ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

VISIBILIZACIÓN DE ALUMNOS CON DISCAPACIDAD FÍSICA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR, LIMA. PERÚ

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR:

JAIDER JUNIOR HUAMANÍ GONZALES

(https://orcid.org/0000-0002-2307-2993)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:

JERYNNA MILUSKA ORTIZ FERNANDEZ

(https://orcid.org/0000-0003-1968-7503)

Asesor:

GIOVANNA GUZMÁN DE LAMA

(https://orcid.org/0000-0002-5641-8938)

Lima - Perú

Enero 2023

CORREGIDO-visibilización de alumnos con discapacidad física en la educación básica regular, Lima. Pe

Reporte

Reporte

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:464083420

Fecha de entrega
2 jun 2025, 11:47 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
2 jun 2025, 2:24 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
CORREGIDO-visibilización de alumnos con discapacidad física en la educación básica regular, Li....docx

Tamaño de archivo
1.2 MB

29 Páginas

6006 Palabras

33.698 Caracteres

24% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography

Exclusions

- 1 Excluded Source

Top Sources

23% Internet sources
12% Publications
16% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Resumen del Trabajo de Investigación

En el año 2022, el Ministerio de Educación (MINEDU) informó que aproximadamente 6,7 millones de estudiantes se encontraban inscritos para el retorno a la educación presencial en todo el país. A su vez, en febrero del mismo año, el Registro Nacional de la Persona con Discapacidad registró un total de 57,622 menores, entre los 6 y 17 años de edad, con alguna discapacidad.

Estas cifras nos invitan a reflexionar y plantearnos preguntas clave: ¿Dónde están estos niños y adolescentes? ¿Están accediendo a la educación básica regular? ¿Cuentan las escuelas públicas con las condiciones necesarias para recibir a estudiantes con discapacidad física?

El presente proyecto tiene como finalidad visibilizar a los escolares con discapacidad física en instituciones educativas tanto estatales como privadas. Mediante el diseño y el uso de tecnologías emergentes, se pretende desarrollar una propuesta visualmente atractiva y funcional que contribuya a este objetivo.

En este contexto, la meta principal de la investigación es crear una campaña gráfica publicitaria que promueva la visibilización de estudiantes con discapacidad física y fomente la concientización social sobre su inclusión educativa.

La investigación se llevará a cabo utilizando un muestreo no probabilístico. Se empleará un diseño cuasiexperimental que incluirá una preprueba y una postprueba, aplicadas a un grupo experimental y uno de control.

La muestra estará conformada por 100 personas relacionadas con individuos que presentan discapacidad física. Además, se realizarán 10 entrevistas a docentes, padres de familia y estudiantes con discapacidad, con el objetivo de identificar sus dificultades, temores y obstáculos dentro del sistema educativo nacional.

Se espera que como resultado de este trabajo se genere un mayor nivel de conciencia en la sociedad respecto a la presencia y los derechos de los estudiantes con discapacidad física dentro de las escuelas públicas y privadas.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Resumen del Trabajo de Investigación 2

TABLA DE CONTENIDO 3

Índice de Tablas 4

Índice de Figuras 5

1. Contextualización del Problema 6

2. Justificación 7

2.1 Justificación Social 8

2.2 Implicaciones prácticas 8

3. **Reto de innovación** 9

3.1. Preguntas 9

3.1.1. Pregunta general 9

3.1.2. Preguntas específicas 9

3.2. Objetivos 9

3.2.1. Objetivo general 9

3.2.2. Objetivos específicos 9

4. Sustento Teórico 9

4.1. Estudios previos 9

4.2. Marco Teórico 13

5. Beneficiarios 19

5.1. Beneficiarios Directos 19

5.2. Customer Journey Map 20

6. Propuesta de Valor 20

7. Resultados 24

8. Conclusiones 25

9. Bibliografía 26

Índice de Tablas

Tabla 1. *Registro de la Persona con Discapacidad* 7

Tabla 2. *Presupuesto de Costo* 23

Índice de Figuras

Figura 1. *Mock up valla digital*…… 15

Figura 2. *Mock up panel en paradadero* ……. 17

Figura 2. *Mock up de portada de libro*……. 18

1. Contextualización del Problema

Según MINEDU (2022), el año escolar 2022 inició el pasado 14 de marzo en 22 regiones a nivel nacional. El ministro Rosendo Serna informó que se tiene alrededor de 6′797,295 escolares matriculados en más 84 mil instituciones educativas en nuestro país.

Las clases retornaron a la modalidad presencial, tras dos años de enseñanza virtual debido a la pandemia producida por el coronavirus (COVID-19). Serna indicó que con la mejora de las cifras epidemiológicas se buscó el retorno a aulas con un 100% de aforo.

El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) informó que más del 5% de la población (1 millón 775 mil personas) en nuestro país tiene algún tipo de discapacidad, de los cuales alrededor de 900 mil tienen discapacidad motora. El 31 de octubre, el Consejo Nacional para la integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS) presentó el registro nacional de la persona con discapacidad, 2000 – 2022, teniendo un total de 375 175 personas registradas a nivel nacional y solo en Lima metropolitana 92 097 personas entre 0 y 60 a más años de edad. 16 953 son los niños y adolescente entre 6 y 17 años en Lima que deberían estar cursando estudios en colegio nacionales y privados. En la Tabla 1 se puede apreciar los miles de menores de edad con alguna discapacidad física en territorio nacional.

