INTELECTUAL, CONCIENTIZACIÓN, CAMPAÑA, PUBLICIDAD.



## Abstract

Inclusive education in Ecuador has been tried to implement with the support of international agreements, with the main purpose of generating suitable educational environments. In order to strengthen this process, the Ministry of Education created around 140 units of “Apoyo a la Inclusión” across the country, to ensure the curricular adaptation, accompany its development and provide technical, methodological and conceptual support.

Despite all the measures taken by the Ministry, the inclusion process has been flawed. Largely due to the lack of training and availability of information for parents and teachers. According to experts, each institution should take responsibility for the needs that their students could present.

This project includes the study of learning processes at the Benigno Malo School-a fiscal institution directly linked to the unit of “Apoyo a la inclusión”-through interviews with its authorities and teachers. With this information, a social campaign was developed, which uses the strategy of providing useful data to teachers, parents, and students with the aim of promoting and facilitating inclusion processes.

During the design, the brand and graphic line were developed for different advertising objects in digital and printed media. This proposal also includes illustrations, media planning, publication lines for social networks and the campaign budget, that is, all the material necessary for its implementation, a stage in which it is recommended to obtain the support of education specialists.

## KEYWORDS

INCLUSION, INTELLECTUAL DISABILITY, AWARENESS, CAMPAIGN, ADVERTISING.



# Índice

DEDICATORIA.....	7	3. Ideación .....	21
AGRADECIMIENTO.....	8	4. Propuesta.....	22
JUSTIFICACIÓN .....	9		
OBJETO DE ESTUDIO .....	9	<b>CAPÍTULO 2: Resultados .....</b>	<b>23</b>
OBJETIVOS .....	9	1. Inmersión .....	24
		2. Análisis y Síntesis .....	26
<b>Introducción .....</b>	<b>10</b>	3. Ideación .....	30
		4. Propuesta.....	33
<b>CAPÍTULO 1: Metodología.....</b>	<b>16</b>		
Design Thinking.....	17	<b>Conclusión.....</b>	<b>74</b>
1. Inmersión .....	18	Referencias bibliográficas .....	75
2. Análisis y síntesis.....	20	Anexos .....	76



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Paola Estefanía Domínguez Montenegro, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Diseño de campaña social para promover la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual en el Colegio Benigno Malo", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 16 de octubre de 2018

Paola Estefanía Domínguez Montenegro

C.I: 010559129-1

Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Paola Estefanía Domínguez Montenegro, autora del trabajo de titulación "Diseño de campaña social para promover la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual en el colegio Benigno Malo", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 16 de octubre de 2018

Paola Estefanía Domínguez Montenegro

C.I: 010559129-1



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Facultad de Artes - Carrera de Diseño

## **Diseño de campaña social para promover la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual en el Colegio Benigno Malo**

*Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Diseñador Gráfico.*

**Autor: Paola Estefanía Domínguez Montenegro**



## DEDICATORIA

*A mi hermano Pablo.*

*Por ser quién me motivó a realizar este trabajo de investigación.*



## AGRADECIMIENTO

*Primeramente a Dios, por permitirme llegar hasta aquí y darme la fuerza para cumplir cada meta que me he propuesto; a mis padres y hermano por su apoyo y amor incondicional; y a mi tutor Galo Carrión por todo el apoyo brindado durante el desarrollo de este proyecto.*





## JUSTIFICACIÓN

El problema de investigación-creación que enfrentará el presente trabajo puede resumirse de la siguiente manera ¿Cómo informar y sensibilizar a docentes, padres y alumnos acerca de las necesidades y obligaciones de estudiantes con discapacidad intelectual mediante una campaña que utiliza recursos infográficos?

Resolver este problema es importante para el desarrollo de un entorno educativo inclusivo que asegure la estabilidad emocional de todos los estudiantes.

## OBJETO DE ESTUDIO

Desarrollo de una campaña publicitaria con el uso de recursos infográficos, aplicada al campo de la educación especial.

## OBJETIVOS

### General:

Informar y sensibilizar a docentes, padres y alumnos de una unidad educativa, mediante una campaña que usa recursos infográficos, acerca de las necesidades y obligaciones de estudiantes con discapacidad intelectual.

### Específicos:

1. Segmentar al mercado
2. Identificar los medios (impresos y digitales) que tendrán mayor impacto en el público objetivo.
3. Identificar la información que se va a publicitar.
4. Crear un sistema gráfico para los distintos medios.
5. Definir un plan de medios para la campaña.
6. Realizar una simulación de los elementos de campaña

# Introducción



Figura 1. Salón de clases. Fuente: Diario La Hora.  
web de consulta: [www.lahora.com.ec](http://www.lahora.com.ec)

La educación en América Latina todavía se caracteriza por los altos niveles de inequidad y exclusión en función de estratos socioeconómicos, culturales y de las características individuales de los estudiantes. Al respecto, Rosa Blanco (2000) anota la necesidad de una mayor equidad para lograr un mejor desarrollo, integración social y una cultura de paz en la que exista respeto y se valoren las diferencias.

De acuerdo con la definición de la UNESCO, la inclusión se refiere al respeto a las características individuales de cada estudiante, educa para la diversidad y entiende como elemento que enriquece la educación y fomenta la participación del alumnado. La inclusión educativa es el conjunto de procesos enfocados a minimizar las barreras hacia el aprendizaje (1994) La inclusión es un proceso constante, que busca cambiar y adaptarse a las necesidades de los alumnos. Debe enfocarse principalmente en los docentes, quienes interactúan directamente con los estudiantes.

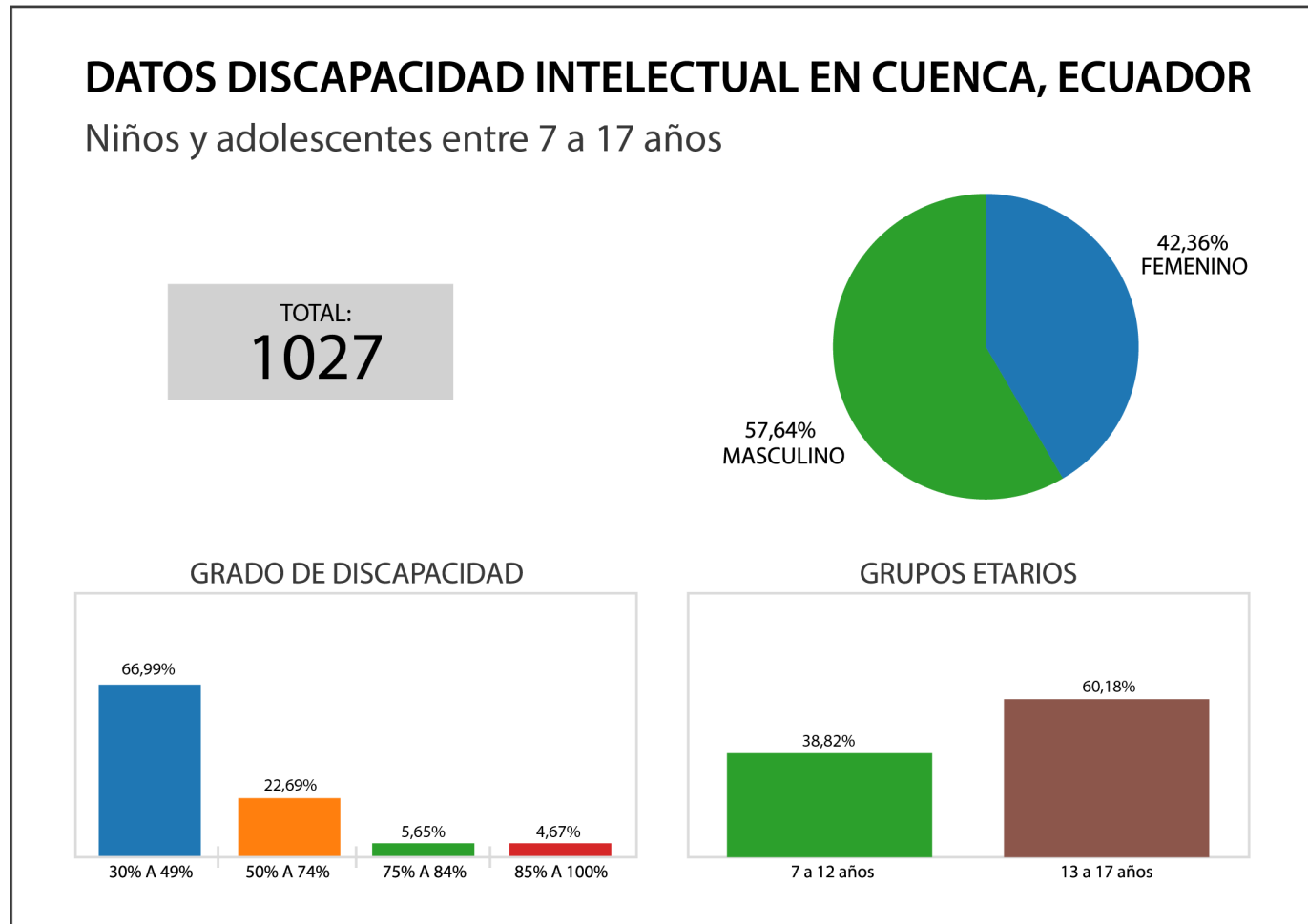


El Dr. William Henderson habla sobre la importancia de la inclusión en su libro “La ventaja de la ceguera” (2011), obra en la que revisa casos de niños con discapacidad múltiple que lograron aprender bajo el Programa Individualizado de Educación, que les permitía avanzar a su ritmo dentro del mismo entorno que sus compañeros. Henderson, nos muestra además la importancia de la adaptación curricular, y sobre todo, que es posible lograr resultados satisfactorios.

Dentro del Ecuador, se ha trabajado bajo el soporte de acuerdos internacionales, con el objetivo de generar ambientes educativos para la inclusión. Este trabajo inició en el 2003, con el programa “Educación para todos” que se enfocó en niños, niñas, jóvenes y adultos en situaciones de vulnerabilidad económica y social. A partir del 2008 el Ministerio de educación empezó a desarrollar el Módulo de Educación inclusiva, en el cual aún se sigue trabajando.

En busca de fortalecer la educación, el Ministerio de Educación creó 140 unidades de Apoyo a la Inclusión, alrededor de todo el país para asegurar la adaptación curricular, acompañar en su desarrollo y brindar apoyo técnico, metodológico y conceptual.

A pesar de las medidas tomadas por el Ministerio de Educación, la aplicación de la ley de educación inclusiva ha tenido fallas. De acuerdo a María Eugenia Verdugo, ex directora distrital del Ministerio de Educación, el proceso se inició con el apoyo de un gran grupo de especialistas que se ubicaron en las distintas instituciones educativas, pero su número fue disminuyendo debido a la falta de recursos. Esto significó que la implementación de la ley se resumiera en insertar estudiantes con discapacidad dentro de las aulas, sin un programa de inclusión correcto, debido a la falta de capacitación e información que se da a los docentes. (Entrevista realizada el 11 de noviembre de 2018, a María Eugenia Verdugo)



**Figura 2. Datos de discapacidad intelectual en Cuenca.** De acuerdo al INEC, existen 1027 niños entre 13 a 17 años con algún grado de discapacidad intelectual en la ciudad de Cuenca **Fuente:** Ministerio de Salud Pública (Abril, 2018) **Autor:** Paola Domínguez



Verdugo aclara, que la falta de efectividad en la implementación de la ley se debe también al descuido de los directivos de las instituciones educativas, y considera que debería existir un empoderamiento por parte de autoridades y docentes, de manera que sean ellos los que demanden de la sociedad y de las instituciones lo que requieren de acuerdo a las necesidades que se presenten dentro de sus aulas.

Como consecuencia, la falta de información ha generado varias dificultades. Lo que en muchos casos ha significado que los estudiantes dentro del programa de inclusión aprueben el año con calificaciones bajas. Según el criterio del vicerrector del Colegio Benigno Malo, al no saber cómo manejar la situación de los estudiantes, algunos docentes optan por calificar su trabajo con la nota mínima para aprobar la materia. (Entrevista realizada el 9 de noviembre de 2018 a Vinicio Andrade)  
Con la intención de que los resultados de este proyecto puedan ser fácilmente adaptados a instituciones similares, se eligió al

Colegio Benigno Malo, en tanto se rige por las ordenanzas del Ministerio de Educación al tratarse de una institución pública.

Estudios preliminares dentro de la institución, determinaron que también existe falta de interés por parte de los padres de familia y estudiantes, lo cual no favorece el desarrollo académico dentro del sistema de inclusión ocasionando problemas con los compañeros de aula.

En este contexto, este proyecto plantea una forma más efectiva de difundir la información mediante el uso de la publicidad social. La importancia de la publicidad social según Álvarez (p. 130) radica en sus objetivos: modificar creencias, ideologías y actitudes de la sociedad a largo plazo. Por esta razón, el autor considera importante la construcción de una “comunicación social educativa” definida de acuerdo al objetivo de cada institución de carácter social, que debe establecer sus propias políticas de comunicación, de acuerdo a las funciones que cumple.

Álvarez propone también una metodología para el desarrollo de publicidad social en su libro *La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria* planteando cuatro tipos de fases para su desarrollo y análisis (p. 130). La primera, aborda la problemática desde el punto de vista de la mercadotecnia, buscando estrategias de difusión. La segunda, plantea el análisis de los contenidos, su línea gráfica y los valores o sentimientos que empleará para llegar de mejor manera al público objetivo. La tercera y cuarta abarcan el estudio de los efectos desencadenados en la mente de cada espectador, y el impacto social provocado por la campaña, usando herramientas de la sociología y técnicas de muestreo. Esto último se plantea como un estudio posterior a la campaña, que no ha sido incluido como parte de este proyecto por razones de tiempo.

El proyecto busca generar un sistema gráfico y de difusión de la información que permita a docentes, padres y estudiantes tener acceso a los recursos necesarios para un mejor desempeño dentro del sistema educativo.



