



**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE**

Facultad de Ciencias Humanas  
Escuela de Artes  
Escuela de Comunicación

***“Estrategia de Comunicación para la Fundación Manos Unidas por Autismo”***

Sustentante(s):

**Alis Peña Payán 18-0799**

**Eloy Lugo Peralta 18-0127**

Proyecto Final de Grado para optar por el título de  
Licenciado(a) en Comunicación Mención Publicidad

Nombre asesor(a/es):

**Laura Elisa Mena Peguero**

Santo Domingo, D.N.  
República Dominicana  
09 de diciembre de 2020

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad del/la (los) sustentante(s) del mismo.

Firma asesor titular: \_\_\_\_\_ Calificación: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_



# Índice

1. Resumen Ejecutivo .....	vii
1.1. ¿Qué tanto se conoce sobre la fundación Manos Unidas por Autismo y el trabajo que realiza? .....	9
2. Descripción del Proyecto .....	11
2.1. Descripción del proyecto .....	13
3. Antecedentes .....	15
3.1. Para comprender el concepto de Autismo .....	17
3.2. ¿Cómo surgen las primeras fundaciones? .....	19
4. Línea de Tiempo .....	21
4.1. ¿Por qué escogimos estas fundaciones? .....	23
5. Glosario de Términos .....	27
5.1. Glosario de términos .....	29
6. Objetivos de la Investigación .....	31
6.1. Objetivo general .....	33
6.2. Objetivos específicos .....	33
7. Justificación de la Investigación .....	35
7.1. Justificación de la investigación .....	37
8. Metodología .....	39

8.1. Metodología cuantitativa .....	41
8.2. Metodología cualitativa .....	41
8.3. Fases.....	41
8.4. Métodos de investigación .....	41
8.5. Población.....	42
8.6. Muestra .....	42
9. Diseño de Instrumento .....	43
9.1. Cuestionario .....	45
9.2. Guía de la entrevista.....	46
10. Recolecta de Datos.....	47
10.1. Recolecta de datos.....	49
11. Resultados de la Investigación.....	51
11.1. Análisis de las entrevistas a profundidad.....	53
11.2. Entrevista #1: Isabel Fiallo Cross .....	53
11.3. Entrevista #2: Odile Villavizar .....	58
12. Análisis de Datos y Gráficos.....	63
13. Conclusiones.....	77
13.1. Conclusiones .....	79
14. Recomendaciones .....	81
14.1. Recomendaciones .....	83

15. Análisis FODA.....	85
15.1. Análisis del entorno: FODA .....	87
16. Segmentación del Mercado.....	89
16.1. Segmentación del mercado .....	91
17. Plan de Mercadeo.....	93
17.1. Plan de mercadeo .....	95
17.2. Campaña .....	96
17.3. Cronograma de acciones de estrategia.....	96
17.4. Objetivos de la propuesta.....	98
17.5. Patrocinadores.....	98
17.6. Alianzas y sus funciones.....	98
17.7. Funciones de las alianzas.....	99
18. Elaboración de la Propuesta.....	101
18.1. Evento .....	103
18.2. Horario .....	103
18.3. Medios.....	104
18.4. Influencers acompañantes del live.....	104
18.5. Invitadas representantes de fundaciones sin fines de lucro dominicanas .....	105
18.6. Racional creativo y brief.....	105
18.7. Piezas publicitarias.....	106

19. Costos y Presupuestos.....	113
19.1. Costos.....	114
19.2. Presupuesto general .....	115
20. Estatus Legal de la Propuesta .....	117
20.1. Estatus legal .....	119
21. Bibliografía y Webgrafía .....	121
21. Bibliografía .....	123
21.2. Webgrafía.....	123
Anexos .....	125

# 1. Resumen Ejecutivo





## **1.1. ¿Qué tanto se conoce sobre la fundación Manos Unidas por Autismo y el trabajo que realiza?**

Nuestro objetivo es determinar qué tanto conoce la población dominicana de los servicios que ofrece Manos Unidas por Autismo. Buscamos encontrar el por qué los dominicanos no están conscientes de los aportes que hace esta fundación.

Para obtener estos datos utilizamos la plataforma de "UNIBE CRAI". UNIBE CRAI es una base de datos donde pudimos obtener fuentes confiables y legales de libros, revistas, documentos, artículos, etc. De igual forma realizamos una encuesta y entrevistas para conseguir más información desde diferentes puntos de vista.

Realizamos una encuesta a personas de nacionalidad dominicana y dos entrevistas a dos miembros de fundaciones sin fines de lucro. La encuesta se realizó con un límite de 287 personas con edades variadas.

Hemos investigado que existen fundaciones sin fines de lucro alrededor del mundo desde hace años, que aportan sus servicios a diferentes causas en general y otras fundaciones que se destacan por apoyar una causa en concreto como por ejemplo la pobreza o la contaminación. Estas fundaciones también existen en la República Dominicana las cuales operan a nivel nacional.



## 2. Descripción del Proyecto



## **2.1. Descripción del proyecto**

Se debe realizar una estrategia de comunicación para promocionar el live directo en YouTube llamado “En directo con su corazón” que realiza la fundación Manos Unidas por Autismo para la concienciación del autismo.

La campaña se realizará para recaudar fondos a través de PATREON con el fin de llevar los servicios de Manos Unidas por Autismo a lugares necesitados y aumentar los recursos necesarios para la fundación.

La fundación Manos Unidas por Autismo no cuenta con suficientes fondos para llevar a cabo la estrategia. Esta campaña será pagada por sus patrocinadores y recibirá apoyo por parte de los medios de comunicación.

Los medios utilizados para la difusión de esta campaña serán: online y offline. Dentro de los medios de comunicación, en la parte de Internet se creará un canal de YouTube para la fundación donde se publicarán videos tanto de la campaña como de la fundación para difundir la labor que realiza.



### 3. Antecedentes





### 3.1. Para comprender el concepto de Autismo

La palabra "autismo" fue presentada por el psiquiatra suizo Bleuler, quien la había usado para describir la esquizofrenia. La palabra autismo proviene de la palabra griega "autos" que literalmente significa "sí mismo". (Baron-Cohen, 2008, p. 16).

El término "autismo" se utiliza para describir a todas las personas en el espectro, pero la evidencia de investigación sobre los hallazgos cognitivos y neurológicos es más sólida para aquellos sin retraso mental grave. (Frith y Hill, 2004, p.3).

El autismo fue descrito por primera vez por el psiquiatra estadounidense Leo Kanner y por el pediatra austríaco Hans Asperger, en 1943 y 1944. (p.3). Se han propuesto muchas teorías sobre su origen. Ambos psiquiatras han progresado desde las ideas psicológicas de la "madre del refrigerador" de Bettelheim en 1967, cuya idea era que los niños se vuelven autistas en respuesta a un padre amenazador y sin amor, a través de una comprensión más amplia de las características conductuales del trastorno para lograr una comprensión detallada tanto a nivel cognitivo como biológico. Esta investigación se ha centrado gradualmente en los genes, el cerebro, la mente y su interacción con los factores ambientales.

Bettelheim veía el autismo como una reacción a una relación materna no cariñosa. Tuvo una controvertida visión que condujo a una forma de tratamiento llamada "parentectomía" o la eliminación del niño de sus padres, con la esperanza de que el desarrollo social del niño se recupere y florezca con padres adoptivos que puedan ser cariñosos (Baron-Cohen, 2008, p.19).

Baron-Cohen refiere que las ideas y los métodos de tratamiento de Bettelheim cayeron en desprestigio cuando se reconoció que la eliminación del niño de los padres biológicos no condujo a una mejora obvia en el desarrollo social del niño, y cuando se reconoció que los padres de los niños con autismo no fueron menos afectuosos que otros padres. Gracias a los estudios de

familias y las contribuciones científicas fundamentales de Michael Rutter, los padres ya no tenían la culpa del comportamiento inusual de sus hijos. (2008, p.20)

Hans Asperger describió una serie de niños, principalmente varones, con un patrón típico de déficit y activos, a los que se refirió como psicopatía autista. También describió la apariencia de los niños, su funcionamiento intelectual distintivo, incluidas sus dificultades de aprendizaje y problemas de atención, su comportamiento problemático en situaciones sociales y su deterioro de las emociones y los instintos. (Frith y Hill, 2004, p.21).

Asperger creía que la psicopatía autista era un trastorno de la personalidad basado en la constitución que se fundía en el continuo "normal", es decir, un grupo de individuos excéntricos, retraídos pero a menudo altamente dotados, que manejan la integración social a pesar de su interacción o comunicación social algo extraña. Afirmó que la psicopatía autista se correspondía con el autismo según lo descrito por Kanner en 1943, en términos amplios enfatizó su creencia de que estos trastornos tenían un fondo genético y no eran causados "exógenamente". (p.22)

En 1981, la Dra. Lorna Wing describió el cuadro clínico de la psicopatía autista de Asperger por primera vez con más detalle en una revista en idioma inglés, haciendo que la comunidad científica más amplia conociera la condición. Ella acuñó el término "síndrome de Asperger" y modificó y amplió ligeramente la cuenta de Asperger. Wing observó algunos elementos adicionales en la historia del desarrollo de los niños con Asperger y señaló que la psicopatía autista también puede ocurrir en personas con discapacidades de aprendizaje, y propuso un espectro de trastornos estéticos con una tríada de impedimentos, para saber el impedimento de la interacción social, la comunicación y la imaginación. (Frith y Hill, 2004, p.23).

Los comités internacionales que deciden sobre la práctica diagnóstica del autismo finalmente reconocieron al subgrupo de Austria en 1994. (Baron-Cohen, 2008, p.23).

Luego en 2000, la Dra. Wing argumentó que una mezcla de síntomas que son típicos para el autismo y el Síndrome de Asperger a menudo se puede encontrar en el mismo individuo y pueden ocurrir cambios en los síntomas con el tiempo. (Frith y Hill, 2004, p.23)

### **3.2. ¿Cómo surgen las primeras fundaciones?**

Su historia se remonta a la antigüedad, al menos a mediados de la década del 2000 a.C. Los hebreos de Israel se vieron obligados a pagar un diezmo, o impuesto, de sus ganancias para ayudar a los pobres de sus comunidades. En los años 300 a.C., el filósofo griego Platón fundó la Academia en Grecia. La tradición de proporcionar caridad para los pobres continuó en el Imperio Romano de finales de la era de d.C. En los años 1500 y 1600, había avanzado considerablemente como institución. La recaudación de fondos para los pobres y otras personas que necesitan asistencia social pasó de un modelo medieval a uno moderno temprano. (Ruth, 2020, p.1)

Europa permitió que personas de diferentes culturas y filosofías se unieran y formarían sus propias organizaciones dedicadas a proporcionar ayuda financiera a los pobres. Estas organizaciones comenzaron a aparecer en diferentes lugares del mundo en el siglo XVII. Varios eventos en esa época demostraron como las fundaciones caritativas se estaban organizando más a principios de la era moderna. (Ruth, 2020, p.2)



## 4. Línea de Tiempo



#### **4.1. ¿Por qué escogimos estas fundaciones?**

Escogimos estas fundaciones porque son de suma importancia. Entendemos que estas fundaciones realizan actividades de bien social para ayudar a la sociedad, aunque no tengan el propósito de obtener beneficios monetarios o recaudaciones en dinero.

## Línea de tiempo de las fundaciones

1770

La Sociedad St. George se fundó para ayudar a los colonos empobrecidos en Nueva York. Luego, siguió en Filadelfia y Charleston, y más tarde en otros estados estadounidenses y en Canadá, Australia, Nueva Zelanda y otros países. Hoy en día, es considerada como la organización benéfica más amiga de Estados Unidos.

1805

El Salón de la Benevolencia Unida se fundó en Shanghai, China. Su objetivo es brindar ayuda a las viudas, enterrar a los muertos, hogares para ancianos, educación pública y ropa para los pobres. La mayoría de las ciudades chinas tienen una institución filantrópica que cuenta con el apoyo de particulares, operada por el gobierno.

1833

Un estudiante francés de 20 años, Frédéric Ozanam, funda la "Conferencia de la Caridad" junto con seis de sus compañeros. Comienzan a visitar a los pobres en sus hogares. proporcionalmente ayuda muy necesaria. Se extendió rápidamente por Francia, Europa y Estados Unidos. Actualmente se llama San Vicente de Paul.

1944

El padre Alberno Hurtado fundó el Hogar de Cristo para servir a los indigentes de Santiago, Chile. Hogar de Cristo implementó técnicas innovadoras. Abrió un taller de carpintería junto con su refugio para personas sin hogar, proporcionando capacitación laboral importante y empoderando a la comunidad local.

1955

José María Vélaz fundó Fe y Alegria, un sistema escolar que brinda servicios educativos a niños en los barrios pobres de Caracas, Venezuela. La organización hace un llamado a los padres, niños y vecinos para que administren las escuelas locales, brinden servicios muy necesarios y empoderen a las comunidades locales.



## Línea de tiempo de las fundaciones

1972

El Instituto de Ayuda al Sordo Santa Rosa fue fundada el 4 de febrero. Su misión es contribuir con la prevención de la sordera y colaborar con las personas con discapacidad auditiva. Fomenta la inclusión de las personas sordas con igualdad de deberes, derechos y oportunidades, que puedan alcanzar su realización personal y familiar, y su integración al desarrollo social, económico, laboral, etc.

1988

Miembros de la comunidad LGBT en San Francisco presentan la Fundación Horizons, que se convirtió en la primera fundación comunitaria LGBT y uno de los mayores donantes de fondos para otras organizaciones sin fines de lucro que atienden las necesidades, cultura, salud y derechos humanos LGBT.

1994

La Fundación Dominicana de Autismo fue fundada por seis mujeres en una reunión organizando jornadas recreativas, y su idea era compartir con sus hijos. Actualmente, la institución brinda servicio directo a más de 200 personas de forma permanente en sus programas, que también funcionan para las personas de la comunidad donde son concentradas y entrenadas.