El artículo 23.1 de la Ley 27050 Ley General de la Persona con Discapacidad indica, “La educación de la persona con discapacidad está dirigida a su integración e inclusión social, económica y cultural con este fin, los Centros Educativos Regulares y Especiales deberán incorporar a las personas con discapacidad, tomando en cuenta la naturaleza de la discapacidad, las aptitudes de la persona, así como las posibilidades e intereses individuales y/o familiares.” y la norma técnica "Orientaciones para el Desarrollo del Año Escolar 2019 en Instituciones Educativas y Programas Educativos de la Educación Básica", aprobada por MINEDU mediante resolución precisa que, los colegios estatales y privados deben guardar

como mínimo, dos vacantes por salón para los alumnos con discapacidad física leve o modera.

Tabla 1. *Registro de la Persona con Discapacidad*



Año de inscripción: Todas

Situación de inscripción: Vigentes

REGISTRO NACIONAL DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD, 2000 - 2022

TOTAL 375175

SEXO SEGÚN REGIÓN

Departamento	Hombre	Mujer	Total
AMAZONAS	5452	4466	**9918**
ÁNCASH	7069	5234	**12303**
APURÍMAC	5497	4002	**9499**
AREQUIPA	7792	5831	**13623**
AYACUCHO	6105	4435	**10540**
CAJAMARCA	10818	8674	**19492**
CALLAO	8274	5105	**13379**
CUSCO	12267	9769	**22036**
EXTRANJERO	21	8	**29**
HUANCAVELICA	4810	4013	**8823**
HUÁNUCO	6477	5062	**11539**
ICA	5930	4384	**10314**
JUNÍN	7759	5678	**13437**
LA LIBERTAD	10111	7119	**17230**
LAMBAYEQUE	6123	4442	**10565**
LIMA METROPOLITANA	56433	35664	**92097**
LIMA PROVINCIAS	6545	4680	**11225**
LORETO	4087	2845	**6932**
MADRE DE DIOS	1073	725	**1798**
MOQUEGUA	1729	1162	**2891**
NO ESPECIFICADO	68	57	**125**
PASCO	3644	3438	**7082**
PIURA	14856	11415	**26271**
PUNO	8596	7582	**16178**
SAN MARTÍN	6891	4908	**11799**
TACNA	2261	1675	**3936**
Total	**217845**	**157330**	**375175**

GRUPOS DE EDAD SEGÚN REGIÓN

Departamento	0-5	06-13	14-17	18-29	30-44	45-59	60 a más años	Total
AMAZONAS	217	887	607	1654	1695	1945	2913	**9918**
ÁNCASH	221	1126	763	1946	2165	2491	3591	**12303**
APURÍMAC	158	686	478	1527	1734	2111	2805	**9499**
AREQUIPA	190	1097	717	2042	2572	3108	3897	**13623**
AYACUCHO	253	1020	644	1776	2036	2255	2556	**10540**
CAJAMARCA	349	1958	1357	3345	3898	4321	4264	**19492**
CALLAO	253	1339	832	2242	2451	2929	3333	**13379**
CUSCO	377	1873	1212	3247	3625	4477	7225	**22036**
EXTRANJERO	1	1	1	4	8	10	4	**29**
HUANCAVELICA	106	649	511	1348	1415	1935	2859	**8823**
HUÁNUCO	238	1077	679	1935	2306	2419	2885	**11539**
ICA	245	1130	676	1679	1863	2048	2673	**10314**
JUNÍN	314	1295	847	2355	2520	2736	3370	**13437**
LA LIBERTAD	438	2045	1202	3038	3384	3359	3764	**17230**
LAMBAYEQUE	274	1163	709	2058	2114	2164	2083	**10565**
LIMA METROPOLITANA	1919	10407	6546	17114	18002	18993	19116	**92097**
LIMA PROVINCIAS	242	1252	902	1940	1955	2126	2808	**11225**
LORETO	201	843	489	1215	1429	1320	1435	**6932**
MADRE DE DIOS	45	311	161	288	296	338	359	**1798**
MOQUEGUA	39	247	142	381	513	677	892	**2891**
NO ESPECIFICADO			4	59	33	15	14	**125**
PASCO	112	695	426	874	1105	1356	2514	**7082**
PIURA	470	2591	1704	4540	4879	5015	7072	**26271**
PUNO	160	944	769	2319	3272	3843	4871	**16178**
SAN MARTÍN	314	1393	808	1769	2122	2246	3147	**11799**
TACNA	68	383	224	616	745	852	1048	**3936**
Total	**7503**	**37708**	**24119**	**63160**	**70327**	**77405**	**94953**	**375175**

NIVEL DE GRAVEDAD SEGÚN REGIÓN

Departamento	Leve	Moderado	Severo	Sin especificar	Total
AMAZONAS	795	2057	6917	149	**9918**
ÁNCASH	1376	4377	6483	67	**12303**
APURÍMAC	919	3022	5545	13	**9499**
AREQUIPA	1914	5179	6475	55	**13623**
AYACUCHO	1252	3734	5540	14	**10540**
CAJAMARCA	1648	5409	12391	44	**19492**
CALLAO	1576	5041	6712	50	**13379**
CUSCO	3084	9108	9820	24	**22036**
EXTRANJERO	2	7	13	7	**29**
HUANCAVELICA	1560	2989	4272	2	**8823**
HUÁNUCO	904	2521	8100	14	**11539**
ICA	1607	3386	5312	9	**10314**
JUNÍN	1893	4320	7126	98	**13437**
LA LIBERTAD	1433	5371	10405	21	**17230**
LAMBAYEQUE	1336	2881	6331	17	**10565**
LIMA METROPOLITANA	10297	33124	48273	403	**92097**
LIMA PROVINCIAS	1175	4176	5859	15	**11225**
LORETO	913	1591	4421	7	**6932**
MADRE DE DIOS	395	542	859	2	**1798**
MOQUEGUA	385	1152	1336	18	**2891**
NO ESPECIFICADO	7	21	85	12	**125**
PASCO	1219	2064	3748	51	**7082**
PIURA	3410	7169	15655	37	**26271**
PUNO	3311	6109	6685	73	**16178**
SAN MARTÍN	1311	3264	7206	18	**11799**
TACNA	988	1328	1602	18	**3936**
Total	**46599**	**123905**	**203415**	**1256**	**375175**

