

# Trabajo Fin de Grado

Aplicación de Estrategias de Marketing y  
Comunicación en el Ámbito Social:  
SocialFECCEM con DFA

Application of Marketing and Communication  
Strategies in the Social Field:  
SocialFECCEM with DFA

Autor/es

Enrique Cortés Joven

Director/es

Daniel Belanche Gracia

Facultad de Economía y Empresa  
2024

## **RESUMEN**

El contexto social de las personas con discapacidad requiere una atención integral que va más allá de los servicios básicos, destacando la importancia de las fundaciones y el papel de los voluntarios. Fundación DFA en Aragón ejemplifica este compromiso a través de proyectos que promueven la inclusión social y mejoran la calidad de vida de las personas con discapacidad. Este estudio se enfoca en dos proyectos específicos desarrollado a través de la metodología aprendizaje-servicio: el juego de mesa "Ciudades accesibles" y la captación de voluntarios, utilizando estrategias de marketing y comunicación para aumentar su visibilidad y eficacia, el análisis incluye una revisión teórica y la aplicación práctica de técnicas de investigación de mercados, evidenciando cómo estos esfuerzos pueden integrarse exitosamente en programas de aprendizaje-servicio. Además, se resalta la colaboración de voluntarios en actividades socioculturales, deportivas y de sensibilización, subrayando su rol esencial en el acompañamiento y apoyo de las personas con discapacidad. Este trabajo demuestra la intersección entre marketing, responsabilidad social y el impacto positivo de las fundaciones en la comunidad.

**Palabras clave:** Fundación DFA, Marketing Social, Inclusión Social, Juego de Mesa, Voluntarios, Aprendizaje-Servicio, Discapacidad.

## **ABSTRACT**

The social context of people with disabilities requires comprehensive care that goes beyond basic services, highlighting the importance of foundations and the role of volunteers. DFA Foundation in Aragón exemplifies this commitment through projects that promote social inclusion and improve the quality of life of people with disabilities. This study focuses on two specific projects developed through the service-learning methodology: the board game "Accessible Cities" and the recruitment of volunteers, using marketing and communication strategies to increase their visibility and effectiveness, the analysis includes a review theoretical and practical application of market research techniques, evidencing how these efforts can be successfully integrated into service-learning programs. In addition, the collaboration of volunteers in sociocultural, sports and awareness-raising activities is highlighted, underlining their essential role in the accompaniment and support of people with disabilities. This work demonstrates the intersection between marketing, social responsibility and the positive impact of foundations in the community.

**Keywords:** Fundación DFA, Social Marketing, Social Inclusion, Board Game, Volunteers, Service-Learning, Disability.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero dedicar este espacio a expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas, fundaciones y entidades que han sido fundamentales en la realización de este Trabajo de Fin de Grado.

En primer lugar, a mi tutor, Daniel Belanche, por su invaluable guía, apoyo y paciencia durante todo este proceso; sus consejos y dedicación han sido clave.

Agradezco enormemente a todas las voluntarias que me han ayudado a conocer de cerca el trabajo que realiza DFA en pro de la comunidad y sus valiosas enseñanzas sobre cómo se realiza una fundación muy necesaria para la Comunidad de Aragón. En particular, gracias a Irina, Patricia, Nuria, Pedro José y a todos los demás, por su tiempo, esfuerzo, compromiso y por compartir sus experiencias conmigo.

Un agradecimiento especial a Marina Joven Fernández, quien desde mi niñez me enseñó la importancia de romper barreras, sus enseñanzas han dejado una huella imborrable en mi vida, motivándome a enfrentar cada desafío con determinación.

Gracias a ASDE por introducirme al mundo del voluntariado desde muy pequeño, los valores del escultismo y la experiencia que me inculcaron han sido fundamentales en mi desarrollo personal y profesional.

También quiero agradecer al Colegio Padre Enrique de Ossó por brindarme la oportunidad de organizar las actividades en sus infraestructuras y poder participar en sus actividades.

Finalmente, mi más sincero agradecimiento a la entidad DFA, de la cual he aprendido enormemente a lo largo de este proceso, su trabajo y dedicación han sido una fuente de inspiración para mí.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento, este proyecto no hubiera sido posible.

## Índice

<b>1. Introducción</b>	7
1.1. Social Fecem	7
1.2. Aprendizaje-Servicio	7
1.3. Motivación previa	9
<b>2. Contexto del proyecto</b>	11
2.1. Primer contacto	11
2.2. ¿Qué es DFA?	12
2.2.1. Misión y visión	13
2.2.2. Valores	13
2.3. Código Ético de DFA	14
2.3.1. Marco Ético	14
2.3.2. Canal Ético	14
2.4. Servicios que ofrece	15
<b>3. Propuestas de proyectos</b>	23
3.1. Realidad actual de las personas con discapacidad	23
3.1.1. Análisis de la realidad sobre la que intervenir	24
3.2. Análisis DAFO de la fundación	24
3.2.1. Análisis interno	25
3.2.2. Análisis externo	26
3.3. Objetivos	30
3.3.1. Principal	30
3.3.2. Objetivos Específicos	30
3.3.3. Delimitación	30
3.4. Destinatarios	31
3.5. Estrategias de acción y medidas específicas de intervención	31
3.5.1. Desmontando mitos	31
3.5.2. Programa de voluntariado	33
3.5.3. Nuevas entidades	33
3.6. Trabajo realizado	34
3.6.1. Informe de difusión del juego "Desmontando mitos"	34
3.6.2. Plan de difusión del programa de voluntariado	35
3.6.3. Actividades en colegios	36
<b>4. Resultados</b>	38
4.1. Resultados esperados	38
4.2. Resultados obtenidos de manera directa	39
4.3. Puntos de mejora para futuros proyectos	40

<b>5. Conclusiones y reflexión final</b> .....	40
<b>6. Referencias bibliográficas</b> .....	41
<b>7. Referencias bibliográficas de imágenes</b> .....	42
<b>8. Anexos</b> .....	44
8.1. Anexo A: Informe de difusión del juego "Desmontando Mitos" .....	44
8.2. Anexo B: Plan de difusión del programa de voluntariado.....	51
8.3. Anexo C: Árbol de decisión para métodos de investigación .....	59
8.4. Anexo D: Plan de formación de los voluntarios de DFA.....	60

## **1. Introducción**

### **1.1. Social Fecem**

SocialFECM es un proyecto desarrollado desde la Facultad de Economía y Empresa que pretende potenciar la formación integral del alumnado, la mejora de su aprendizaje y sus competencias profesionales y, al mismo tiempo, contribuir como institución al bienestar social. Se materializa a través de iniciativas solidarias que ponen en valor los conocimientos adquiridos por el alumnado durante su formación de Grado, para atender las necesidades de una comunidad o una entidad social (como son las asociaciones, fundaciones, agencias medioambientales, entidades juveniles, etc.) y a través del desarrollo de proyectos concretos en algunas asignaturas, TFGs y prácticas (curriculares y extracurriculares) del Grado.

Algunos ejemplos de proyectos a realizar son: el diseño de planes de comunicación de las entidades, la realización de estudios de mercado, el diseño de encuestas, el diseño de formación económica básica para sus usuarios, el análisis estadístico de datos, el análisis de la incidencia de la fiscalidad habitual de las entidades, el análisis del impacto económico de alguno de sus proyectos, etc. Al fin y al cabo, se trata de que el producto final (tus prácticas o el TFG redactado, depositado y defendido) sea útil individual y socialmente (SocialFECM, 2024).

### **1.2. Aprendizaje-Servicio**

Tras la contextualización del proyecto SocialFECM daremos importancia a un método de aprendizaje real para la realización del trabajo fin de grado (a partir de ahora será nombrado como “TFG”).

El aprendizaje-servicio es un método para unir el aprendizaje con el compromiso social. Es aprender haciendo un servicio a la comunidad. En primer lugar, el verdadero éxito de la educación consiste en formar buenos ciudadanos capaces de mejorar la sociedad y no sólo su currículum personal. En segundo lugar, los niños y jóvenes no son los ciudadanos del futuro, son ya ciudadanos capaces de provocar cambios en su entorno. Los casi 4.500.000 de niños y jóvenes en edad escolar que hay en España (Rbatlle & Rbatlle, 2024a) pueden contribuir a hacer un mundo mejor arreglando el parque cercano a su escuela; aliviando la soledad de los abuelos o contando cuentos a niños más pequeños.

En tercer lugar, resulta que, además, hacer un servicio a la comunidad, ayudar a los otros, es uno de los métodos de aprendizaje más eficaces, porque los chicos y chicas encuentran sentido a lo que estudian cuando aplican sus conocimientos y habilidades en una práctica solidaria (Rbatlle & Rbatlle, 2024b)

Una definición muy completa la que propone el Centre Promotor d'Aprenentatge Servei, 2024: "El aprendizaje-servicio es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado donde los participantes aprenden al trabajar en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo.

En definitiva, el aprendizaje-servicio es un método para unir compromiso social con el aprendizaje de conocimientos, habilidades, actitudes y valores" (Aprenentatge Servei | Centre Promotor D'Aprenentatge Servei, 2024). Aprender a ser competentes siendo útiles a los demás, porque no es solo una metodología de aprendizaje, también es una filosofía que reconcilia la dimensión cognitiva y la dimensión ética de la persona; una pedagogía que reconcilia calidad educativa e inclusión social y una estrategia de desarrollo comunitario porque fomenta el capital social de las poblaciones.

Como podemos observar en la Imagen 1, los principales objetivos del "aprendizaje servicio" son:

- Vincular los contenidos curriculares con la acción solidaria
- Conectar la escuela con el entorno y con la comunidad de pertenencia,
- Desarrollar competencias a través de la implicación directa en la acción solidaria,
- Dotar de sentido a lo que se aprende y mejorar la calidad de las acciones solidarias
- Fomentar la motivación para el aprendizaje
- Poner en valor la potencialidad de la infancia y la juventud para ejercer plenamente su ciudadanía.



Imagen 1: Infografía con los objetivos del ApS



Fuente: Ministerio de Educación, formación profesional y deportes del gobierno de España, 2024) (Rbaille & Rbaille, 2024c)

Estos objetivos, son recalcados debido a su gran importancia en el proceso de aprendizaje-servicio y porque han sido algunos de los muchos objetivos planteados y conseguidos en la realización del proyecto expuesto y desarrollado en los siguientes puntos de este TFG.

### 1.3. Motivación previa

Decidí realizar este TFG debido a mi interés en aplicar los conocimientos adquiridos durante mi formación en un contexto que beneficie a la sociedad. Desde siempre he tenido una fuerte conciencia social y un deseo de contribuir al bienestar de la comunidad; el sentimiento de responsabilidad social se ha visto reforzado a lo largo de mis años como miembro y educador en la Asociación de Scouts de España (ASDE), donde aprendí la importancia de la colaboración, el trabajo en equipo y el servicio a los demás. Estas experiencias han sido fundamentales en mi formación personal y profesional, y han

despertado en mí un interés profundo por proyectos que buscan generar un impacto positivo en la sociedad.

Al iniciar mi último año en la Facultad de Economía y Empresa, supe que quería que mi trabajo fin de grado reflejara mis valores y pasiones. Quería realizar un trabajo que no solo me permitiera aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera, sino que también tuviera un componente social significativo. Fue entonces cuando conocí el proyecto SocialFECM y comprendí que representaba la oportunidad perfecta para integrar mi formación académica con mi deseo de contribuir a la comunidad.

La metodología de aprendizaje-servicio de SocialFECM, que combina el aprendizaje académico con el servicio a la comunidad, resonó profundamente conmigo debido a su familiaridad. Esta metodología no solo ofrece una forma de aprender y aplicar conocimientos en contextos reales, sino que también promueve la responsabilidad social y el compromiso ético entre los estudiantes. Al participar en este proyecto, vi la oportunidad de desarrollar habilidades prácticas en el ámbito del marketing y la comunicación, mientras colaboraba con una entidad sin ánimo de lucro para abordar problemas y necesidades concretas.

Mis expectativas para este proyecto eran claras: quería contribuir de manera tangible a una organización que tuviera un impacto positivo en la comunidad, mientras enriquecía mi formación académica y profesional. Al mismo tiempo, esperaba que esta experiencia me proporcionara una comprensión más profunda de las dinámicas sociales y económicas que enfrentan las entidades sin ánimo de lucro, y cómo las estrategias de marketing y comunicación pueden ser utilizadas para apoyar sus objetivos y ampliar su alcance.