1997

Se fundó Un Techo para mi País en Santiago, Chile. Su objetivo es movilizar a jóvenes voluntarios para luchar contra la pobreza extrema en América Latina, mediante la construcción de viviendas de transición e implementando programas de inclusión social. En 2001, comenzó a expandirse por Latinoamérica. Actualmente está presente en 14 países.

2007

La Fundación Manos Unidas por Autismo fue fundada por un grupo de padres que decidieron no darse por vencidos frente a la adversidad y buscar soluciones y alternativas ante los desafíos de una condición tan alicuante para el individuo como el autismo. Vela por el bienestar y calidad de vida de las personas con autismo, sin importar su edad ni condición social.



## 5. Glosario de Términos



## 5.1. Glosario de términos

**Autismo:** Trastorno psicológico que se caracteriza por la intensa concentración de una persona en su propio mundo interior y la progresiva pérdida de contacto con la realidad exterior.

**Institución:** Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.

**Fundación:** Una fundación es un tipo de persona jurídica que se caracteriza por ser una organización sin ánimo o fines de lucro.

**ONG:** El término ONG se utiliza para identificar a organizaciones que no son parte de las esferas gubernamentales o empresas cuyo fin fundamental no es el lucro.

**Patreon:** Una plataforma de financiación colectiva que permite a los fans (o patrocinadores) pagar y apoyar a los artistas por su trabajo. Para los productores de videos, webcomics, música, podcasts y más, es una forma de ganar dinero extra en lo que de otra manera podría ser contenido gratuito y permite a los fanáticos contribuir a la plataforma de su artista favorito.



## 6. Objetivos de la Investigación





## **6.1. Objetivo general**

- Investigar qué tanto conoce la población dominicana sobre la labor que realiza la Fundación Manos Unidas por Autismo.

## **6.2. Objetivos específicos**

- Validar si la población de Santo Domingo confía en el servicio que brinda la Fundación Manos Unidas por Autismo.
- Identificar qué tanto los dominicanos saben sobre el autismo.
- Verificar si la población dominicana conoce alguna institución que ayude a personas con características autistas.
- Comprobar si la población de Santo Domingo conoce los servicios que ofrece la Fundación Manos Unidas por Autismo.



# 7. Justificación de la Investigación



## **7.1. Justificación de la investigación**

En esta investigación recopilamos datos acerca de lo importante que son las fundaciones sin fines de lucro ya que éstas han ayudado en casos que afectan en masa a la mayoría de los países como por ejemplo el autismo, punto y aparte, si hay países que necesiten ayuda pero desconocen los servicios que pueden brindar estas fundaciones, las condiciones de desigualdad de derechos se perpetuarán para las poblaciones que representan.

Nuestra meta es verificar qué tanto la población de Santo Domingo conoce sobre el autismo y las fundaciones sin fines de lucro que ayudan a personas afectadas por el mismo como es la fundación Manos Unidas por Autismo.

En esta recopilación de datos podemos determinar que las fundaciones sin fines de lucro han ido evolucionando con el paso de los años con el fin de proporcionar ayuda a personas con necesidades especiales.



# 8. Metodología





### **8.1. Metodología cuantitativa**

Para la realización de nuestra investigación, optamos por encuestas online a través de la plataforma Google Forms y entrevistas a profundidad.

Encuesta Online: Estimamos la encuesta a 287 personas, de 18 a 60 años, habitantes en Santo Domingo y de todas las clases sociales.

### **8.2. Metodología cualitativa**

Realizamos 2 entrevistas a profundidad con 2 miembros de instituciones sin fines de lucro conocidas en Santo Domingo, República Dominicana.

### **8.3. Fases**

- Investigación no experimental
- Investigación no probabilística
- Investigación de carácter mixto

### **8.4. Métodos de investigación**

#### **De campo**

Encuestamos a 287 personas vía Google Forms, de 18 a 60 años, que son habitantes en Santo Domingo y pertenecientes a todas las clases sociales.

También, entrevistamos profundamente a miembros de fundaciones sin fines de lucro en Santo Domingo, República Dominicana.

#### **Documental**

Estimamos el cuestionario durante 12 minutos. Realizamos las entrevistas vía correo electrónico a través de un cuestionario.

### **8.5. Población**

Homogeneidad: Personas de 18 a 60 años, residentes en Santo Domingo y pertenecientes a toda clase social.

Tiempo: Presente

Espacio: Santo Domingo, República Dominicana

Cantidad: 150 personas

### **8.6. Muestra**

Aleatoria: 150 personas.

Estratificada: 150 personas.

Sistemática: Se entrevistaron a miembros de dos instituciones sin fines de lucro conocidas en Santo Domingo, República Dominicana.

## 9. Diseño de Instrumento



## 9.1. Cuestionario

1. ¿Sabe que es el autismo?
2. ¿Cómo se enteró sobre el autismo?
3. ¿Considera que el autismo debe ser un tema importante en la sociedad?
4. ¿Cree que la sociedad dominicana conoce el tema del autismo?
5. ¿Conoce cuántas personas autistas hay en República Dominicana?
6. Utilizando una escala del 1 al 5 donde 1 es nada y 5 bastante, ¿qué tan incluidas a la sociedad usted diría que están las personas autistas en República Dominicana?
7. ¿Tienes un familiar o amigo con autismo?
8. ¿Ha conocido o ha estado en alguna situación relacionada con el autismo?
9. ¿Conoce acerca de las fundaciones sin fines de lucro que operan en la República Dominicana?
10. ¿Ha donado o apoyado a alguna fundación sin fines de lucro en la República Dominicana?
11. ¿Conoce si hay alguna institución dominicana que brinde servicios o apoyo a personas afectadas por el autismo?
12. En caso de poder brindar su ayuda, ¿cómo le gustaría apoyar a las personas afectadas por el autismo y a la sociedad en general?
  - Educando sobre el tema a amigos y familiares
  - Aportando recursos a la causa
  - Ayudando a personas autistas a insertarse en la sociedad
  - Otros:

## 9.2. Guía de la entrevista

1. ¿A partir de qué año está operando la fundación?
2. ¿Cómo se financia la fundación? ¿De dónde salen los fondos?
3. ¿Cuál es el propósito de la fundación?
4. ¿Cuáles son sus metas en esta fundación? ¿Qué pretenden lograr?
5. En pocas palabras, ¿cómo describiría el ambiente dentro de la fundación?
6. ¿Han tenido algún obstáculo que haya causado problemas o barreras a la fundación?
7. ¿Cuál es el mayor logro hasta la fecha de la fundación?
8. ¿De qué manera la fundación ofrece sus servicios a las comunidades?
9. ¿Cuáles han sido los esfuerzos más importantes de la fundación?
10. ¿Qué es lo que inspira a la fundación y a sus integrantes?
11. ¿Tienen aspectos que quieran mejorar?
12. ¿Piensa que la solidaridad en la fundación ha aumentado más desde años anteriores o sigue igual?
13. ¿Cuál es la motivación que trae a la fundación cada año?
14. ¿Cuáles son las iniciativas que desarrolla la fundación para darse a conocer?
15. ¿A nivel de comunicación, ustedes cómo se manejan?
16. ¿Usted percibe que la fundación es ampliamente conocida? ¿Por qué? ¿Cómo podría generarse un mayor conocimiento de la fundación?

# 10. Recolecta de Datos





### **10.1. Recolecta de datos**

Las encuestas se realizan en físico y digital vía Google Forms. Se ha elegido un medio virtual que fuera fácil de utilizar desde cualquier dispositivo móvil y que se pueda proceder a estructurar el cuestionario.

El objetivo de esta encuesta es obtener información sobre el nivel de Desconocimiento de la Fundación Manos Unidas por Autismo en Santo Domingo. Las preguntas son organizadas en plataforma a fin de compartir la encuesta con el público objetivo.

Las informaciones suministradas no serán divulgadas y sólo serán utilizadas para los fines de elaboración del proyecto de investigación en Comunicación Publicitaria.

Se le pide que respondan lo más sinceramente posible a cada una de las preguntas formuladas. Se agradece el tiempo dedicado a apoyar este proceso.



# 11. Resultados de la Investigación



### **11.1. Análisis de las entrevistas a profundidad**

Realizamos dos entrevistas por correo electrónico con dos miembros de fundaciones sin fines de lucro en Santo Domingo, República Dominicana.

La primera fue con Isabel Fiallo Cross, miembro del Equipo Colaborador de SERVIR-D. La segunda fue con Odile Villavizar, directora de Manos Unidas por Autismo. Las dos respondieron de manera diferente.

### **11.2. Entrevista #1: Isabel Fiallo Cross**

#### **1. ¿A partir de qué año está operando la fundación?**

Desde el 1ero de diciembre del 2004, vamos a cumplir 16 años.

#### **2. ¿Cómo se financia la fundación? ¿De dónde salen los fondos?**

Como toda institución de servicio, tenemos gastos de operaciones que se sostienen por medio de 4 fuentes principales:

- a) Desde el 2012 recibimos una modesta subvención mensual del MINERD, que es el único ingreso fijo.
- b) Aunque no representa una fuente de ingresos significativa, recibimos donaciones de particulares que apuestan por nuestra institución y aportan monetariamente de manera regular o esporádica (Red de Amigos).
- c) Actividades de formación (talleres, charlas, congresos) orientados a diferentes sectores como el empresarial y el educativo y por los cuales SERVIR-D recibe pagos por servicios.

- d) Asesoría en voluntariado corporativo a empresas, por lo cual SERVIR-D recibe pagos por servicios.

### **3. ¿Cuál es el propósito de la fundación?**

Su propósito es incentivar y coordinar el trabajo de voluntarias y voluntarios (personas físicas, empresas e instituciones) que quieran aportar tiempo, conocimiento, experiencias y/o recursos para colaborar gratuita y desinteresadamente en una obra de bien social.

### **4. ¿Cuáles son sus metas en esta fundación? ¿Qué pretenden lograr?**

Promover una práctica ciudadana responsable y una sociedad más justa y solidaria. Ser reconocidos como una institución acreditada con amplia incidencia, que sirva de referencia a nivel nacional e internacional para:

La formación, coordinación y acompañamiento de voluntarios(as) en instituciones que trabajan a favor de los sectores necesitados de la sociedad dominicana.

Las empresas e instituciones que desean desarrollar una práctica social responsable y solidaria, aportando recursos financieros, de servicio y personal humano para apoyar a las instituciones de bien social con las que trabajamos.

### **5. En pocas palabras, ¿cómo describiría el ambiente dentro de la fundación?**

Una institución con una legítima labor de servicio que trabaja en red con otros, a través de la colaboración recíproca y siempre tomando las decisiones a la luz del discernimiento comunitario.

**6. ¿Han tenido algún obstáculo que haya causado problemas o barreras a la fundación?**

El reto es su sostenibilidad financiera y lograr desarrollar una estrategia de comunicación institucional.

**7. ¿Cuál el mayor logro hasta la fecha de la fundación?**

Nuestros programas de formación: Voluntariado Corporativo, Voluntariado Estudiantil y Voluntariado Hospitalario.

**8. ¿De qué manera la fundación ofrece sus servicios a las comunidades?**

Vinculando voluntarios capacitados para ofrecer sus servicios.

**9. ¿Cuáles han sido los esfuerzos más importantes de la fundación?**

Los congresos anuales para el sector empresarial y el sector educativo.

El lanzamiento de nuestro curso totalmente virtual de “Introducción al Servicio Voluntario: El voluntariado como agente de transformación en nuestro mundo”

**10. ¿Qué es lo que inspira a la fundación y a sus integrantes?**

La mística Ignaciana: “En todo amar y Servir”, somos una obra laical de la Compañía de Jesús.

**11. ¿Tienen aspectos que quieran mejorar?**

Lograr desarrollar una estrategia de comunicación institucional para conseguir mejor difusión de nuestra labor y de esta forma ser reconocidos por las personas, que cuando se hable de voluntariado lo primero que piensen sea: SERVIR-D.

**12. ¿Piensa que la solidaridad en la fundación ha aumentado más desde años anteriores o sigue igual?**

La solidaridad es un valor humano que está latente en toda persona, solo hace falta encender la llama para convertirlo en acción voluntaria.

**13. ¿Cuál es la motivación que trae a la fundación cada año?**

El seguir contribuyendo a una sociedad más justa para todos.

**14. ¿Cuáles son las iniciativas que desarrolla la fundación para darse a conocer?**

Por falta de una estrategia de comunicación y los recursos financieros y humanos, no tenemos una presencia activa y coherente en las redes sociales y otros medios de difusión.

**15. ¿A nivel de comunicación, ustedes cómo se manejan?**

Aunque contamos con el apoyo de una agencia para la diagramación de nuestro boletín cuatrimestral y el diseño de las piezas para promocionar nuestro Congreso anual, las redes sociales son manejadas por un miembro del equipo coordinador y la ayuda que puedan ofrecer los voluntarios.



**16. ¿Usted percibe que la fundación es ampliamente conocida? ¿Por qué? ¿Cómo podría generarse un mayor conocimiento de la fundación?**

1. No.
2. No contamos con una estrategia de comunicación, ni recursos para sostenerla.
3. Con la colaboración de un profesional de la comunicación y el marketing digital para que diseñe una estrategia eficiente de comunicación que logre llegar al público y darnos a conocer ampliamente.

### **11.3. Entrevista #2: Odile Villavizar**

#### **1. ¿A partir de qué año está operando la fundación?**

La Fundación está operando desde el 2008, y a partir del 2013 estamos trabajando de manera más directa al adquirir nuestro local donde operamos desde entonces ofreciendo múltiples servicios de manera integral a nuestra población.

#### **2. ¿Cómo se financia la fundación? ¿De dónde salen los fondos?**

La fundación cubre sus gastos y compromisos mensuales, gracias a las actividades de recaudación de fondos, a los patrocinadores que apoyan de manera regular en dichas actividades, recursos donados por la fundación Quiéreme como Soy, aportes por los usuarios a través de los servicios que ofrecemos y un aporte mínimos de 30 mil pesos mensuales, de parte del Estado dominicano.