Fuente: Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad.
Nota: Reporte al 31/10/2022

Sin embargo, en la actualidad no se visibiliza alumnos con estas características en los colegios. La investigación propuesta plantea como problema, la poca o nula visibilización de escolares con alguna discapacidad física en la educación básica regular. Es por ello que se busca, desde la carrera de Dirección y Diseño Publicitario y Arquitectura de Interiores la creación de campañas de concientización y visibilización de alumnos con discapacidad física en la época escolar, con el fin de que se inscriban más alumnos con necesidades especiales a colegios nacional y privados regulares, no pierdan las oportunidades educativas que merecen por ley y que los alumnos regulares generen más empatía hacia los demás.

2. Justificación

Este proyecto se originó al no visibilizar escolares con alguna discapacidad física en los colegios nacionales y privados, es por ello que busca desarrollar campañas para concientizar y los alumnos con discapacidad puedan ser identificados; todo ello con el objetivo que se

pierda ese temor al ser inscritos y puedan sentirse incluidos en los colegios nacionales de educación básica regular.

2.1 Justificación Social

Se sabe la existencia del artículo 23.1 de la Ley General 27050, que aboga por las personas con discapacidad física con la finalidad de alcanzar su desarrollo e integración social. Sin embargo, no es notorio encontrar alumnos con capacidades especiales en los colegios nacionales regulares. Por esta razón, se busca desarrollar propuestas y dichos alumnos alcancen a ser visibles.

2.2 Implicaciones prácticas

El siguiente trabajo de investigación consiste en desarrollar campañas de publicidad masivas de concientización, con el objetivo que los alumnos puedan ser notados y se sientan identificados, de esta manera los padres pierdan el miedo e inscriban a sus hijos en los colegios nacionales regulares y ellos puedan desarrollar competencias, habilidades cognitivas, sociales y emocionales.

2.3 Utilidad Metodológica

La metodología empleada es Toulouse Thinking, esta permite desarrollar proyectos innovadores, con el objetivo de obtener resultados que generen un impacto triple balance. La metodología Toulouse Thinking presenta un proceso cíclico en el cual se identifican cuatro etapas: la investigación, la ideación, el desarrollo y la transferencia. Todas estas etapas empatizan entre ellas y avalan sus resultados.

La siguiente herramienta implementada es el modelo Canvas, que usa una plantilla de gestión estratégica. Finalmente, se implementó el “Customer Journey Map” el cual consiste en un diagrama que predice el comportamiento del usuario al momento de usar el producto, en este caso el aula portable. Asimismo, el “Mapa mental” que ayudó a conectar información y el arquetipo para definir el propósito.

3. **Reto de innovación**

3.1. Preguntas

3.1.1. Pregunta general

¿De qué manera se podría lograr que los alumnos con discapacidad física se sientan incluidos en la educación básica regular?

3.1.2. Preguntas específicas

P1: ¿Cuál es el mensaje principal de la campaña que busca concientizar al público objetivo?

P2: ¿De qué manera se puede crear la campaña para obtener la atención y reacción del público objetivo?

P3: ¿Cómo se puede diseñar una campaña gráfica interactiva?

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Diseñar una campaña gráfica publicitaria de visibilización y concientización para lograr que se sientan incluidos los alumnos con discapacidad física.

3.2.2. Objetivos específicos

O1: Definir el mensaje principal de la campaña con el fin de concientizar al público objetivo y que así mismo se sientan incluidos los alumnos con discapacidad física.

O2: Diseñar una campaña gráfica publicitaria que capte la atención y produzca la reacción del público objetivo.

O3: Aplicar los pasos principales para el diseño de una campaña gráfica interactiva.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Los autores de este antecedente son Vanessa Rojas, Santiago Cueto, Claudia Felipe y Martín Dammert en el año 2018.

El propósito de esta investigación es examinar la inclusión en los diferentes niveles del sistema educativo desde una perspectiva diversa, así como identificar las oportunidades disponibles para las personas con discapacidad en el ámbito educativo.

A lo largo del estudio, se obtuvieron dos hallazgos significativos relacionados con la inclusión educativa de personas con discapacidad.

El primero está vinculado al acceso: se encontró que el 52% de los niños y adolescentes entre 3 y 18 años con discapacidad logra incorporarse al sistema educativo. La comunidad, en general, apoya su integración, reconociéndola como un derecho fundamental. Sin embargo, persiste la preocupación respecto a los niveles educativos más avanzados, donde se perciben mayores exigencias académicas. Esta percepción se refleja en la disminución de la matrícula de estudiantes con discapacidad física en la educación secundaria.

El segundo hallazgo expone una serie de barreras que dificultan la inclusión efectiva, entre ellas, problemas en la infraestructura, carencia de materiales pedagógicos adecuados, y especialmente, la falta de preparación del cuerpo docente. La ausencia de formación especializada en atención a la diversidad genera actitudes de rechazo o temor, lo que contribuye a la invisibilización de los estudiantes con discapacidad física dentro de las instituciones educativas.

Estos hallazgos se relacionan directamente con el presente proyecto, ya que evidencian la importancia de promover la visibilidad de los escolares con discapacidad en el entorno educativo, como un paso clave hacia una educación inclusiva y equitativa.

Como segundo antecedente se tiene al artículo Modelo social como alternativa para el desarrollo de la persona con discapacidad, Callao. Perú de Felix Garay y Irma Carhuancho en el año 2019.