Tras investigar diferentes entidades de acción social, decidí comenzar a colaborar con la fundación Dfa (a partir de ahora nombrada como “DFA”) porque, aunque no había trabajado directamente con ellos, tenía referencias muy positivas a través de familiares y conocidos que habían sido voluntarios o usuarios de los servicios de esta fundación.

Por ello y tras conocer la introducción y los motivos previos que me llevaron a escoger este proyecto colaborativo, procedo a exponer el contexto del proyecto desde el primer contacto hasta la fase final de redacción de informes.

## **2. Contexto del proyecto**

### **2.1. Primer contacto**

El inicio de mi proyecto fue un proceso cuidadosamente planificado con mi tutor Daniel Belanche, comenzando con la identificación de la organización adecuada con la que colaborar. Dada mi formación en marketing, investigación de mercados, publicidad y comunicación, buscaba una entidad donde pudiera aplicar mis conocimientos de una manera útil y práctica para contribuir significativamente a una causa real.

El primer paso fue ponerme en contacto con Marina Joven Fernández, Patrona de Fundación DFA y Voluntaria activa en la fundación desde hace más de 10 años. Marina, con su conocimiento interno y compromiso con la causa, fue clave para iniciar mi acercamiento a DFA. Después de una serie de correos electrónicos y llamadas telefónicas, Marina me conectó con Pedro José Subías Escolán, director del Área de Secretaría Técnica de DFA.

Conseguir una reunión con Pedro no fue sencillo. Inicialmente, envié varios correos electrónicos detallando mi interés y proponiendo posibles áreas de colaboración. Al no obtener respuesta inmediata, decidí ser más proactivo y llamé directamente a las oficinas de DFA para explicar mi situación. Esta persistencia dio frutos cuando finalmente me facilitaron su número de contacto personal. A través de un mensaje directo, logré concretar una cita para discutir en detalle las posibilidades de colaboración.

El 25 de octubre, tuve mi primera reunión presencial en la sede central de DFA ubicada en la calle José Luis Pomarón, de Zaragoza. Desde el primer momento, intenté no generar falsas expectativas, subrayando que mi objetivo principal era contribuir con mis conocimientos y tiempo a algún proyecto específico que pudiera tener un impacto real y tangible en la organización. La reunión fue sumamente productiva. Pedro y yo discutimos varias ideas y proyectos en los que podría involucrarme. Inicialmente, les costó ver cómo encajarían mis habilidades específicas en sus proyectos en curso, ya que generalmente se enfocan en cómo pueden ayudar a sus voluntarios y no tanto en recibir ayuda externa. Sin embargo, tras revisar la página web de DFA y analizar sus múltiples programas y actividades, pude identificar varias áreas en las que mi contribución podría ser valiosa.

Fue entonces cuando al acordar una reunión con Pedro y Daniel, se tomó la decisión de enfocar mis esfuerzos en un proyecto específico que se encontraba en una etapa crucial de desarrollo y difusión. La elección de este proyecto fue unánime, ya que pudimos ver una oportunidad única para aplicar mis conocimientos para aumentar su alcance e impacto.

A partir de esta reunión, se estableció una serie de encuentros regulares para definir los objetivos y las estrategias del proyecto. Estas reuniones, que incluían a otros miembros clave del equipo de DFA, entre los que destaco a Irina (Directora del departamento de comunicación de la fundación) Patricia (Directora del departamento de voluntariado y de actividades socioculturales), Nuria (Encargada de las actividades de sensibilización) fueron esenciales para alinear nuestras expectativas y planificar las actividades dentro de la colaboración entre Unizar y DFA.

## **2.2. ¿Qué es DFA?**

Fundación DFA es una entidad sin ánimo de lucro que ofrece diversos servicios y actividades para promover la inclusión y el bienestar de sus miembros, promoviendo su integración social y defendiendo sus derechos. Sus objetivos principales son trabajar con, por y para las personas con discapacidad desde 1976 luchando por los derechos humanos de personas con discapacidad desde entonces. Antes, era conocida como "Disminuidos Físicos de Aragón", ahora conocida como Fundación DFA, con más de 45 años de experiencia contribuyendo a una sociedad más inclusiva. (Quiénes Somos | Fundación DFA, 2024)

Ponen en valor las capacidades de las personas con discapacidad y lucha por una sociedad más inclusiva, ofreciendo respuestas a las necesidades y demandas de las personas con discapacidad a lo largo de su ciclo vital mediante la gestión de centros sociales y asistenciales que permiten el crecimiento personal y ponen en valor la capacidad frente a la discapacidad. (Fundación DFA | Fundación DFA, 2024)

DFA se ha convertido en una de las principales entidades sociales que luchan por la inclusión social de personas con discapacidad física de Aragón destacando por su enfoque en la colaboración y la creación de redes de apoyo, desde una estrecha colaboración con

instituciones públicas, empresas privadas y otras entidades del tercer sector para desarrollar proyectos conjuntos que beneficien a la comunidad.

“El Tercer Sector de Acción Social se corresponde con esa parte de nuestra sociedad que siempre ha estado presente en las acciones que han tratado de hacer frente a las situaciones de desigualdad y de exclusión social. La actividad del Tercer Sector de Acción Social, de sus organizaciones y de las personas que lo componen, nace del compromiso con los derechos humanos y descansa en los valores de solidaridad, igualdad de oportunidades, inclusión y participación. Todo ello con el objetivo de proporcionar un marco jurídico al Tercer Sector de Acción Social e ir de la mano en principios, valores y mandatos de la Constitución española.” (BOE-A-2015-10922 Ley 43/2015, de 9 de Octubre, del Tercer Sector de Acción Social., 2015)

Este enfoque colaborativo ha permitido a DFA ampliar su alcance y eficacia, logrando un impacto significativo en la sociedad aragonesa. Además, DFA se esfuerza por aumentar la visibilidad de las personas con discapacidad y sus desafíos a través de campañas de sensibilización y educación. Estas iniciativas buscan cambiar percepciones y fomentar una cultura de respeto e inclusión. DFA utiliza diversas plataformas y medios para difundir su mensaje, incluyendo eventos públicos, programas educativos y materiales informativos.

### **2.2.1. Misión y visión**

Apuestan por la inclusión social y laboral, luchan por la accesibilidad universal, defienden los derechos y mejoran la calidad de vida de las personas con discapacidad física y la de sus familias. Colaboran con el sistema público y privado para promover la autonomía de las personas con discapacidad y la eliminación de los prejuicios sociales (Fundación DFA | Fundación DFA, 2024).

### **2.2.2. Valores**

Tras más de 40 años de experiencia y el análisis de las necesidades de las personas con discapacidad han conformado 10 valores que son los que creen más importantes para cumplir nuestra misión (Fundación DFA | Fundación DFA, 2024).

### **2.3. Código Ético de DFA**

Para la realización del trabajo, es importante tener en cuenta la ética de los proyectos llevados a cabo y, por ello, procedo a explicar el marco y el canal ético de la fundación para adherirme así al mismo.

#### **2.3.1. Marco Ético**

Todo el personal asociado a la fundación desde voluntariado, trabajadores y colaboradores se comprometen a realizar sus funciones basándose las normas básicas del marco ético, en cuyos objetivos encontramos. Entre los valores del código ético destaco su importancia por trabajar “la promoción y desarrollo de la autonomía personal y de la calidad de vida de las personas con discapacidad, favoreciendo un modelo social sostenible, basado en las personas y sus capacidades, siendo agentes activos del cambio.” (Marco Ético | Fundación DFA, 2024) aunque el resto de los valores se pueden encontrar en su web corporativa que se encuentra referenciada en el punto de referencias bibliográficas.

Tras examinar más de cerca los valores humanos y éticos de la fundación, me adhiero a seguir poniéndolos en valor mediante este TFG ya que escoger fundación DFA como fundación para desarrollar mis conocimientos y habilidades, proceso que explico en el apartado 2.2.1. Misión, visión y valores; fue una decisión fundamentada a través de mis valores personales.

#### **2.3.2. Canal Ético**

Para recalcar lo aprendido durante la asignatura optativa de 4º del grado de Marketing e investigación de mercados Marketing y Responsabilidad Social Corporativa procedo a explicar el canal ético.

Es el canal oficial que ha abierto la fundación para recoger las situaciones irregulares que se producen dentro y fuera de la entidad que es recibido por profesionales para reducir las desigualdades estando comprometidos así con los Objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030. Actualmente, Fundación DFA, está sensibilizada con cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030, entre los que destacan la reducción de desigualdades (ODS 10), la igualdad de género (ODS 5), la acción por el clima (ODS 13), el ODS en relación con las ciudades sostenibles y accesibles, el ODS 16 (Injusticia Social)

y el ODS 17 (Alianzas para lograr objetivos al crear sinergias con otros organismos y empresas. (UN, 2024). (Gamez, 2022)

#### **2.4. Servicios que ofrece**

Fundación DFA, tras más de 40 años acompañando a personas con y sin discapacidad en la inclusión real durante los diferentes momentos vitales, tiene varios focos de atención. Un primer foco a nivel social, otro a nivel de salud y bienestar, otro de formación, empleo e incluso acompañamiento externo a empresas creando sinergias.

Por ello desde del ámbito social actualmente cuenta con diferentes servicios como:

- Orientación y apoyo social, realizado por trabajadoras sociales experimentadas que son la puerta de entrada de la fundación explicando los recursos disponibles a personas en situación de vulnerabilidad. Este servicio es gratuito y está disponible para todas las personas que lo necesiten.
- Asesorías jurídicas sobre discapacidad, departamento formado por abogados especializados en discapacidad y dependencia cuyo objetivo es acompañar en los procesos legales en personas que luchan sus certificados de discapacidad, dependencia y/o procesos de incapacidad laboral.
- Asesoría en accesibilidad, departamento formado por técnicos de accesibilidad cuyo objetivo es realizar estudios de accesibilidad para personas con discapacidad, entidades públicas o privadas y facilitar así el diseño para todas las personas y accesibilidad universal.
- Actividades socioculturales, compuesto por un equipo de profesionales encargados de gestionar el ocio y al equipo de voluntariado de la entidad en la realización de actividades deportivas, culturales, lúdicas y de tiempo libre a lo largo del curso, así como en periodos vacacionales.
- Actividades de sensibilización, en la que los voluntarios de DFA guiados por la técnico de sensibilización, llevan a cabo dinámicas educativas, a través de la gamificación con los juegos de mesa como son “Desmontando mitos” y “Ciudades accesibles” que ya hemos nombrado y que posteriormente explicaré de manera más detallada).

Imagen 2: Servicios del ámbito Social de DFA



Fuente: Social (Fundación DFA 2024)

Otro de los pilares es la salud y bienestar de las personas usuarias de la fundación y por ello tienen departamentos como el del ámbito de la Salud y el bienestar:

- Desarrollo infantil y atención temprana, donde las terapeutas ocupaciones y técnicos de psicomotricidad guían a los usuarios y sus familias, desde las edades más tempranas (de 0 a 6 años) para fomentar su autonomía a través del juego.
- Departamento de rehabilitación y fisioterapia, tanto para usuarios como para personas externas a la fundación, adaptan el proceso de rehabilitación a las diferentes personas teniendo en cuenta cada una de sus necesidades, este departamento está compuesto por fisioterapeutas, con y sin discapacidad.
- Ortopedia, servicio formado por técnicos ortoprotésicos cuyo objetivo es el asesoramiento, el alquiler y la venta de material ortoprotésico, así como de productos de apoyo.
- Ayuda a domicilio, servicio enfocado a potenciar la autonomía personal en entornos domiciliados de personas con discapacidad y/o dependencia, sin que tengan que abandonar así su domicilio habitual.
- Teleasistencia, departamento formado por teleoperadores sensibilizados con la diversidad humana cuyo objetivo es acompañar a las personas que precisan determinadas ayudas o apoyos puntuales a través del botón de ayuda y llamadas de seguimiento.
- Centros de día y residencia, centros enfocados a acoger a las personas con discapacidad y/o dependencia en entornos protegidos supervisados por personal cualificados, durante determinadas horas del día o durante su residencia habitual.