#### **3. ¿Cuál es el propósito de la fundación?**

Mejorar la calidad de vida de las personas con autismo y sus familiares, a través de los servicios que ofrecemos de manera integral en nuestra Fundación, y la promoción a través de las charlas y actividades de concienciación y sensibilización.

#### **4. ¿Cuáles son sus metas en esta fundación? ¿Qué pretenden lograr?**

Deseamos llevar a todos nuestros pacientes a un nivel de independencia y autonomía que puedan valerse por sí mismo, o con el menor apoyo para que puedan alcanzar los objetivos planteados por sus familias, y según la necesidad de manera particular de cada uno.

Llevar la información de la condición a nivel nacional para que la sociedad pueda entender y comprender la condición de autismo y así el trato a estas personas sea mucho mejor.

**5. En pocas palabras, ¿cómo describiría el ambiente dentro de la fundación?**

Un ambiente lleno de amor, cooperación, solidaridad y alianza entre familias y colaboradores.

**6. ¿Han tenido algún obstáculo que haya causado problemas o barreras a la fundación?**

La mayor barrera para alcanzar algunas metas internas, es la situación con los recursos y el sostenimiento del local, esto nos hace tener que colocar un precio a nuestros servicios por lo que a veces nuestros usuarios entienden que al ser fundación deberíamos de tener otros precios en las terapias. Entiendo que esto causa mucha confusión y dificultades al ingresar las familias a nuestros servicios.

**7. ¿Cuál es el mayor logro hasta la fecha de la fundación?**

Tenemos 3. Realizamos una caminata anual para hacer conciencia sobre la condición de autismo, y en nuestra última actividad tuvimos la presencia de unas 3,000 personas. Hemos podido lograr incluir a unos 30 de nuestros jóvenes y adultos a pasantías laborales las cuales apoyan a estos jóvenes para llevarlo a la realización plena de su independencia. Abrir el programa de intervención temprana donde ofrecemos terapias a unos 60 niños que han podido desarrollar sus habilidades y alcanzar el mayor potencial en su desarrollo.

**8. ¿De qué manera la fundación ofrece sus servicios a las comunidades?**

Ofrecemos diferentes tipo de intervención que van de la mano con el niño o niña, y su familia, así los acompañamos de manera integral en su ciclo de vida. Si la familia vive distante de la fundación, por ejemplo en otra localidad, ofrecemos el servicio y damos el soporte necesario en dicha comunidad.

**9. ¿Cuáles han sido los esfuerzos más importantes de la fundación?**

Para nosotros el mayor esfuerzo es el sostenimiento económico del local, perdemos mucho tiempo buscando recursos para cubrir nuestros compromisos, este esfuerzo pudiéramos invertirlo en otras actividades de mayor provecho para la Fundación y sus integrantes.

**10. ¿Qué es lo que inspira a la fundación y a sus integrantes?**

El poder ver a nuestros pacientes desarrollarse y alcanzar los objetivos que se plantean para cada uno de ellos, ver los cambios y cómo van dejando muchas de las conductas que presentaban antes de entrar a los programas. Esto motiva a seguir adelante. También el testimonio de las familias y la satisfacción que demuestran por estos logros.

**11. ¿Tienen aspectos que quieran mejorar?**

Si tenemos muchos aspectos que deseamos mejorar, tales como la promoción de la fundación en las redes, la obtención de recursos, y mejorar los salarios a nuestros colaboradores.

**12. ¿Piensa que la solidaridad en la fundación ha aumentado más desde años anteriores o sigue igual?**

Si es esa la pregunta, ha mejorado notablemente esta parte, ya que tenemos un equipo más comprometido y responsable con sus pacientes, así también realizan su trabajo con amor y persistencia.

Si es con nuestros patrocinadores, ha mejorado mucho, pero no lo suficiente para cubrir nuestros compromisos, entiendo que podemos hacer más, y alcanzar a otras empresas y personas que pueden aportar mucho más.

Ha mejorado en los últimos años, aunque pudiéramos hacer más.

**13. ¿Cuál es la motivación que trae a la fundación cada año?**

Cada año nuestra meta es apoyar a las familias para que puedan alcanzar sus objetivos planteados con sus hijos. Y en sentido general, sostener los programas que tenemos y mejorarlos cada día, para que nuestros usuarios puedan tener en nuestra institución todo lo necesario y así ayudarlos en todo lo que estos necesiten.

**14. ¿Cuáles son las iniciativas que desarrolla la fundación para darse a conocer?**

Entiendo que en ese renglón estamos un poco rezagados, nos gustaría tener un plan de mercadeo más agresivo y de promoción más efectivo. Hasta ahora solo tenemos nuestras redes sociales y esto no es suficiente. Deseamos abrir un canal de YouTube para tener mejor comunicación y otras herramientas más para llegar a nivel nacional y a la población más necesitada, que no tiene acceso a estos recursos digitales.

**15. ¿A nivel de comunicación, ustedes cómo se manejan?**

Tenemos unos voluntarios externos que nos apoyan, entiendo que se puede realizar una campaña más efectiva de comunicación, para darnos a conocer más, pero esto requiere de una inversión económica que en estos momentos no se contempla en nuestro presupuesto. Nos gustaría poder realizar un plan de mercadeo y promoción que nos apoye en dar a conocer la labor que realizamos, siento que puede traer grandes fruto dicha campaña.

**16. ¿Usted percibe que la fundación es ampliamente conocida? ¿Por qué? ¿Cómo podría generarse un mayor conocimiento de la fundación?**

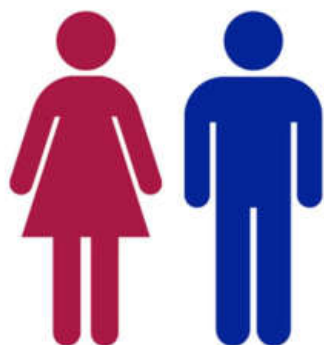
La fundación se conoce, pero no tanto como yo quisiera que fuera, todavía veo muchos sectores a los que no hemos podido llegar, por ejemplo a las familias más humildes que no tienen acceso a internet o que no tienen los recursos necesarios para ingresar a nuestra institución. Esta población necesita mucho de nosotros, pero no sabemos cómo llegar hasta ellos, y tener un plan de apadrinamiento para apoyar a estas familias.

## 12. Análisis de Datos y Gráficos





## Género



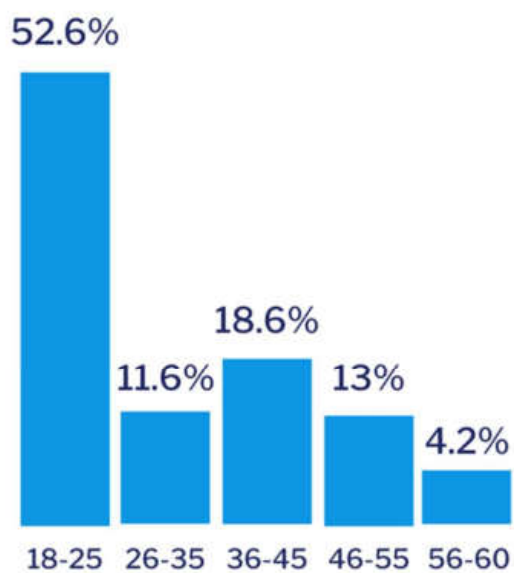
**81.1%**   **18.9%**

## Ubicación

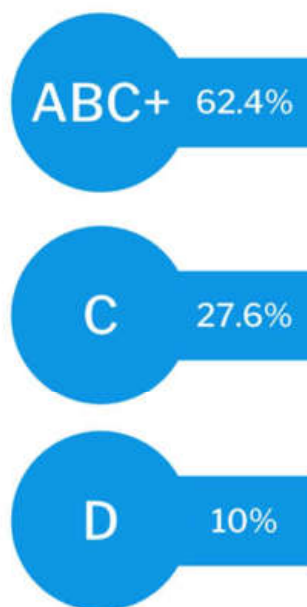


**94.4% Santo Domingo**  
**6% Otra ciudad**

## Edad



## NSE



## Conocimiento del autismo en la sociedad

Pregunta #1: ¿Sabes qué es el autismo?



Tiene un conocimiento base sobre el autismo

No tiene un conocimiento base sobre el autismo

Este gráfico muestra que 9 de cada 10 personas conocen qué es el autismo.

# Conocimiento del autismo en la sociedad

*Pregunta #2: ¿Cómo se enteró sobre el autismo?*

**Familiares**

**Amigos**

**Documentales**

**Biblioteca**

**Colegio**

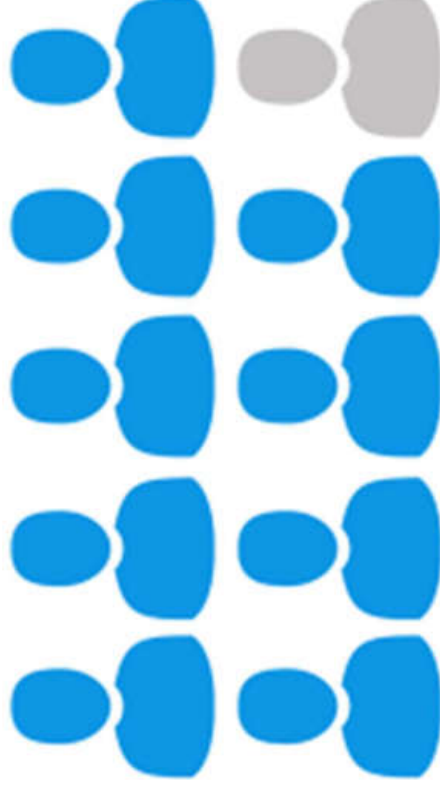
**Universidad**

**Google**

**Redes sociales**

## Conocimiento del autismo en la sociedad

Pregunta #3: ¿Considera que el autismo debe ser un tema importante en la sociedad?



**99.3%**

Considera que el autismo es un tema importante para la sociedad

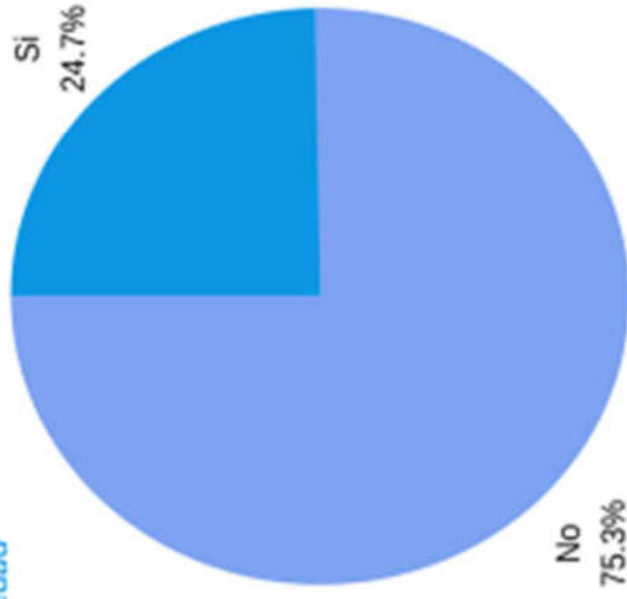
No considera que el autismo es un tema importante para la sociedad

**0.7%**

En este gráfico demuestra que 9 de cada 10 personas consideran el autismo como tema importante en la sociedad.

## El autismo en la sociedad dominicana

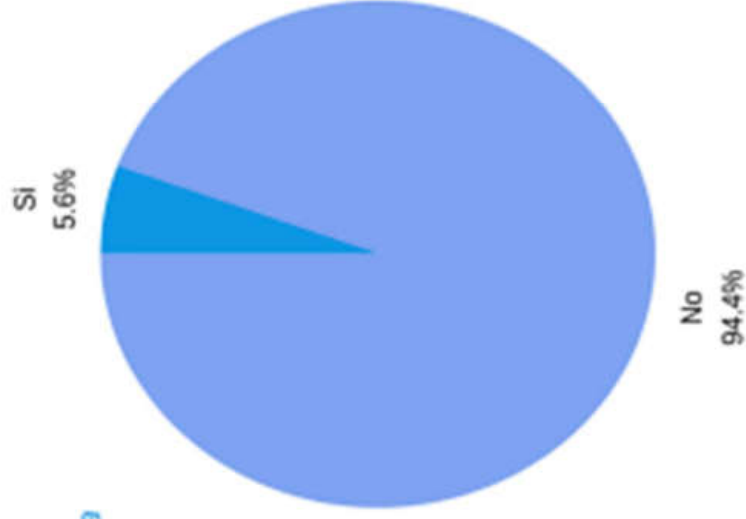
*Pregunta #4: ¿Cree que la sociedad dominicana conoce el tema del autismo?*



**El tema del autismo en la República Dominicana todavía enfrenta tabúes y barreras sociales que ha luchado por muchos años. El 75.3% demuestra que la población dominicana no conoce el tema, mientras que el 24.7% si lo conoce.**

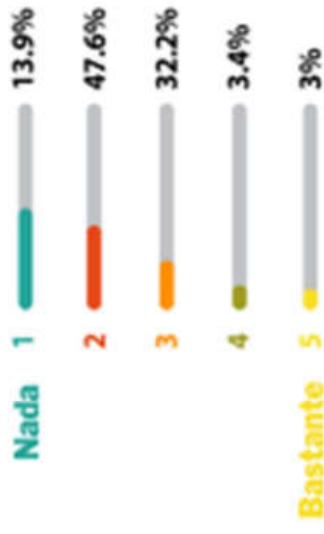
## El autismo en la sociedad dominicana

*Pregunta #5: ¿Conoce cuántas personas autistas hay en República Dominicana?*



Como vimos en el gráfico anterior, la población dominicana aún no conoce el tema del autismo. Analizamos sobre la cantidad de personas con autismo en la República Dominicana, con el 94.4% de los encuestados respondieron que no.