El objetivo del artículo es fomentar la implementación del modelo social como herramienta para impulsar el desarrollo de las personas con discapacidad.

Según la investigación, este modelo representa un enfoque adecuado, ya que se centra en la integración social de las personas con discapacidad y en la satisfacción de sus necesidades humanas esenciales. Para lograr una aplicación efectiva, es fundamental que tanto el Estado como las distintas organizaciones asuman un rol activo en su ejecución.

Un elemento crucial del modelo es reconocer que la discapacidad en sí no constituye el problema principal; son las barreras sociales, físicas y estructurales las que impiden su inclusión plena, debido a la falta de accesibilidad y de servicios adaptados para todos.

Este antecedente se relaciona directamente con la presente investigación, ya que el modelo social defiende los derechos integrales de las personas con discapacidad, promoviendo una vida plena y con dignidad. Garantizar el acceso equitativo a la educación, sin discriminación ni prejuicios, forma parte central de este enfoque y está alineado con el propósito del proyecto: visibilizar a los estudiantes con discapacidad dentro de la educación regular.

Como tercer antecedente se tiene la tesis *Municipios escolares y resiliencia en los niños y niñas con discapacidad en las instituciones educativas regulares de la provincia de Huancayo* de Bertha Huamaní Juño y Rene Espeza García (2010) *para* obtener el título profesional de Licenciada en sociología de la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.

La presente investigación tiene como finalidad poner en relieve la importancia de la resiliencia en estudiantes con discapacidad, quienes recibirán el acompañamiento de docentes comprometidos con la educación como un medio esencial para lograr su integración social.

El fortalecimiento de la resiliencia en alumnos con discapacidad física favorece la creación de espacios escolares caracterizados por la convivencia democrática, el respeto mutuo, la

empatía y el reconocimiento de cada miembro de la comunidad educativa. Este enfoque propone una mirada en la que los niños y jóvenes con discapacidad no sean percibidos como víctimas, sino como personas con capacidades que pueden desarrollarse plenamente en el futuro.

Este antecedente guarda una estrecha relación con la investigación, ya que posicionar la resiliencia como un recurso fundamental para el empoderamiento de estos estudiantes puede contribuir a que ellos y sus familias superen el temor de incorporarse al sistema de educación básica regular, promoviendo así una verdadera inclusión educativa.

.

Como cuarto antecedente se tiene el artículo *Inclusión educativa de personas con discapacidad. Revista colombiana de psiquiatría, 40(4),* de Andrea Padilla (2011)

El artículo presenta como objetivo, la importancia de la preparación pedagógica de los docentes para brindar una adecuada atención a los alumnos con discapacidad.

El gran problema de la discapacidad es variado y esto se refleja en las capacidades pedagógicas de los docentes de atender diferentes incidencias . El número de docentes preparados para atender estas necesidades es mínimo y esto influye en la inclusión social . Las normas legales buscan y evidencias que el estado apoya y vela por los derechos de las personas con discapacidad aun existen brechas educativas que superar.

El antecedente guarda relación con la investigación ya que expone lo necesario que es que los docentes estén preparados para educar a alumnos con diferentes características y necesidades, esto ayudaría a reforzar lo importante que es visibilizar a estos alumnos y motivará al cuerpo docente a prepararse más en temas de inclusión.

Como ultimo antecedentes tenemos el articulo Inclusión educativa de las personas con discapacidad en Colombia, Leidys de Hurtado (2016)

El objetivo del artículo es presentar la importancia de la inclusión de alumnos con discapacidad en la educación y reconocer la igualdad de oportunidades de toda la población.

El porcentaje de personas con discapacidad física que alcanzan sus metas de superación es mínimo a comparación de los demás. También se observa que los docentes no se sienten preparados para atender las necesidades específicas de este grupo.

La importancia social que tienen las escuelas además de tener una adecuada infraestructura, respetar los derechos de igualdad y el dominio de la diversidad de las personas se verá reflejado en la inclusión y participación de más alumnos con discapacidad.

El antecedente tiene relación con el proyecto ya que este artículo busca que tanto la escuela, docentes y el estado se involucren y entiendan lo necesario que es la integración de personas con discapacidad en la educación básica regular. En nuestro país las normas y leyes avalan esta inclusión sin embargo no se ejecutan como se debería.

4.2. Marco Teórico

4.2.1. Visibilización de Alumnos con discapacidad

4.2.1.1. Visibilización

Según Karen Cabrera (2018), señala que la importancia de visualizar a las personas con discapacidad es normalizar y empoderar a quienes integran este grupo para que su participación no sea considerada "inusual" en ningún ámbito de la sociedad. El objetivo final es convertir una sociedad inclusiva que promueva la diversidad. Por otro lado, dado que la discapacidad suele estar asociada a carencias que reducen la independencia o crean vulnerabilidad, la mejor forma de romper con los estereotipos asociados a este colectivo es la visibilización.

4.2.1.2 Discapacidad física

Padilla Muñoz (2011) define la discapacidad como una limitación o carencia, originada por una anomalía, que afecta la capacidad de realizar una actividad dentro

de los parámetros considerados normales para una persona. Esta definición incluye las dificultades que surgen al realizar actividades debido a discapacidades físicas. La discapacidad se distingue por cómo influye en el desarrollo de la vida diaria del individuo. Entre los ejemplos se encuentran problemas relacionados con la vista, el oído, el habla y el movimiento.