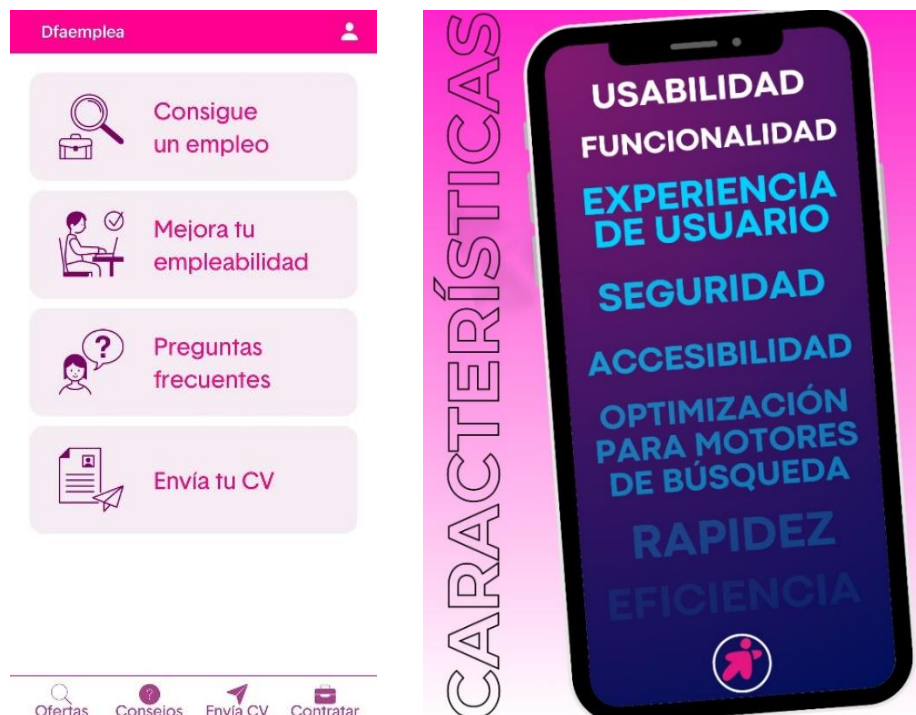
Imagen 3: Servicios del ámbito de la Salud y el bienestar de DFA



Fuente: Salud y Bienestar (Fundación DFA 2024)

El área de empleo se dirige a diferentes segmentos de la población, por un lado, acompañan a personas con discapacidad a incluirse o insertarse laboralmente acompañándolos en el proceso, desde la búsqueda activa de empleo hasta la preparación de la entrevista, todo ello, desde la parte más técnica y la más humana. Otro segmento de la población a la que se dirigen son las personas que están interesadas en trabajar con personas con discapacidad en algunos de los recursos existentes de la fundación a través de la formación y la inserción laboral. Para ello cuentan con una sección web, además de con una aplicación para móviles en la que se facilita la búsqueda de empleo sin tantas barreras digitales.

Imágenes 4 y 6: App Dfaemplea y Características de la App Dfaemplea



Fuente: Aplicación de Dfaemplea / 2024 y creación propia a través de Canva (Cortés, Enrique 2024)

Se trata de una aplicación móvil que yo mismo descargué en mi dispositivo móvil y pude comprobar que cumplía con una serie de requisitos que aseguraban, no solo su funcionalidad y usabilidad, sino también una buena experiencia de usuario. Por ejemplo, encontramos una gran accesibilidad a través de iconos fáciles de identificar y sencillos de reconocer.

En la asignatura de e-Marketing en 4º del grado de Marketing e investigación de mercados, la usabilidad se define como “la capacidad de un sistema de información para ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso” (Guinalú, 2024).

Como la inclusión tecnológica es uno de los grandes problemas para las personas con diversidad funcional, no solo he querido aprender como la fundación DFA implementa las técnicas adecuadas para solventar los problemas que existen en la comunicación cruzada, sino que además he querido hacer de este TFG un documento inclusivo, teniendo en cuenta el texto alternativo en los recursos infográficos.

*Imagen 5: Servicios del Empleo de DFA*



*Fuente: Servicios de empleo (Fundación DFA 2024)*

Otra de las áreas que la fundación tiene muy en cuenta es el área de formación, compuesto por profesionales cualificados que guían a personas con y sin discapacidad en cursos, programas experienciales de empleo (basado en el método de aprendizaje-servicio), educación para adultos, así como la formación constante del equipo de voluntariado y de los y las trabajadores de la fundación.

*Imagen 7: Servicios de Formación de DFA*



*Fuente: Servicios de formación (Fundación DFA 2024)*

El último segmento al que se enfoca la fundación DFA en las empresas socialmente comprometidas, prestando servicios personalizados a cada una de ellas, para ello cuenta con:

- Call center, formado por teleoperadores de diferentes sectores y cuyo objetivo es cubrir las necesidades de las empresas en relación en la atención al público vía telefónica, así como la realización de encuestas.
- Consultoría laboral y contable, consultores tienen en cuenta todo el servicio de asesoría fiscal, jurídica, legal y laboral a través de su propia consultoría “GP7”  
GP7 es una asesoría fundada en 1996 en Zaragoza con un equipo profesional que presta servicios de asesoría jurídica, laboral, contable y fiscal tanto a personas físicas como a pequeñas y medianas empresas, fundaciones, asociaciones, entidades sin ánimo de lucro y comunidades de propietarios. (gp7.es, 2023)
- Dentro de las actividades relacionadas con la consultoría llevan a cabo las declaraciones del impuesto de sociedades (IS), impuesto en relación con las personas físicas (IRPF), todo esto comprendido de manera aplicada y práctica en la asignatura Fiscalidad de la empresa, la cual se cursa en el 2º año del grado de Marketing e investigación de mercados.
- Cuentan con servicio de realización de encuestas, servicio encargado del área de investigación social y de mercados a través del diseño de proyectos de investigación cuantitativa con la realización de encuestas telefónicas online y/o presenciales para empresas y administraciones públicas, como han sido la realización de barómetros políticos y municipales, estudios sociales, estudios de clima laboral. estudios de imagen y posicionamiento, estudios de satisfacción, estudios de actitudes y detección de necesidades, estudios de experiencia de cliente. Este servicio se divide en las investigaciones que se hacen de manera cuantitativa, como son las entrevistas telefónicas, presenciales y online, las exploraciones de bases de datos y el sistema de mystery shopping/mystery calling; y las investigaciones de carácter cualitativas como son, los grupos de discusión, las entrevistas en profundidad y una posterior transcripción.
- Formación para empresas, tanto específicas como genéricas, para personas con y sin discapacidad gestionadas por el área de formación.

Debido a que esta área tenía relación directa con gran parte del 3º curso del grado de marketing e investigación de mercados quise reunirme con las personas a cargo de la sección para poder ver de cerca como trabajaban; esto me permitió observar cómo se habían llevado a cabo en numerosas ocasiones el diseño de la muestra y el cuestionario, además de ejemplificar como se realiza el trabajo de campo, para por último efectuar el análisis de los datos obtenidos de las encuestas.

*Imagen 9: Estudios sociales y de mercado de DFA.*



*Fuente: Estudios sociales y de mercado (Fundación DFA 2024)*

Entre los servicios ofertados a las empresas, encontramos determinados sectores de empleo adaptado dentro del empleo ordinario, compuestos por puestos manipulativos, basados en el método aprendizaje servicio adaptado a las personas insertadas laboralmente

- Digitalización y gestión documental, se encargan de preparar a personal administrativo para la digitalización de documentos físicos de empresas.

- Talleres de montaje y manipulado, donde DFA cubre las necesidades de cada empresa promoviendo la inserción laboral de personas con altas discapacidades (centros ocupacionales o centros de formación de empleo de la fundación)

El Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, aprobó que las personas con discapacidad pueden ejercer su derecho al trabajo en:

- a. Empleo ordinario, en las empresas y en las administraciones públicas, incluido los servicios de empleo con apoyo.
- b. Empleo protegido, en centros especiales de empleo y en enclaves laborales.
- c. Empleo autónomo.

Por su parte, el acceso al empleo público se regirá por lo dispuesto en la normativa reguladora de la materia, así mismo, las empresas podrán cubrir sus fines sociales a través de la creación de sinergias con entidades del tercer sector.

Será finalidad de la política de empleo aumentar las tasas de actividad y de ocupación e inserción laboral de las personas con discapacidad, así como mejorar la calidad del empleo y dignificar sus condiciones de trabajo, combatiendo activamente su discriminación. Para ello, las administraciones públicas competentes fomentarán sus oportunidades de empleo y promoción profesional en el mercado laboral, y promoverán los apoyos necesarios para la búsqueda, obtención, mantenimiento del empleo y retorno al mismo. (BOE-A-2013-12632 Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de Noviembre, Por el Que Se Aprueba el Texto Refundido de la Ley General de Derechos de las Personas Con Discapacidad y de Su Inclusión Social., 2013)

- Transporte adaptado, servicio discrecional en grupos para personas con movilidad reducida, mayores o con discapacidad y alumnado de educación especial que se caracteriza por su especialización en transporte adaptado, se ofrece en centros de día, rutas escolares, entidades, administraciones y empresas, tanto en desplazamientos urbanos como interurbanos, a través del Centro Especial de Empleo GASA. Transportando diariamente a una media de 230 personas en todo el territorio aragonés. Con más de 300 plazas adaptadas, los vehículos cuentan con conductores y auxiliares, profesionales con experiencia y formación en traslados, movilidad y anclaje, garantizando así la seguridad y comodidad de los

usuarios. Además, en su compromiso con el medio ambiente, se ha incorporado a la flota vehículos híbridos y eléctricos, demostrando una dedicación a la sostenibilidad y la reducción de la huella ecológica lo que se corresponde de manera directa con el ODS N°13 Acción por el clima. En el punto 2.3 se volverá a profundizar a cerca de varios ODS con los que cumple fundación DFA. (Transporte Adaptado | Fundación DFA, 2024.)

- Por último, la gestión de parkings y conserjería, este trabajo se realiza de manera subcontratada, donde la organización ofrece servicios integrales, incluyendo conserjería, control de accesos, atención al cliente y mantenimiento en diversos establecimientos, logrando la inserción laboral de 49 personas con discapacidad a través del Centro Especial de Empleo. También proporciona servicios complementarios como secretaría virtual, gestión documental, agendas y atención telefónica; en cuanto a la gestión de estacionamientos y parkings, se brindan servicios de mantenimiento y gestión, control de accesos y limpieza manual e industrial, excluyendo actividades de seguridad privada. Zaragoza Parkings, con 25 años de experiencia y una plantilla de más de 80 personas con discapacidad, gestiona seis parkings independientes y presta servicios en otros 16 aparcamientos, estos servicios incluyen la verificación de instalaciones, pequeñas intervenciones de mantenimiento, atención al público, y la gestión de recaudaciones e ingresos. (Gestión de Parkings | Fundación DFA, 2024.)

*Imagen 10: Servicios para empresas de DFA*



*Fuente: Servicios para empresas (Fundación DFA 2024)*

### **3. Propuestas de proyectos**

#### **3.1. Realidad actual de las personas con discapacidad**

El siguiente apartado, centrará su mirada en realizar un diagnóstico y análisis de la realidad a intervenir con el fin de mostrar las barreras sociales y laborales de las personas con diversidad funcional. El Observatorio Estatal de la Discapacidad (OED) ha analizado datos de Eurostat sobre pobreza y exclusión social en la UE, destacando que “casi el 30% de la población con discapacidad está en riesgo. En 2021, el 21,7% de la población total de la UE enfrentaba estas condiciones, pero este porcentaje sube al 29,7% para las personas con discapacidad, comparado con el 18,8% de las personas sin discapacidad. España presenta un 33% de personas con discapacidad en riesgo de pobreza, superando la media europea. El informe también resalta diferencias según sexo y edad, y muestra una tendencia ascendente hasta 2020” (Observatorio de Discapacidad, 2021).