# El autismo en la sociedad dominicana



*Pregunta #6: Utilizando una escala del 1 al 5 donde 1 es nada y 5 bastante, ¿qué tan incluidas a la sociedad usted diría que están las personas autistas en República Dominicana?*

**En el siguiente gráfico con una selección del 1 al 5 para determinar el nivel de inclusión del autismo en la sociedad, se mostró que un 47.6% de los encuestados elige el nivel 2 por encima del resto.**

## Familias y amistades con autismo

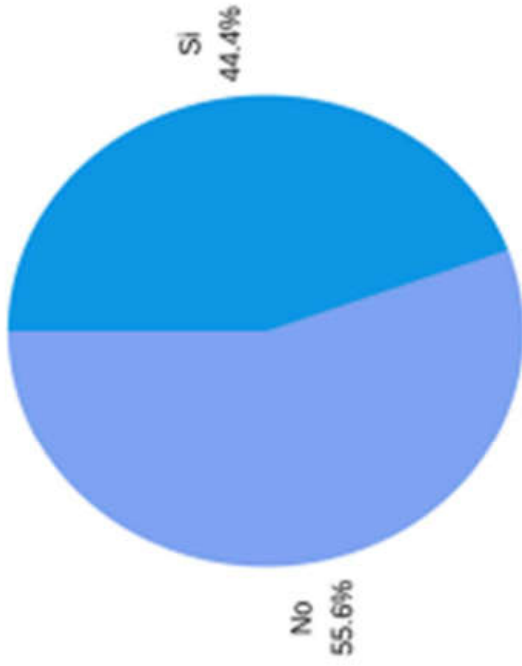


Este gráfico demuestra que el 62.3% de los encuestados respondieron que si tienen familiares y amigos con esta condición, mientras que el 37.7% respondieron que no.

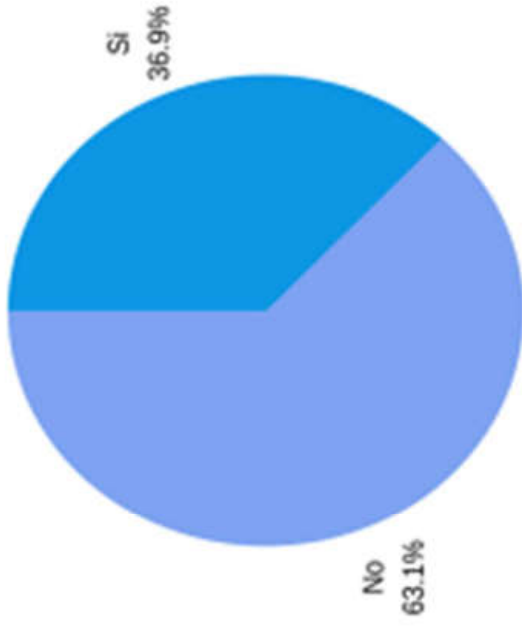
Pregunta #7: ¿Tienes un familiar o amigo con autismo?



# Fundaciones sin fines de lucro



Conocimiento de las operaciones que realizan las fundaciones sin fines de lucro en la República Dominicana.

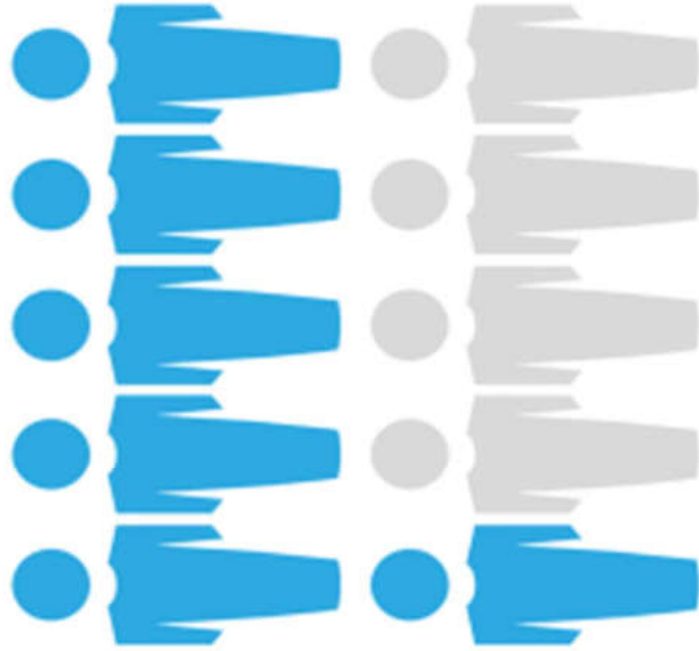


Donaciones y apoyos a las fundaciones sin fines de lucro en la República Dominicana.

*Pregunta #9: ¿Conoce acerca de las fundaciones sin fines de lucro que operan en la República Dominicana?*

*Pregunta #10: ¿Ha donado o apoyado a alguna fundación sin fines de lucro en la República Dominicana?*

**MÁS DEL 55%**

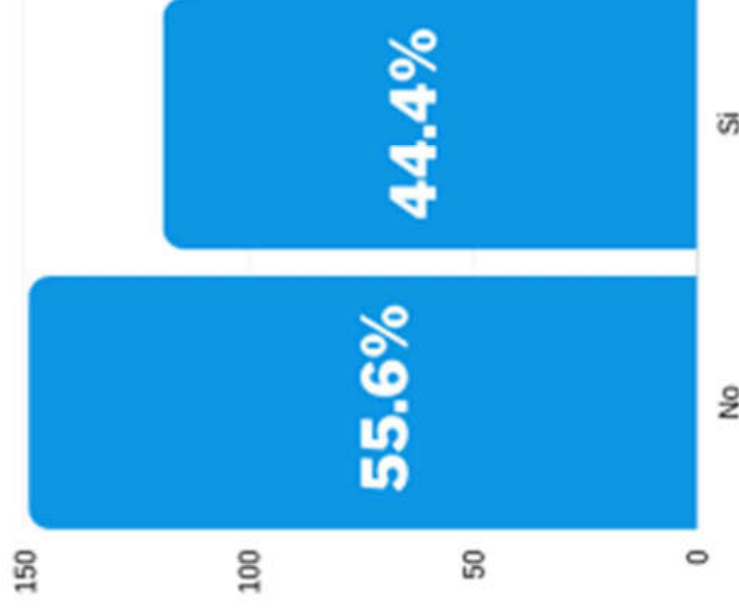


**MENOS DEL 44%**

Tras ver los gráficos anteriores los encuestados muestran que **6 de cada 10** personas desconocen las labores que realizan las fundaciones sin fines de lucro y cómo se les puede apoyar a partir de donaciones.

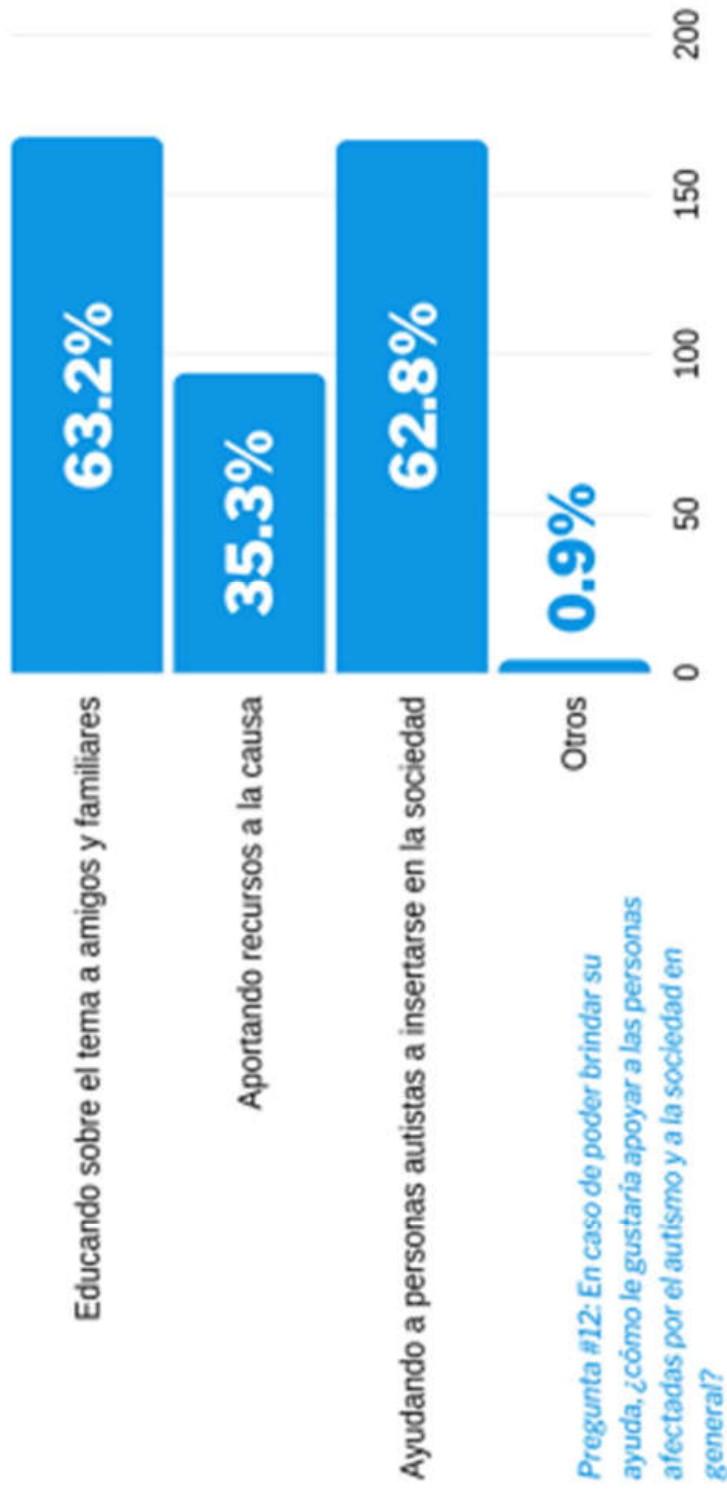
## El autismo en la sociedad dominicana

*Pregunta #11: ¿Conoce si hay alguna institución dominicana que brinde servicios o apoyo a personas afectadas por el autismo?*



**Encontramos que el 55.6% de la población dominicana no conoce alguna institución sin fines de lucro en el país, que brinde servicios o apoyo para las personas con autismo, mostrando desconocimiento de la misma.**

## Apoyo a las personas con autismo



**El gráfico mostró que el 63.2% de los encuestados escogieron educar sobre el tema a familiares y amigos. Mientras tanto, el 62.3% de los encuestados escogieron ayudar a las personas con autismo a insertarse en la sociedad.**

## 13. Conclusiones



### 13.1. Conclusiones

La población dominicana tiene un conocimiento básico acerca de lo que significa el autismo, han podido obtener esta información gracias a Google, libros, redes sociales y el sistema educacional que han tenido. Sin embargo, este conocimiento se queda dónde está y no se amplía ya que además del conocimiento base que tienen no hay algo externo que los incentive a conocer más sobre el tema. Punto y aparte, depende de la persona qué nivel de conocimiento tiene sobre el tema del autismo.

Aquellos que tienen conciencia de la situación actual que significa el autismo no tienen una confianza sólida de que exista una integración formal en la sociedad dominicana hoy en día, si la mayoría de las personas no comprenden totalmente dicho tema no pueden ser capaces de aceptarlo normalmente hasta que conozcan más sobre el mismo.

Personas adultas mayores a los 25 años han expresado un alto conocimiento y experiencia a diferencia del resto.

La fundación Manos Unidas por Autismo ofrece diferentes tipos de intervención que van de la mano con el niño o la niña, y su familia, así los acompañan de manera integral en su ciclo de vida pero la situación con los recursos y el sostenimiento del local les impide cubrir sus compromisos y lograr sus objetivos.

Consideran que tienen muchos aspectos que desean mejorar, tales como la promoción de la fundación en las redes, la obtención de recursos, y mejorar los salarios de sus colaboradores. Les gustaría poder realizar un plan de mercadeo y promoción que les apoye en dar a conocer la labor que realizan para tener mejor comunicación y otras herramientas para llegar a nivel nacional y a la población necesitada, que no tiene acceso a estos recursos digitales.





# 14. Recomendaciones



## 14.1. Recomendaciones

Según los resultados que hemos determinado recomendamos:

- Concientizar el tema del autismo de una manera más amplia dando una consideración mandatoria al sistema educativo del país, con el fin de que los estudiantes y maestros retroalimenten sobre el tema y puedan comprender mejor la situación del autismo en la sociedad hoy en día.
- El tema del autismo debería proveer en plataformas más fáciles y versátiles de gran alcance que pueda llamar la atención del público y aumente su relevancia de manera más rápida y entretenida como en las redes sociales y sitios web.
- Las fundaciones sin fines de lucro deben concentrar sus actividades y operaciones en lugares del país que no son conocidos, de esta forma podrán aportar con sus servicios y fomentar su solidaridad para aumentar su reconocimiento en todo el país.



# 15. Análisis FODA



## 15.1. Análisis del entorno: FODA

### Fortalezas:

- Apoyo de los medios de comunicación en la promoción de la campaña por el bien social.
- Gran ayuda financiera por parte de los patrocinadores al realizar la campaña.
- Actividad social voluntaria con el fin de recaudar fondos para ayudar a los necesitados y conmemorar el tema del autismo.

### Debilidades:

- Deficiencia de fondos y recursos debido al costo del local.
- Descuidado manejo de la fundación en las redes sociales.
- Poca ayuda financiera por parte del estado.

### Oportunidades:

- Cercanía de la fundación con el consumidor gracias a la creación de un canal en YouTube y sus contenidos de la campaña.
- Ampliar el alcance de sus servicios en lugares necesitados.
- Aumento de la presencia de la fundación en las redes sociales.

### Amenazas:

- Aumento de las tarifas por parte de los invitados que participaran en el evento.
- Obtención baja de patrocinadores y aliados debido al impacto económico provocado por la pandemia.





# 16. Segmentación del Mercado



## **16.1. Segmentación del mercado**

### **Target principal:**

Jóvenes adultos de 18-35 años de edad y de ambos sexos, nivel socioeconómico media, media alta y alta. Son estudiantes y/o empleados privados. Tienen una pasión por la solidaridad y el servicio. Su deseo es servir a la comunidad. Quieren apoyar y ayudar a las personas con autismo. Se mantienen informados con el tema del autismo y las fundaciones sin fines de lucro.