**Figura 3. Colegio Benigno Malo.** Institución elegida para el desarrollo del proyecto **Autor:** Paola Domínguez.

# **CAPÍTULO 1: Metodología**



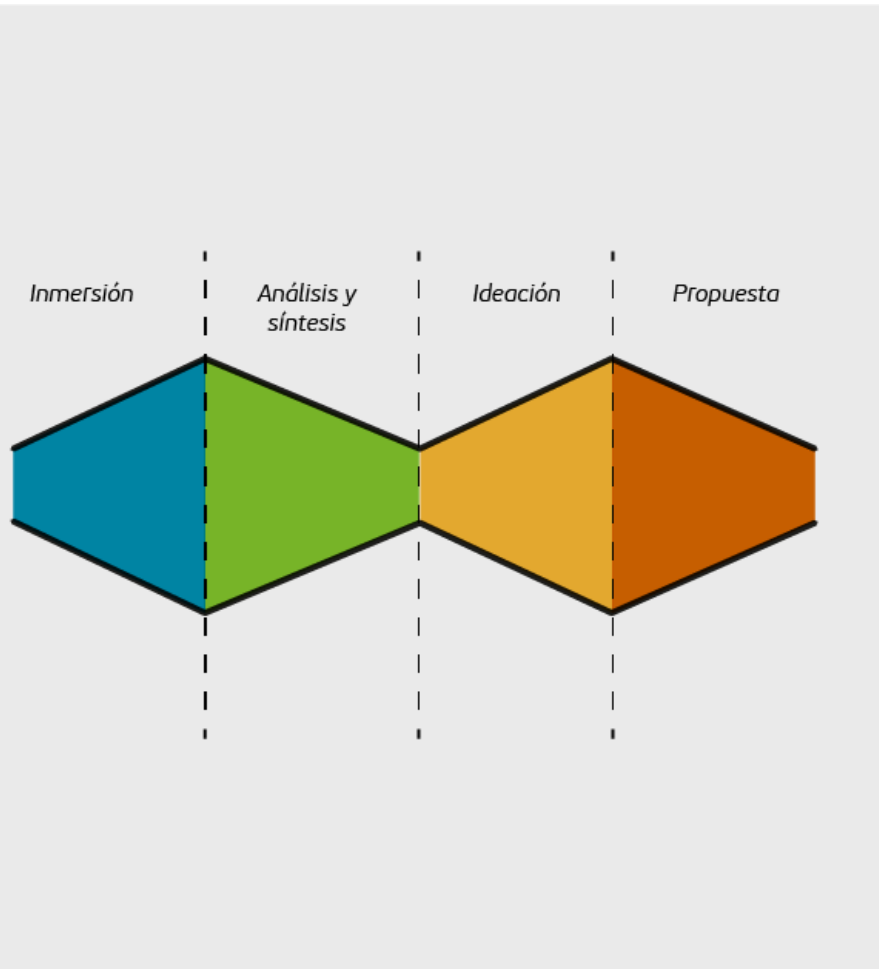


Figura 4. Proceso del Design Thinking. Autor: Paola Domínguez

## Design Thinking

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará la metodología planteada por Mauricio e Ysmar Vianna, en su libro *Design Thinking: Innovación en los negocios*, que contiene técnicas claras y útiles dentro del proceso de diseño, el cual se divide en cuatro etapas: inmersión, análisis y síntesis, ideación y prototipado. Para complementar la metodología principal, se utilizaron algunos conceptos o elementos base de estrategia publicitaria del libro *Strategic Thinking: Pensamiento estratégico para creativos publicitarios*



## 1. Inmersión

Para poder profundizar dentro del tema de inclusión educativa, fue necesario empezar con lo que Vianna denomina Inmersión, y que se divide en Inmersión Preliminar e Inmersión en Profundidad (Vianna, p. 23). Dentro de la Inmersión preliminar<sup>1</sup>, se realizó una entrevista a la psicóloga María Elena Cunha, experta en temas de inclusión, que nos brindó una visión amplia sobre el tema que permitió entender el contexto del problema, y conocer los avances en inclusión educativa dentro y fuera del país.

La siguiente etapa se refiere a la Inmersión en Profundidad. Dentro de esta etapa, se realizó primero la planificación de entrevistas semiestructuradas a docentes, psicólogos educativos y directivos del colegio, con la finalidad de entender cómo se desenvuelven e interactúan. Debido al tiempo disponible por parte de los entrevistados, las entrevistas fueron desarrolladas para ser

completadas entre 10 y un máximo de 15 minutos.

Las entrevistas nos permitieron entender las interacciones de nuestros entrevistados en su entorno, por esto fue importante que el lugar escogido sea conocido para el docente o psicólogo. Se buscó que la mayoría de entrevistas sean personales, para lograr una mejor empatía y entender sus comportamientos, creencias y necesidades.

El objetivo planteado para las entrevistas fue entender el entorno en el que se desenvuelven los distintos actores del problema. En el caso del psicólogo educativo, se buscó información acerca de la implementación de los currículos diferenciados y los problemas que se han presentado durante su aplicación, el nivel de compromiso de los docentes y padres de familia, y las estrategias para capacitar a los docentes en temas de inclusión.

---

<sup>1</sup> Fase que tiene como objetivo replantear y entender el problema inicial. (Vianna, p.28)



De la misma manera, se entrevistó a docentes, para conocer su experiencia y como han afrontado la situación de los estudiantes con discapacidad intelectual. Se indagó además acerca de los medios de comunicación con los que tienen mayor contacto, tanto docentes, padres de familia y estudiantes con la finalidad de elegir los medios adecuados en la etapa de pauta. (Anexo 3: Modelos de entrevista, pág 80)

Dentro de las dificultades al momento de realizar las entrevistas, se puede mencionar el poco tiempo disponible de los docentes. Para futuros proyectos, se recomienda aprovechar los minutos antes de iniciar clases y los horarios de atención a padres de familia. Otra opción que resultó efectiva, fue la elaboración de encuestas con pocas preguntas. Al decir que sería algo rápido los docentes no se negaban a ayudar. De esta manera se logró que, mientras contestaban las preguntas, hacían comentarios relacionados al tema que ayudaron a fortalecer la información obtenida en las entrevistas al personal administrativo. De

igual manera si surgían dudas durante la encuesta, se tenía la libertad de hacer preguntas, siempre tratando de tomar el menor tiempo posible. El tiempo en el que no se podía entrevistar se empleó para realizar observación no participativa. Esto sirvió para entender el comportamiento de docentes y estudiantes dentro de la institución, así como para identificar los lugares de descanso, reuniones y recreos, que sirvió para definir los espacios en los que se podría implementar la campaña.

A partir de la información recolectada, se elaboró un mapa de actores, para definir a quien se dirige la campaña, con quien se relacionan y que influye en su comportamiento. ¿Quiénes forman parte del problema?

Para finalizar esta etapa, se desarrollaron mapas mentales<sup>2</sup> con los que se organizó la información obtenida durante todo el proceso de inmersión.

---

<sup>2</sup> Método de análisis que permite organizar con facilidad los pensamientos y utilizar al máximo las capacidades mentales. (Buzan, p. 26)



## 2. Análisis y síntesis

Para analizar la información obtenida en la etapa de empatizar, se utilizaron notas insights<sup>3</sup>, este método se desarrolló mediante el análisis de los mapas mentales, y sintetiza la información recolectada para determinar los aspectos importantes que definen el proyecto.

Al realizar esta primera parte del proceso de definir, se consiguió trazar un diagrama de afinidades entre los actores del problema, buscando establecer las similitudes y diferencias entre ellos.

La elaboración de arquetipos a partir de la síntesis de la información obtenida y comportamiento observado entre los actores del problema. Cada arquetipo abarca la representación clara de los deseos y motivaciones de cada actor, reuniendo las características de cada grupo. Una vez definidos los personajes, se determinó el público al que se enfocaría el proyecto. A continuación, se generó un mapa de empatía, para entender que es lo que

el usuario ve, escucha, piensa, dice, cuáles son sus dificultades y conquistas.

En la segmentación se sintetiza la información obtenida para generar una segmentación. Una vez organizada la información se pasó al desarrollo de la primera parte del brief creativo respondiendo a las siguientes preguntas:

*¿Qué es exactamente lo que promueve la campaña?*

*¿Cuál es el objetivo principal de la campaña?*

*¿Cuál es el público objetivo?*

Al tener claras estas tres interrogantes se pudo pasar a la etapa de ideación, en la cual se definió el brief en su totalidad.

---

<sup>3</sup> Reflexiones basadas en datos obtenidos en la etapa de Inmersión, expuestas en tarjetas o papeles adhesivos. (Vianna, p. 67)



### 3. Ideación

Durante esta etapa, fue importante realizar una lluvia de ideas para definir la estrategia de campaña. Se consideraron las respuestas obtenidas durante las entrevistas, así como de la observación y análisis de la información realizadas en la etapa anterior.

A partir de las ideas obtenidas se inició un volcado visual de datos<sup>4</sup>, en el que se trataba de representar las ideas de manera gráfica y definir la idea creativa de la campaña: que elementos se usarían, o si sería mejor usar fotografía o ilustración. Conforme se avanzó con los primeros bocetos se pudo determinar cuál sería el tono de la campaña, como se podría adaptar mejor al público al que se está dirigiendo, y cuáles serían los medios por el que se llegaría al público de manera efectiva. Para la planificación de medios, se solicitó una copia del cronograma de actividades del colegio, lo que sirvió de guía al momento de realizar la

planificación de medios.

Tras este proceso de ideación se obtuvo la segunda parte del brief creativo, que responde a las siguientes preguntas.

*¿Cuál es la estrategia?*

*¿Qué idea creativa es la que guía a la campaña?*

*¿Cuál será el tono de voz que tendrá la campaña?*

*¿En qué medios se publicará?*

---

<sup>4</sup> Convertir lo generado en la lluvia de ideas en un método visual, para adaptar mejor el trabajo individual. (Lupton, p. 62)



## 4. Propuesta

En esta última etapa, lo que se hizo fue perfeccionar las ideas propuestas en la etapa previa. Se pudo definir una línea gráfica, así como cuáles serían los artes principales y como se adaptaría a los distintos medios (digitales e impresos). También se trabajó en la planificación de medios, en la que se definió un cronograma tentativo de publicación de campaña, resaltando fechas especiales y publicaciones entre estas para mantener una mayor continuidad de la información.

Dentro de las especificaciones del cronograma se consideró la publicidad digital, debido a que actualmente la retórica y las estrategias publicitarias han cambiado para adaptarse a la red, sus mensajes no van dirigidos solo a lo comercial, sino a generar emociones en los usuarios. Se trata de una publicidad totalmente emocional destinada a que sea el usuario quien decida si permanecer en el sitio o página web. (Romero, 2010)

Además, se planteó la frecuencia de publicación para los medios. Se ha comprobado que aun cuando al inicio los anuncios son efectivos, la exposición excesiva a los mismos genera un efecto de “desgaste” que reduce la efectividad de la campaña. (Fernández, 4)

## **CAPÍTULO 2: Resultados**



# 1. Inmersión

## 1.1. Las entrevistas

Durante la etapa de inmersión preliminar se realizaron dos entrevistas, la primera fue a la psicóloga educativa María Elena Cunha, Directora del Centro de Desarrollo Humano Ideas. Como resultado de esta entrevista se obtuvo información relevante acerca de las clases dictadas a estudiantes con D.I, quedando claro que la mayoría de veces las dificultades se presentan por una mala adaptación curricular por parte de los docentes, quienes no se encuentran correctamente capacitados. Se habló de como esto afecta al desempeño y estabilidad emocional de los estudiantes, y qué medidas se deberían tomar. Como opinión personal, María Elena expresó que lo que se necesita es un impulso a la vocación docente y una mayor motivación a buscar soluciones. De la misma manera, considera que los padres de-

ben estar más informados para poder apoyar a sus hijos, y contar con apoyo de auxiliares o tutores para mejorar la educación.

La segunda entrevista, se realizó a la ex Directora Distrital del Azuay, la Lcd. María Augusta Verdugo, quien concordó en que la información que llega a los docentes no es suficiente debido a varias dificultades, pero considera que debe existir un empoderamiento por parte de directivos y docentes para demandar de la sociedad la ayuda que necesitan de acuerdo a las necesidades de la institución en la que trabajen.

Partiendo de esa información se pudo programar las entrevistas a los directivos y docentes del Colegio Benigno Malo, pasando a la fase de inmersión a profundidad, en la que se entrevistó al Vicerrector de la institución y al Psicólogo encargado del Departamento de bienestar estudiantil (DECE).





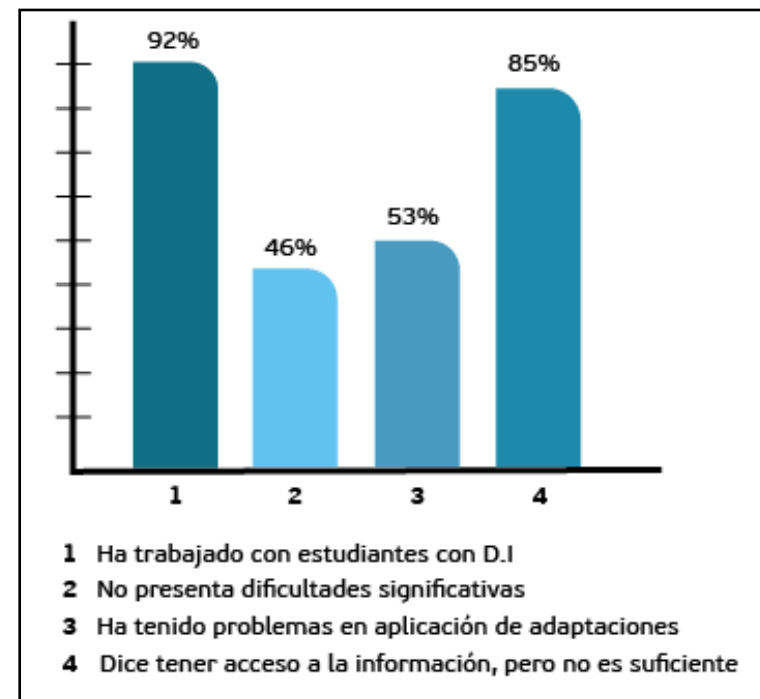
Dentro de los roles del Vicerrector está la coordinación y el seguimiento pedagógico de los estudiantes con necesidades educativas especiales (n.e.e). Por su experiencia, él ha notado una deficiencia en el apoyo brindado por parte de las UDAI, y que, a pesar de que se ha facilitado información dentro la página del ministerio de educación, el estrés de trabajo en los docentes hace difícil que ellos tengan tiempo de buscar la información que necesitan, teniendo en cuenta que cada caso de D.I es diferente.