La problemática de la pobreza y la exclusión social entre personas con discapacidad, evidenciada por los datos de Eurostat, destaca una vulnerabilidad alarmante en este colectivo. Casi el 30% de las personas con discapacidad en la Unión Europea están en riesgo de pobreza o exclusión social, una situación exacerbada en países como Bulgaria y Rumania, y notablemente presente en España con un 33% de esta población afectada. (Observatorio de Discapacidad, 2021b)

El Observatorio Estatal de la Discapacidad (OED) ha subrayado que, en 2021, la diferencia porcentual en España entre personas con y sin discapacidad en riesgo de pobreza o exclusión social fue de 8,5 puntos, lo que refleja una brecha significativa. Además, el análisis por sexo muestra que el 30,6% de las mujeres con discapacidad en la UE estaban en riesgo de pobreza o exclusión social en 2021, este fenómeno es más pronunciado entre los menores de 64 años. (Observatorio de Discapacidad, 2021c)

Este escenario evidencia la importancia de fundaciones como DFA, que trabajan para mejorar la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad, aunque teniendo en cuenta las cifras anteriormente nombrados, estamos muy lejos de lograr la inclusión real y total del conjunto de colectivos desfavorecidos.

La realización de un TFG sobre esta temática es vital para dar visibilidad a estos problemas y a las soluciones implementadas por organizaciones como DFA así como la importancia que tiene el marketing social en el proceso. Este TFG no solo subraya la importancia de la inclusión social, sino que también destaca la necesidad de continuar apoyando y desarrollando iniciativas que promuevan una sociedad más equitativa y accesible para todos. Al documentar y analizar estas problemáticas y respuestas, se contribuye al conocimiento académico y se fomenta la sensibilización y acción en políticas públicas y sociales, esenciales para el progreso y bienestar de las personas con discapacidad.

Teniendo en cuenta lo nombrado en este apartado, realizo este proyecto de aprendizaje-servicio junto a una de las fundaciones con fines sociales más grandes de Aragón, para romper barreras desde el Marketing en torno a la exclusión social vivida por las personas con discapacidad y sus entornos.

### **3.1.1. Análisis de la realidad sobre la que intervenir**

La realidad actual en torno a las personas con discapacidad matriculados en enseñanzas no universitarias en el curso 22/23 asciende a 262.732 personas. El Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes ha publicado una nota sobre Alumnado con Necesidad Específica de Apoyo Educativo, a partir de la actualización de la Estadística de Enseñanzas No Universitarias del curso 2022- 2023. Esta estadística se realiza en cooperación con las Comunidades Autónomas por medio de la Comisión de Estadística de la Conferencia Sectorial de Educación. La cifra de alumnado valorado con necesidades educativas específicas, y que recibe apoyo, asciende en el curso 2022-2023 a 966.924, de los que 262.732 (27,2%) corresponderían al alumnado con necesidades educativas especiales, donde el apoyo está asociado a algún tipo de discapacidad o trastornos graves. El presente informe se centra en esta población. (Observatorio de Discapacidad, 2021d)

### **3.2. Análisis DAFO de la fundación**



Con el fin de analizar y complementar el funcionamiento de DFA, realicé un análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (a partir de ahora nombrado como análisis “DAFO”). Inicialmente este análisis consiste en un tipo de herramienta que le permite a la empresa llegar a examinar la propia realidad, todo esto con el objetivo de una mejor toma de decisiones estratégicas adecuadas.

El análisis DAFO se divide en 2 partes:

**Análisis interno:** En el que se incluyen las fortalezas y debilidades, informando y enseñando la situación actual de la empresa. Llegando a discernir de los aspectos limitantes del negocio y los recursos propios de la empresa. Los cuales pueden permitir a la fundación tener una ventaja competitiva con respecto a la competencia.

**Análisis externo:** En este se centra en las amenazas y oportunidades. Son aquellos aspectos que la fundación debe tener también muy en cuenta. Su misión es llegar a controlar tales amenazas y poder aprovechar y beneficiarse de las oportunidades.

### **3.2.1. Análisis interno**

En base al análisis interno y con respecto a las fortalezas y debilidades asociadas a DFA, podemos destacar varias características sobre cada una de ellas.

**Fortalezas:** La fundación DFA cuenta con experiencia y reconocimiento; con más de 40 años de trayectoria en Aragón, ha construido una sólida reputación como referente en la defensa de los derechos de las personas con discapacidad física.

Otra fortaleza significativa es la amplia red de colaboraciones que se ha establecido a lo largo de los años, colabora estrechamente con el Gobierno de Aragón y el Centro de Formación del Profesorado para desarrollar programas educativos inclusivos y organizar talleres en colegios y universidades.

El equipo multidisciplinar de DFA, que incluye terapeutas ocupacionales, fisioterapeutas, psicólogos, trabajadores sociales y educadores especializados, permite ofrecer servicios integrales, el equipo está capacitado para brindar servicios de rehabilitación física y apoyo psicológico, lo que garantiza una atención holística a sus usuarios.

La diversidad de programas que ofrecen es otra fortaleza destacable, por ejemplo, entre estos programas se encuentran el "Servicio de Vida Independiente", que facilita la contratación de asistentes personales para personas con discapacidad, y el "Programa de Empleo", que ayuda a la inserción laboral de este colectivo, iniciativas que demuestran la capacidad de DFA para abordar diversas necesidades de la comunidad que atiende.

**Debilidades:** A pesar de sus numerosas fortalezas, DFA enfrenta algunas debilidades, por ejemplo, que su financiación dependencia de subvenciones y donaciones en su totalidad. Gran parte del presupuesto de DFA proviene de subvenciones de la administración pública y donaciones de empresas privadas y particulares, lo que (como cualquier organización sin ánimo de lucro) reduce algunas de las posibilidades que se podrían tener en cuenta.

Otra debilidad es la visibilidad y comunicación de la organización, aunque DFA tiene presencia en redes sociales, la frecuencia y alcance de sus publicaciones podrían mejorarse para aumentar su visibilidad y atraer a más seguidores y colaboradores, personalmente creo que es lo más atractivo para mejorar el alcance y posicionarnos en la mente de nuestro público objetivo.

También encontramos limitaciones en el número de empleados y voluntarios, esto puede afectar a la capacidad de la fundación para expandir programas, como por ejemplo el de "Desmontando Mitos" hacia más escuelas y comunidades.

### **3.2.2. Análisis externo**

**Oportunidades:** Mediante la reunión con el responsable de la empresa y también por la información buscada podemos examinar que hay un alto incremento del Interés en la Inclusión, el creciente interés social y político por la inclusión y los derechos de las personas con discapacidad ofrece una oportunidad para que DFA amplíe su influencia y sus programas, la llegada de nuevas tecnologías como la adopción de nuevas herramientas digitales para mejorar la eficiencia operativa, la comunicación y la difusión de las actividades de la fundación. Una de las medidas más potentes de difusión son las colaboraciones y alianzas estratégicas con empresas privadas, universidades y otras

organizaciones no gubernamentales, pasos que posteriormente en el punto “3.6.2. Plan de difusión del programa de voluntariado” explicaré en el informe de difusión.

Por último, los programas de voluntariado donde la implementación de un plan de difusión efectivo para su programa de voluntariado puede atraer a más jóvenes y profesionales, fortaleciendo la base de apoyo y ampliando la capacidad operativa.

**Amenazas:** A pesar de las oportunidades, una de las principales amenazas es el cambio en políticas gubernamentales, ya que la reducción de subvenciones gubernamentales debido a recortes presupuestarios podría afectar la financiación de programas esenciales como el Servicio de Vida Independiente.

La estigmatización social es otra amenaza persistente y es que, a pesar de los esfuerzos de la fundación, persisten actitudes y prejuicios en la sociedad que dificultan la plena inclusión de las personas con discapacidad en el mercado laboral y en actividades comunitarias, quizás la amenaza más complicada de combatir ya que estos prejuicios requieren de un esfuerzo continuo y estrategias de sensibilización efectivas.

Las crisis económicas y sanitarias también representan una amenaza significativa ya que si tenemos en cuenta que en caso de que hubiese una recesión económica podría disminuir las donaciones de empresas y particulares, afectando la capacidad de DFA para mantener sus programas y servicios; tal y como se estudia en el apartado de la asignatura de Macroeconomía I que se estudia en 2º de grado de Marketing e investigación de mercados; el sector de las organizaciones sin ánimo de lucro es altamente sensible a estas recesiones económicas.

Durante una recesión económica, el PIB (Y) disminuye, lo que lleva a una disminución en la recaudación de impuestos (T), dado que  $T = t * Y$ . Al mismo tiempo, los gastos del gobierno (G) pueden permanecer constantes o incluso aumentar debido a la mayor demanda de servicios públicos y asistencia social.

Esto puede ser representado de la siguiente manera:  $\Delta T = t * \Delta Y$

Donde  $\Delta$  indica un cambio. En una recesión,  $\Delta Y < 0$ , por lo que  $\Delta T < 0$

Con una recaudación de impuestos decreciente y gastos del gobierno crecientes o constantes, el déficit fiscal (D) aumenta; dado que  $\Delta T < 0$  y  $\Delta G \geq 0$ , entendemos que  $\Delta D > 0$ .

La financiación gubernamental a asociaciones sin ánimo de lucro (F) se ve afectada por los cambios en el presupuesto gubernamental, si el déficit fiscal aumenta, el gobierno puede verse obligado a recortar gastos no esenciales, lo que incluye la financiación a estas asociaciones (Olmos, 2022).

Para ejemplificar lo anteriormente nombrado usaré los estudios estadísticos de la plataforma oficial del tercer sector durante la pandemia del Covid-19, ya que la crisis producida durante este, es la recesión económica a nivel mundial más reciente hasta la fecha, donde se sufrieron infinidad de pérdidas y grandes baches para la salud física y mental; además de todo ello las entidades, fundaciones y asociaciones del tercer sector tuvieron que añadir otros sobrecostos económicos a los que han asumido para hacer frente al Covid-19, no siempre compensados por una financiación adicional de recursos públicos o privados, lo que pone en riesgo su sostenibilidad.

Estos interrogantes y dificultades económicas y sociales se agravan con el hecho de no tener un horizonte claro sobre el momento en el que será posible superar la situación de pandemia y la alta incertidumbre sobre sus efectos, aún desconocidos: – Sobre la salud (física y emocional) del capital humano de las organizaciones.

Este estudio estadístico revela que durante los meses de marzo y junio se produjeron importantes cambios para la actividad de voluntariado: solo un 6,8% de las y los voluntarios siguieron realizando sus tareas en la misma forma (el 5,9% de las mujeres y el 8% de los hombres). Frente ello, el 29,6% de las personas voluntarias (el 30,2% de las voluntarias y el 28,8% de los voluntarios) tuvo que suspender su actividad de voluntariado en este periodo, el 5% dejó de hacerla por ser persona de riesgo (4,8% mujeres y 6,9% hombres) y el 13,7% (13,1% de las voluntarias y 14,9% de los voluntarios) tuvo que reducir su colaboración. En el 13% de los casos (15% de las voluntarias y 9,6% de los voluntarios) desarrollaron su voluntariado en formato telefónico o virtual. Solo el 16,6% (14,7% de las voluntarias y 20% de los voluntarios) amplió sus tareas de voluntariado.

El 14,2% se hizo voluntario/a en ese momento, siendo más nuevas voluntarias (15,4%) que los nuevos voluntarios (11,7%). El grupo de edad más afectado por la paralización de su actividad fue el de las y los voluntarios de 65 o más años, y fueron las personas más jóvenes quienes en mayor proporción se hicieron voluntarias en aquel momento. (El Tercer Sector Ante la Crisis del COVID-19 | Plataforma Tercer Sector, 2021.)

A continuación, adjunto una imagen generada de manera personal para poder simplificar la lectura y comprensión del análisis DAFO anteriormente detallado:

*Imagen 12: Análisis DAFO sobre la fundación DFA*



*Fuente: Creación propia a través de Canva (Cortés, Enrique 2024)*

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1. Principal**

Analizar el papel específico de Fundación DFA en relación con la inclusión social y laboral de personas con discapacidad en Aragón evaluando la efectividad de sus iniciativas desde el marketing mix para conseguir darles visibilidad a dos proyectos concretos y reales.

#### **3.3.2. Objetivos Específicos**

- Objetivo específico 1 (O.E.1): Colaborar con la fundación de manera directa a través de la realización de un informe para dar visibilidad a las actividades de difusión del proyecto "Desmontando Mitos".
- Objetivo específico 2 (O.E.2): Ayudar a la captación de voluntarios de la fundación.
- Objetivo específico 3 (O.E.3): Crear sinergias entre la fundación y diferentes entidades escolares para ampliar su catálogo de colegias a los que poder concienciar.