4.2.1.3 Inclusión

"La inclusión en la sociedad trata no sólo de "aceptar" a los grupos en desventaja como son las personas con discapacidad. Es más bien una cuestión de derechos humanos: todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos. En el Perú, existe pobreza, discriminación, segregación y opresión que atentan contra este derecho fundamental, y la inclusión en la sociedad, por tanto, debe tratar de proporcionar una oportunidad para vivir una vida digna y con sentido." (PIO, 2003: 5)

4.2.1.4 Concientización

Chesney, L. (2008)., en su artículo: La concientización de Paulo Freyre, define la concientización como el proceso de toma de conciencia de las realidades sociales y culturales que configuran la vida de las personas; el individuo se ve como una entidad racional capaz de actuar sobre su entorno, lo que le permite alterar la realidad de acuerdo con sus necesidades esenciales de desarrollo.

4.2.2 Campaña gráfica publicitaria

4.2.2.1 Key visual

El key visual es la hoja de ruta visual en la construcción de una marca, siendo el elemento principal para la ejecución del diseño y la construcción de la identidad visual de la marca o campaña.

4.2.2.2 Mock-up

Un mock-up, también conocido como maqueta, es un modelo preliminar utilizado para representar de forma ágil el aspecto final de un diseño. Este método es frecuente en múltiples disciplinas del diseño.

Su propósito es emplear recursos y tiempo mínimos para generar una imagen realista del proyecto, lo que permite tomar decisiones informadas sobre las siguientes etapas a seguir.

Es una herramienta visual que facilita la comunicación y comprensión de la idea final del proyecto.



Figura 1: Mockup Valla Digital

4.2.2.3 Campaña publicitaria

Las campañas publicitarias tienen como fin promocionar un producto, una idea o un servicio. Para ello, integran la planificación y la selección de una estrategia publicitaria, dos aspectos que se complementan para lograr los objetivos propuestos.

Según Villa Joana (2014), estas campañas demandan un análisis profundo que incluye desde la recopilación de datos hasta la implementación y el seguimiento de las acciones elegidas. Su efectividad depende de una planificación minuciosa en cada fase, respaldada por indicadores que permiten alcanzar metas específicas y resolver problemas concretos. La planificación abarca el estudio del mercado y la elaboración de estrategias y tácticas para las

áreas creativas y comunicativas, así como para otras ramas del marketing, como ventas, marketing directo y relaciones públicas. Generalmente, los planes de campaña se presentan a los clientes a través de presentaciones comerciales formales.

4.2.2.4 Diseño Gráfico

Frascara Jorge (2000) define el diseño como la elaboración de objetos visuales cuyo objetivo es transmitir mensajes claros y específicos. En cuanto al diseño gráfico, lo concibe como la actividad de concebir, organizar, planificar y llevar a cabo la producción de mensajes visuales, usualmente realizados a través de procesos industriales, para comunicar mensajes determinados.

4.2.2.5 Animación

Norman McLaren, del National Film Board de Canadá, definió la esencia de la animación de la siguiente manera: "La animación no es el arte de los dibujos en movimiento, sino el arte de los movimientos que se dibujan. Lo que sucede entre cada fotograma es más importante que lo que existe en cada una. Por lo tanto, la animación es el arte de manipular los espacios invisibles que se encuentran entre los cuadros..."[11]

4.2.3 Medios de comunicación

4.2.3.1 Medio de comunicación

Permite enviar mensajes significativos a un gran cantidad de personas simultáneamente. Transmite mensajes significativos. Las personas utilizan el MDC para poder comunicarse. Participan los rasgos comunes de la comunicación humana en términos de composición e interpretación simbólica.

4.2.3.2 ATL (medio de comunicación tradicional)

Se trata de los canales de comercialización que tienen como objetivo llegar a un público masivo a través de mensajes que fortalecen la marca, brindan información general

sobre un producto o provocan una respuesta emocional. Estas estrategias funcionan de manera parecida al marketing directo tradicional, centrándose en construir relaciones específicas entre los vendedores y los consumidores.

4.2.3.3 Vallas y paneles publicitarios digitales

Se debe entender que una valla es un elemento físico que transmite mensajes digitales. Es necesario señalar que esta ha sido diseñada para revelar textos, imágenes, vídeos y una variada diversidad de anuncios durante un lapso de tiempo, el mismo que ha sido tasado a lo largo del día. Por su versatilidad, en la actualidad es popular y por ello está desplazando a los paneles tradicionales.

Según Araque y Quiroga (2005), un panel digital consiste en una matriz de bombillas o LEDs que sirven para exhibir diferentes tipos de mensajes, como texto, imágenes o símbolos. Cabe destacar que este tipo de panel ofrece numerosas ventajas en comparación con las vallas publicitarias convencionales, debido a su alto impacto visual y gran alcance, producto del brillo emitido por sus luces. Asimismo, permite una difusión ágil y flexible de la información, ya que el contenido puede modificarse en cualquier instante a través de un dispositivo electrónico.



Figura 2: Mock up panel en paradero

4.2.4 Materiales Educativo

4.2.4.1 Libro Educativo

Según Ortiz de Haro (1999), los libros de texto se consideran como el segundo nivel de transposición didáctica. Si hay una información errónea en alguna parte del texto, esa misma información se le hará llegar a los estudiantes . Los docentes que lo utilizan deben tener conocimiento del contenido de cada libro que usan para complementar su enseñanza.



Figura 3: Mock up de portada de libro

4.2.4.2 Editorial

La editorial es responsable de todo el proceso de creación que pasa un libro, desde la compra de los derechos del autor, la edición, su publicación, distribución y promoción. Se encarga de convertir el manuscrito en un libro físico y comercializable. Sus funciones principales son: corrección ortográfica y de estilo, sugerir algún cambio al autor, diseño de portada/contraportada, impresión y publicación.

4.2.4.3 Portada

Según Leonardo Guerrero (2016) las portadas protegen el contenido del libro, donde se puede conocer con precisión la información del libro a través de imágenes visuales. Esta parte del libro es muy importante, porque el efecto visual depende de cómo está diseñada la portada.