Además, manifestó que en algunos casos los padres no están comprometidos, o no aceptan que sus hijos tienen dificultades, por lo que considera importante sensibilizar a las familias acerca de este tema. También se han presentado estudiantes que son sobreprotegidos por sus padres, quienes exigen que se respeten los derechos de sus hijos, pero olvidan sus obligaciones como estudiantes.

Adicionalmente, se realizaron entrevistas a docentes, pero debido a la dificultad de horarios, se concluyó la investigación con

encuestas, siendo estos sus resultados:

En cuanto a su experiencia con estudiantes con D.I:



**Figura 5. Datos.** Experiencia de profesores trabajando con estudiantes con Discapacidad Intelectual. **Autor:** Paola Domínguez

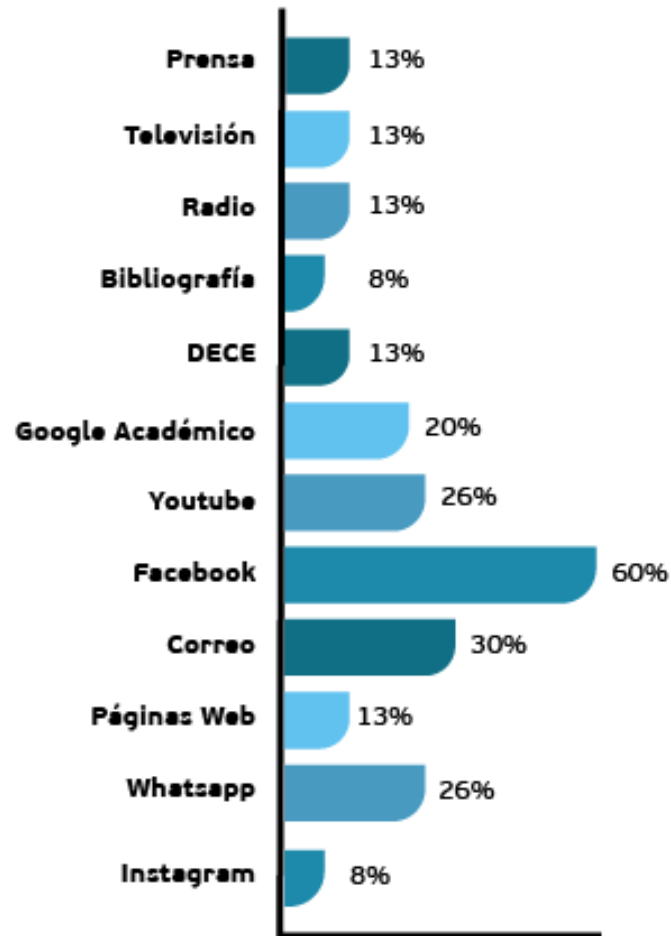


Figura 6. Datos. Medios de comunicación más utilizados.  
 Autor: Paola Domínguez

Como parte final a la etapa de inmersión, se generó un mapa mental, en el que se procuró organizar toda la información recogida durante las investigaciones. (Fig. 7)

## 2. Análisis y Síntesis

Los datos relevantes fueron organizados en tarjetas *insights*, siendo los más relevantes las opiniones de los docentes durante las entrevistas y encuestas y las actividades específicas de cada actor del problema (Figs. 3 y 4). Se sistematizó la información, y se desarrollaron los mapas de empatía (Fig. 5), en los que se ubicaron los deseos y necesidades de cada actor del problema, y se concluyó que tanto docentes, padres y estudiantes necesitan motivación para cumplir con sus responsabilidades. Es importante anotar que, si bien el trabajo de mayor importancia es el del docente, este no puede dar frutos si los alumnos no están dispuestos a aprender.

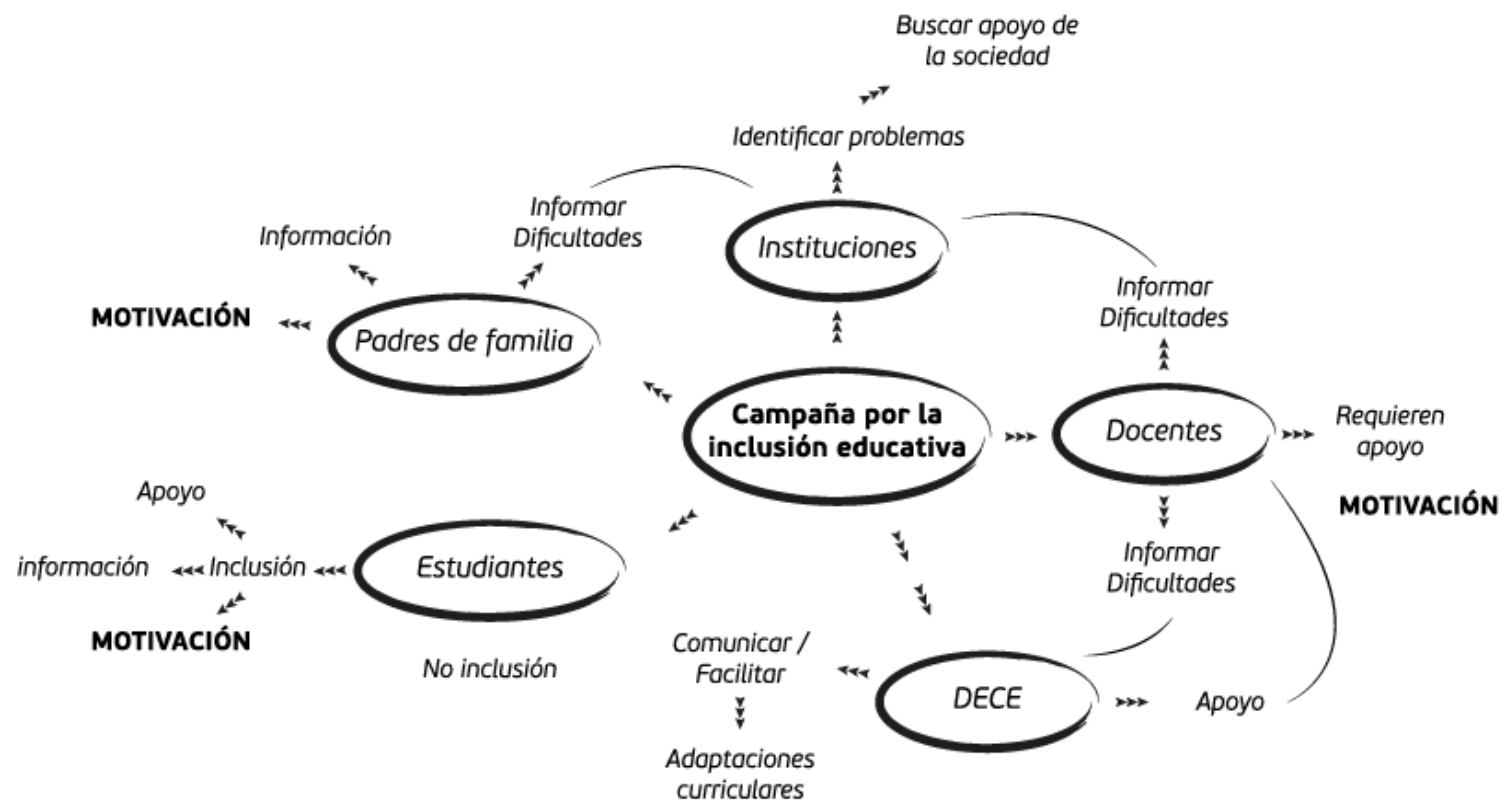


Figura 7. Primer mapa mental. Análisis de las funciones y necesidades más importantes de cada grupo involucrado en el problema. Autor: Paola Domínguez



**Figura 8. Registro de tarjetas insights. Autor:** Paola Domínguez

Se realizó un mapa de actores, definiendo los objetivos a cumplir de acuerdo a cada uno, quedando de la siguiente manera:

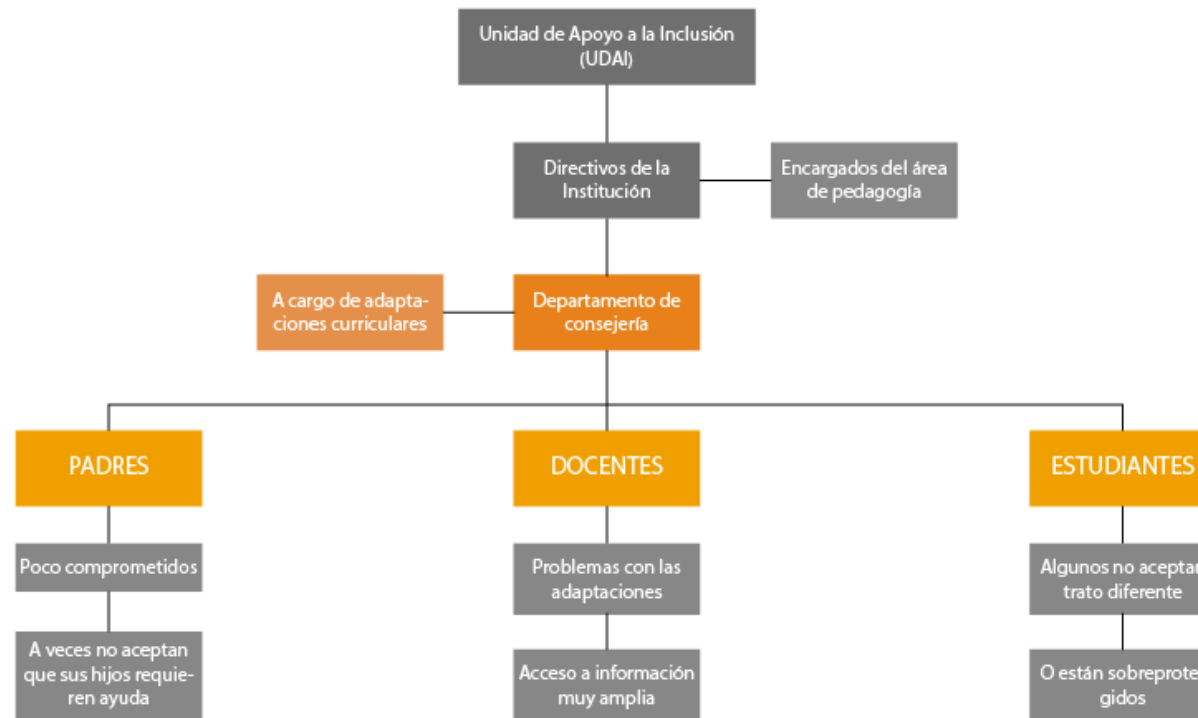
**Docentes:** Motivar, y hacer llegar información relevante acerca de métodos de evaluación y estrategias pedagógicas para estudiantes con necesidades educativas especiales (n.e.e)



**Figura 9. Tarjetas insights.** Análisis de preguntas que surgieron previo al desarrollo de entrevistas y encuestas. **Autor:** Paola Domínguez

**Padres:** Motivar, y facilitar métodos para motivar a sus hijos.

**Estudiantes:** Motivar al aprendizaje, y facilitar tips de estudio e investigación.



**Figura 10. Mapa de actores.** Definición de los actores principales y sus dificultades dentro de los procesos de inclusión. **Autor:** Paola Domínguez



**Figura 11. Mapa de empatía.** Definición de necesidades en común de los actores del problema para definir estrategia e idea creativa. **Autor:** Paola Domínguez

Partiendo de esta información se pudo responder a las primeras preguntas que definirían el brief creativo:

**Mensaje a transmitir:** Importancia de la inclusión educativa, motivando a cumplir estrategias y consejos.

**Objetivo:** Sensibilizar y motivar a la comunidad de la institución educativa acerca de la inclusión educativa, y promover el aprendizaje de los estudiantes con necesidades educativas especiales.

**Público objetivo:** Docentes, padres y estudiantes.

### 3. Ideación

Para continuar con la elaboración del brief creativo, esta etapa inició con una lluvia de ideas, especialmente para definir la estrategia y la idea creativa de campaña que se fortaleció principalmente el concepto de motivar y de promover la autorrealización de cada uno de los actores. Luego, se realizó el volcado visual de datos inicial (Fig. 12), después de revisar nuevamente



la lista creada en la lluvia de ideas se pasó a la siguiente etapa que consistió en responder a las preguntas que plantea el brief creativo. Paralelamente se crearon las primeras propuestas de diseño:

**Estrategia:** “Yo puedo” Transmitir mensajes de motivación a la enseñanza y autorrealización.

**Idea creativa:** Desarrollo de material infográfico usando ilustración modular, de manera que se pueda crear un gran número de personajes cambiando pequeños detalles, con el objetivo de representar diversidad.

**Tono:** Motivador, institucional, amigable e informativo.  
 Respuesta esperada: Una correcta recepción del público objetivo de la información entregada, generar conciencia y mejorar el ambiente educativo mediante la motivación a la enseñanza y aprendizaje.

**Requisitos de medios:** Difundir información por los medios digitales e impresos elegidos de acuerdo a los resultados de las encuestas y entrevistas (afiche, volantes, correo electrónico y redes sociales).