#### **3.3.3. Delimitación**

En el presente TFG se delimitará al ámbito geográfico de Aragón, región en la cual la fundación DFA concentra sus esfuerzos y servicios. Además, el trabajo se centrará en la población joven de entre 6 a 21 años, grupo demográfico que se ve directamente beneficiado por las dos estrategias clave previamente mencionadas: el lanzamiento del juego de mesa "Ciudades accesibles" el cual se dirige a las franjas de edad más tempranas (principalmente primaria) y la captación de voluntarios para la fundación que aborda el resto, la edad de 21 años es una cifra meramente orientativa ya que una de los planes de acción es el de captación de voluntarios. Estas estrategias no solo buscan fomentar la inclusión y la concienciación sobre la accesibilidad en las ciudades, sino también aumentar el voluntariado entre los jóvenes, promoviendo así un mayor compromiso social y una participación activa en iniciativas comunitarias.

La elección de estas delimitaciones permite un análisis más profundo y específico de las acciones y resultados de la fundación DFA, garantizando que los objetivos y recomendaciones derivados de este estudio sean aplicables y de gran utilidad para la entidad y su misión en la región de Aragón.

### **3.4. Destinatarios**

La población final de este proyecto es la sociedad en general, pero, de manera más específica relacionada con los objetivos planteados, procedo a recalcar los destinatarios directos e indirectos del mismo.

- Directos:
  - Personas con discapacidad o diversidad funcional
  - Personas con dependencia
  - Personas en procesos de incapacidad laboral
  - Familias y entornos cercanos
  - Equipo de voluntariado
  - Profesionales de Fundación DFA
  - Niños y niñas de los centros escolares donde se realizan las actividades de sensibilización
  - Estudiantes de secundaria de las aulas de Aragón
  - Profesorado de los centros educativos
- Indirectos

Siguiendo con lo mencionado anteriormente, también se espera llegar a la comunidad en general de Aragón, especialmente en Zaragoza; concretamente a las personas interesadas en la inclusión social y en sus familias de manera vicaria.

### **3.5. Estrategias de acción y medidas específicas de intervención**

En consonancia con los objetivos establecidos en el apartado 3.3, este TFG se estructurará en tres ramificaciones principales, atendiendo a las áreas específicas en las que la Fundación DFA ha solicitado mi colaboración.

#### **3.5.1. Desmontando mitos**

Este año, la Fundación DFA ha introducido una innovadora actividad interactiva para los centros educativos de Aragón denominada 'Desmontando Mitos'. Esta actividad se

enmarca en el proyecto 'Somos Diversidad', que incluye el reconocido juego de mesa 'Ciudades Accesibles', centrado en la accesibilidad y la discapacidad y dirigido a los últimos cursos de educación primaria. Su objetivo principal es fomentar la creación y fortalecimiento de estrategias que promuevan la sensibilización y la inclusión social de las personas con discapacidad.

'Desmontando Mitos' está diseñado específicamente para estudiantes de secundaria en las aulas de Aragón, con el propósito de proporcionar conocimientos sobre discapacidad y facilitar el intercambio de ideas y opiniones. Según Patricia Gascón, responsable del Centro de Actividades Socioculturales de la fundación, esta actividad «incentiva la participación del alumnado, amplía su comprensión sobre la discapacidad y el trato adecuado, y fomenta la inclusión efectiva de estudiantes con discapacidad».

La actividad aborda diversos temas sobre discapacidad para ser discutidos en grupo, los cuales son posteriormente aclarados y enriquecidos por personas con discapacidad. Este enfoque interactivo se realiza mediante una presentación almacenada en un USB, que se encuentra dentro de una caja ilustrada por la destacada artista plástica Arantxa Recio, conocida artísticamente como Harsa.

El profesorado es el encargado de guiar la actividad, que se compone de siete temas a debatir en grupos y tras unos minutos de discusión sobre cada pregunta, se presentan las opiniones de varias personas con discapacidad vinculadas a la fundación, incluyendo voluntarios, usuarios, residentes y trabajadores.

*Imagen 13: Fotografía del Juego Físico de “Desmontando mitos”*



*Fuente: Desmontando mitos (Fundación DFA 2024)*



### **3.5.2. Programa de voluntariado**

El programa de voluntariado de fundación DFA es la columna vertebral de la entidad ya que invita a las personas a compartir su tiempo y colaborar en diversos proyectos, promoviendo un ocio inclusivo para personas con discapacidad. Entre las actividades destacan talleres socioculturales, apoyo en centros y residencias, y deportes para jóvenes con discapacidad física. Con un amplio equipo diverso, ya que de las 127 personas cuentan con un 12% de personas con discapacidad y un 70% de mujeres, todos ellos con el objetivo de “Fortalecer e impulsar un voluntariado activo comprometido con la inclusión social y la mejora en la calidad de vida de las personas con discapacidad.” la gestión de todos los aspectos del voluntariado está centralizada en la figura de la responsable de voluntariado con la colaboración de los y las técnicos responsables de cada programa. (Voluntariado | Fundación DFA, 2024)

En este programa se encuentran servicios tales como acompañamiento, apoyo en actividades y salidas programadas en residencias y centros de día, también realizan talleres durante los fines de semana o vacaciones con el fin de realizar actividades socioculturales para las personas con y sin discapacidad. También realizan actividades con la unidad de lesionados medulares (ULME) realizados en el Hospital Miguel Servet y ayudando a la rehabilitación de pacientes es haciendo sesiones quincenales de dinamización y acompañamiento a los pacientes; además de actividades de sensibilización y de un programa deportivo para jóvenes (Voluntariado b | Fundación DFA, 2024.)

### **3.5.3. Nuevas entidades**

El crecimiento y la trascendencia de los programas de inclusión de la Fundación DFA dependen en gran medida de su expansión, por lo que la alianza con instituciones educativas como colegios marca un paso crucial. Este tipo de colaboraciones no solo amplía el alcance de los proyectos de DFA, sino que también sensibiliza a más personas sobre la importancia de la accesibilidad para personas con discapacidad desde edades tempranas para asegurar una sociedad más inclusiva.

Las puertas del colegio se abren a la Fundación DFA, permitiendo la incorporación de nuevos voluntarios en edades más avanzadas. Estudiantes y padres tienen la oportunidad

de sumarse a los programas y actividades, aportando su granito de arena para construir una sociedad más inclusiva.

### **3.6 Trabajo realizado**

#### **3.6.1. Informe de difusión del juego "Desmontando mitos"**

En mi compromiso por el cumplimiento de los objetivos propuestos en el apartado 3.3. y para realizar una planificación de un lanzamiento exitoso del juego de mesa “Desmontando Mitos” con el fin de promover la inclusión y combatir los estereotipos sobre la discapacidad diseñé un informe ejecutivo con las pautas a seguir para el buen lanzamiento y posterior seguimiento de este. Este informe tenía como objetivo evaluar las estrategias actuales de comunicación y proponer mejoras para aumentar el alcance y el impacto del juego.

Para abordar la difusión del juego "Desmontando Mitos", se propuso un enfoque integral que destacara su valor educativo y su capacidad para desafiar estereotipos, desde primera instancia, se identificó la necesidad de llegar a un público amplio y diverso, especialmente jóvenes en etapas educativas críticas. El principal planteamiento es el estableciendo de colaboraciones estratégicas con instituciones educativas clave, como la Dirección General de Aragón y el Centro de Formación del Profesorado, proponiendo talleres y actividades para integrar el juego en el currículo escolar.

Además, se diseñó una estrategia digital robusta, utilizando redes sociales como Twitter e Instagram para compartir historias inspiradoras de cómo juegos similares estaban siendo implementados con éxito en diferentes entornos educativos, posteriormente, se creará contenido educativo en la página web de DFA, que no solo explicaba el juego, sino que también ofrecía recursos descargables y vídeos tutoriales para facilitar su adopción por parte de los educadores ya que el primer paso para una buena acogida en los centros educativos empieza por el profesorado.

Siguiendo la dinámica de lo anteriormente expuesto, también se diseñó un evento de presentación, el cuál fue estructurado como fue una pieza clave en la estrategia de difusión. Se invitaría a educadores, padres, medios de comunicación y líderes

comunitarios a experimentar de primera mano cómo "Desmontando Mitos" fomentaba la inclusión y desafiaba prejuicios.

*[El informe completo se encuentra en el anexo 8.1]*

### **3.6.2. Plan de difusión del programa de voluntariado**

Abordado otro de los OE (Objetivos específicos) desarrollé un plan de difusión para el programa de voluntariado de DFA enfocado principalmente en atraer a jóvenes voluntarios, utilicé información de la web de DFA y realicé reuniones para clarificar detalles y ajustar el plan según las necesidades de la entidad.

El plan de difusión del programa de voluntariado de DFA establece dinámicas parecidas al apartado anterior 3.6.1, ya que se centró en aumentar la visibilidad y la participación en las actividades de la fundación, promoviendo una cultura de apoyo y colaboración comunitaria; dicho plan involucra acciones estratégicas destinadas a captar nuevos voluntarios y mantener a los actuales, asegurando una base sólida de apoyo para las actividades de DFA. El principal objetivo del plan era dar a conocer el programa de voluntariado, destacando los beneficios y el impacto positivo tanto para los voluntarios como para las personas con discapacidad que se benefician de los programas de DFA. Se busca atraer a un público diverso, incluyendo estudiantes universitarios, profesionales y jubilados. Para lograr estos objetivos, se utilizaron diferentes canales de comunicación.

En primer lugar, se planteó que se establecieran vínculos con universidades (como este TFG) y centros de formación profesional (como es la academia Marco donde obtuve mi título en Técnico superior de Marketing y Publicidad) para promover el voluntariado entre los estudiantes, uno de los principales incentivos para los estudiantes universitarios sería la posibilidad de la convalidación de un crédito optativo por “x” horas en la entidad, ya que es uno de los recursos que mejor funcionaría en el sector de las Universidades.

También he planteado una propuesta de realizar campañas en redes sociales y en la página web de DFA como la de Facebook e Instagram, donde se compartirían historias de voluntarios, mostrando sus experiencias y el impacto de su trabajo; considero estos canales los correctos ya que es donde más tiempo pasan los universitarios. Además de las charlas y talleres informativos con las que ya cuenta DFA fueron otro componente clave

del plan de difusión, una manera de lograrla comunicación directa sería por medio de charlas obligatorias ligadas a asignaturas donde se congregase a todo un curso con el fin de que asista a charlas formativas que se lleven a cabo en su misma facultad; intentando que sé en un espacio cómodo y conocido.

Elaboré también un cronograma detallado que incluía el diseño de materiales promocionales, como folletos, vídeos y presentaciones utilizados en eventos y charlas informativas. Por último, realicé la actualización de un plan de formación partiendo del que diseñó en 2022 DFA para poder contar con voluntarios profesionales y formados desde el primer momento en que decidan colaborar con la fundación. (Fundación DFA. 2022)

*[El plan completo se encuentra en los anexos 8.2.]*

*[El plan de formación se encuentra en los anexos 8.4.]*

### **3.6.3 Actividades en colegios**

Para abordar el último de los OE, cumplí con la función de puente entre Andrea y Patricia, voluntarias y animadoras sociales de la fundación DFA y el Colegio P.Enrique de Ossó, ya que en una de las reuniones que nombro en el apartado “2.1. Primer contacto” DFA menciona que nunca habían llevado a cabo actividades como la de “Ciudades accesibles” (similar al juego de desmontando mitos) en un colegio de la familia Teresiana.

Al ser yo exalumno de este centro educativo, retomé contacto con los que habían sido mis profesores y en una reunión presencial hablé de la fundación DFA, de la labor de desenvuelven en Aragón, de todo lo que hacen por las personas con diversidad funcional y de la importancia de que sus alumnos, aún en edades tempranas empiecen a comprender términos y a diferenciar otros como referirse a las personas diversas visuales como tales y no como “ciegos”, o a las diversas auditivas como tales y no como sordos; además de desmontar ciertos mitos que tenemos profundamente arraigados y que resultan capacitistas. A los profesores les entusiasmó la idea por lo que tras establecer una fecha donde las dos partes tuviesen el tiempo suficiente para abordar la actividad (2horas, una hora con cada clase de 6º de primaria) se acordó como se llevaría ésta a cabo.