### **Target secundario:**

Hombres y mujeres de 36-60 años de edad, nivel socioeconómico media, media alta y alta. Son empleados privados. Sirven de manera distinta. Deben estar informados sobre el tema del autismo y las fundaciones sin fines de lucro.



# 17. Plan de Mercadeo



### **17.1. Plan de mercadeo**

Se realizará un live (directo) en YouTube por parte de Manos Unidas por Autismo representado por Odile Villavizar, acompañada de dos influencers conocidos en redes sociales donde realizarán actividades educativas y dinámicas vía video llamadas centradas en concientizar sobre el autismo. El público objetivo serán jóvenes y adultos de 18 a 60 años principalmente aquellos que han tenido poco contacto con el fenómeno autismo (clase media, media alta y alta).

Se realizará una campaña centrada en la promoción de este evento, a diferencia de cómo la identidad de marca de Manos Unidas por Autismo es más gentil y amable, la campaña llevará esta identidad a algo más dinámico y movido pero siguiendo con la esencia que transmite la fundación acompañada de una línea gráfica nueva. La campaña utilizará publicidad ATL y BTL y se situará en los medios de redes sociales, televisión, radio y vallas publicitarias.

En la parte de medios: Se creará un canal en YouTube para la fundación Manos Unidas por Autismo, en dicho canal se realizará el evento a partir de un live (directo). El evento se dividirá por actividades y descansos programados ya que el evento será bastante largo.

En las redes sociales se crearán diversos contenidos educativos e interactivos sobre el autismo y la fundación Manos Unidas por Autismo en modo de cuenta regresiva hasta el día de la apertura del evento acompañado.

Para la televisión se realizará un spot animado que mostrará lo que se realizará en el evento para promocionar el mismo.

Para la radio se re-utilizará la misma pieza que en la tv pero más breve y con menos información.

Y por último en las vallas publicitarias se mostrará la misma pieza gráfica utilizada para la apertura de la campaña en las redes sociales.

## 17.2. Campaña

La campaña se centrará en promocionar e invitar de una forma nueva y espontánea al público a participar en el evento para conocer más acerca de la situación que viven las personas con espectro autista hoy día y apoyar a la fundación Manos Unidas por Autismo para mejorar su contribución hacia las personas aún necesitadas en República Dominicana. La campaña durará 40 días, desde el 10 de febrero hasta el 12 de marzo de 2021.

## 17.3. Cronograma de acciones de estrategia



### LEYENDA:



VALLAS PUBLICITARIAS



CONTENIDO EN REDES SOCIALES



MEDIATOUR TV Y RADIO



MARZO						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
 	 	 	 	 	 	 
8	9	10	11	12		
 	 	 	 	 		

**LEYENDA:**

VALLAS PUBLICITARIAS



CONTENIDO EN REDES SOCIALES



MEDIATOUR TV Y RADIO

**Acciones:**

Tal como se muestra en la leyenda, las vallas publicitarias estarán de manera activa durante todo el transcurso de la campaña, finalizando sus funciones el día después de la apertura del evento.

El contenido de las redes sociales será de la siguiente manera: En el primer mes se publicarán 3 contenidos por semana, es decir, contenido para 3 días de la semana, mientras que en el siguiente mes se publicarán contenidos diarios hasta el día después del evento.

Las promociones de media tour se realizarán en el transcurso de la campaña hasta la semana antes de su apertura, los días son indeterminados ya que dependen del día en que le permitan la visita a Odile Villavizar, aunque colocamos las acciones de viernes a domingo debido al alto rating de los programas y las emisoras en estos días.

## 17.4. Objetivos de la propuesta

### Objetivo general:

- Posicionar a Manos Unidas por Autismo como una de las fundaciones más conocidas a nivel nacional.

### Objetivos específicos:

- Recaudar fondos con el fin de obtener los recursos necesarios para mejorar los servicios ofrecidos a las personas con autismo en Santo Domingo y en otros lugares de República Dominicana.
- Motivar a la sociedad dominicana a formar parte de la concientización de la condición del autismo.

## 17.5. Patrocinadores

- Banreservas
- Claro RD
- Grupo Ramos
- Mercasid
- Induveca
- Crisol
- Grupo Rica

## 17.6. Alianzas y sus funciones

- Yo También Puedo
- Quiéreme como Soy
- Best Buddies RD
- Ministerio de Educación (MINERD)
- Universidad Iberoamericana (UNIBE)
- Banco BHD León
- Consejo Nacional de Discapacidad (CONADIS)
- Centro de Atención Integral para la Discapacidad (CAID)

### **17.7. Funciones de las alianzas**

Las alianzas con estas empresas le darán a Manos Unidas por Autismo una mayor difusión a través de sus medios. Por ejemplo: UNIBE promocionará por sus redes sociales y su institución la información pertinente sobre el evento: Flyers, posts e incluso implementarlo en clases y cursos relacionados con el tema del evento.

A cambio de que, la fundación promocióne a cada una de estas empresas de manera elocuente en varios momentos durante el evento, la promoción consiste en que los vocales del evento (Odile Villavizar y los influencers) hablarán sobre un tema específico que las empresas aliadas le proporcionen, de esta forma se incluye lo que las empresas aliadas quieran que se mencione de ellas en el evento.



# 18. Elaboración de la Propuesta



### **18.1. Evento**

Nombre del evento: “En directo con su corazón”

Fecha de apertura: 12 de abril de 2021

Horario: 2:00 PM - 7:00 PM

Actividades que se realizarán durante el live de YouTube:

- Charlas sobre el autismo con invitados representantes de fundaciones dominicanas
- Dinámicas útiles y efectivas para personas con Autismo con Alejandro Kepp
- Personas contando sus experiencias sobre el autismo en su vida diaria
- Sesión musical en vivo con Covi Quintana

### **18.2. Horario**

Programación

2:00 pm: Bienvenida

2:15 pm: Charla sobre el autismo con Raquel Brea

3:30 pm: Dinámicas útiles y efectivas para personas con Autismo con Alejandro Kepp

4:30 pm: Llamadas y mensajes de participantes con autismo

5:30 pm: Charla sobre el autismo con María Esperanza Haché y Marcelle Berrido

6:30 pm: Presentación musical de Covi Quintana

7:00 pm: Despedida

### 18.3. Medios

- TELEVISIÓN
- RADIO
- REDES SOCIALES
- VALLAS PUBLICITARIAS

### 18.4. Influencers acompañantes del live



Gabi Desangles



Juan Luis Minaya

¿Por qué son los escogidos?

Los escogimos por su alta relevancia en las redes sociales, son personas carismáticas, educadas, con mente positiva y con personalidades espontáneas y dinámicas que encajan perfectamente con el estilo del evento que queremos realizar.



## 18.5. Invitadas representantes de fundaciones sin fines de lucro dominicanas



Raquel Brea,  
Best Buddies RD



María Esperanza Hache y  
Marcelle Berrido,  
Yo También Puedo

## 18.6. Racional creativo y brief

Logo



Fuentes

POINT  
*Black Italic*  
POINT SOFT  
Semi Bold

Colores



Descripción del logo:

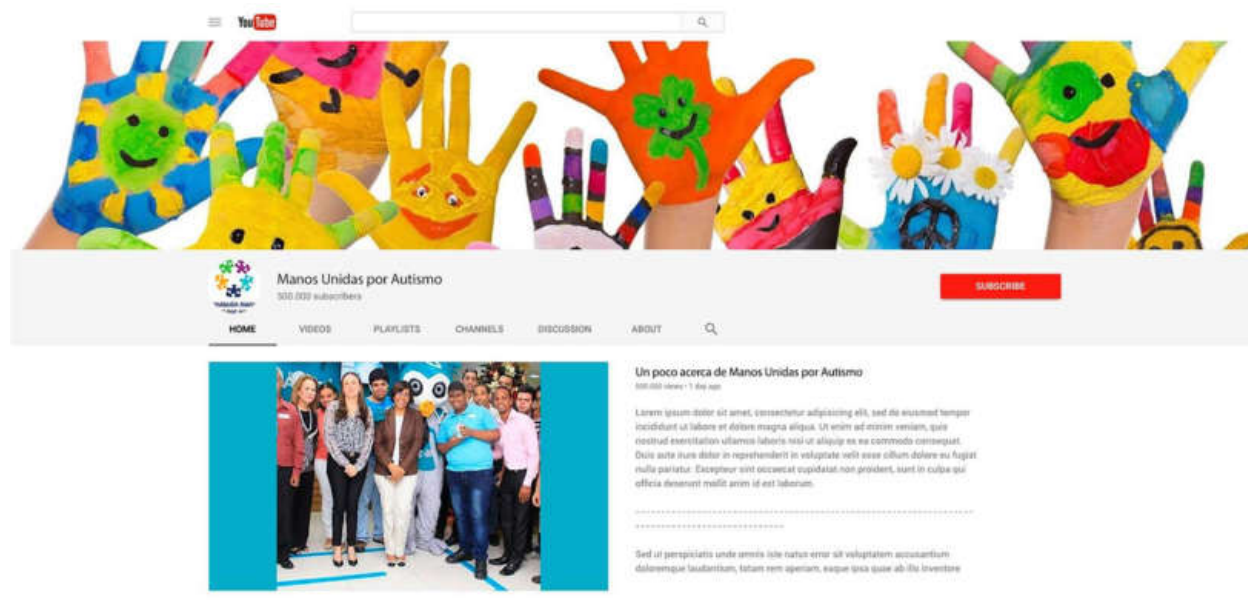
El logo tiene una estructura de isologotipo, esto le da a una disposición más dinámica y moderna que atrae la vista fácilmente, además de mostrar el mensaje directamente para que el público capte el mensaje a primera vista.

La forma del logo deriva de un corazón y el icono de play vistos en formatos de video, acompañado de un círculo en la parte superior derecha haciendo referencia al momento en que se visualiza algo en vivo.

Los colores parten del modo en que queremos realizar el evento, dinámico, activo, alegre, orgánico, feliz, amigable, etc. El amarillo representa energía y actividad, el azul claro representa tranquilidad y alegría, el rojo representa pasión y afecto y el morado representa curiosidad y personalidad.

Elegimos las tipografías Point y Point Soft porque tienen un diseño abierto y juguetón pero al mismo tiempo con seriedad y balance, esto nos ayuda bastante para llamar la atención de manera clara y entretenida pero sin llegar a ser muy infantil.

## 18.7. Piezas publicitarias



Membresía ⋮ ×



Manos Unidas por Autismo

## Únete a este canal

Accede a los beneficios de la membresía

Familia Manos Unidas por Autismo

USD 2.15 por mes

**UNIRSE**

Insignias de lealtad junto a tu nombre en los comentarios y el chat en vivo



Emojis personalizados que se pueden usar en los comentarios y el chat en vivo





## DALE PLAY A SU CORAZÓN - DÍA DE LA CONCIENTIZACIÓN DEL AUTISMO

6, 574 personas mirando ahora • Comenzó a transmitir el 12 abril 2020

 3.5 K  0



**Manos Unidas por Autismo** ✓  
6.55K de suscriptores

UNIRSE

SUSCRIBIRSE



DALE PLAY A SU CORAZÓN - DÍA DE LA CONCIENTIZACIÓN DEL AUTISMO

6,574 personas mirando ahora • Comenzó a transmitir el 12 abril 2020

👍 3.5 K    💬 0



**Manos Unidas por Autismo** ✓  
6.55K de suscriptores

UNIRSE

SUSCRIBIRSE

Ya casi llegamos!  
500,674 K



EN VIVO

DALE PLAY A SU CORAZÓN - DÍA DE LA CONCIENCIACIÓN DEL AUTISMO

6,574 personas mirando ahora • Comenzó a transmitir el 12 abril 2020

3.5 K 0



**Manos Unidas por Autismo** ✓

6.55K de suscriptores

UNIRSE

SUSCRIBIRSE





**¡Se parte de nuestro live!**

12 de abril  
de 2021  
2 P.M A 7 P.M



Fundación Manos Unidas por Autismo

porautismo • Seguir  
Manos Unidas por Autismo

porautismo Únete y se parte de nuestro evento en directo! Concientizar el autismo en su día del año no será posible si no estas tú. Sólo tu puedes darle play a su corazón.

Canal: [https://www.youtube.com/results?search\\_query=autismo](https://www.youtube.com/results?search_query=autismo)

#daleplayasucorazon

Te esperamos!



227 Me gusta

30 DE MARZO

Agrega un comentario...