**Figura 12. Volcado visual de datos.** Bocetos de ideas iniciales.  
**Autor:** Paola Domínguez

Una vez completado el brief creativo, se realizó un análisis de homólogos de diseño de comunicación, así como de ilustración. (Figs. 13 - 15)

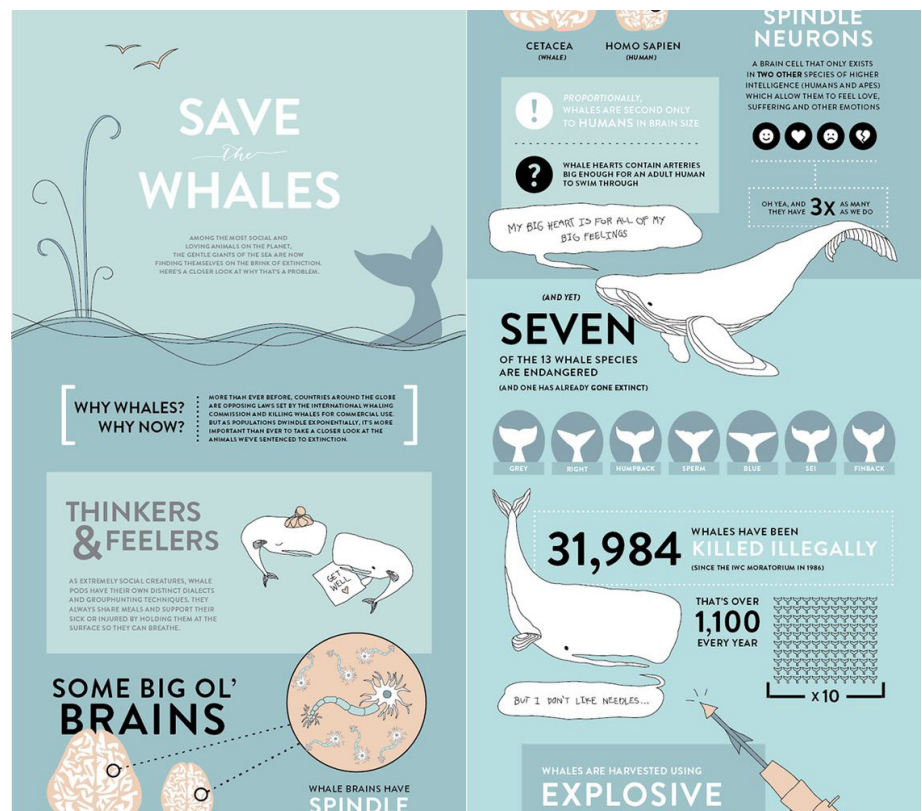


Figura 13. Salven a las ballenas. Infografía Autor: Brianne Boland. Web de consulta: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

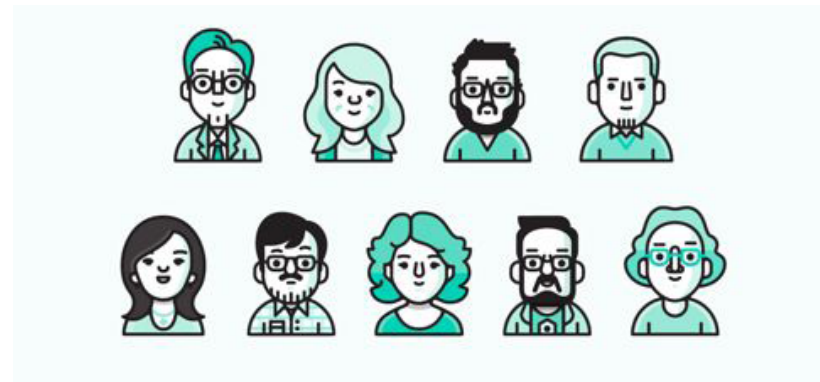


Figura 14. Diseño de personajes. Autor: Richard Pérez. Web de consulta: [www.skinnyships.com](http://www.skinnyships.com)

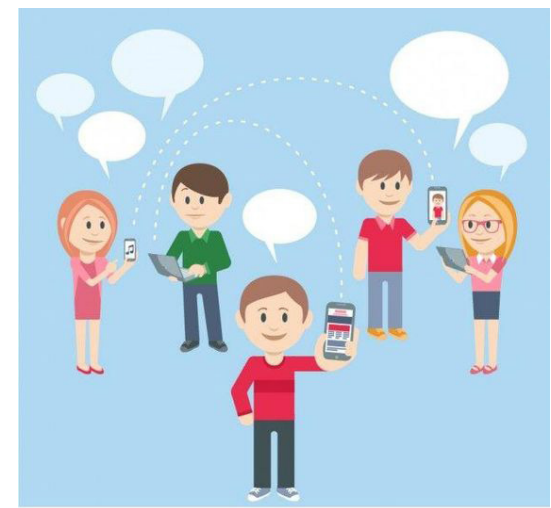


Figura 15. Diseño de personajes. Derechos de autor: Freepik. Web de consulta: [www.pinteres.com](http://www.pinteres.com)



## 4. Propuesta

Luego del proceso de ideación, se definió claramente el objetivo de campaña. A partir de esta etapa, se empezó a definir la línea gráfica, que incluye tanto el desarrollo de ilustraciones como de los artes publicitarios en general.

### 4.1. Cromática

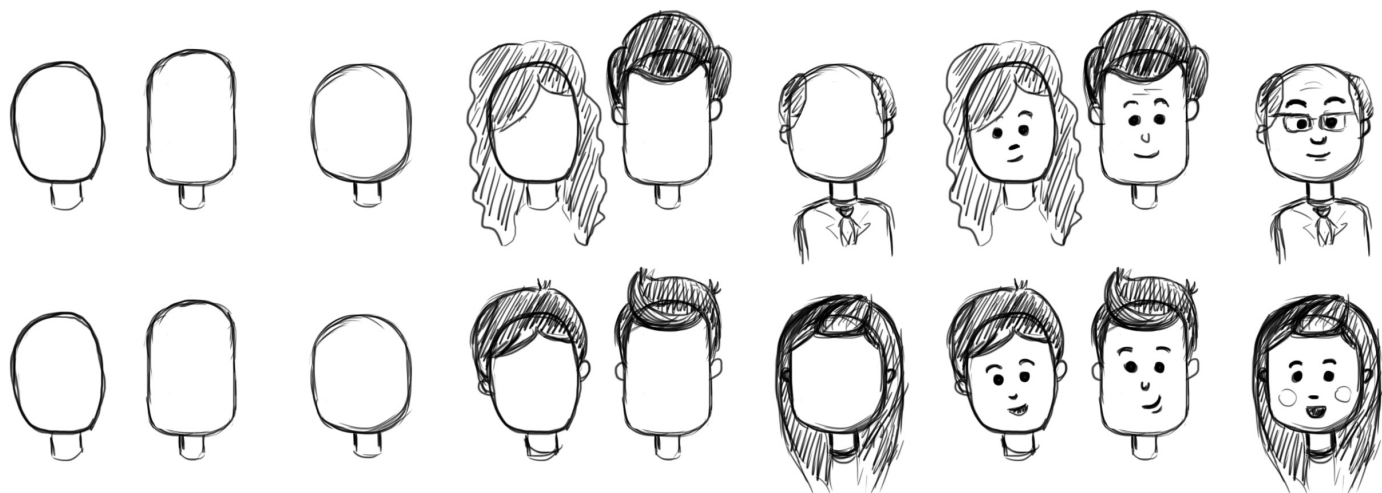
El carácter de campaña es institucional, por lo que se eligió el cian, como color principal y, al estar dirigida a públicos diferentes, se escogieron tres colores secundarios para dirigirse a cada segmento del público objetivo, anaranjado para los docentes; azul marino, para los estudiantes y verde para los padres de familia.



Figura 16. Colores para segmentación de público objetivo.  
Autor: Paola Domínguez

### 4.2. Ilustración

Para la ilustración, se inició con bocetos de formas básicas a partir de las que se desarrollaron todos los personajes (Fig. 17). Sobre estas formas se pueden añadir o cambiar pequeños detalles como forma y color del cabello, ubicación de ojos y boca, o el color de piel, entre otros, dando una amplia variedad de opciones que ayudaron a resaltar la idea de diversidad dentro de las aulas. Además, se pensó en detalles como manos, cuadernos y lápices para incluirlos en artes impresos y digitales. (Fig. 19)



**Figura 17. Proceso de ilustración.** Bocetos iniciales en los cuales se puede observar cómo funciona el sistema modular.  
**Autor:** Paola Domínguez



**Figura 18. Personajes finales.** Visualización de varios personajes originados de los bocetos iniciales. **Autor:** Paola Domínguez



**Figura 19. Elementos adicionales.** Originados para complementar el mensaje principal de la campaña. **Autor:** Paola Domínguez

### 4.3. Tipografía

Se eligió la fuente PF BeauSans Pro, una tipografía sans serif con terminaciones redondeadas de manera que se integre con la ilustración

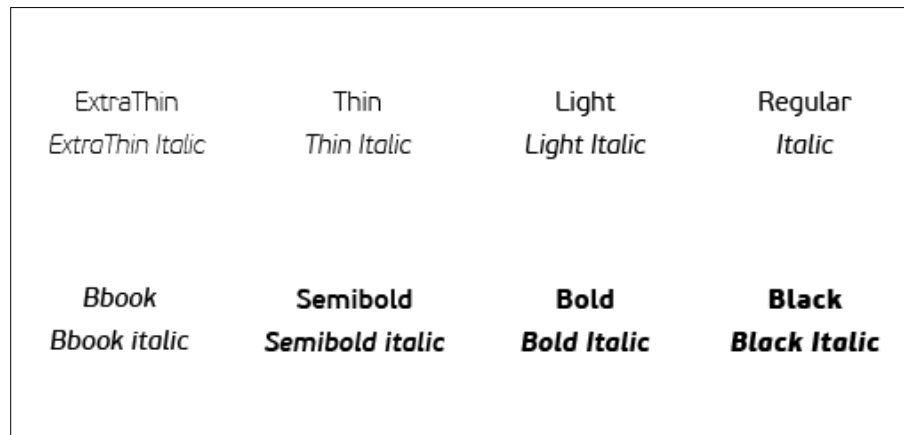


Figura 20. Variantes de tipografía PF BeauSans Pro. Autor: Paola Domínguez

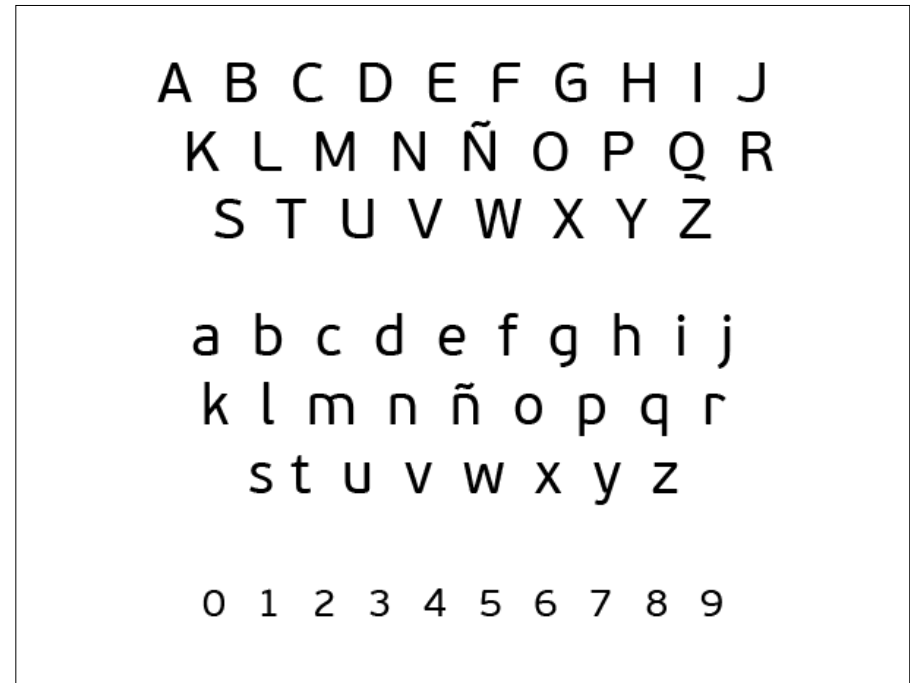


Figura 21. Muestra completa de tipografía PF BeauSans Pro Regular. Autor: Paola Domínguez

## 4.4. Artes

### 4.4.1. Medios impresos

Se definieron los formatos para afiche (40 x 60 cm) y volantes (10 x 21 cm), con el objetivo de ser publicados en meses específicos, y dirigidos a complementar temas puntuales que forman parte del cronograma de actividades del colegio.

En tanto, el Ministerio de Educación es parte primordial de los procesos de inclusión, se definió que era necesario incluir su logotipo en los objetos publicitarios.


Para los volantes se usó el color principal de la campaña, y el color secundario distintivo de cada segmento de público. En la parte superior, se colocó el nombre de la campaña, junto a tres personajes. Seguido, un texto que especifica a quién va dirigido, a continuación, una frase en la que se explica qué es lo que encontrará en el volante y en redes sociales. Finalmente, el logotipo del Ministerio de Educación, y elementos adicionales como manos y lápices.



**Figura 22. Modelos para volantes.** Divididos por colores para cada segmento del público objetivo. **Autor:** Paola Domínguez



## Apoyo a la inclusión educativa DOCENTE



Los docentes tenemos una función esencial en el proceso de inclusión ya que estamos presentes en todo momento, ejecutando las estrategias para optimizar el aprendizaje, favoreciendo directamente a los estudiante con n.e.e.

¿Cómo puedo apoyar a mis estudiantes?



**Presta atención a su desempeño**

Existen ciertas características que indican que un estudiante necesita apoyo, por ejemplo: dificultad en el área de comunicación, dificultad para resolver problemas cotidianos, aprendizaje lento, poca tolerancia a la frustración, etc.


**Explora todas las estrategias posibles**

Si se presentan las dificultades antes mencionadas, tu trabajo como maestro es buscar herramientas y estrategias pedagógicas para apoyar a tus alumnos.

**Puedes solicitar una evaluación psicopedagógica**


→


Recuerda que, para remitir el estudiante a evaluación, las dificultades observadas deben presentarse de forma continua durante dos a tres meses de trabajo sistemático con él. Envía un reporte de tus observaciones.



**Lo más importante**

Fomenta un clima de confianza y compañerismo. Una buena relación entre los estudiantes ayuda a la estabilidad emocional de quienes necesitan ayuda.

## Apoyo a la inclusión educativa PADRE DE FAMILIA



Los padres somos los primeros maestros y los que ejercemos mayor influencia en las vidas de nuestros hijos. Por eso es muy importante que desarrollemos y mantengamos enlaces fuertes con sus escuelas y colegios.

¿Cómo puedo apoyar a mi hijo con problemas de aprendizaje?

**Reúnase con los maestros de su hijo**

Hablar e informar que desea apoyar a su hijo ofrece muchas ideas para empezar con una colaboración.

**Asista a las reuniones de padres**

Hablar con otros padres es una buena oportunidad para obtener apoyo emocional y consejos prácticos.

**Identifique al personal encargado del apoyo a los estudiantes**



Vicerector



Psicólogos



Maestros

Solicite ayuda al DECE cada vez que sea necesario.


\*DECE: El Departamento de Consejería Estudiantil es la Instancia responsable de la atención integral de las y los estudiantes.



**Lo más importante**

Aliente a su hijo a encontrar su talento, a ser responsable e independiente, son cualidades importantes para su éxito.