Como el número del apartado anterior en los juegos de ciudades accesibles era similar al de desmontando mitos por lo que la dinámica de juegos era muy parecida a la Oca con preguntas para que los alumnos las resolviesen y pudiesen ganar “ítems” como en el Trivial. Para que la actividad fuese tanto dinámica como visual se llevaba a cabo mediante un tablero de lana lo que hacía ampliar las dimensiones y que todos los niños pudiesen observar con claridad y no perder detalle; además de contar con un dado gigante para tirarlo lo que resultaba muy dinámico como muestro en la fotografía 16.

Tuve el honor de participar de primera mano y observar cómo se desarrollaba tanto los juegos como los conocimientos de los alumnos.

*Imagen 15 y 16: Actividad de Ciudades Accesibles en el colegio P.Enrique de Ossó*





## 4. Resultados

### 4.1. Resultados esperados

Tras la colaboración y este proceso de aprendizaje - servicio, se esperaba poder ayudar a la entidad en los proyectos del lanzamiento del juego de mesa de “Desmontando Mitos” y de “Captación de voluntarios” y la actividad con el colegio. Por mi parte esperaba que las acciones se llevasen a cabo, independientemente de los resultados ya que la mayoría de las programaciones constaban más de la fecha plazo para depositar este TFG.

No obstante, he realizado los informes y este TFG con el rigor académico que se espera de alguien recién graduado como es mi caso espero que las medidas que vayan a tomar la Fundación DFA sean satisfactorias y pueda servir de base ya bien para la propia fundación de cara a nuevos años como para el resto de mis compañeros de facultad que quieran comprometerse con entidades sin ánimo de lucro y desean realizar su trabajo fin de grado sobre SocialFECM.

## 4.2. Resultados obtenidos de manera directa

Recibí este correo de Pedro en base a los 2 informes y mi actividad llevada a cabo con ellos:

*“Nos parecieron buenas ideas las acciones que se proponen con relación al Centro de Formación de Profesorado y al AMPA. Comentamos esta parte y creemos que, podríamos plantear dos cosas de cara al año que viene:*

- Jornadas de sensibilización y aprendizaje por medio de la gamificación: charlas a departamentos de educación y juventud (como ya hacemos actualmente con consumo)*
- Elaborar una guía de recursos (como la que hemos lanzado en el CAS)” Cómo hacer de tu aula un espacio inclusivo”, donde se incluya también Somos Diversidad. Imprimirla y mandarla a educación, juventud... Acompañada de charlas de formación. Hemos hablado aquí de colaborar con otras entidades para elaborarla (todas las discapacidades).*

*Respecto a la página web: es muy interesante y necesario dotarla de más contenido como infografías, vídeos, etc. para interesar al público objetivo.*

*El tiempo de dedicación es el único inconveniente.*

*Respecto al evento de presentación estaba previsto hacer una presentación con la Consejera de Bienestar Social y Familia, pero por problemas de agenda no fue posible. Esperamos poder hacerlo al comienzo del próximo curso escolar.*

*El foro de interacción no lo vemos debido a la baja participación que creemos que tendría.*

*En general, la estrategia vimos que es adecuada y complementa las campañas online y redes sociales. El único problema que nos surge es el tiempo dedicado a las acciones.*

*Gracias en todo caso por tus aportaciones.”(Subirás, Pedro, 2024)*

La respuesta Por su parte fue muy satisfactoria ya que pude ver reflejado el trabajo de tantos meses en un solo correo, como tal los datos no van a poder ser analizados ya que no cuento con resultados objetivos No obstante sí que me gustaría recalcar que una fundación como DFA vaya a emplear mis medidas de intervención con respecto a los diferentes informes de difusión y de captación de personal, es para mí todo un orgullo.

### **4.3. Puntos de mejora para futuros proyectos**

Como acabo de explicar en el apartado anterior el tiempo y la organización han sido fundamentales y han jugado un papel en contra a la hora de realizar este TFG ya que por mi parte no he tenido más disponibilidad en cuanto a fechas para poder realizar ciertas actividades que serían programadas de cara al curso 24/25.

Por lo que recomiendo para futuros proyectos realizar acciones a corto plazo para de esta manera poder analizar los resultados de manera satisfactoria además de poder emplear proyectos de años anteriores (como podría ser este el caso) para que, en la siguiente ronda escolar, estudiantes del mismo grado y con unos conocimientos semejantes puedan acabar desarrollando las mismas funciones para así dar salida a este tipo de actividades.

### **5. Conclusiones y reflexión final.**

Mi paso por Fundación DFA ha sido una experiencia que ha marcado profundamente mi trayectoria personal y profesional. No solo me ha permitido aplicar mis conocimientos de marketing y comunicación en un contexto real, sino que también me ha brindado la oportunidad de contribuir al bienestar social de una manera tangible y significativa.

La metodología de aprendizaje-servicio ha sido la columna vertebral de mi experiencia en DFA. Desde el principio, me sentí cautivado por la posibilidad de combinar mis estudios con un impacto real en la comunidad. Esta metodología me ha permitido no solo adquirir nuevos conocimientos y habilidades, sino también desarrollar una profunda sensibilidad hacia las necesidades de las personas con discapacidad física y/o movilidad reducida.

La participación en proyectos específicos como los juegos de mesa "Desmontando Mitos" y "Ciudades Accesibles" y la difusión del programa de voluntariado me ha permitido poner en práctica mis conocimientos de manera creativa y efectiva. He aprendido a trabajar en equipo, a gestionar proyectos de forma autónoma y a comunicar de manera clara y persuasiva. Pero, sobre todo, he aprendido el valor de la empatía y la colaboración para lograr un objetivo común.

El éxito de estos proyectos y la positiva respuesta de DFA han sido la mejor recompensa a mi esfuerzo y dedicación. Han reforzado mi convicción de que el aprendizaje-servicio



es una herramienta poderosa para el desarrollo académico y personal, y para la promoción de una sociedad más justa e inclusiva.

Más allá de los conocimientos y habilidades adquiridos, mi experiencia en DFA me ha permitido crecer como persona. He aprendido a valorar la importancia de la solidaridad, el compromiso social y la responsabilidad individual en la construcción de un mundo mejor. He confirmado mi vocación por trabajar en el ámbito del marketing social y la comunicación para las organizaciones sin fines de lucro, donde puedo poner mi talento al servicio de causas que me apasionan.

En definitiva, mi paso por la Fundación DFA ha sido una experiencia enriquecedora que ha dejado una huella imborrable en mi vida. Me llevo conmigo un aprendizaje invaluable, un compromiso renovado con el bienestar social y la certeza de que el aprendizaje-servicio es una herramienta transformadora que tiene el potencial de cambiar el mundo.

## 6. Referencias bibliográficas

*Aprenentatge Servei | Centre promotor d'Aprenentatge Servei.* (2024).  
<https://aprenentatgeservei.cat/>

*BOE-A-2013-12632 Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.* (2013, 29 noviembre).  
<https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2013/11/29/1/con>

*BOE-A-2015-10922 Ley 43/2015, de 9 de octubre, del Tercer Sector de Acción Social.* (2015, 9 octubre). <https://www.boe.es/eli/es/l/2015/10/09/43/con>

*Casi el 30 por 100 de la población con discapacidad de la UE está en riesgo de pobreza o exclusión social – Observatorio Estatal de la Discapacidad.* (2024).  
<https://www.observatoriodeladiscapacidad.info/casi-el-30-por-100-de-la-poblacion-con-discapacidad-de-la-ue-esta-en-riesgo-de-pobreza-o-exclusion-social/>

*El Tercer Sector ante la crisis del COVID-19 | Plataforma tercer sector.* (2024).  
<https://www.plataformatercersector.es/es/tercer-sector-ante-crisis-covid-19>

*Fundación DFA / Fundación DFA.* (2024a). <https://www.fundaciondfa.es/quienes-somos/fundacion-dfa>

*Fundación DFA / Fundación DFA.* (2024b). <https://www.fundaciondfa.es/quienes-somos/fundacion->



<https://www.educacionfpydeportes.gob.es/mc/sgctie/educacion-para-sostenibilidad/aprendizaje-servicio.html>

- Imagen 2: Servicios del ámbito Social de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/social>
- Imagen 3: Servicios del ámbito de la Salud y el bienestar de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/salud-y-bienestar>
- Imagen 4: App de Dfaemplea (2024) Captura de pantalla. Creación propia
- Imagen 5: Servicios del Empleo de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/empleo>
- Imagen 6: Características de la app Dfaemplea. Creación propia a través de Canva (2024)
- Imagen 7: Servicios de Formación de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/formacion>
- Imagen 8: Árbol de decisión. Montaner Gutiérrez, María Teresa y Garrido Rubio, Ana Pilar (2023). Árbol de decisión sobre el tipo de fuente de información a utilizar, tipo de información a obtener y tipo de técnica de obtención de información a aplicar. Tema 6. Observación; 3 Elección de la técnica de investigación. Investigación de Mercados I. Apuntes de clase
- Imagen 9: Estudios sociales y de mercado de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/empresas/estudios-sociales-y-de-mercado>
- Imagen 10: Servicios para empresas de DFA (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/empresas>
- Imagen 11: Adaptaciones y condiciones adoptadas por las entidades para facilitar la actividad de las personas voluntarias (porcentaje vertical). Tercer sector (2021). Obtenida de <https://www.plataformatercersector.es/es/documentosdeinteres/estudios-y-estadisticas>
- Imagen 12: Análisis DAFO sobre la fundación DFA. Creación propia a través de Canva (2024)
- Imagen 13: Fotografía del Juego Físico de “Desmontando mitos” (2024). Obtenida de <https://www.fundaciondfa.es/comunicacion/actualidad/desmontando-mitos>
- Imagen 14: El plan formativo 2025. Creación propia con Canva

- Imagen 15 y 16: Actividad de Ciudades Accesibles en el colegio P.Enrique de Ossó.  
Creación propia

## 8. Anexos

### 8.1. Anexo A: Informe de difusión del juego "Desmontando Mitos"



## INFORME DE DIFUSIÓN “Desmontando Mitos”

Enrique Cortés Joven

## **Introducción**

Este informe detalla una estrategia de difusión integral para el lanzamiento del juego de mesa "Desmontando Mitos", desarrollado por la fundación DFA. El objetivo es promover la inclusión y la educación, especialmente entre jóvenes de primaria y secundaria.

## **Objetivos**

- Dar a conocer el juego: Como objetivo principal la intención sería dar a conocer el juego, su contenido y los beneficios para la educación y la inclusión.
- Llegar a un público objetivo concreto: Jóvenes de 11 a 16 (ESO) y con opción de ampliar posteriormente a Bachillerato; para lograr esto se accede a través de sus educadores, familias y profesionales del ámbito social; enfatizando la utilidad del juego como herramienta educativa para desmontar mitos y estereotipos en el aula y fuera de ella. Además, como “extra” se puede intentar llegar a los jóvenes no escolarizados, manteniendo el mensaje y modificando los canales de difusión para llegar a este segmento, utilizando un lenguaje más informal y cercano.

Para llegar a este público objetivo se puede llegar a través de los educadores:

- Profesores de diferentes áreas serán abordados para demostrar cómo el juego puede integrarse de manera efectiva en el currículo de diferentes materias. Para ello, se podrían establecer colaboraciones directas con instituciones educativas, como la Dirección General de Aragón y el Centro de Formación de Profesorado, así como la creación de una Red de Colaboradores para amplificar el mensaje en y fomentar la adopción del juego en entornos educativos mediante el boca a boca de los propios profesores, para que así estos en reuniones con otros profesores pueden difundir el mensaje en sus centros, para que posteriormente se les de formación a distancia o a través de los vídeos que encuentren en la página web (se explican posteriormente)
- Familias; se promoverá la participación especialmente padres y madres, mediante la promoción del juego en las reuniones del AMPA (Asociación de Madres y Padres de Alumnos). Asimismo, se adaptarán mensajes y actividades para involucrar a abuelos y otros familiares, fomentando la intergeneracionalidad y el aprendizaje conjunto.