4.2.4.4 Ilustración Vectorial

Según Vite (2012) menciona que la ilustración vectorial utiliza vectores para la creación de una imagen usando programas de ilustración vectorial. La vectorización es el proceso de convertir una imagen bitmap en imágenes vectorizadas. Este método se logra dibujando todos los contornos y rellenos de la imagen mediante la herramienta curvas. Las ilustraciones vectoriales son imágenes perfectamente trazadas que se pueden ampliar o escalar a cualquier tamaño sin que afecte la calidad.

5. Beneficiarios

5.1. Beneficiarios Directos

Dentro del trabajo de Investigación se considera en primer plano como beneficiarios a los alumnos con discapacidades físicas dentro de los colegios nacionales regulares. El arquetipo de usuario tiene 12 años, que tiene la discapacidad de parálisis en la parte inferior del cuerpo, por lo tanto, usa silla de ruedas. Luis tiene el deseo de tener las mismas oportunidades que los demás amigos de su entorno donde vive, ya que sus padres no pueden pagarle el colegio que se especializa en sus necesidades como persona discapacitada, al no ser aceptado por los colegios nacionales que están cerca de donde él vive, mostrándose la necesidad de poder ingresar a cualquier colegio estatal que le brinde las mismas oportunidades que a los demás.

Considerando en el mismo plano a los padres de familia que sienten preocupación y miedo al inscribir a sus hijos con las discapacidades ya mencionadas en los colegios. El

arquetipo es una madre de familia de 54 años, Marina, ella siente que se debe incluir a los discapacitados de manera humanitaria, al no ser común ver alumnos con discapacidades en colegios estatales, habiendo oportunidades que deben involucrar a todos sin categorizar o diferenciar, sin dejar de mencionar que debe existir una adecuada infraestructura en las Instituciones Educativas.

Siguiendo la descripción de los arquetipos beneficiarios se encuentra Andrea, profesora de 42 años, que tiene más de 10 años de experiencia como docente en la educación estatal, como docente espera que se deben mejorar las técnicas de aprendizaje y los ambientes estén habilitados para todos los alumnos, esto conlleva a un ambiente sano, que da como resultado experiencias humanitarias y los padres sientan mayor satisfacción sobre los beneficios y oportunidades dentro de los colegios.

5.2. Customer Journey Map

La primera fase del proyecto consiste en la concientización de las personas y pueda ser vista la falta de alumnos con discapacidades físicas en las Instituciones, donde existan reacciones en las personas con las campañas gráficas publicitarias, seguidamente la segunda fase es la Representación que ven los alumnos al sentirse identificados con las estrategias publicitarias, como tercera fase es la Normalización, que sientan los padres al perder el miedo e inscriban a sus hijos en los colegios. Finalmente, la cuarta fase es la visibilización masiva con la publicidad

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La creación de una campaña gráfica publicitaria de visibilización de alumnos con discapacidad en la educación básica regular en vallas publicitarias. Enfocado a PMV o SMV

6.2. Segmento de clientes

Alumnos:

Luis Guzmán vive en Villa María del Triunfo, tiene 13 años y padece parálisis inferior del cuerpo desde los 6. Usa silla de ruedas por su condición, le encanta los videojuegos, los animes y las películas de superhéroes. Le gustaría sentirse más involucrado en su colegio y que no existan diferencias con sus demás compañeros. Le molesta saber que no lo aceptan en el colegio por su discapacidad.

Padres**:**

Marina Aguilar es una madre de familia de 54 años de edad. Tiene un hijo de 9 años de edad con parálisis múltiple que lo dejó en silla de ruedas. Siente que debe incluir a los discapacitados de manera humanitaria, vela por todas las personas con estas condiciones, no solo por su hijo. Desea asegurarse que su hijo pueda tener una educación de calidad como todo niño, pero como cualquier madre, tiene miedo que su hijo sea discriminado en su colegio.

Docentes**:**

Andrea Palomino tiene 42 años de edad y más de 10 años de experiencia como docente en la educación estatal como en la institución Educativa José María Eguren. Le gustaría recibir mayor captación para alumnos con discapacidad ya que ha tenido la experiencia de enseñarles.

6.3. Canales

Los canales por los cuales se difundirá el proyecto son las Vallas publicitarias digitales (ATL) para concientizar e informar acerca de las personas con discapacidades físicas en los colegios con mallas regulares. Además de que se visualizarán las ilustraciones usadas en la publicidad para conformar las portadas de los libros educativos escolares. Además, la campaña será reforzada y difundida a través de las redes sociales para así poder llegar a más personas de distintos sectores y edades. Y Gracias al convenio y apoyo del ministerio de

educación lograremos distribuir, proyectar y difundir la campaña a través de los colegios nacionales y privados, proyectando las animaciones en clases al inicio del año escolar.

6.4. Relación con los clientes

Se tendrá una comunicación emotiva, clara y lúdica con los clientes y espectadores.

6.5. Actividades claves

6.5.1 Planificar y diseñar la campaña gráfica para llegar al mensaje y personas correctas con lo plasmado.

6.5.2 Validar la campaña para cerciorarnos de que dará resultados

6.5.3 Coordinación de fechas con la empresa de vallas publicitarias para su lanzamiento en conjunto con las redes sociales.

6.5.4 Difusión en paraderos o reproducción en vallas digitales para promover la campaña.

6.5.5 Refuerzo de campaña en redes sociales para llegar a más público y que identifiquen las gráficas en la calle y lo compartan.