## Apoyo a la inclusión educativa ESTUDIANTE



Reconoce tus fortalezas y debilidades para trabajar en ellas, en realidad competimos con nosotros mismos, no podemos controlar el rendimiento de otros.

¿Cómo puedo mejorar mi rendimiento?

**Encuentra tus puntos débiles**


Reconocer que tienes dificultades te permitirá buscar ayuda. Recurre a tus padres o maestros.

**Busca tus talentos**


Así como todos tenemos debilidades, también tenemos fortalezas. Encuentra aquello en lo que eres bueno y trabaja en ello, busca actividades extra relacionadas a tus habilidades.


**Coordina con tu maestro para encontrar tu mejor técnica de estudio**

Como estudiantes tenemos obligaciones, recuerda que si tienes dificultades es importante que te asesores sobre las técnicas de estudio que te ayudarán a mejorar tu rendimiento.



- Apuntes
- Dibujos
- Mapas mentales
- Tutorías





**Lo más importante**

Si sientes que no se respetan tus derechos, no te quedes callado. Todos necesitamos apoyo, recuerda que tu éxito depende de ti.

Figura 23. Diseño posterior de volantes. Medidas: 10 x 21cm. Autor: Paola Domínguez



Como se aclaró anteriormente en el brief creativo, la campaña tiene un tono informativo y amigable. Por esta razón cada personaje es usado como un “mensajero” que aconseja y guía en el proceso de inclusión.

En la parte posterior de los volantes (fig. 17) se incluyó información relativa a cada uno de los grupos del segmento de mercado. En el brief creativo se planteó que sería una campaña institucional, amigable e informativa, por lo que se decidió usar a los personajes, y la información dentro de cuadros de diálogo. El objetivo es que cada personaje “aconseje” a su segmento de público.

Se utilizaron los colores determinados para cada segmento y en los fondos, se colocaron elementos como lápices y cuadernos.

Se realizaron pruebas de impresión, los volantes de 10 x 21 cm contienen textos no menores a 9 puntos para garantizar la legibilidad.

Para los primeros afiches (Figs. 24 y 25), se aplicaron los mismos elementos que se usaron para los volantes. En este caso, el tamaño del afiche permitió añadir información adicional, usando cuadros de diálogo e ilustración. Los afiches contienen información general de la campaña, por lo que en la parte inferior se colocó tres franjas, con los colores de cada uno de los segmentos.



**Figura 24. Primera simulación de afiche.**  
**Autor:** Paola Domínguez



Figura 25. Diseño y simulación de Afiche final. Medidas: 40 x 60cm. Autor: Paola Domínguez



Figura 26. Diseño de segunda opción para Afiche. Medidas: 40 x 60cm. Autor: Paola Domínguez



Figura 27. Simulación diseño posterior de volantes para docentes. Medidas: 10 x 21cm. Autor: Paola Domínguez





Figura 28. Simulación volantes para padres de familia. Medidas: 10 x 21cm. Autor: Paola Domínguez



**Figura 29. Diseños para banner con roll up.**  
**Medidas: 80 x 200cm. Autor: Paola Domínguez**



**Figura 30. Simulación diseño de banner con roll up.**  
**Medidas: 80 x 200cm. Autor: Paola Domínguez**



#### 4.4.2. Correo electrónico

Se inició con bocetos e ideas sobre la distribución de la información con la finalidad de garantizar su legibilidad. Como se puede observar en el primer ejemplo, inicialmente se consideró incluir en el encabezado el título del documento. Al realizar las pruebas en la plataforma MailChimp, se pudo ver que el título no era legible en dispositivos móviles. Por lo que se consideró la opción de ponerlo dentro del cuerpo del mensaje.

Se mantuvieron los cuadros de diálogos con mensajes dados por cada personaje, en este caso se incluyen dos, uno en el encabezado y otro al final del mensaje, resaltando detalles importantes de la información enviada. Adicionalmente, se diseñaron y desarrollaron saludos personalizados, formularios para cancelar suscripción, la información de contacto al final del mensaje, detalles de la fuente de donde se extrajo la información y un botón de descarga del documento original.

Posteriormente se realizó una segunda simulación, en ordenador y dispositivos móviles.

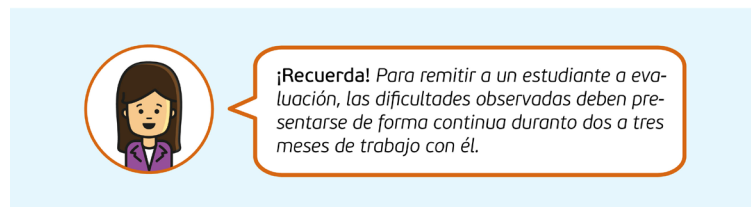
Se realizaron pruebas en diferentes aplicaciones de correo electrónico para comprobar que el correo se visualiza correctamente, especialmente el encabezado y la imagen final. En ordenadores, los textos fueron legibles, pero en dispositivos móviles el cuadro de diálogo al final no se visualizó correctamente. Por lo que se revisó el tipo de información a incluirse.



La evaluación psicopedagógica integral es un proceso que permite conocer el nivel de desarrollo del proceso educativo del estudiante y de su interacción con el entorno, Para identificar las necesidades especiales y los apoyos que requiere a fin de favorecer su desarrollo integral.

El docente puede solicitar una evaluación psicopedagógica integral, una vez que haya agotado todos los recursos pedagógicos, didácticos y humanos que estén a su alcance y observe que el estudiante:

- Presenta dificultad para aprender.
- No sigue el ritmo de aprendizaje de sus compañeros de aula.
- Evita relacionarse con sus pares y/o adultos y no participa o presenta un comportamiento agresivo, disociador y otros que interfieren en las dinámicas del aula.
- Muestra problemas de salud constantes que afectan su desempeño escolar y otra cualquier otra manifestación que influye en su proceso de enseñanza - aprendizaje.

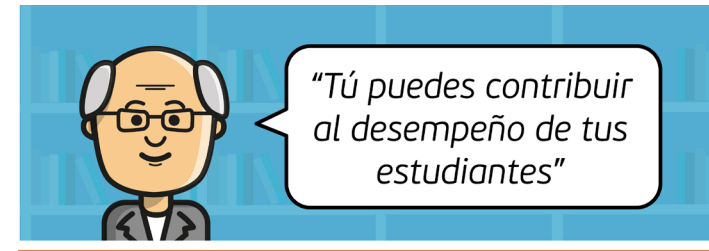


Información extraída del libro "MANUAL DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS" del Ministerio de Educación.  
 >> [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Manual\\_de\\_Estrategias\\_100214.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Manual_de_Estrategias_100214.pdf) <<

Nuestra dirección de correo es:  
 yopuedoecuador@educacion.gob.ec

¿Te gustaría cambiar la forma en que recibes estos correos?  
 Activa tus preferencias o desuscríbete

**Figura 31. Diseño en Illustrator de correo electrónico.**  
**Autor: Paola Domínguez**

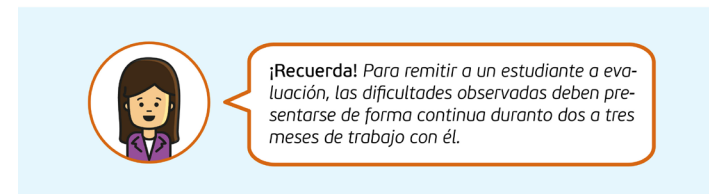


### ¿Qué es una evaluación psicopedagógica integral?

La evaluación psicopedagógica integral es un proceso que permite conocer el nivel de desarrollo del proceso educativo del estudiante y de su interacción con el entorno, Para identificar las necesidades especiales y los apoyos que requiere a fin de favorecer su desarrollo integral.

El docente puede solicitar una evaluación psicopedagógica integral, una vez que haya agotado todos los recursos pedagógicos, didácticos y humanos que estén a su alcance y observe que el estudiante:

- Presenta dificultad para aprender.
- No sigue el ritmo de aprendizaje de sus compañeros de aula.
- Evita relacionarse con sus pares y/o adultos y no participa o presenta un comportamiento agresivo, disociador y otros que interfieren en las dinámicas del aula.
- Muestra problemas de salud constantes que afectan su desempeño escolar y otra cualquier otra manifestación que influye en su proceso de enseñanza - aprendizaje.



Información extraída del libro "MANUAL DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS" del Ministerio de Educación.  
 >> [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Manual\\_de\\_Estrategias\\_100214.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Manual_de_Estrategias_100214.pdf) <<

Imprimir

Nuestra dirección de correo es:  
 yopuedoecuador@educacion.gob.ec

¿Te gustaría cambiar la forma en que recibes estos correos?  
 Activa tus preferencias o desuscríbete

**Figura 32. Diseño final en Illustrator de correo electrónico. Autor: Paola Domínguez**

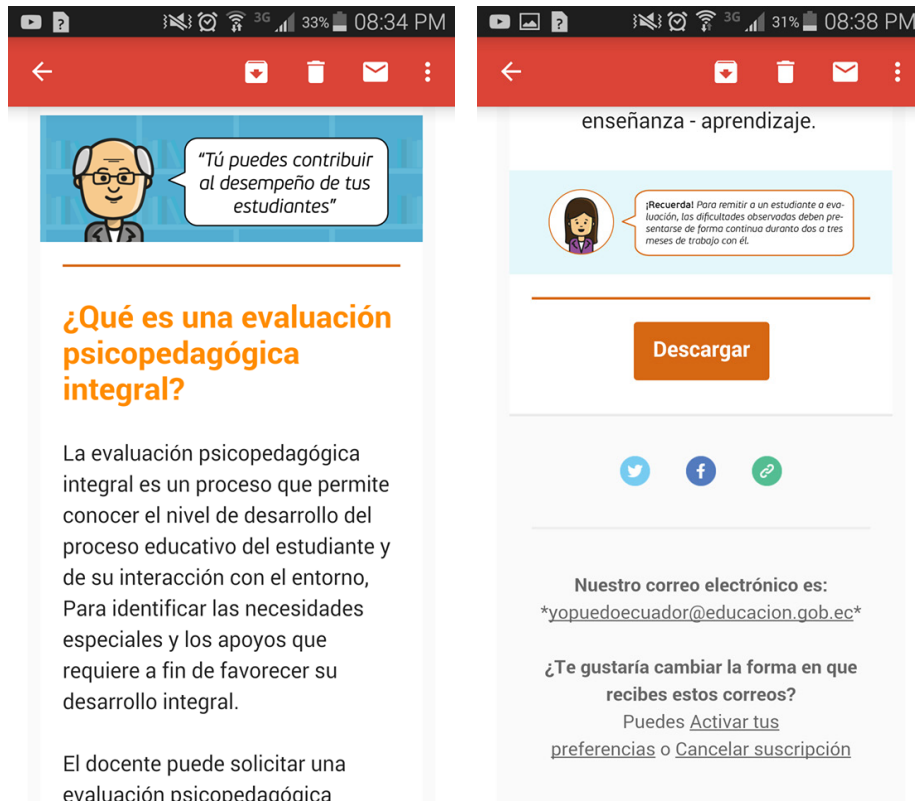


Figura 33. Correo de prueba desde MailChimp. Autor: Paola Domínguez

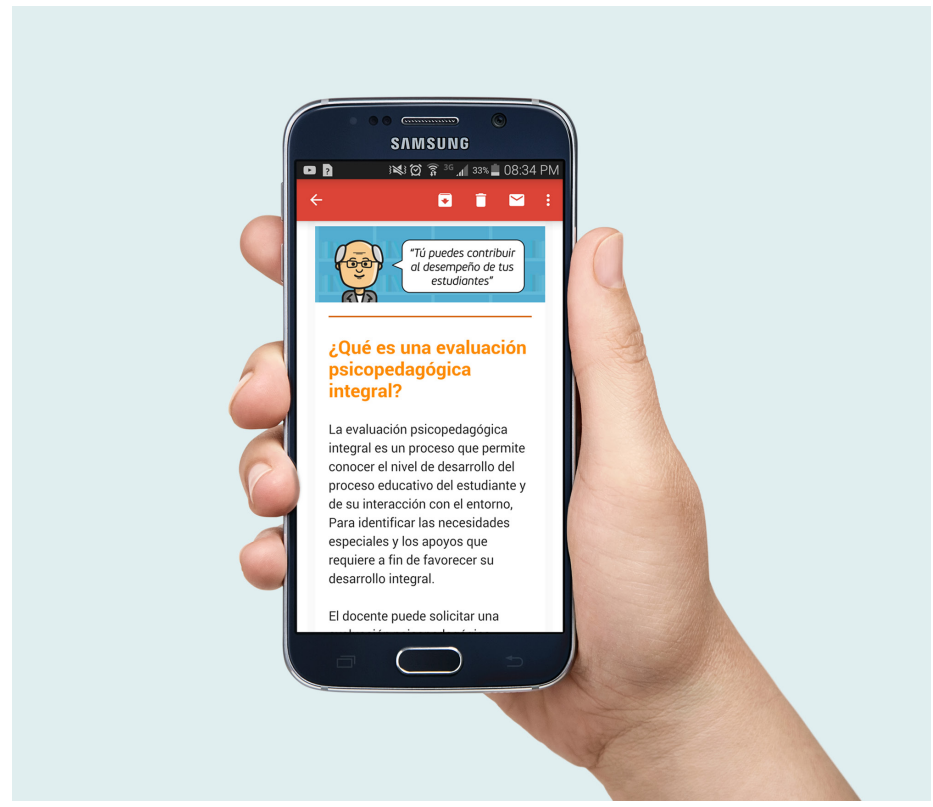


Figura 34. Simulación de correo en dispositivo móvil. Autor: Paola Domínguez



Figura 35. Simulación de correo en ordenador y dispositivo móvil. Autor: Paola Domínguez

### 4.4.3. Redes sociales

Para empezar, se desarrollaron los artes para el perfil y portada de Facebook, con los cuales se determinó la estética que manejará la página. Se mantiene el color cian como base de los artes, en los fondos se utilizaron ilustraciones de varios elementos como libros, lápices, hojas y libreros.

Para los posts, se mantuvieron los cuadros de diálogo, cada arte tiene uno o dos personajes que transmiten un mensaje relativo a la ocasión y el público al que se dirige está identificado por una franja de color en la parte inferior de la imagen.