Este enfoque permitirá llegar de manera más directa y efectiva al público objetivo, asegurando una mayor adopción del juego como herramienta educativa y de inclusión en diversos ámbitos.

**Estrategia:**

**Canales:**

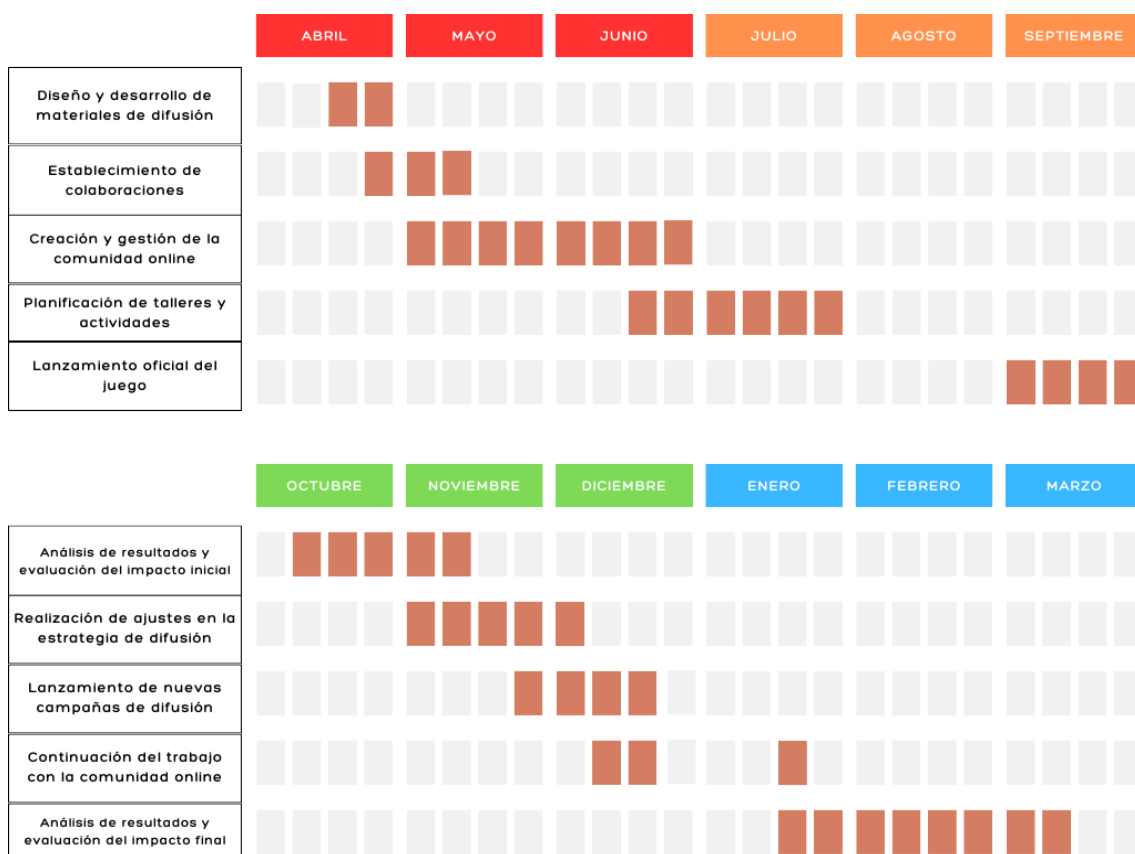
- Colaboraciones:
  - Establecer colaboraciones más directas con centros educativos, como la Dirección General de Aragón y el Centro de Formación de Profesorado, para organizar talleres y actividades que promuevan el uso del juego en entornos educativos. Además, se pueden explorar alianzas con otras entidades sociales que trabajen con personas con discapacidad, fortaleciendo así el enfoque inclusivo del proyecto (dinámica similar a la que se llevó a cabo con el juego de ciudades accesibles)
  - Se podrían establecer colaboraciones con otras entidades sociales que también trabajen con personas con discapacidad para promover el juego y su uso como herramienta de inclusión.
  - Establecer alianzas con medios de comunicación para aumentar la visibilidad del juego y su impacto social. Esto podría incluir la participación en programas de radio o televisión, entrevistas en periódicos locales o regionales, y la publicación de artículos en revistas especializadas.
- Página web:
  - Ampliar el apartado del juego con contenido informativo, y educativo siguiendo la dinámica del juego. Se realizan publicaciones periódicas con vídeos, imágenes, infografías y artículos relacionados con la inclusión y la accesibilidad, de esta manera los profesores y gente interesada puede ver como se usa el juego y qué herramientas son las más adecuadas para llegar al público al que va dirigido, usando a los profesores como enlace.
- Redes sociales:

- Twitter: Se utilizará Twitter para compartir noticias, eventos y actualizaciones sobre el juego. Se pueden realizar concursos y sorteos del propio juego para incentivar.
  - Instagram: Imágenes, vídeos y stories de los niños jugando y de los diferentes talleres que se llevan a cabo.
  - TikTok: En este caso la menos influyente de las anteriores nombradas, creando vídeos cortos y dinámicos sobre el juego. Se utilizarán las tendencias de la plataforma para llegar a un público joven.
- Evento de presentación:
    - Comenzando con una recepción amable y cálida por miembros del equipo de DFA, seguida de una presentación oficial donde se destacaría el propósito educativo y la importancia de desafiar estereotipos. Se pueden proyectar vídeos mostrando la función del juego y el propósito, además de las opiniones de los primeros jóvenes en jugar. Luego, los invitados tendrían la oportunidad de participar en actividades interactivas y demostraciones del juego, además de poder participar en concursos y sorteos para mantener el interés y se fomentaría la participación en redes sociales para amplificar el mensaje. El evento concluirá con tiempo para reflexionar, hacer preguntas y conectar con otros profesionales en el campo de la educación y la inclusión. En resumen, el evento sería una experiencia inmersiva diseñada para inspirar, educar y motivar a la comunidad a adoptar una mentalidad inclusiva y desafiar prejuicios a través del juego y la colaboración.

### **Ejecución de la estrategia:**

### **Cronograma de actividades:**

Se elabora un calendario con fechas, responsables y tareas para cada actividad.



*Este es un pequeño ejemplo desde mi punto de vista de la que debería ser la organización para un hipotético lanzamiento del juego en Septiembre con un seguimiento y análisis de 1 año.*

### **Diseño y desarrollo de materiales de difusión:**

Se crean las bases, como un folleto informativo atractivo y conciso que resuma las características del juego y su valor educativo. Se producen vídeos tutoriales que muestren y expliquen el funcionamiento del juego y ofrecen ejemplos de su uso en diferentes contextos. Se diseña una campaña de publicidad online segmentada a los diferentes públicos objetivos, utilizando las redes sociales.

### **Establecimiento de colaboraciones:**

Se establecerán alianzas estratégicas con centros educativos, asociaciones juveniles, entidades sociales y medios de comunicación para ampliar el alcance del juego y facilitar su acceso a diferentes públicos. Se pueden organizar reuniones y talleres con los



colaboradores para presentar el juego, capacitarlos en su uso y explorar estrategias conjuntas de difusión.

#### **Creación y gestión de la comunidad online:**

Un apartado de página web oficial del juego (<https://somosdiversidad.es/desmontando-mitos/>) que sirva como centro de información y recursos, incluyendo tutoriales, guías de juego, noticias, eventos y un foro para la interacción entre jugadores. Se establecerán perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok) para compartir contenido atractivo, generar interacción con el público y promover el juego bajo los objetivos que se persiguen. Se crearán foros y chats online para que los jugadores puedan compartir experiencias, opiniones y estrategias.

#### **Participación de talleres y actividades:**

Se podría llegar a participar en ferias, festivales, conferencias y jornadas relacionadas con la educación, la juventud, la inclusión y la tecnología. Se podrían organizar stands informativos y talleres lúdicos para dar a conocer el juego y promover su uso. Se establecerán contactos con otros proyectos y organizaciones para explorar posibles colaboraciones.

#### **Lanzamiento oficial del juego:**

Se organizará un evento de presentación del juego para la prensa, educadores, influencers y público en general. Se buscará cobertura mediática en medios de comunicación locales y a poder ser nacionales.

#### **Análisis de resultados y evaluación del impacto inicial:**

Se realizarán encuestas y entrevistas a los profesores y colaboradores para conocer su opinión sobre el juego y su impacto, su usabilidad y la acogida de este. Se analizarán las métricas de las redes sociales, los leads en los links a la página web y el uso del juego para evaluar el alcance, la participación y el impacto de las acciones de difusión. Se elaborarán informes con los resultados de la evaluación para optimizar la estrategia de difusión.

#### **Realización de ajustes en la estrategia de difusión:**

Se analizarán los resultados de la evaluación para identificar las acciones más exitosas y las que necesitan ser mejoradas. Se realizarán ajustes en la estrategia de difusión en función de las necesidades y expectativas del público objetivo. Se explorarán nuevas estrategias y canales de difusión para ampliar el alcance del juego.

**Lanzamiento de nuevas campañas de difusión:**

Se lanzarán nuevas campañas de difusión segmentadas a diferentes públicos objetivo, adaptando el mensaje y los canales en función de lo que haga falta para adaptar las campañas de difusión a las diferentes necesidades.

Continuación del trabajo con la comunidad online: Se continuará generando contenido nuevo y atractivo para la comunidad. Se fortalecerá la comunicación con la comunidad para atender sus necesidades y sugerencias.

Análisis de resultados y evaluación del impacto final: Por último, se tiene que realizar un estudio del impacto a largo plazo del juego para medir:

**Alcance:** ¿Cuántas personas se han visto impactadas por la difusión total?

**Impacto:** ¿Cómo ha reaccionado el público a la difusión? ¿Se han logrado los objetivos?

**Lecciones aprendidas:** ¿Qué se ha aprendido de la experiencia? ¿Qué se puede mejorar para futuras difusiones?

## 8.2. Anexo B: Plan de difusión del programa de voluntariado



# PLAN DE DIFUSIÓN “Programa de voluntariado”

Enrique Cortés Joven



Universidad  
Zaragoza



## **Introducción**

El programa de voluntariado de la Fundación DFA ofrece a las personas comprometidas la oportunidad de contribuir de manera significativa al bienestar de la comunidad, a través de diversas actividades y proyectos, los voluntarios colaboran estrechamente con la Fundación DFA para apoyar a personas con discapacidad y promover la inclusión social. Los voluntarios desempeñan un papel fundamental en la implementación de programas educativos, actividades recreativas, asistencia en el ámbito laboral y otras iniciativas que benefician a personas con diversidad funcional. Su labor no solo impacta positivamente en la vida de aquellos a quienes sirven, sino que también enriquece su propia experiencia al proporcionarles la oportunidad de aprender, crecer y contribuir a una causa significativa.

La importancia del programa de voluntariado de la Fundación DFA radica en su capacidad para generar un impacto positivo y tangible en la comunidad. Al unirse como voluntarios, las personas tienen la oportunidad de marcar la diferencia en la vida de quienes más lo necesitan, al tiempo que fortalecen los lazos sociales, fomentan la empatía y promueven la igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad.

El programa de voluntariado de la Fundación DFA es una plataforma vital para el compromiso cívico y la construcción de una comunidad más inclusiva y solidaria, donde cada individuo tiene la oportunidad de contribuir al bienestar colectivo y hacer del mundo un lugar mejor para todos.

## **Objetivos**

- Captar voluntarios jóvenes para participar en actividades de la Fundación DFA:

Fomentar la participación activa de jóvenes de entre 18 y 30 años en el programa de voluntariado, atrayendo su interés hacia las diversas oportunidades de servicio comunitario que ofrece la Fundación DFA.

Promover el voluntariado como una experiencia enriquecedora y significativa para los jóvenes, destacando los beneficios personales y sociales que pueden obtener al participar en actividades de apoyo a personas con discapacidad y promoción de la inclusión.

Establecer canales efectivos de comunicación y reclutamiento que lleguen a la audiencia joven, utilizando plataformas digitales, redes sociales, eventos estudiantiles y colaboraciones con instituciones educativas para difundir información sobre las oportunidades de voluntariado disponibles.

- Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del voluntariado y el impacto positivo que pueden tener los jóvenes:

Educar a la comunidad sobre el valor del voluntariado como un medio para construir una sociedad más inclusiva, solidaria y comprometida con el bienestar de todos sus miembros.

Hay que destacar el papel único y significativo que los jóvenes pueden desempeñar como agentes de cambio y contribuyentes activos al desarrollo de la comunidad, enfatizando su capacidad para generar un impacto positivo y duradero a través de acciones voluntarias.

Promover una cultura de voluntariado entre los jóvenes, fomentando la reflexión sobre la importancia del servicio comunitario y proporcionando oportunidades para involucrarse en actividades que aborden necesidades sociales y promuevan el bienestar colectivo.

### **Público objetivo**

El programa de voluntariado de la Fundación DFA se dirige principalmente a:

- Jóvenes de entre 18 y 30 años:

Este grupo demográfico representa una población dinámica y comprometida que busca oportunidades para involucrarse en la comunidad y contribuir al bienestar social. Se busca atraer a jóvenes con una mentalidad abierta, proactiva y deseosa de marcar una diferencia positiva en la sociedad.

- Personas que deseen contribuir a la comunidad:

El programa de voluntariado está abierto a individuos de todas las edades que compartan el compromiso de mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y promover la inclusión social. Se busca involucrar a personas con una actitud altruista y solidaria, dispuestas a dedicar su tiempo y energía a apoyar causas sociales significativas.

- Personas que deseen fortalecer su curriculum vitae:

Además de brindar una oportunidad para hacer una contribución significativa a la comunidad, el programa de voluntariado ofrece a los participantes la posibilidad de adquirir habilidades valiosas, como trabajo en equipo, liderazgo, empatía y comunicación. Se invita a aquellos que deseen enriquecer su experiencia y habilidades profesionales a través del servicio voluntario a unirse al programa y beneficiarse de esta oportunidad de crecimiento personal y profesional.

### **Estrategias de difusión**

- Alianzas con instituciones educativas:
  - Colaboración con universidades, institutos y centros de formación:

Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas para promover el voluntariado entre los estudiantes, ya bien como prácticas curriculares como para alternativas extraescolares de ocio. Esto puede incluir la realización de charlas informativas en las propias aulas, la difusión de material promocional en campus como carteles y panfletos.

Recomiendo ponerse en contacto con la directiva de Unizar para intentar que sean charlas remuneradas en forma de créditos ya que creo que es una excelente forma de llevar al alumnado.

- Participación en ferias de voluntariado y eventos estudiantiles:

Si se participara en ferias de voluntariado y eventos estudiantiles locales y regionales, se podría dar a conocer el programa de voluntariado de la Fundación DFA y reclutar nuevos voluntarios. Se podrían preparar materiales promocionales y organizar actividades interactivas para involucrar a los asistentes y generar interés en el voluntariado como un stand, folletos informativos, una posible charla o exposición y gente preparada para resolver las dudas acordes con las necesidades de los estudiantes; recomiendo llevar también las sillas de ruedas y hacer una demostración de cómo sería tener diversidad funcional del tipo motriz ya que es lo más visual y más interactivo para los jóvenes (como hacen en Terapia Ocupacional)

Un ejemplo de este tipo de espacio sería FERIA de Orientación y Empleo EXPO TALENT, la cual se llevó a cabo el último 17 de Abril y la cual considero por mi experiencia que es el mejor lugar para estar en contacto directo con el público objetivo que se ha mencionado anteriormente.

O si queremos algo más enfocado al área de la diversidad se podría participar en la FERIA de la discapacidad. 3 de mayo en Mercados Unizar.

- Eventos de sensibilización

- Organización de charlas, talleres y actividades informativas:

Se pueden organizar charlas informativas sobre el voluntariado en la propia Fundación DFA en colaboración con otras organizaciones, instituciones educativas y centros comunitarios. Estas charlas tienen que proporcionar la información detallada sobre el programa de voluntariado y sus beneficios, así como oportunidades para interactuar con voluntarios y miembros del equipo de la Fundación DFA.

- Realización de eventos de captación de voluntarios:

Eventos específicos diseñados para atraer y reclutar nuevos voluntarios en espacios públicos, parques o centros comunitarios. Estos eventos incluirían actividades interactivas, juegos, demostraciones y oportunidades para conocer a otros voluntarios y al equipo de la Fundación DFA.

Estas estrategias de difusión se diseñan para alcanzar y comprometer a un público joven, utilizando medios de comunicación modernos y actividades participativas para captar su atención e inspirar su participación en el programa de voluntariado de la Fundación DFA. Recomendando hacerlo de la mano de otras asociaciones que cuenten con voluntarios activos (Asociación Down, Asde, Msc, Sda)

- Redes sociales

- Mantenimiento de perfiles en plataformas populares entre jóvenes:

- Publicación de contenido relevante y atractivo:

- Utilización de hashtags y etiquetas relacionadas:

- Creación de contenido multimedia
  - Elaboración de vídeos cortos
  - Testimonios de voluntarios:

Especialmente este último es el que más feedback encuentra entre los jóvenes ofreciéndose como una oportunidad única y especial.

### **Materiales de difusión**

- Elaboración de folletos, carteles y material promocional:
  - Folletos informativos: Atractivos y concisos que presenten de manera clara y persuasiva la misión, objetivos y actividades del programa de voluntariado de la Fundación DFA. Estos folletos se distribuirán en eventos comunitarios, ferias de voluntariado, centros educativos y otros lugares de interés para jóvenes (tal y como se ha nombrado anteriormente).
  - Carteles llamativos: Principalmente coloridos y llamativos (con los colores corporativos de DFA) que destacan las oportunidades de voluntariado y los beneficios de participar en el programa. Estos carteles se colocarán en lugares estratégicos dentro de instituciones educativas, centros comunitarios, bibliotecas y otros espacios frecuentados por jóvenes.
  - Material promocional: Como pegatinas, chapas, camisetas y otros artículos con el logotipo y mensajes del programa de voluntariado. Estos materiales se utilizarán como obsequios promocionales en eventos de reclutamiento y como incentivos para motivar la participación de los jóvenes.
- Diseño de material digital descargable desde la página web:



- Guías de voluntariado: Se crearán guías descargables en formato PDF que proporcionen información detallada sobre cómo participar en el programa de voluntariado, los pasos a seguir para registrarse, las oportunidades disponibles y los requisitos de participación. Estas guías se alojarán en la página web del programa y estarán disponibles para su descarga gratuita.
- Infografías y pósteres digitales: Se diseñarán infografías y pósteres digitales atractivos que resuman visualmente los beneficios del voluntariado, las áreas de acción de la Fundación DFA y las formas de involucrarse. Estos materiales se compartirán en redes sociales, se enviarán por correo electrónico a la lista de contactos y se promocionarán en la página web para llegar a un público más amplio.
- Vídeos explicativos: Se producirán vídeos cortos y dinámicos que presenten de manera creativa y emocionante las actividades del programa de voluntariado y los testimonios de voluntarios. Estos vídeos se incrustarán en la página web del programa y se compartirán en plataformas de vídeo como YouTube y Vimeo para aumentar la visibilidad y el alcance del mensaje.

Al elaborar estos materiales de difusión, se busca generar interés y aumentar la conciencia sobre el programa de voluntariado de la Fundación DFA entre los jóvenes, proporcionando información clara, visualmente atractiva y fácilmente accesible tanto en formato impreso como digital.

### **Comunicación directa**

DFA ya cuenta con todos estos métodos de comunicación directa y ha demostrado que los usa con efectividad, por lo que solo los nombraré para que se asegure su mantenimiento.

- Correo electrónico
- Mensajes directos en redes sociales
- Formularios de contacto en la página web
- Sesiones de preguntas y respuestas en vivo

## **Evaluación y seguimiento**

Por último, para garantizar la efectividad de las acciones de difusión y ajustar la estrategia según sea necesario, se debería establecer un proceso de evaluación y seguimiento continuo. Como, por ejemplo:

- Establecimiento de métricas de éxito:

La más común es el Número de solicitudes de voluntariado recibidas: Se llevará un registro del número de solicitudes de voluntariado recibidas a través de todos los canales de comunicación, incluyendo correos electrónicos, formularios en línea, mensajes en redes sociales, etc.; y el cual va muy relacionado con la Participación en eventos: Midiendo la participación en eventos relacionados con el programa de voluntariado, como charlas informativas, ferias de voluntariado, sesiones de preguntas y respuestas en vivo, etc.

Interacción en redes sociales: Se realizará un seguimiento de la interacción en las redes sociales, incluyendo likes, comentarios, compartidos y mensajes directos relacionados con el programa de voluntariado.

Y por último y el que al final nos interesa a nosotros Número de nuevos voluntarios reclutados: Se calculará el número de nuevos voluntarios que se unen al programa durante un período de tiempo específico, como resultado directo de las acciones de difusión implementadas.

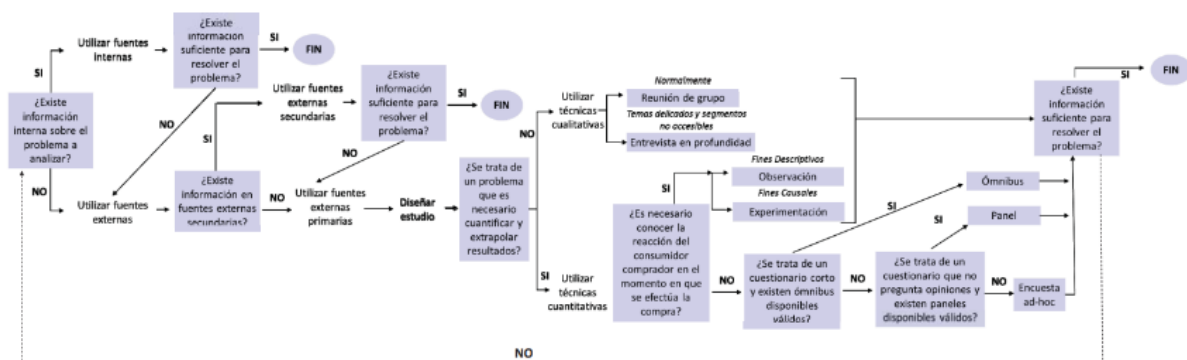
- Realización de evaluaciones periódicas

Se revisarán regularmente los datos recopilados para evaluar el rendimiento de las acciones de difusión en función de las métricas establecidas para identificar tendencias, patrones y áreas de mejora potencial. Se solicitará retroalimentación a los voluntarios actuales y potenciales, así como a los colaboradores y socios, a través de encuestas y entrevistas para obtener información sobre su experiencia, satisfacción y percepción del programa de voluntariado, de esta manera se podrán organizar reuniones periódicas con el equipo responsable del programa de voluntariado para revisar los resultados, compartir ideas y discutir posibles ajustes en la estrategia de difusión.

Posteriormente se pueden comparar los resultados obtenidos con los objetivos establecidos inicialmente para determinar si se están alcanzando los hitos y metas previstas. Con los resultados obtenidos y basado en los resultados de la evaluación, se identificarán áreas específicas que requieran mejoras o ajustes en la estrategia de difusión; realizando cambios y ajustes en la estrategia de difusión según sea necesario, utilizando los insights obtenidos de la evaluación para optimizar el rendimiento y la efectividad de las acciones. Por último, se pueden explorar nuevas ideas y enfoques para mejorar la difusión del programa de voluntariado, aprovechando los aprendizajes obtenidos de la evaluación y la retroalimentación recibida.

### 8.3. Anexo C: Árbol de decisión para métodos de investigación

Al estudiar el árbol de decisión utilizado para seleccionar la técnica de investigación adecuada, se concluye que la fundación DFA optimiza sus recursos eficientemente. DFA elige el tipo de investigación considerando el tipo de información, la naturaleza de esta y el horizonte temporal. No solo analizan datos, sino que también proporcionan servicios para la obtención de información primaria. A continuación, se presenta un árbol de decisión sobre el tipo de fuente de información a utilizar, el tipo de información a obtener y la técnica de obtención a aplicar. La elección depende del objetivo del estudio, el servicio a evaluar, el perfil del público objetivo y la relación coste-beneficio de la investigación. Una vez definidos estos aspectos, se procede con la investigación.



## 8.4. Anexo D: Plan de formación de los voluntarios de DFA.

### PLAN

### DE FORMACIÓN