6.5.6 Distribución de la edición inclusiva del libro escolar en los colegios y librerías designadas y privadas.

6.6. Recursos claves

Diseñadores para plasmar la campaña en su totalidad. Un Publicista (creativo) para poder crear y planear la campaña. Computadoras con los programas digitales comprados para poder desarrollar la campaña misma, subir el contenido y conectar con las redes sociales. Por ende, necesitaremos internet para poder compartirlo en el mundo. La contratación de vallas digitales en el Perú para la difusión y en vallas de los paraderos.

6.7. Aliados clave

Institución de Diseño y publicidad - Toulouse Lautrec, Ministerio de educación, Empresas de publicidad ATL o de vallas (Clear Chanel), editoriales escolares y CONADIS

6.8. Fuente de ingresos

Para que el proyecto sea vigente y sostenible se buscará vender la campaña gráficas a colegios privados. El valor para adquirir la campaña es de S/. 8000 a S/.10 000, esto incluiría personalizar la campaña con la línea gráfica de la institución, vallas, flyers y material editorial.

Lo recaudado se usará para solventar los gastos realizados y solventar la campaña en colegios estatales.

6.9. Presupuestos

Tabla 2. *Presupuesto de Costo*

PRESUPUESTO DE COSTO				
Presupuesto asignado para un lapso de 3 meses calendario				
	UNI.	P.UNI.	CANTIDAD	PARCIAL
1 **Servicios Preeliminares**				
1.1 Espacio de Coworking Ca. Las Orquídeas, Lima, Lima 27	mes	s/ 300	3	s/900
1.2 Planeación de campaña Gráfica Publicitaria	und	s/ 0	1	s/0
1.3 Vallas digitales Clear Channel	valla	s/ 2500	12	s/30,000
1.4 Servicios de Diseño Gráfico	mes	s/2000	3	s/6000
1.5 Servicio imprenta editorial	und	s/ 0	NO DEF	s/0
2 **Viáticos (Transporte y Comidas)**				
2.1 Alquiler carro Suzuki Swift	mes	s/ 2828	3	s/8484
2.2 Almuerzo personal	Día	s/ 25	60	s/1500
3 **Herramientas**				
3.1 LAPTOP GAMER ASUS TUF F15 INTEL CORE I5	und	s/ 2899	1	s/ 2899
3.2 Mouse Razer DeathAdder Essential	und	s/ 125	1	s/ 125
3.3 Apple iPhone XR, 64 GB	und	s/ 1014	1	s/ 1014
3.4 Programa de edicion Addobe Photoshop	mes	s/ 71.77	3	s/ 215.31
3.5 Programa de edicion Addobe Affter	mes	s/ 71.77	3	s/ 215.31
3.6 Licencia Freepik Premium	mes	s 60	3	s/180
				TOTAL
4 **Valor Total**				s/ 51,532.62

7. Resultados

En base a la investigación se detectaron muchos hallazgos siendo el principal y más preocupante la falta de visibilización de personas con discapacidad física en los colegios de educación básica regular.

En una primera fase de investigación, se entrevistaron a más de 80 personas, entre alumnos de primaria y secundaria, padres y docentes de colegios nacionales y privados; el 95% indicó que no compartía o compartió aula con un alumno con discapacidad física, sin embargo, sentían mucha empatía por ellos y que si hubiesen tenido la oportunidad de convivir con una persona con discapacidad le brindarán ayuda para movilizarse o en lo que necesiten. El 100% considera que las personas con discapacidad merecen recibir las mismas oportunidades educativas como cualquier niño y adolescente. Se entrevistaron a 10 personas con discapacidad física, entre alumnos de colegios, adultos con discapacidad y padres; la mayoría indica que el principal miedo que tienen los padres y alumnos con discapacidad es el temor al rechazo por parte de los compañeros, recibir burlas, un trato diferente y en el peor de los casos maltrato y acoso; el riesgo físico que podría causarles la infraestructura no inclusiva que tienen los colegios en la actualidad y por último sentirse una carga para su entorno.

Para ellos se realizó la campaña gráfica publicitaria #Estudiemostodos que busca visibilizar a los alumnos con discapacidad física a través de la representación en imágenes en vallas, paneles y textos escolares.

La Finalidad de esta campaña es motivar a los padres y alumnos a no perder la oportunidad de matricularse a un colegio de educación básica regular sea estatal o privado ya que las leyes y normas del estado los ampara y concientizar a toda la población sobre esta realidad que afecta las personas con discapacidad física, brindar las oportunidades educativas a todos los peruanos y educar a los niños y jóvenes para ser personas empáticas.

Esta campaña fue expuesta a los alumnos del 5to grado del colegio “Sagrado Corazón de Jesús” ubicado en San Gabriel en el distrito de Villa María del triunfo y se encontraron los siguientes resultados

Encuesta

Dentro de los resultados obtenidos de alumnos, docentes y padres de familia encontramos que ninguno había pensado en cómo se educan las personas con discapacidad física en nuestro país. El 100% luego de ver las imágenes de la campaña sintieron empatía, tristeza y concientizaron que esta problemática es real. Todos indican que las personas con discapacidad física merecen recibir las mismas oportunidades. Todos piensan que el principal problema de no visibilizar a alumnos con discapacidad es la infraestructura no inclusiva en los colegios.

Entrevista

Al realizar las entrevistas a personas con discapacidad obtuvimos resultados positivos y emotivos. Principalmente sienten que el estado y la sociedad no los acepta, y que viven en un mundo donde deben esforzarse físicamente el triple. El hecho de verse representados en gráficas escolares, puede ser el inicio de un cambio y una mejora de empatía en la sociedad. La representación motivará a que los padres inscriban a sus hijos a los colegios y en un futuro poder realizar un cambio más grande e inclusivo.

8. Conclusiones

Los colegios en nuestro país no están preparados para albergar alumnos con discapacidad física en sus aulas.