También se crearon encabezados para la sección “Notas” de Facebook, donde se publicará información relevante a educación, inspiración y ejemplos de personajes que aplican el sistema de inclusión dentro y fuera del país. De igual manera, cada encabezado tiene una franja de color como identificador del público al

que se dirige la nota, haciendo más fácil encontrar la información dependiendo de los intereses del usuario. (fig. 40)



**Figura 36. Imagen de perfil para Facebook.**  
Autor: Paola Domínguez

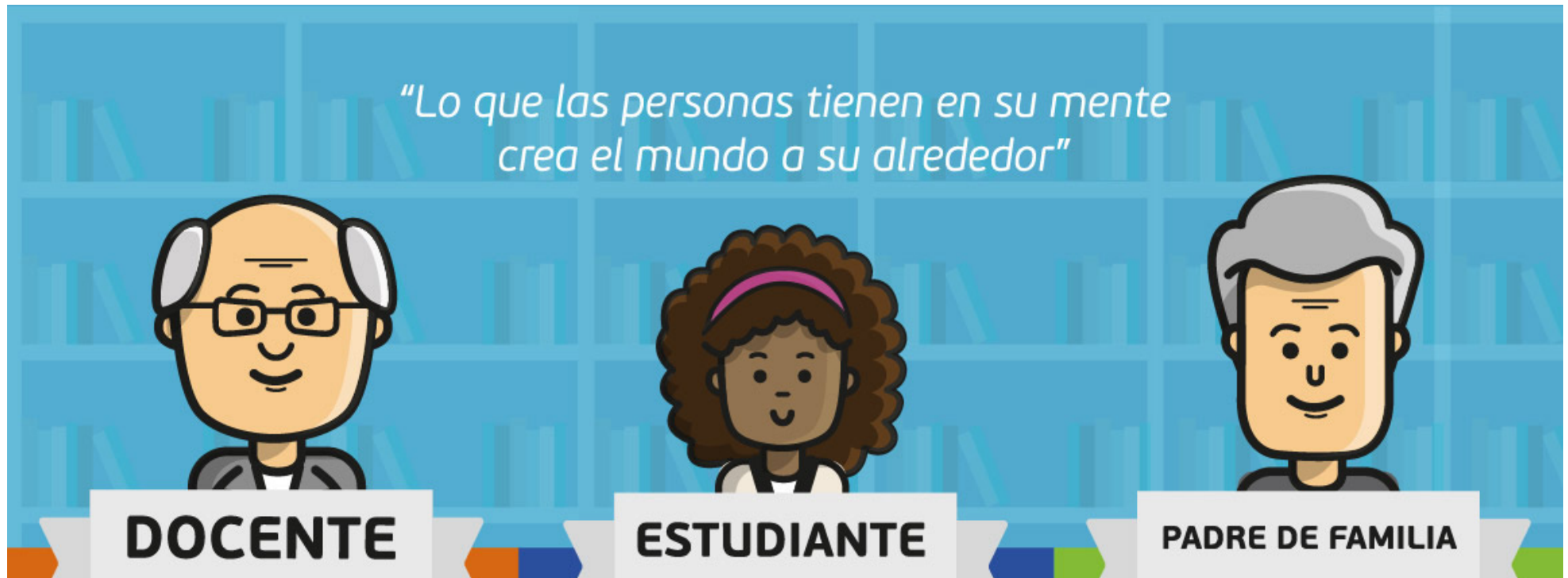


Figura 37. Imagen de portada para Facebook. Autor: Paola Domínguez





Figura 38. Línea gráfica para posts. Autor: Paola Domínguez

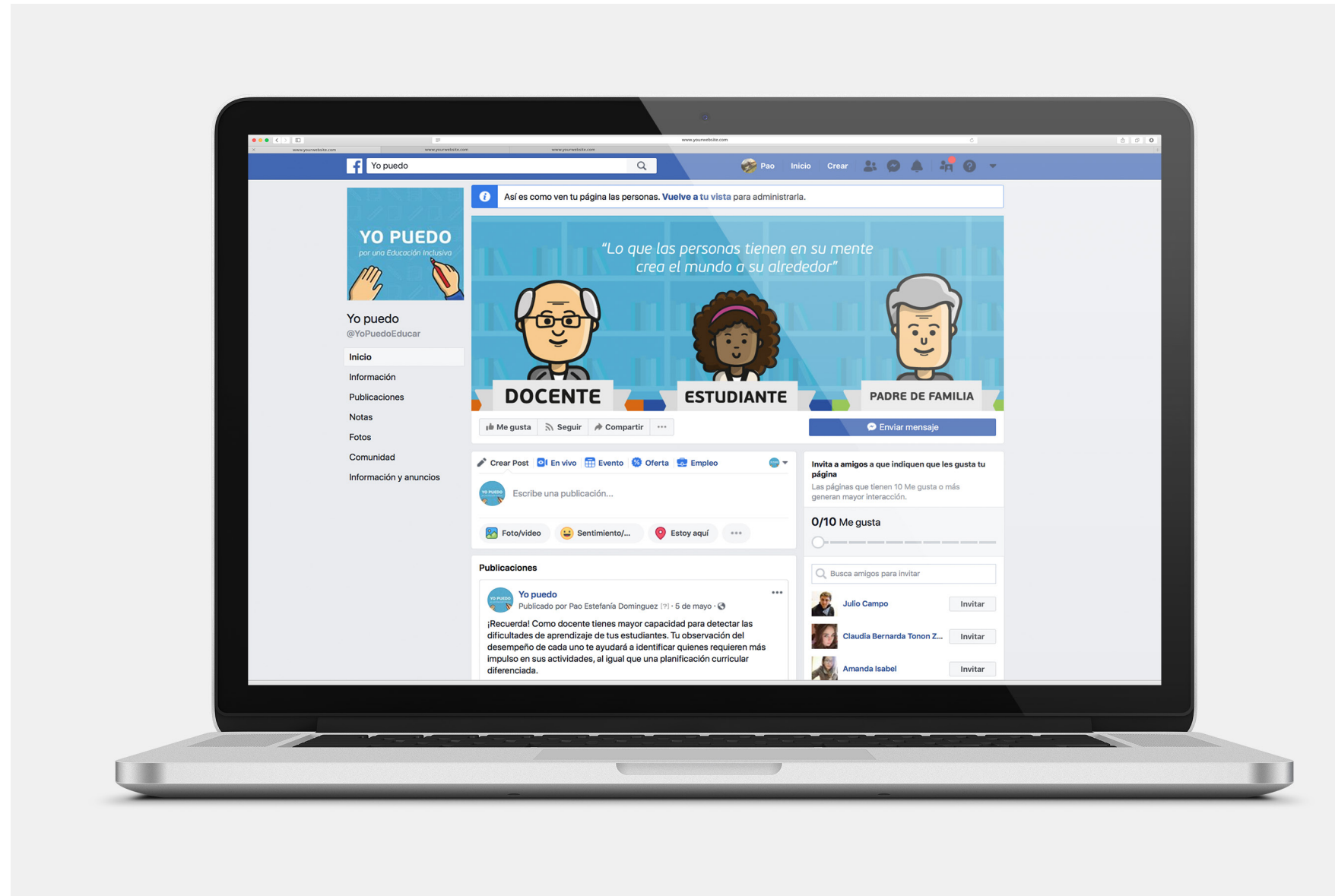


Figura 39. Visualización de la página desde ordenador. Autor: Paola Domínguez



Figura 40. Diseño de cabeceras para la sección “Notas” de Facebook.  
 Autor: Paola Domínguez



Figura 41. Visualización de “Notas” de Facebook.  
 Autor: Paola Domínguez

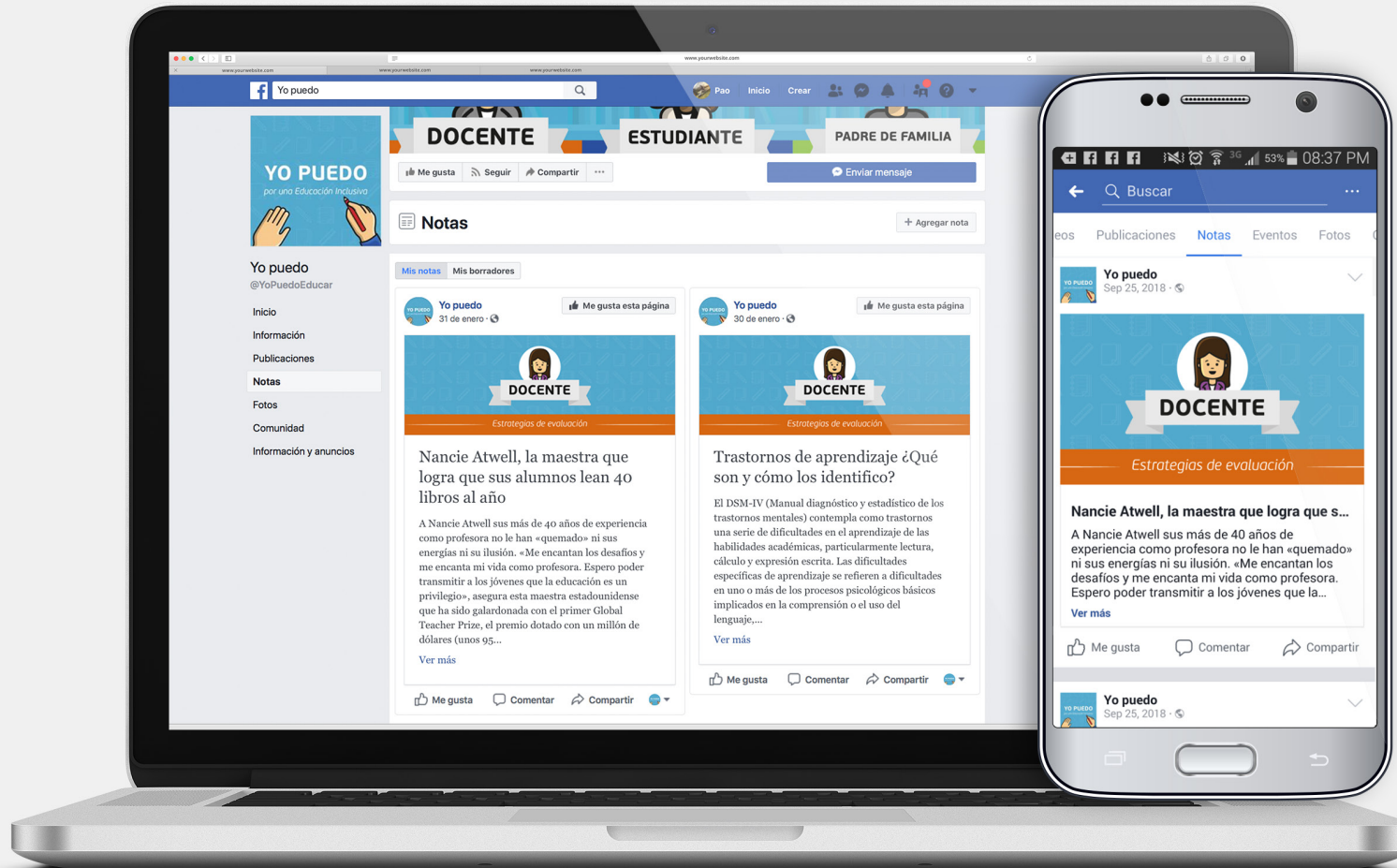


Figura 42. Simulación sección “Notas” de Facebook para móvil y ordenador. Autor: Paola Domínguez

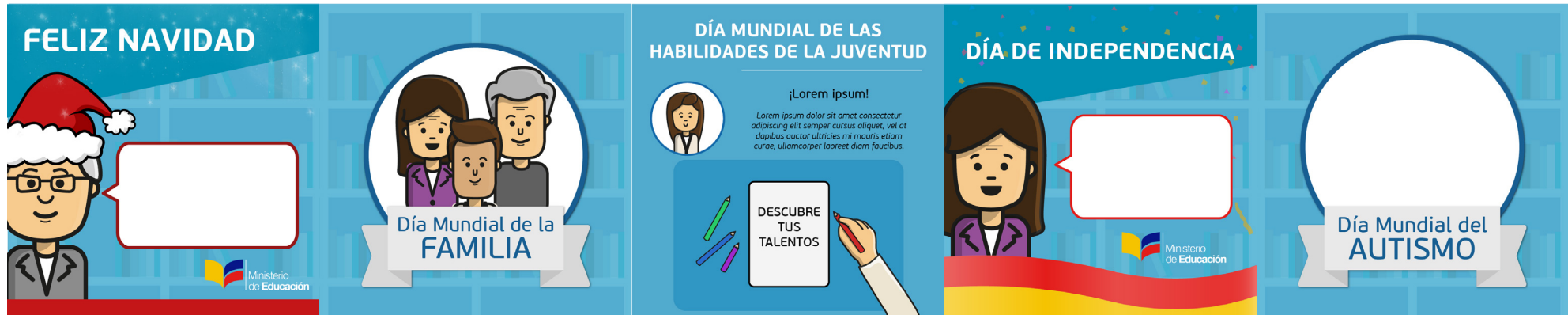


Figura 43. Diseño sugerido para posts de fechas especiales. Autor: Paola Domínguez

Más información en :  
<https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/t...>  
 Seguir leyendo

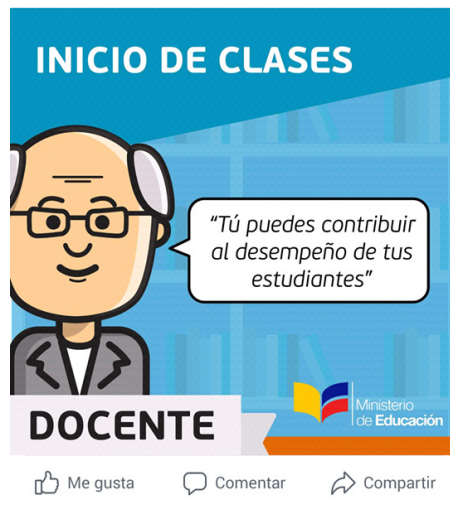


Figura 44. Visualización de post.  
 Autor: Paola Domínguez

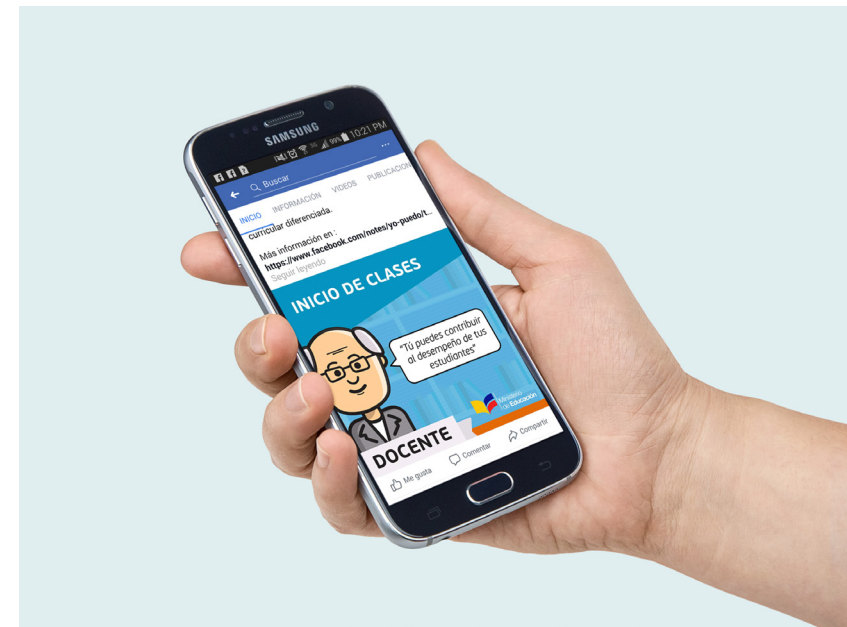


Figura 45. Simulación de post en dispositivo móvil.  
 Autor: Paola Domínguez



#### 4.4.4. Plan de medios

Para el plan de medios se usó como base el cronograma de actividades de la institución. Se realizó una planificación de contenidos y de publicaciones, donde se especifican fechas y la periodicidad con la que se podrían realizar las publicaciones, estableciendo su inicio en el mes de agosto de 2018 y su final en julio del 2019, como se puede observar en la Fig. 46.