Publicar





# 19. Costos y Presupuestos

## 19.1. Costos

COSTOS			
Campaña	Detalle	Cantidad	Precio (RD\$)
	Creación del logo: Nombre, diseño y slogan	1	
	Línea gráfica: Colores, fuentes y usos	1	42,200.00
	Creación de contenido: Copy, monitoreo, caption y estrategia	1	35,000.00
		SUBTOTAL	77,200.00
		ITBIS 18%	13,896.00
		TOTAL	91,096.00
Spot de TV y Producción			
		Cantidad	Precio (RD\$)
	Guión	5	49,000.00
	Voz incidental	5	55,000.00
	Animación	1	30,000.00
	Grabaciones		28,000.00
	Edición	5	72,000.00
		SUBTOTAL	234,000.00
		ITBIS 18%	42,120.00
		TOTAL	276,120.00
Spot de Radio			
		Cantidad	Precio (RD\$)
	Guión	1	20,000.00
	Voz incidental	1	30,000.00
	Edición	1	25,000.00
		SUBTOTAL	75,000.00
		ITBIS 18%	13,500.00
		TOTAL	88,500.00
Equipo para el live			
		Cantidad	Precio (RD\$)
	Micrófono USB Fifiine Metal Condenser	1	2,400.00
	EOS Rebel T7 Camera Bundle	1	20,400.00
	Tarjeta de captura de vídeo de audio HDMI	1	1,560.00
		SUBTOTAL	24,360.00
		ITBIS 18%	4,384.80
		TOTAL	28,744.80
Vallas Publicitarias			
		Cantidad	Precio (RD\$)
	Tamaño, diseño y ubicaciones	3	145,000
		SUBTOTAL	145,000.00
		ITBIS 18%	26,100.00
		TOTAL	171,100.00
Influencers			
		Cantidad	Precio (RD\$)
	Gabi Desangles	1	75,000.00
	Juan Luis Minaya	1	45,000.00
		SUBTOTAL	120,000.00
		ITBIS 18%	21,600.00
		TOTAL	141,600.00
		TOTAL DE COSTOS	797,160.80

## 19.2. Presupuesto general

PRESUPUESTO		
Fondos por Patrocinio y apoyo social	Cantidad	Apoyo financiero
Patreon	1	1,197,000.00
YouTube	1	910,000.00
Grupo Ramos (Plan Diamante)	1	80,000.00
Mercasid	1	100,000.00
Claro	1	100,000.00
	TOTAL DE FONDOS	2,387,000.00
	TOTAL DE GANANCIAS	1,589,839.20

PATREON		
Precios y estimados	Tiempo	Cantidad
Precio para unirse	Mensuales	180.00
Estimado de donantes	Evento	7,000.00
Comisión de patreon (5%)	Mensual	63,000.00
	TOTAL	1,197,000.00

CANAL DE YOUTUBE		
Precios y estimados	Tiempo	Cantidad
Precio para unirse	Mensuales	130.00
Estimado de donantes	Evento	7,000.00
Comisión	Mensual	0.00
	TOTAL	910,000.00



## 20. Estatus Legal de la Propuesta



## 20.1. Estatus legal

La Ley No. 5-13 sobre Discapacidad en la República Dominicana establece en su artículo 1 que ampara y garantiza la igualdad de derechos y la equiparación de oportunidades a todas las personas con discapacidad y regula las personas morales, sin fines de lucro, cuyo objeto social sea trabajar para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad. Luego, en el artículo 2 establece los principios que fundamentan esta ley son:

Respeto a la dignidad inherente a la condición humana.

- No discriminación.
- Igualdad de derechos.
- Equidad.
- Solidaridad.
- Justicia social.
- Integración e inclusión.
- Participación.
- Accesibilidad.

En el artículo 129 establece que las instituciones sin fines de lucro, cuyo objeto social esté orientado a mejorar la calidad de vida y la implementación de toda acción o intervención positiva a favor de las personas con discapacidad, para el logro de sus fines, pueden interactuar con el CONADIS intercambiando información, asesoría, ayuda mutua, colaboración, desarrollo de proyectos y otras iniciativas.

En el artículo 134 establece que las donaciones que reciba cualquier entidad sin fines de lucro del área de la discapacidad, están exentas del pago de todo tipo de impuestos o gravamen.

La Ley No. 122-05 para la regulación y fomento de las asociaciones sin fines de lucro en República Dominicana establece en el artículo 20 que el Estado Dominicano fomentará el desarrollo de las asociaciones sin fines de lucro a través de políticas públicas que garanticen autonomía. El Estado garantizará la igualdad de derechos mediante normativas complementarias a la presente ley el libre desenvolvimiento y autonomía de las asociaciones sin fines de lucro, y garantizará el derecho aplicable mediante normativas que las asociaciones sin fines de lucro gocen de todas las facultades y prerrogativas que la ley les concede a otras personas jurídicas y que no se establecerán restricciones que sean discriminatorias o exigencias adicionales en las actividades públicas concursables.



## 21. Bibliografía y Webgrafía



### **21.1. Bibliografía**

Baron-Cohen, S. (2008). Autismo y el Síndrome de Asperger. Prensa de la Universidad Oxford.

Frith, U., y Hill, E. L. (2004). Autismo: Mente y Cerebro. Universidad de Oxford.

Ruth, Michael. (2020). Fundación (sin fines de lucro). Salem Press Enciclopedia (versión electrónica). Nueva York, Armenia: Salem Press Enciclopedia.

### **21.2. Webgrafía**

Academia Americana de Pediatría. (2019). ¿Cuáles son los síntomas tempranos del autismo?.

Recuperado de [healthychildren.org](https://www.healthychildren.org).

Autismo Sevilla. (2018). Misión, Visión y Valores. Sevilla, España. Recuperado de [autismosevilla.org](https://www.autismosevilla.org).

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2019). Trastornos del espectro autista. Recuperado de [who.int/es/](https://www.who.int/es/).

Universidad Internacional de Valencia. (2018). Indicadores para la detección precoz del autismo. Valencia, España. Recuperado de [universidadviu.com](https://www.universidadviu.com).

Universidad de Valencia. Trastorno del espectro autista (TEA). Valencia, España. Recuperado de [uv.es](https://www.uv.es).



# Anexos



## Formulario aprobación problemática y formulario aprobación proyecto final de grado

### Proyecto Final de Grado



Escuela de Comunicación  
Mención Publicidad  
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – UNIBE



FORMULARIO APROBACIÓN

#### PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN A INVESTIGAR PARA PROYECTO DE GRADO

**INFORMACIONES IMPORTANTES:** Una vez el alumno o pareja llene esta solicitud y la misma sea aprobada y firmada por el/la director(a) de la Escuela y el/la asesor(a) titular de la asignatura, la problemática a investigar y la composición del grupo no podrán ser modificados.

Fecha	26-06-2020	Semestre	9no
-------	------------	----------	-----


DATOS GENERALES DEL ALUMNO O INTEGRANTES DE LA PAREJA SOLICITANTE	
INTEGRANTE 1	
Apellidos / Nombres	Alis Peña Payán
Matricula	18-0799
Teléfonos	(829) 637-9804
Correo electrónico	alispapayan98@gmail.com
Firma	AlisPeñaP.
INTEGRANTE 2	
Apellidos / Nombres	Eloy Lugo Peralta
Matricula	18-0127
Teléfonos	829-869-1293
Correo electrónico	eloylperalta@gmail.com
Firma	EloyL.

<p>Problemática o situación de comunicación seleccionada para investigar.</p> <p>Desconocimiento de los servicios que ofrece la Fundación Manos Unidas por el Autismo, por parte de los habitantes en Santo Domingo.</p>
--

  
Firma del/la director(a)

  
Firma del/la asesor(a)

<p>Título del Proyecto de Grado (en la 13ava. semana debe colocarse el título del proyecto bajo estas líneas)</p> <p>Estrategia de Comunicación para la fundación Manos Unidas por Autismo.</p>
---

  
Firma del/la director(a)

  
Firma del/la asesor(a)

## Consentimiento informado

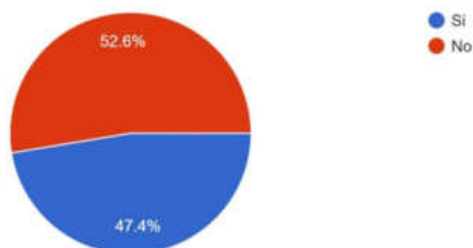
### DESCONOCIMIENTO DE LA FUNDACIÓN MANOS UNIDAS POR AUTISMO EN SANTO DOMINGO.

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La siguiente encuesta tiene la finalidad de determinar el nivel de conocimiento que posee la población dominicana sobre la fundación manos unidas por el autismo, al igual que determinar cómo son las fundaciones sin fines de lucro desde el punto de vista de un ciudadano dominicano. La información planteada en esta encuesta será únicamente de uso estudiantil para fines de obtener la licenciatura en Comunicación Publicitaria de la Universidad Iberoamericana (UNIBE). Toda información suministrada es confidencial.

El formato de la misma es vía Google Forms, plataforma que asegura el anonimato de la persona encuestada.

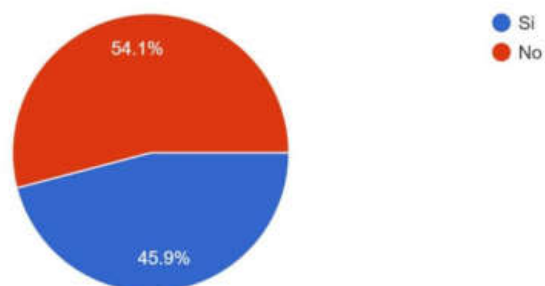
¿Conoce si hay alguna institución dominicana que brinde servicios o apoyo a personas afectadas por el autismo?  
211 responses





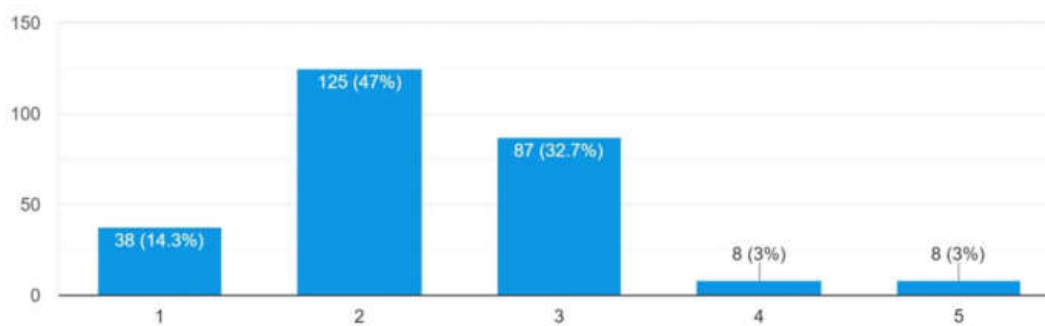
¿Conoce acerca de las fundaciones sin fines de lucro que operan en la República Dominicana?

209 responses



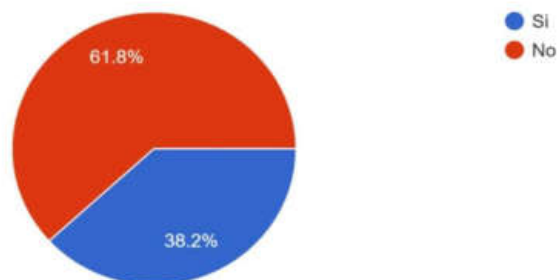
En una escala del 1 al 5, ¿qué tan incluidas a la sociedad usted diría que están las personas autistas en República Dominicana?

266 responses



¿Ha donado o apoyado a alguna fundación sin fines de lucro en la República Dominicana?

267 responses



En los siguientes gráficos de pastel se presentan las respuestas obtenidas de las preguntas 10, 13, 14, y 15 las cuales traduce que, la mayoría de los encuestados muestra un claro desconocimiento acerca de las fundaciones sin fines de lucro y los aportes que realizan a personas con el espectro Autismo en la RD como por ejemplo: en la pregunta #13 el 52.6% desconoce acerca de las instituciones que apoyan el Autismo en el país mientras que el 47.4% muestra un conocimiento básico acerca de estas instituciones.

De igual forma en el gráfico de la pregunta #10, el 47% percibe que las personas autistas están incluidas en la sociedad con un 2 en la escala del 1 al 5. Mientras que un 14.3% elige el 1, un 32.7% elige el 3 y por último eligen 4 y 5 un 3% en cada una.

Esta encuesta fue presentada el 21 de Julio de 2020, en la que respondieron un total de 287 personas. Esta muestra estuvo compuesta de un 80.5% mujeres y un 19.5% hombres, entre las edades de 18 a 60 años.

## Screeners Online Comité de Ética UNIBE

APLICACION SCREENER ESTUDIANTIL AL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN	
Código de Aplicación	CEI2020-168
Cantidad de Estudiantes en la Investigación	2
Nombre del Estudiante #1	Alis Peña
Matrícula del Estudiante #1	180799
Correo Electrónico del Estudiante #1	apena19@est.unibe.edu.do
Teléfono del Estudiante #1	(829) 637 9804
Nombre del Estudiante #2	Eloy Lugo
Matrícula del Estudiante #2	180127
Correo Electrónico del Estudiante #2	elugo@est.unibe.edu.do
Teléfono	(829) 869 1293
Carrera:	Comunicación Publicitaria
Nombre del Profesor o Asesor:	Laura Mena
Correo Electrónico del Profesor o Asesor:	l.mena@prof.unibe.edu.do
Nombre del Proyecto	Desconocimiento de la Fundación Manos Unidas por Autismo en Santo Domingo.
El estudio es:	Prospectivo
El estudio tiene un enfoque:	Cualitativo Cuantitativo
El diseño del estudio es:	No Experimental

La selección de la muestra será:	No probabilística
La muestra está conformada por:	Mayores de 18 años
Describe brevemente el procedimiento que utilizará en su investigación	Para la realización de nuestra investigación, optamos por encuestas online a través de la plataforma Google Forms y entrevistas a profundidad. En la encuesta online, estaremos encuestando a 150 personas, de 18 a 60 años, habitantes en Santo Domingo y de todas las clases sociales. Realizaremos 2 entrevistas a profundidad con 2 directivos de instituciones ONG conocidas en Santo Domingo, República Dominicana.
Describe si existe algún riesgo para los participantes y como protegerá a los participantes del mismo	No existen riesgos palpables, más allá de los riesgos típicos de las interacciones en línea, a través de aparatos electrónicos.
Describe el mecanismo a través del cual asegurará la confidencialidad de los datos	Además del documento de consentimiento informado, no se grabarán ni en video ni en audio las entrevistas a profundidad. Y, no se compartirá la base de datos de las encuestas.
Fecha estimada de recolección de datos	21/07/2020
Formulario de consentimiento informado	<a href="#">Peña Alis Lugo Eloy Consentimiento Informativo.docx</a>
Necesita una carta de pre-aprobación para solicitar la carta de la institución externa?	No

## Google Forms: Preguntas de la encuesta

¿Sabe que es el autismo?

- Sí
- No

Si tu respuesta fue si, ¿cómo se enteró sobre el autismo?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Considera que el autismo debe ser un tema importante en la sociedad?

- Sí
- No

¿Cree que la sociedad dominicana conoce el tema del autismo?

- Sí
- No

¿Conoce cuántas personas autistas hay en República Dominicana?

Si

No

¿Tienes un familiar o amigo con autismo?

Si

No

¿Ha conocido o ha estado en alguna situación relacionada con el autismo?

Si

No

¿Conoce acerca de las fundaciones sin fines de lucro que operan en la República Dominicana?