Los alumnos, docentes y padres no están sensibilizados sobre los problemas que aquejan a las personas con diferentes tipos de discapacidad

Gracias a los resultados obtenidos, la representación de personas con discapacidad física a través de vallas, paneles y textos escolares podrá realizar un cambio en la sociedad.

La representación es un factor importante para sentirse incluido y sentir pertenencia

Si bien las personas no son conscientes de esta problemática, al sensibilizarse y entender esta situación llegan a mostrar empatía y su apoyo total a la inclusión de personas con discapacidad en los colegios.

9. Bibliografía

MINEDU (2022). Informe Escolar 2022 atención presencial. www.minedu.gob.pe

Redacción Gestión. (21 de marzo de 2022). Clases escolares presenciales: 1.3 millones de alumnos vuelven a las aulas desde hoy. *Gestión*. https://gestion.pe/

INEI. (02 de Diciembre de 2013). En el Perú 1 Millón 575 mil personas presentan algún tipo de discapacidad. *INEI*. https://inei.gob.pe

Ley N.° Ley 27050. Ley General de la Persona con Discapacidad(18 de diciembre de 1998). http://www.minedu.gob.pe/files/266_201109141525.pdf

Cueto, S., Rojas, V., Dammert, M., & Felipe, C. (2018). Cobertura, oportunidades y percepciones sobre la educación inclusiva en el Perú.

Ordoñez, F. D. G., & Mendoza, I. M. C. (2019). Modelo social como alternativa para el desarrollo de la persona con discapacidad, Callao. Perú. *Telos*, *21*(3), 681-709.

Huamaní Juño, B. R., & Espeza García, R. L. (2010). Municipios escolares y resilencia en los niños y niñas con discapacidad en las instituciones educativas regulares de la provincia de Huancayo.

Hurtado, L. T. (2016). Inclusión educativa de las personas con discapacidad en Colombia.

Cabrera, K. (21 de Septiembre de 2018). La importancia de visibilizar la discapacidad. *Animal Político*. https://animalpolitico.com

Padilla-Muñoz, A., (2010). Discapacidad: contexto, concepto y modelos. International Law: *Revista Colombiana de Derecho Internacional*, (16), 381-414. Redalyc.Discapacidad: contexto, concepto y modelos (familiavance.com)

Padilla Muñoz, A. (2011). Inclusión educativa de personas con discapacidad. *Revista colombiana de psiquiatría*, *40*(4), 670-699.

Toledo, A. (2003). *Plan de Igualdad de Oportunidades Para las Personas con Discapacidad*. https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/PIO-2003-2007.pdf

Chesney, L. (2008). La concientización de Paulo Freire. *Universidad central de Venezuela*. https://editorial.udenar.edu.co/revistas/rudecolombia/files/r11_53.pdf

Vilajoana, S. (2014). *¿Cómo diseñar una campaña de publicidad? Barcelona, España*. UOC.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Ediciones infinito.

McLaren, N. (1977). *Norman McLaren*. Scottish Arts Council.

Bocanegra, F. Cortez, E. (2016). *Impacto visual de un panel digital publicitario de la empresa publicom outdoor en los consumidores del mall real plaza Chiclayo* [Tesis para optar el título de Licenciado]. Universidad Señor de Sipán. Cortez Parrilla - Bocanegra Becerra.pdf (uss.edu.pe)

Araque, C., & Quiroga, L. (2005). *Rediseño y puesta en funcionamiento de la valla digital de la Universidad Industrial de Santander* [Tesis para obtener el titulo de pregrado]. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia.

ORTIZ, J. (1999). Significado de los conceptos probabilísticos elementales en los textos de bachillerato. [Tesis para obtener el titulo de doctorado]. Universidad de Granada.

Cobo.B., Batanero. C., (2004). *Significado de la media en los libros de texto de secundaria*. Universidad de Granada.

Leonardo Guerrero, (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* [Tesis para obtener el titulo de Máster Universitario]. Universidad Complutense de Madrid. TFM - autor Leonardo Guerrero Reyes.pdf (ucm.es)

Mamani, J. (2014). "*Visibilización e Inclusión de la Discapacidad en Puno: sistematización de la experiencia de la Fraternidad Cristiana de Personas con Discapacidad en los distritos de Puno, Juliaca, Arapa y Chupa, 1986 – 2007*" [Tesis para obtener el titulo de Magister]. Pontificia Universidad Católica del Perú. Visibilización e Inclusión de la Discapacidad en Puno en los distritos de Puno, Juliaca, Arapa y Chupa: sistematización de la experiencia de la Fraternidad Cristiana de Personas con Discapacidad de Puno , 1986- 2007 (pucp.edu.pe)

Vega, A. A. (2021). *Campaña publicitaria para el posicionamiento de la gastronomía ancestral lambayecana como atractivo turístico* [Tesis para obtener el titulo de licenciado de licenciatura]. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. TL_VegaMontezaIsabela.pdf (usat.edu.pe)

Chicago School . (2003). Definition of animation. 2022,02 Diciembre, de The Chicago School of Media Theory . Sitio web: 1847-Texto del artículo-2873-1-10-20170210.pdfanimación (2) | La Escuela de Teoría de los Medios de Chicago (uchicago.edu)piacenza (alfa-redi.org) 20101sfiec0646047_2.pdf (espol.edu.ec)

Fernández, M. (2017). Diseño editorial ilustrado referente de la fauna del Parque Nacional Cotopaxi" [Tesis para optar el título de Licenciado]. Universidad técnica de Cotopaxi. PI-000512.pdf (utc.edu.ec)

Edgar Salas L. (2018): "*La línea en la publicidad. Una revisión sobre la división del ATL Y BTL.*", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (agosto 2018). En línea: https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/publicidad-atl-btl.html

Anexos