Se planificó una mayor frecuencia de publicación en redes sociales, donde se consideraron recomendaciones de expertos del área del marketing digital, que permitieron determinar que los días de publicación sean lunes, miércoles, jueves y sábado, considerando a las 7pm como la mejor hora para publicar. Los contenidos se compartirán en la red social Facebook, y los mismos elementos se enviarán por whatsapp. Se creó un modelo de cronograma, sugerido para planificar los posts que se harán mensualmente. (Fig. 56)

Por correo, se trataría de enviar información relevante de los libros que proporciona el Ministerio de Educación y recomendaciones de psicólogos educativos acerca de temas específicos, de manera que tengan mayor acceso a la información. De la misma manera se manejará los contenidos de los medios impresos, aunque la periodicidad de publicación es diferente.

También se consideraron días festivos y fechas especiales, que se encuentran marcadas dentro del cronograma de publicación, con la finalidad de crear artes especiales con mensajes que promuevan la inclusión. (Fig. 64)



# Cronograma de contenidos anual

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

\* Los meses resaltados con **amarillo**, son en los que la campaña se implementará con **mayor frecuencia**.

\* Dentro de **información extra**, se incluye casos de personas, ya sean docentes, padres o estudiantes que inspiren o motiven (a excepción de fechas especiales).

\*En los meses de menor contenidos se puede "repostear" contenidos de meses anteriores.

Agosto	Inicio de clases	Nivelación / Evaluaciones			Motivación
Septiembre	Inicio de clases	Nivelación / Técnicas de estudio	Evaluaciones	Nombramiento abanderados	Motivación
Octubre	Análisis estudiantes con n.e.e	Estrategias Pedagógicas	Información extra		Motivación
Noviembre	Información extra				Motivación
Diciembre	Información extra	Estrategias Pedagógicas	Información extra (Navidad)		Motivación
Enero	Retorno clases	Estrategias Pedagógicas	Identificar problemas	Técnicas de estudio	Motivación
Febrero	Exámenes quimestral	Técnicas de estudio	Vacaciones	Análisis estudiantes con n.e.e	Motivación
Marzo	Información extra				Motivación
Abril	Retorno clases	Estrategias Pedagógicas	Info. Extra (Día del Maestro)		Motivación
Mayo	Análisis estudiantes con n.e.e	Estrategias Pedagógicas	Análisis estudiantes con n.e.e		Motivación
Junio	Exámenes finales	Información extra	Técnicas de estudio	Estrategias Pedagógicas	Motivación
Julio	Exámenes supletorios	Información extra	Técnicas de estudio	Estrategias Pedagógicas	Motivación

Figura 46. Tabla de contenidos anuales de campaña. Autor: Paola Domínguez

Para generar el plan de medios impresos se añadieron las consideraciones de los materiales y la cantidad de artes, que se determinaron gracias a la observación de campo realizada en la etapa de Inmersión. De esta manera, quedó definido el contenido y la frecuencia de publicación para cada medio, al igual que un estimado del presupuesto, mensual y anual para cada uno.

En el caso de los medios impresos, se realizó una cotización en diferentes imprentas de la ciudad (Fig. 55) que nos sirvió para identificar la mejor opción en cuanto a precios. En este caso se consideraría trabajar con CentrerGraf o Publimprex.

	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
Medios impresos	—				○																														
Correo electrónico												x																x							
Redes sociales	x	x			x		x	x		x		x		x	x	x		x		x	x		x		x		x	x							

Día de publicación **x**  
 Permanencia de medios impresos —  
 Revisión de medios impresos ○  
 Considerar fechas especiales (revisar calendario) ■

Figra 47. Muestra de planificación de medios. Autor: Paola Domínguez





# Cronograma de contenidos mensual

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo



Contenido Principal



Contenido secundario



Información extra

## SEPTIEMBRE

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
<b>DÍA 1</b>	<b>Inicio de clases.</b> Las actividades de nivelación. (Docencia)	<b>Inicio de clases.</b> Las pruebas de diagnóstico. (Docencia)	<b>Inicio de clases.</b> Entrega de diagnósticos (Docencia)	<b>Inicio de clases.</b> Motivación estudiantes no abanderados
<b>DÍA 2</b>	<b>Tips para estudiantes.</b> Los repasos.	<b>Tips para padres.</b> Motivando a los estudiantes. (Docencia)	<b>Tips para estudiantes.</b> Motivación	<b>Tips para estudiantes.</b> Los repasos.
<b>DÍA 3</b>				
<b>DÍA 4</b>	<b>Inicio de clases.</b> Las pruebas de diagnóstico. (Docencia)	<b>Inicio de clases.</b> Entrega de diagnósticos. Planificación Curricular	<b>Inicio de clases.</b> Temas a tratar en juntas académicas.	<b>Inicio de clases.</b> Las pruebas de diagnóstico. (Docencia)
<b>DÍA 5</b>				
<b>DÍA 6</b>				
<b>DÍA 7</b>	<b>Tips para padres.</b> Motivando a los estudiantes.	<b>Tips para padres.</b> Motivando a los estudiantes.	<b>Tips para padres.</b> Motivando a estudiantes no abanderados	<b>Tips para estudiantes.</b> ¿Por que soy estudiante n.e.e?

Figura 48. Modelo sugerido para cronograma de contenidos mensual. Autor: Paola Domínguez





# Planificación de Medios Mensual

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

Día de publicación **x**  
 Permanencia de medios impresos —  
 Revisión de medios impresos ○  
 Considerar fechas especiales (revisar calendario) ■

			DICIEMBRE																														
			S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Medios impresos																																	
Correo electrónico				x														x															x
Redes sociales			x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
			ENERO																														
			M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Medios impresos					x																												
Correo electrónico															x																	x	
Redes sociales			x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
			FEBRERO																														
			V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
Medios impresos																																	
Correo electrónico												x														x							
Redes sociales			x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
			MARZO																														
			V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Medios impresos																																	
Correo electrónico											x															x							
Redes sociales			x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Figura 50. Tabla de planificación de medios Diciembre - Marzo. Autor: Paola Domínguez



# Planificación de Medios Mensual

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

Día de publicación **x**  
 Permanencia de medios impresos **—**  
 Revisión de medios impresos **○**  
 Considerar fechas especiales (revisar calendario) **■**

ABRIL																														
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Medios impresos	○																													
Correo electrónico								x														x								
Redes sociales	x		x	x		x		x		x	x		x		x		x	x		x		x		x	x		x		x	

MAYO																															
	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Medios impresos																															
Correo electrónico						x																					x				
Redes sociales	x	x		x		x		x			x	x			x			x	x			x					x			x	x

JUNIO																															
	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Medios impresos	x																														
Correo electrónico			x														x														
Redes sociales			x		x			x	x	x		x			x	x	x		x				x	x	x		x			x	x

JULIO																															
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Medios impresos																															
Correo electrónico	x														x																
Redes sociales	x	x			x			x	x			x			x	x			x			x									

Figura 51. Tabla de planificación de medios Abril - Julio. Autor: Paola Domínguez



## Planificación de medios impresos

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

- \* Los meses resaltados con **azul**, son los meses en los que se publicarán los afiches y volantes.
- \* Los meses resaltados con **amarillo**, son los meses en los que se debe revisar y sustituir afiches rotos o perdidos, y colocar los volantes en las salas asignadas en caso de haberse terminado.
- \* El material impreso va dirigido a docentes, padres y estudiantes.

SEPTIEMBRE					
Medios	Formato	Material	Contenido	Fecha de publicación	Cantidad
Afiches	40 x 60 cm	Couche 150gr	<i>Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?</i>	03 de septiembre de 2018	160 (80 colocar, 80 de respaldo)
Volantes	10 x 21 cm	Couche 115gr	<i>Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?</i>	03 de septiembre de 2018	1500

Figura 52. Tabla de planificación de medios impresos, Septiembre. Autor: Paola Domínguez



<b>NOVIEMBRE (Revisión de material)</b>					
<b>Medios</b>	<b>Formato</b>	<b>Material</b>	<b>Contenido</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Cantidad</b>
Afiches	40 x 60 cm	Couche 150gr	Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?	03 de septiembre de 2018	Revisar y reemplazar
Volantes	10 x 21 cm	Couche 115gr	Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?	03 de septiembre de 2018	-

<b>ENERO</b>					
<b>Medios</b>	<b>Formato</b>	<b>Material</b>	<b>Contenido</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Cantidad</b>
Afiches	40 x 60 cm	Couche 150gr	Exámenes finales. Técnicas de enseñanza y de estudio.	04 de enero de 2019	160 (80 colocar, 80 de respaldo)
Volantes	10 x 21 cm	Couche 115gr	Exámenes finales. Técnicas de enseñanza y de estudio.	04 de enero de 2019	1500

Figura 53. Tabla de planificación de medios impresos, Noviembre - Enero. Autor: Paola Domínguez



<b>ABRIL (Revisión de material)</b>					
<b>Medios</b>	<b>Formato</b>	<b>Material</b>	<b>Contenido</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Cantidad</b>
Afiches	40 x 60 cm	Couche 150gr	<i>Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?</i>	03 de septiembre de 2018	Revisar y reemplazar
Volantes	10 x 21 cm	Couche 115gr	<i>Inicio de clases. ¿Cómo identificar a estudiantes con discapacidad intelectual?</i>	03 de septiembre de 2018	

<b>JUNIO</b>					
<b>Medios</b>	<b>Formato</b>	<b>Material</b>	<b>Contenido</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Cantidad</b>
Afiches	40 x 60 cm	Couche 150gr	<i>Exámenes finales y supletorios. Técnicas de enseñanza y de estudio.</i>	04 de enero de 2019	160 (80 colocar, 80 de respaldo)
Volantes	10 x 21 cm	Couche 115gr	<i>Exámenes finales y supletorios. Técnicas de enseñanza y de estudio.</i>	04 de enero de 2019	1500

Figura 54. Tabla de planificación de medios impresos, Abril - Junio. Autor: Paola Domínguez



Cotización Medios impresos							
Imprenta	Teléfono	Correo	Precio Afiche	Precio Volantes	Precio Banners	Total	Consulta
Grafisum	4203606	---	\$88 160 unidades	\$136 1500 unidades	No hacen	\$224	Vía telefónica
Ink Centro de impresión	0992833808	imprime.ink@gmail.com	\$70 160 unidades	\$200 1500 unidades	\$220 4 unidades, con rollup	\$490	Correo, proforma
Monsalve	2 858800	---	\$115 160 unidades	\$180 1500 unidades	No hacen	\$295	Vía telefónica
Editores del Austro	2 890661	graficasdelaustro8@gmail.com	\$120 160 unidades	\$96 1500 unidades	\$260 4 unidades, con rollup	\$476	Correo, proforma
CenterGraf	0994726776	centergrafcuenca@gmail.com	\$140 160 unidades	\$120 1500 unidades	\$160 4 unidades, con rollup	\$420	Correo, proforma
Publimprex	--	publimprex7@gmail.com	\$90 160 unidades	\$150 1500 unidades	\$180 4 unidades, con rollup	\$420	Correo, proforma

Figura 55. Tabla de cotización de medios impresos. Autor: Paola Domínguez





# Modelo sugerido para planificación de posts

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Categoría</b>							
<b>Texto</b>	"Tu puedes contribuir al desempeño de tus estudiantes"			"¿Sabes qué es una evaluación psicopedagógica?"			"Tu puedes contribuir al desempeño de tus estudiantes"
<b>Imagen</b>	Con la línea gráfica de publicaciones para docentes.			Con la línea gráfica de publicaciones para docentes.			Con la línea gráfica de publicaciones para docentes.
<b>Copy</b>	<p>Recuerda que como docente tienes mayor capacidad para detectar las dificultades de aprendizaje de tus estudiantes. Tu observación del desempeño de cada uno te ayudará a identificar quienes requieren más impulso en sus actividades, al igual que una planificación curricular diferenciada.</p> <p>Más información en : <a href="https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/">https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/</a></p>			<p>"¿Haz notado dificultades en alguna de tus estudiantes? Si estos problemas han persistido durante 2 a 3 meses, puedes solicitar una evaluación psicopedagógica para mejorar el aprendizaje de tus alumnos. Tu apoyo podría impulsar su desarrollo académico y personal."</p> <p>Más información en : <a href="https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/">https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/</a></p>			<p>Recuerda que como docente tienes mayor capacidad para detectar las dificultades de aprendizaje de tus estudiantes. Tu observación del desempeño de cada uno te ayudará a identificar quienes requieren más impulso en sus actividades, al igual que una planificación curricular diferenciada.</p> <p>Más información en : <a href="https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/">https://www.facebook.com/notes/yo-puedo/trastornos-de-aprendizaje-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-los-identifico/183451435582285/</a></p>

Figura 56. Modelo de planificación para posts en redes sociales. Autor: Paola Domínguez



Para la cotización de correo electrónico, se consideraron las opciones expuestas en la Fig. 57, escogiendo el plan de \$20 mensuales que ofrece: marca personalizada, base de datos, soporte de chat en vivo y correo electrónico, predicción de datos demográficos y reportes básicos.