Si

No

¿Ha donado o apoyado a alguna fundación sin fines de lucro en la República Dominicana?

Sí

No

¿Conoce si hay alguna institución dominicana que brinde servicios o apoyo a personas afectadas por el autismo?

Sí

No

En caso de poder brindar su ayuda, ¿cómo le gustaría apoyar a las personas afectadas por el autismo y a la sociedad en general?

Educando sobre el tema a amigos y familiares

Aportando recursos a la causa

Ayudando a personas autistas a insertarse en la sociedad

Otros: \_\_\_\_\_

## Entrevista Fundación SERVIR-D

### ENTREVISTA PROYECTO FINAL DE GRADO

#### **SERVIR-D (Servicio de Voluntariado Ignaciano de la Rep. Dominicana)**

**1. ¿A partir de qué año está operando la fundación?**

Desde el 1ero. de diciembre del 2004, vamos a cumplir 16 años.

**2. ¿Cómo se financia la fundación? ¿De dónde salen los fondos?**

Como toda institución de servicio, tenemos gastos de operaciones que se sostienen por medio de 4 fuentes principales:

- a) Desde el 2012 recibimos una modesta subvención mensual del MINERD, que es el único ingreso fijo.
- b) Aunque no representa una fuente de ingresos significativa, recibimos donaciones de particulares que apuestan por nuestra institución y aportan monetariamente de manera regular o esporádica (Red de Amigos).
- c) Actividades de formación (talleres, charlas, congresos) orientados a diferentes sectores como el empresarial y el educativo y por los cuales SERVIR-D recibe pagos por servicios.
- d) Asesoría en voluntariado corporativo a empresas, por lo cual SERVIR-D recibe pagos por servicios.

**3. ¿Cuál es el propósito de la fundación?**

Su propósito es incentivar y coordinar el trabajo de voluntarias y voluntarios (personas físicas, empresas e instituciones) que quieran aportar tiempo, conocimiento, experiencias y/o recursos para colaborar gratuita y desinteresadamente en una obra de bien social.

**4. ¿Cuáles son sus metas en esta fundación? ¿Qué pretenden lograr?**

Promover una práctica ciudadana responsable y una sociedad más justa y solidaria. Ser reconocidos como una institución acreditada con amplia incidencia, que sirva de referencia a nivel nacional e internacional para:

- La formación, coordinación y acompañamiento de voluntarios(as) en instituciones que trabajan a favor de los sectores necesitados de la sociedad dominicana.
- Las empresas e instituciones que desean desarrollar una práctica social responsable y solidaria, aportando recursos financieros, de servicio y personal humano para apoyar a las instituciones de bien social con las que trabajamos.

**5. En pocas palabras, ¿cómo describiría el ambiente dentro de la fundación?**

Una institución con una legítima labor de servicio que trabaja en red con otros, a través de la colaboración recíproca y siempre tomando las decisiones a la luz del discernimiento comunitario.

**6. ¿Han tenido algún obstáculo que haya causado problemas o barreras a la fundación? El reto es su sostenibilidad financiera y lograr desarrollar una estrategia de comunicación institucional.**

**7. ¿Cuál el mayor logro hasta la fecha de la fundación?**

Nuestros programas de formación: Voluntariado Corporativo, Voluntariado Estudiantil y Voluntariado Hospitalario.

**8. ¿De qué manera la fundación ofrece sus servicios a las comunidades?**

Vinculando voluntarios capacitados para ofrecer sus servicios.

**9. ¿Cuáles han sido los esfuerzos más importantes de la fundación?**

- Los congresos anuales para el sector empresarial y el sector educativo.
- El lanzamiento de nuestro curso totalmente virtual de "Introducción al Servicio Voluntario: El voluntariado como agente de transformación en nuestro mundo"

**10. ¿Qué es lo que inspira a la fundación y a sus integrantes?**

La mística Ignaciana: "En todo amar y Servir", somos una obra laical de la Compañía de Jesús.

**11. ¿Tienen aspectos que quieran mejorar?**

Lograr desarrollar una estrategia de comunicación institucional para conseguir mejor difusión de nuestra labor y de esta forma ser reconocidos por las personas, que cuando se hable de voluntariado lo primero que piensen sea: SERVIR-D.

**12. ¿Piensa que la solidaridad en la fundación ha aumentado más desde años anteriores o sigue igual?** La solidaridad es un valor humano que está latente en toda persona, solo hace falta encender la llama para convertirlo en acción voluntaria.

**13. ¿Cuál es la motivación que trae a la fundación cada año?**

El seguir contribuyendo a una sociedad más justa para todos.

**14. ¿Cuáles son las iniciativas que desarrolla la fundación para darse a conocer?**

Por falta de una estrategia de comunicación y los recursos financieros y humanos, no tenemos una presencia activa y coherente en las redes sociales y otros medios de difusión.

**15. ¿A nivel de comunicación, ustedes cómo se manejan?**

Aunque contamos con el apoyo de una agencia para la diagramación de nuestro boletín cuatrimestral y el diseño de las piezas para promocionar nuestro Congreso anual, las redes sociales son manejadas por un miembro del equipo coordinador y la ayuda que puedan ofrecer los voluntarios.

**16. ¿Usted percibe que la fundación es ampliamente conocida? No ¿Por qué?**

No contamos con una estrategia de comunicación, ni recursos para sostenerla ¿Cómo podría generarse un mayor conocimiento de la fundación? Con la colaboración de un profesional de la comunicación y el marketing digital para que diseñe una estrategia eficiente de comunicación que logre llegar al público y darnos a conocer ampliamente.



## Entrevista Fundación Manos Unidas por Autismo

### Respuestas a preguntas Recibir



Odile Villavizar - [odilevillavizar@manosunidasporautismo.org](mailto:odilevillavizar@manosunidasporautismo.org)  
para mí

9 ago. 2020 08:44 ☆ 🔒 ⋮

¿A partir de qué año está operando la fundación?

La Fundación está operando desde el 2008, y a partir del 2013 estamos trabajando de manera más directa al adquirir nuestro local donde operamos desde entonces ofreciendo múltiples servicios de manera integral a nuestra población.

2. ¿Cómo se financia la fundación? ¿De dónde salen los fondos? La fundación cubre sus gastos y compromisos mensuales, gracias a las actividades de recaudación de fondos, a los patrocinadores que apoyan de manera regular en dichas actividades, recursos donados por la fundación Quiereme como Soy, aportes por los usuarios a través de los servicios que ofrecemos y un aporte mínimo de 30 mil pesos mensuales, de parte del Estado Dominicana.

3. ¿Cuál es el propósito de la fundación?

Mejorar la calidad de vida de las personas con autismo y sus familiares, a través de los servicios que ofrecemos de manera integral en nuestra Fundación, y la promoción a través de las charlas y actividades de concienciación y sensibilización.

4. ¿Cuáles son sus metas en esta fundación? ¿Qué pretenden lograr?

1- Deseamos llevar a todos nuestros pacientes a un nivel de independencia y autonomía que puedan valerse por sí mismo, o con el menor apoyo para que puedan alcanzar los objetivos planteados por sus familias, y según la necesidad de manera particular de cada uno.

2- Llevar la información de la condición a nivel nacional para que la sociedad pueda entender y comprender la condición de autismo y así el trato a estas personas sea mucho mejor.

5. En pocas palabras, ¿cómo describiría el ambiente dentro de la fundación?

Un ambiente lleno de amor, cooperación, solidaridad y alianza entre familias y colaboradores.

6. ¿Han tenido algún obstáculo que haya causado problemas o barreras a la fundación?

La mayor barrera para alcanzar algunas metas internas, es la situación con los recursos y el sostenimiento del local, esto nos hace tener que colocar un precio a nuestros servicios por lo que a veces nuestros usuarios entienden que al ser fundación deberíamos de tener otros precios en las terapias. Entiendo que esto causa mucha confusión y dificultades al ingresar las familias a nuestros servicios.

7. ¿Cuál el mayor logro hasta la fecha de la fundación? Tenemos 3

Realizamos una caminata anual para hacer conciencia sobre la condición de autismo, y en nuestra última actividad tuvimos la presencia de unas 3,000 personas.

Hemos podido lograr incluir a unos 30 de nuestros jóvenes y adultos a pasantías laborales las cuales apoyan a estos jóvenes para llevarlos a la realización plena de su independencia. Abrir el programa de intervención temprana donde ofrecemos terapias a unos 60 niños que han podido desarrollar sus habilidades y alcanzar el mayor potencial en su desarrollo.

8. ¿De qué manera la fundación ofrece sus servicios a las comunidades?

Ofrecemos diferentes tipos de intervención que van de la mano con el niño o niña, y su familia, así los acompañamos de manera integral en su ciclo de vida. Si la familia vive distante de la fundación, por ejemplo en otra localidad, ofrecemos el servicio y damos el soporte necesario en dicha comunidad.

9. ¿Cuáles han sido los esfuerzos más importantes de la fundación?

Para nosotros el mayor esfuerzo es el sostenimiento económico del local, perdemos mucho tiempo buscando recursos para cubrir nuestros compromisos, este esfuerzo pudiéramos invertirlo en otras actividades de mayor provecho para la Fundación y sus integrantes.

10. ¿Qué es lo que inspira a la fundación y a sus integrantes?

El poder ver a nuestros pacientes desarrollarse y alcanzar los objetivos que se plantean para cada uno de ellos, ver los cambios y como van dejando muchas de las conductas que presentaban antes de entrar a los programas. Esto motiva a seguir adelante. También el testimonio de las familias y la satisfacción que demuestran por estos logros.

11. ¿Tienen aspectos que quieran mejorar?

Sí tenemos muchos aspectos que deseamos mejorar, tales como la promoción de la fundación en las redes, la obtención de recursos, y mejorar los salarios a nuestros colaboradores.

12. ¿Piensa que la solidaridad en la fundación ha aumentado más desde años anteriores o sigue igual?

Se refieren a la relación con nuestros colaboradores?... sí es esa la pregunta, ha mejorado notablemente esta parte, ya que tenemos un equipo más comprometido y responsable con sus pacientes, así también realizan su trabajo con amor y persistencia.

Sí es con nuestros patrocinadores, ha mejorado mucho, pero no lo suficiente para cubrir nuestros compromisos, entiendo que podemos hacer más, y alcanzar a otras empresas y personas que pueden aportar mucho más.

Ha mejorado en los últimos años, aunque pudiéramos hacer más.

13. ¿Cuál es la motivación que trae a la fundación cada año?

Cada año nuestra meta es apoyar a las familias para que puedan alcanzar sus objetivos planteados con sus hijos. Y en sentido general, sostener los programas que tenemos y mejorarlos cada día, para que nuestros usuarios puedan tener en nuestra institución todo lo necesario y así ayudarlos en todo lo que estos necesiten.

14. ¿Cuáles son las iniciativas que desarrolla la fundación para darse a conocer?

Entiendo que en ese renglón estamos un poco rezagados, nos gustaría tener un plan de mercadeo más agresivo y de promoción más efectivo. Hasta ahora solo tenemos nuestras redes sociales y esto no es suficiente. Deseamos abrir un canal de **you tube** para tener mejor comunicación y otras herramientas mas para llegar a nivel nacional y a la población mas necesitada, que no tiene acceso a estos recursos digitales.

15. ¿A nivel de comunicación, ustedes cómo se manejan?

Tenemos unos voluntarios externos que nos apoyan, entiendo que se puede realizar una campaña mas efectiva de comunicación, para darnos a conocer mas, pero esto requiere de una inversión económica que en estos momentos no se contempla en nuestro presupuesto. Nos gustaría poder realizar un plan de mercadeo y promoción que nos apoye en dar a conocer la labor que realizamos, siento que puede traer grandes fruto dicha campaña.

16. ¿Usted percibe que la fundación es ampliamente conocida? ¿Por qué? ¿Cómo podría generarse un mayor conocimiento de la fundación?

La fundación se conoce, pero no tanto como yo quisiera que fuera, todavía veo muchos sectores a los que no hemos podido llegar, por ejemplo a las familias más humilde que no tienen acceso a internet o que no tienen los recursos necesarios para ingresar a nuestra institución. Esta población necesita mucho de nosotros, pero no sabemos como llegar hasta ellos, y tener un plan de apadrinamiento para apoyar a estas familias.

**Costos agencia: Room Grupo Creativo****Eloy Peralta**

para mí ▾

Creación del logo del evento: Nombre, diseño y slogan. - \$12,780.00

Línea gráfica para el evento: Colores, fuentes, usos, etc. - \$16,200.00

Creación de contenido para redes sociales: Copy, monitoreo, caption, estrategia, etc. - \$35,000

Creación de spot para radio: Guión, edición y voces. - \$75,000

Vallas publicitarias (3 en total): Tamaño, diseño, lugares. - \$145,000

Creación de spot para tv: Guión, edición, animación y voces - \$155,000

Patreon: 5% de las ganancias al mes

Micrófono USB Fifine Metal Condenser - 2,400

EOS Rebel T7 Camera Bundle - 20,400

## Costos patrocinio: Mercasid



**Servicio al Cliente**

para mí, [servicioalcliente@gruposid.com.do](mailto:servicioalcliente@gruposid.com.do) ▾

Buenas Tardes,

Los patrocinios depende del tipo de evento y diversos factores.

El mínimo de un patrocinio para un evento es de RD\$100,000.00

Saludos atentos,

Laurence Guzman



**From:** Alis Peña Payán <[alispapayan98@gmail.com](mailto:alispapayan98@gmail.com)>

**Sent:** Tuesday, October 20, 2020 3:41 PM

**To:** [servicioalcliente@gruposid.com.do](mailto:servicioalcliente@gruposid.com.do); Servicio al Cliente <[servicioalcliente@mercasid.com.do](mailto:servicioalcliente@mercasid.com.do)>

**Subject:** Costos Fondos por Patrocinio (Marcas)

## Costos patrocinio: Grupo Ramos



**Tamara Navarro**

para mí ▾

Hola Alis,

Anexo te remito un ejemplo. Estoy buscando otro desde que lo tenga te lo paso también.