YOUR SUBSCRIBERS		TOTAL SUBSCRIBERS	EMAILS PER MONTH	MONTHLY COST*
<p>1,500 </p> <p><input type="checkbox"/> Mailchimp Pro <span>USD \$</span> </p>		0 - 2,000	12,000	Free
YOUR PLAN		501 - 1,000	Unlimited	\$15.00
\$20.00 /month*		1,001 - 1,500	Unlimited	\$20.00
		1,501 - 2,000	Unlimited	\$25.00
		2,001 - 2,500	Unlimited	\$30.00

Figura 57. Tabla de cotización para correo electrónico. Web de consulta: [www.mailchimp.com](http://www.mailchimp.com)



# Planificación de correo electrónico

Esta planificación fue establecida sobre la base del cronograma de actividades del Colegio Benigno Malo

AGOSTO			
Contenidos	Fecha inicio	Periodicidad	Público objetivo
<i>Criterios de evaluación / ¿Cómo identificar a estudiantes con n.e.e?</i>	<i>19 de Agosto de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

SEPTIEMBRE			
Contenidos	Fecha inicio	Periodicidad	Público objetivo
<i>Criterios de evaluación / ¿Cómo puedo motivar a mis estudiantes con n.e.e?</i>	<i>2 de Septiembre de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 58. Planificación de contenidos para correo electrónico Agosto-Septiembre. Autor: Paola Domínguez.



<b>OCTUBRE</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Estrategias pedagógicas alumnos con n.e.e / Información de docentes que inspiran</i>	<i>01 de Octubre de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

<b>NOVIEMBRE</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Evaluación psicopedagógica Historias y experiencias de docentes que han aplicado la inclusión (Motivación al docente)</i>	<i>05 de Noviembre de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 59. Planificación de contenidos para correo electrónico Octubre-Noviembre. Autor: Paola Domínguez.



<b>DICIEMBRE</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Estrategias pedagógicas para estudiantes con n.e.e / Vacaciones navideñas</i>	<i>03 de Diciembre de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

<b>ENERO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Estrategias pedagógicas/ Criterios de evaluación</i>	<i>14 de Enero de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 60. Planificación de contenidos para correo electrónico Diciembre-Enero. Autor: Paola Domínguez.



<b>FEBRERO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Criterios de evaluación / ¿Cómo motivar a estudiantes con n.e.e después de los exámenes?</i>	<i>11 de Febrero de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

<b>MARZO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Historias y experiencias de docentes que han aplicado la inclusión (Motivación al docente)</i>	<i>11 de Marzo de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 61. Planificación de contenidos para correo electrónico Febrero-Marzo. Autor: Paola Domínguez.



<b>ABRIL</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Mensaje por día del maestro / Estrategias pedagógicas</i>	<i>08 de Abril de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

<b>MAYO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Criterios de evaluación estudiantes con n.e.e / Estrategias pedagógicas</i>	<i>06 de Mayo de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 62. Planificación de contenidos para correo electrónico Abril-Mayo. Autor: Paola Domínguez.



<b>JUNIO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Criterios de evaluación / Estrategias de estudio para estudiantes n.e.e</i>	<i>03 de Junio de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

<b>JULIO</b>			
<b>Contenidos</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Público objetivo</b>
<i>Estrategias pedagógicas para preparar a estudiantes para exámenes supletorios</i>	<i>01 de Julio de 2018</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Docentes</i>

Figura 63. Planificación de contenidos para correo electrónico Junio-Julio. Autor: Paola Domínguez.





## Calendario de fechas especiales

Consideradas para generar artes y correos de felicitación o motivación

14 de febrero	Día de la Amistad
01 de marzo	Día de la cero discriminación
21 de marzo	Día Mundial del Síndrome de Down
02 de abril	Día mundial del Autismo
13 de abril	Día del Maestro
21 de abril	Día Mundial de la Creatividad e Innovación
01 de mayo	Día del trabajo
15 de mayo	Día Internacional de las Familias
15 de julio	Día Mundial de las Habilidades de la juventud
10 de agosto	Primer grito de Independencia
12 de agosto	Día internacional de la Juventud
03 de noviembre	Independencia de Cuenca
02 de noviembre	Día de los difuntos
16 de noviembre	Dían internacional de la tolerancia
03 de diciembre	Día internacional de las personas con discapacidad
20 de diciembre	Día de la solidaridad Humana
24 de diciembre	Navidad

**Figura 64. Lista de fechas especiales, a considerar para posts en redes sociales.**  
**Autor:** Paola Domínguez.



## Conclusiones y recomendaciones.

Este proyecto abarcó el diseño y planificación de una campaña social de apoyo a la inclusión educativa que, si bien está enfocada en la discapacidad intelectual, puede ser aplicada en casos similares. Mediante la investigación se pudo definir y segmentar al público objetivo, determinar contenidos y medios de publicación; crear una línea gráfica que se acople a una imagen institucional y crear un cronograma tentativo de campaña. Esta se aplicaría dentro del Colegio Benigno Malo basada en el cronograma de actividades de esta institución.

La información actual que presenta la campaña ha sido desarrollada por el Ministerio de Educación, pero se recomienda crear una plataforma o sitio web oficial destinado únicamente para contenido acerca de la inclusión para facilitar el aporte de otras instituciones o profesionales en el tema.

Al momento de aplicar la campaña también se debe tener en

cuenta los métodos para medir su eficacia, y así determinar si es necesario un cambio dentro de la implementación que permita optimizar resultados. Considérese que la eficacia de campañas, especialmente de carácter social, se pueden observar después de un largo tiempo, generalmente una vez terminada la campaña (Álvarez, p. 129). El análisis podría realizarse mediante un post-test donde se conocería la influencia de la campaña, y posibles soluciones para nuevos problemas o deficiencias en la comunicación.

Para futuros trabajos relacionados con educación o que se realicen dentro de instituciones educativas fiscales, se recomienda tener en cuenta que existen una serie de requerimientos y permisos que se debe solicitar para iniciar la investigación de campo.



## Referencias bibliográficas

- Ainscow, Mel; Booth, Tony: *Índice de Inclusión: Desarrollando el aprendizaje y la participación en las escuelas*. Versión en castellano, s.l., s.n., 2000.
- Álvarez, A. (2003). *La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectiva de la comunicación solidaria*. En Benet, V., Aldás Eloisa (Eds.), *Publicidad social: enfoques y métodos de análisis* (pp. 129-137). Barcelona, España: Icaria Editorial S.A.
- *American Association on Intellectual and Developmental Disabilities*. 2010. *Intellectual Disabilities*. Recuperado de: <http://aaid.org/home>.
- Buzan, T. (2004). *Cómo crear mapas mentales*. (G. Cuccia, Trans.). Ediciones Urano S.A. Barcelona
- Fernández, E., Quintana, M. (2009). *Eficacia de las campañas publicitarias: El caso de las campañas de turismo del Gobierno Vasco*. *Questiones Publicitarias*, 1(14), 1-19.
- Hasso Plattner Institute of Design at Stanford. 2010. *An introduction to design thinking*. Recuperado de: <http://dschool-old.stanford.com>
- Henderson, William (2011). *La ventaja de la ceguera*. Recuperado de: [http://www.perkinsla.org/recursosbiblio/36\\_1Henderson%20Spanish%202012%20\(2\).pdf](http://www.perkinsla.org/recursosbiblio/36_1Henderson%20Spanish%202012%20(2).pdf)
- Kavounas, Alice. 2013. *Strategic Thinking*. Barcelona: Promotora de prensa nacional S.A.
- Lupton, Ellen. 2013. *Intuición, Acción, Creación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Ministerio de Educación (2011). *Manual de estrategias*. Quito, Ecuador. Editorial Ecuador.
- Naranja, J., Ladaga, S. (2013). *Diseño en Comunicación Visual*. *Bold*, 1(1), 9-15.
- Vianna e Silva, M., Vianna e Silva, Y., Krumholz, I., De Figueiredo, B., Russo, B (2016). *Design Thinking: Innovación en los negocios*. Río de Janeiro: MJV Press.
- Margulis, M. (2002). *La ciudad y sus signos*. *Estudios Sociológicos*, vol. XX, núm. 3, pp. 515-536. El Colegio de México.

# Anexos



## 1. Solicitud de investigación en el Ministerio de Educación

Cuenca, 05 de octubre de 2017

Ing. Pablo De la Cadena

**DIRECTOR DISTRITAL 01D02**

Su despacho. -

Por medio de la presente, Yo **Paola Estefanía Domínguez Montenegro con C.I 010559129-1**, estudiante de la **Universidad de Cuenca**, carrera de Diseño Gráfico, solicito a usted me permita realizar investigación de campo dentro de instituciones educativas (en la mayoría de casos, dentro del colegio Benigno Malo) y dentro de la Unidad de Apoyo a la Inclusión, para el desarrollo de mi Proyecto de Titulación: "*Diseño de Campaña Social por la inclusión de estudiantes con Discapacidad Intelectual*", por lo cual requiero realizar entrevistas, encuestas y observación de campo.

Por su atención a la presente, anticipo mis agradecimientos.



## 2. Modelo de oficios para solicitar ingreso a instituciones educativas

(Se debe adjuntar descripción del proyecto)

Cuenca, 30 de octubre de 2017

Mgt. Saúl Rubio  
**RECTOR COLEGIO BENIGNO MALO**

Su despacho.

Luego de enviarle un atento y cordial saludo, solicito a usted de la manera más comedida permitir el ingreso a la estudiante Paola Domínguez, perteneciente a la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Artes, Universidad de Cuenca, a la institución educativa “Colegio Benigno Malo”, para realizar una investigación de campo de tipo observación y encuestas a docentes con el objetivo de continuar con el desarrollo de su trabajo de titulación. Adjunto el documento con la autorización del Ministerio de Educación firmado por la Mgs. Cristina Alexandra Delgado Rivera, Directora Distrital 01D02.

Agradezco por su colaboración y deseándole éxitos en su gestión.

Atentamente,

Dis. Esteban Torres Días Mg.  
**DECANO DE LA FACULTAD DE ARTES**

Cuenca, 07 de noviembre de 2017

Mgst. Saúl Rubio  
**RECTOR DEL COLEGIO BENIGNO MALO**

Su despacho.

Yo, Paola Estefanía Domínguez Montenegro, estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Cuenca, solicito a usted de la manera más comedida permitirme el ingreso a la institución educativa “Colegio Benigno Malo” para la realización de entrevistas a docentes e investigación de campo de tipo observación, con la finalidad de continuar con el desarrollo de mi trabajo de titulación.

Adjunto oficio firmado por el Decano de la Facultad de Artes, Dis. Esteban Torres. Mg., y la autorización otorgada por el Ministerio de Educación.

Por su atención a la presente, anticipo mis agradecimientos.

---

Paola Domínguez



### 3. Modelo de entrevistas y encuestas

Estamos realizando una investigación acerca de la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual dentro de los centros educativos, para el desarrollo de un trabajo de titulación. La finalidad de este proyecto es detectar los problemas que se presentan en la enseñanza y de esta manera poder desarrollar una campaña informativa y de sensibilización que ayude a fortalecer los conocimientos acerca de este tema.

Solicitamos, por favor, llenar esta encuesta con total sinceridad. Gracias de antemano.

Edad:

Género: M F

- ¿Ha tenido experiencia con estudiantes con discapacidad intelectual?

SI

NO

Alguna experiencia en específico \_\_\_\_\_

- ¿Ha presentado dificultades trabajando con este tipo de estudiantes?

SI

NO

Algún problema en específico \_\_\_\_\_

- ¿Tiene acceso a la información acerca de estrategias educativas para estudiantes con discapacidad intelectual?

SI

NO

En caso de que su respuesta sea negativa, ¿qué recomienda? \_\_\_\_\_

- ¿Cuál o cuáles son los medios de comunicación con los que más contacto tiene? (pueden ser varios)

\_\_\_\_\_

- ¿Está familiarizado con medios digitales? (redes sociales, páginas web, etc.)

SI

NO

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

#### PROCESO

- Entrevistas
- Mapa de actores
- Encuestas

#### Para psicólogos educativos (fuera de la institución):

- ¿Cómo ha visto la implementación de la educación inclusiva en las instituciones educativas de la ciudad?
- ¿Cuál es el grado de dificultad?
- ¿Qué opina de los métodos o estrategias planteados para la educación inclusiva dentro de los colegios?
- ¿Conoce lugares dentro o fuera del país que han logrado generar educación inclusiva exitosamente?
- En base a su experiencia, ¿cómo debería ser la actitud del docente frente a alumnos con discapacidad intelectual?

#### Para psicólogo del departamento de bienestar estudiantil y autoridades:

- ¿Cuál ha sido su experiencia trabajando con estudiantes dentro del sistema de inclusión educativa?
- ¿A tenido experiencia con estudiantes con discapacidad intelectual?
- ¿Cuáles son las medidas que toma el departamento de bienestar estudiantil ante la inclusión de estudiantes con discapacidad intelectual?
- ¿Quién provee a los docentes de estrategias educativas?
- ¿Qué tan comprometidos están los padres dentro de la institución?

#### Docentes:

- ¿Conoce acerca de la discapacidad intelectual?
- ¿Ha trabajado con estudiantes con discapacidad intelectual? (profundizar acerca de su experiencia, retos más grandes, que solución funcionó)
- ¿Qué opina acerca de la inclusión educativa en nuestro país?
- ¿Considera estar capacitado para la educación inclusiva?-
- ¿Cuáles son las dificultades que presenta dentro del salón de clase?
- ¿Qué factores influyen en su desempeño como educador?
- ¿Cuáles son los medios por los que obtiene información acerca de estrategias educativas para la inclusión?
- ¿Cuál o cuáles son los medios de comunicación con los que más contacto tiene?
- ¿Prefiere informarse por medios impresos o digitales?

### 4. Registro de notas insights





## 5. Bocetos de ilustración modular