Espero que te sirva



**Tamara Navarro F.**  
[Líder Responsabilidad Social Corporativa](#)



## Costos patrocinio: Claro RD

Me surgen las siguientes inquietudes:

¿Cuál es el objetivo del evento? Recaudar fondos? ¿ Algún monto meta?

¿ Cuales son los indicadores que pondrás para medir el éxito de tu evento?

¿Que reciben tus patrocinadores a cambio? Por lo general lo patrocinios se hacen para darle exposición publicitaria a una marca y lo que se hace es que se preparan paquetes para ofertar al patrocinador. Ejemplo:

Paquete No.1 :

Patrocinio RD\$ 100,000.00

Incluye exposición de la marca del patrocinador detrás del panel de invitados

Exposición de su marca -en redes sociales del evento, TV y Radio.

Impresión del logo en las camisetas del staff.

Patrocinio 2:

RD\$50,000.00

Incluye: Publicidad en radio y redes sociales.

Te parece si hablamos mañana un ratito para poder orientarte mejor?



Omayra Araujo

Prepago & Comercio Electrónico

Oficina: 809-220-5297

Fax: 809-473-9989

Email: [gmayra\\_araujo@claro.com.do](mailto:gmayra_araujo@claro.com.do)

\*\*\*

## Costos influencers: Influyem



**Evelyn Medina**

para mí ▾

Hola Alis,

Te puedo dar costos aproximados, porque realmente para elaborar una cotización necesitaría tener más detalles. Gabi sería aprox. RD\$75,000.00 + itbis en el caso de Juan Luis aprox. RD\$45,000.00 + itbis

Saludos,



--

Saludos cordiales,

**EM | INFLUYEM**



**EVELYN MEDINA**  
MANAGER

- 📞 809.861.9001
- ✉ evelyn@influyem.com.do
- 📱 @influyem @evelynmed



## Ley No. 5-13 sobre la Discapacidad en la República Dominicana

**Ley No. 5-13 sobre Discapacidad en la República Dominicana. Deroga la Ley No. 42-00, de fecha 29 de junio de 2000. G. O. No. 10706 del 16 de enero de 2013.**

### **EL CONGRESO NACIONAL En Nombre de la República**

#### **Ley No. 5-13**

**CONSIDERANDO PRIMERO:** Que cuando se habla de la persona con discapacidad, en primer orden, al ser humano y sus derechos y prerrogativas inherentes con fundamento a su dignidad y desarrollo de personalidad.

**CONSIDERANDO SEGUNDO:** Que el concepto "discapacidad" evoluciona y resulta de la interacción entre una persona con una deficiencia física, psíquica y/o sensorial y las barreras medioambientales y de actitudes que le impone su entorno físico y social que impiden su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás.

**CONSIDERANDO TERCERO:** Que la Constitución dominicana ha establecido variantes a las leyes de la nación, consignando el carácter de "orgánicas" a todas aquellas que desarrollen derechos fundamentales, entre otros aspectos de regulación.

**CONSIDERANDO CUARTO:** Que cualquier ordenamiento que propenda a la igualdad debe tender a la erradicación de todo género de discriminaciones, y por ende ser capaz de no exhibir en su seno privilegios especiales o preferencias, sino instrumentos capaces de realzar las posibilidades de ejercicio de sus prerrogativas como iguales.

**CONSIDERANDO QUINTO:** Que la legislación positiva nacional se presupone en toda materia normativa, dirigida y pensada hacia el logro del disfrute igualitario de bienes y servicios por parte de toda la población, así como el respeto a los derechos de las personas, sin tomar en consideración otra cosa que su condición de ser humano.

**CONSIDERANDO SEXTO:** Que el Estado dominicano y sus instituciones han logrado avances sustantivos en beneficio de las personas con discapacidad, pero aún es insuficiente, debido a la ausencia de una norma compatible al marco jurídico internacional vinculado con los derechos de las personas con discapacidad. Por lo que se requiere una ley adjetiva ajustada a los nuevos enfoques del derecho.

**CONSIDERANDO SÉPTIMO:** Que la Constitución de la República Dominicana, en su Artículo 26, Capítulo VI de las Relaciones Internacionales y del Derecho Internacional, Sección I de la Comunidad Internacional, enuncia que la República Dominicana es un Estado miembro de la comunidad internacional, abierto a la cooperación y apegado a las normas del derecho internacional, en consecuencia, reconoce y aplica las normas del derecho internacional, general y americano, en la medida en que sus poderes públicos las hayan adoptado.



## CAPÍTULO I

### DISPOSICIONES INICIALES

#### SECCIÓN I

##### DEL OBJETO Y PRINCIPIOS

**Artículo 1. Objeto.** Esta ley ampara y garantiza la igualdad de derechos y la equiparación de oportunidades a todas las personas con discapacidad y regula las personas morales, sin fines de lucro, cuyo objeto social sea trabajar para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.

**Párrafo.** Las disposiciones de esta ley son de orden público, de interés social y de observancia general.

**Artículo 2. Principios.** Los principios que fundamentan esta ley son:

- 1) Respeto a la dignidad inherente a la condición humana.
- 2) No discriminación.
- 3) Igualdad de derechos.
- 4) Equidad.
- 5) Solidaridad.
- 6) Justicia social.
- 7) Integración e inclusión.
- 8) Participación.
- 9) Accesibilidad.

## CAPÍTULO V

### DE LAS PERSONAS MORALES

**Artículo 129. Personas Morales.** Las instituciones sin fines de lucro, cuyo objeto social esté orientado a mejorar la calidad de vida y la implementación de toda acción o intervención positiva a favor de las personas con discapacidad, para el logro de sus fines, pueden interactuar con el CONADIS intercambiando información, asesoría, ayuda mutua, colaboración, desarrollo de proyectos y otras iniciativas.

**Párrafo.** Las instituciones sin fines de lucro dedicadas al trabajo social con las personas con discapacidad, deben presentar ante el CONADIS los documentos que avalen su constitución legal.

**Artículo 134. Exención de impuestos.** Las donaciones que reciba cualquier entidad sin fines de lucro del área de la discapacidad, están exentas del pago de todo tipo de impuestos o gravamen.

## Ley No. 122-05 para regulación y fomento de las asociaciones sin fines de lucro en República Dominicana

**CONSIDERANDO:** Que las instituciones sin fines de lucro tienen gran importancia para el fortalecimiento y desarrollo de una sociedad civil plural, democrática y participativa, al favorecer la realización de objetivos de interés público o de beneficio para toda la sociedad;

**CONSIDERANDO:** Que en un contexto democrático y de equidad, la legitimidad del Estado se alcanza en la medida en que se orienta de manera eficaz a la construcción de las condiciones sociales que aseguren a la población el disfrute de los derechos y deberes de ciudadanía, entendida en su sentido más amplio de ciudadanía política, económica y social;

**CONSIDERANDO:** Que en términos reales o sustantivos, la ciudadanía remite a procesos de democratización donde los individuos buscan adquirir a través de reclamos y negociaciones derechos civiles, políticos y sociales, que en conjunto constituyen el estatus social que determina el sentimiento de pertenencia de la comunidad nacional y favorece la participación en la vida comunitaria;

**CONSIDERANDO:** Que las asociaciones sin fines de lucro traducen las iniciativas ciudadanas a partir de la voluntad de la ciudadanía de participar en la construcción de la sociedad, propiciando procesos de cambios democratizadores en la cultura y en las prácticas políticas que posibilitan un mayor control social sobre las acciones de los(as) representantes políticos(as);

**CONSIDERANDO:** Que las actividades de estas asociaciones trascienden con frecuencia creciente el ámbito nacional, estableciendo vínculos tanto con asociaciones similares de otros países, como con gobiernos e instituciones públicas extranjeras y organismos internacionales;

**CONSIDERANDO:** Que es de alto interés nacional propiciar la creación, organización, funcionamiento e integración de las instituciones sin fines de lucro, que surjan del ejercicio del derecho constitucional a la libre asociación, a través de un marco legal general que les permitan incorporarse jurídicamente y establecer sus mecanismos de autorregulación en ejercicio del principio a la autonomía de la voluntad contractual;

**CONSIDERANDO:** Que los incentivos, estímulos y beneficios que el Estado ha establecido para las asociaciones sin fines lucro o para quienes las favorecen, a través de donaciones, es insuficiente y no guardan relación con la importancia de los aportes que las organizaciones de promoción humana y desarrollo social han hecho en el país;

**CONSIDERANDO:** Que el régimen fiscal aplicable a las asociaciones es muy frágil, no tiene apoyo legal suficiente, y el mismo está disperso en diferentes leyes, las cuales podrían ser objeto de modificaciones y más aún de derogación;

**CONSIDERANDO:** Que una de las principales obligaciones del Estado está en la atención a la población de menores recursos económicos a fin de satisfacer sus necesidades básicas, y en la lucha contra la pobreza, entendiendo que para el cumplimiento de estas tareas, el Estado necesita, además de recursos financieros, el apoyo de las organizaciones de la sociedad civil que puedan potenciar su acción;

**Art. 19.-** Las asociaciones a que hace referencia la presente ley, son consideradas de interés social, por tanto, las dependencias y entidades que conforman el Estado Dominicano deben fomentarlas en el ámbito de sus respectivas competencias, mediante:

- 1) La promoción de la participación ciudadana de hombres y mujeres en la formulación, seguimiento, ejecución y evaluación de las políticas de desarrollo social y las políticas de género y de equidad;
- 2) El incentivo de las actividades desarrolladas por las asociaciones referidas por esta ley;
- 3) El establecimiento de instrumentos y medidas de apoyo e incentivo a estas asociaciones;
- 4) El fortalecimiento de los mecanismos de coordinación, concertación, participación, democracia y consulta de las asociaciones señaladas;
- 5) La definición de una instancia responsable de las relaciones con estas instituciones, al interior de cada dependencia gubernamental;
- 6) El establecimiento de normas de habilitación para la obtención de financiamiento por parte del Estado, de acuerdo a los sectores y acciones específicas hacia las cuales brindan sus servicios las asociaciones sin fines de lucro. Para tales fines, las instancias gubernamentales competentes crearán comisiones mixtas de habilitación de forma descentralizada, a lo interno de cada Secretaría de Estado, formadas por los representantes de los organismos gubernamentales correspondientes y representantes de instituciones reconocidas de ese sector.

**Art. 20.-** El Estado Dominicano fomentará el desarrollo de las asociaciones sin fines de lucro a través de políticas públicas que garanticen:

- a) **Autonomía.** El Estado garantizará mediante normativas complementarias a la presente ley el libre desenvolvimiento y autonomía de las asociaciones sin fines de lucro;
- b) **Igualdad de derechos.** El Estado garantizará mediante normativas que las asociaciones sin fines de lucro gocen de todas las facultades y prerrogativas que la ley les concede a otras personas jurídicas y que no se establecerán restricciones que sean discriminatorias o exigencias adicionales para éstas en las actividades públicas concursables;
- c) **Derecho aplicable.** Las asociaciones sin fines de lucro se regirán por las disposiciones de la presente ley y supletoriamente por las normas aplicables en cuanto a su naturaleza.

**Párrafo.-** El Estado promoverá y estimulará procesos de diálogo, diseño, actualización y adopción de normativas de autorregulación, código de ética o conducta, para las asociaciones sin fines de lucro, a partir de los hechos y circunstancias de las mismas, para asegurar la credibilidad, transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos.

**Reglamento No. 40-08 para la aplicación de la Ley No. 122-05 en la República Dominicana****TÍTULO I****DISPOSICIONES GENERALES****CAPITULO I. OBJETO, CONTENIDO Y PRINCIPIOS DEL DERECHO DE ASOCIACION**

- Artículo 1.- Objeto del Reglamento.
- Artículo 2.- Ambito de aplicación.
- Artículo 3.- Contenido y principios del derecho de asociación.
- Artículo 4.- Capacidad para asociarse.
- Artículo 5.- Relaciones con los organismos e instituciones públicas.

**CAPITULO II. LAS ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO****Sección 1ª. Clasificación**

- Artículo 6.- Clasificación.
- Artículo 7.- Las asociaciones de beneficio público o servicio a terceras personas.
- Artículo 8.- Las asociaciones de beneficio mutuo.
- Artículo 9.- Asociaciones mixtas.
- Artículo 10.- Órganos interasociativos de las asociaciones sin fines de lucro.

**Sección 2ª. Funcionamiento**

- Artículo 11.- Régimen de las asociaciones.
- Artículo 12.- La asamblea general.
- Artículo 13.- El órgano de dirección y representación.
- Artículo 14.- Régimen interno.
- Artículo 15.- Registro de estatutos.
- Artículo 16.- Legislación y normativas sectoriales.
- Artículo 17.- Destino de los beneficios.
- Artículo 18.- Obligaciones documentales.
- Artículo 19.- Obligaciones contables.
- Artículo 20.- Responsabilidad de las asociaciones inscritas.
- Artículo 21.- Modificación de los estatutos.

**Sección 3ª. Disolución**

- Artículo 22.- Causas.
- Artículo 23.- Tramitación de la disolución.
- Artículo 24.- Liquidación de la asociación.

## **TITULO III DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS**

### **CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 78.- Consideración de interés social.**

Las asociaciones sin fines de lucro, incorporadas conforme a la Ley 122-05, tienen la consideración de interés social, correspondiéndoles todos los beneficios que por tal reconocimiento establezcan las leyes.

**Artículo 79.- Lineamientos de las políticas públicas.**

El Estado dominicano fomentará el desarrollo de las asociaciones sin fines de lucro, a través de políticas públicas que garanticen:

- a) Su autonomía y libertad de actuación y funcionamiento.
- b) La igualdad de derechos entre todas ellas, las cuales gozarán, sin discriminación, de todas las facultades y prerrogativas que la ley les concede a otras personas jurídicas, y participarán en igualdad de condiciones en las actividades públicas concursables.
- c) Las actuaciones de los organismos, entidades e instituciones públicas se ajustarán a las disposiciones de la Ley 122-05, del presente Reglamento y, supletoriamente, de otras leyes y normas que resulten aplicables.