

Aproximación de los estudiantes de publicidad y RRPP a la realidad profesional de la creatividad publicitaria: puesta en marcha de una campaña real para un anunciante de carácter social o no lucrativo

David Selva Ruiz, Lucía Caro Castaño, Antonio Macarro Tomillo

*Departamento de Marketing y Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

david.selva@uca.es

RESUMEN: Los objetivos de este proyecto han sido aproximar a los estudiantes del Grado en Publicidad y RRPP a la ideación y ejecución de una campaña publicitaria real y potenciar la responsabilidad social de estos estudiantes (y futuros profesionales) y de la Universidad de Cádiz como institución. Si los estudiantes de la asignatura "Creatividad Publicitaria" suelen trabajar a partir de encargos realistas ("aprendizaje por proyecto"), en este caso pasaron a hacerlo con un encargo real y con una metodología docente de "aprendizaje por servicio", mediante la cual los estudiantes aprenden a trabajar con un anunciante real al tiempo que una organización sin ánimo de lucro ve potenciada su labor de concienciación. Los grupos de estudiantes realizaron campañas para la ONG El Refugio del Burrito, con el objetivo de explicar y concienciar acerca de la situación del burro en España y la importancia de su protección; y presentaron sus propuestas como lo harían en un *pitch* real, contando además con un jurado compuesto por profesores, profesionales de la publicidad y representantes de la ONG. La alta valoración por parte de los estudiantes (y de los profesores y profesionales implicados), así como la amplísima repercusión en medios de comunicación son indicios del éxito de este proyecto.

PALABRAS CLAVE: proyecto, innovación, creatividad, publicidad, ONG, aprendizaje por servicio, El Refugio del Burrito.

INTRODUCCIÓN

Como sucede en la mayoría de titulaciones, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (y los dos dobles grados vinculados a este) cuenta con contenidos muy vinculados a la formación teórica de los estudiantes y otros muy específicos de cara a la capacitación técnica de futuros profesionales de la comunicación. En la vertiente más práctica de la carrera, es habitual que los docentes intentemos que los estudiantes lleven a cabo trabajos "realistas". En el caso de la asignatura "Creatividad Publicitaria" (asignatura obligatoria vinculada al curso 3º), los estudiantes, componiendo diversos grupos, trabajan en lo que se conoce como aprendizaje por proyectos, que implica trabajar, al fin y al cabo, como trabajaríamos en el sector profesional: reciben un *briefing* (que implica una fuente de información y un encargo) y trabajan, bajo la supervisión del docente, para presentar una campaña adecuada estratégicamente a dicho *briefing*, potente y original desde un punto de vista creativo, y desarrollada y ejecutada acertadamente en todas sus dimensiones. El objetivo de realismo y de aproximación a la realidad profesional se consigue con un procedimiento que imita al que se lleva a cabo en la relación anunciante/agencia (y, dentro de esta última, director creativo/copy y arte) y con el empleo de *briefings* reales, con anunciantes que existen pero que no toman parte alguna en el proceso ni tienen conocimiento de tener a estudiantes trabajando con sus marcas. Esto ya supone una innovación respecto al proceder habitual en la enseñanza de estas materias en el ámbito universitario, donde diversos aspectos (y muy especialmente el volumen de alumnos por grupo) lo hacen difícil, acercándose más al proceder de las escuelas especializadas en publicidad, que cuentan con muy pocos alumnos por grupo y se dedican plenamente al trabajo práctico mediante *workshops* con supervisión directa y constante.

Pero, yendo más allá, la novedad principal que se intenta introducir con este proyecto es que se dé un paso más en la

aproximación a la realidad del trabajo profesional en creatividad publicitaria. Este paso consiste en trabajar con un anunciante real que participe activamente en el proceso: configurando el *briefing*, ayudando a enfocar estratégica y creativamente la campaña a los estudiantes mediante sesiones de *contrabriefing*, seleccionando la campaña ganadora (como se haría en un concurso de agencias propio del ámbito profesional), y finalmente difundiéndola como una campaña real. Esto permite a los estudiantes trabajar del modo en que lo harán en el futuro y con una motivación extraordinaria, lo que les permitirá disponer una campaña de cierto nivel y, por tanto, útil para ser incluida con posterioridad en su portfolio profesional.

Dado que no se considera ético realizar trabajo gratis (y tampoco a menor coste que el de mercado) para una empresa privada con fines de lucro, el trabajo se ha llevado a cabo con una organización sin ánimo de lucro (ONG, fundación, etc.). Esto ha implicado potenciar la responsabilidad social de los estudiantes (y futuros profesionales) de publicidad y relaciones públicas y de la propia Universidad de Cádiz como institución, al tiempo que se han generado redes con organizaciones sociales. Cabe indicar que, aunque este dato es desconocido por la sociedad, es habitual que las agencias publicitarias de cierta escala trabajen de forma gratuita para las ONG, de modo que estas agencias suelen tener una o dos ONG en su cartera de clientes: la agencia Kitchen lleva a cabo campañas gratis para Intermón Oxfam, Ayuda en Acción y Greenpeace; la agencia La Despensa, para Médicos del Mundo; Contrapunto BBDO, para Amnistía Internacional y la Asociación Española contra el Cáncer; etc. Existen, además, varias organizaciones del sector publicitario orientadas a prestar ayuda o apoyo a causas sociales, como "Publicitarios Por" o "Publicitarios implicados". Desde un punto de vista de metodología docente, pasamos del "aprendizaje por proyecto" al denominado "aprendizaje por servicio", que añade a la ecuación un servicio a la comunidad.

Para desarrollar este proyecto, se ha trabajado con la ONG El Refugio del Burrito, sede nacional de la ONG internacional The Donkey Sanctuary. Se optó por ella por tres motivos: tenía la dimensión suficiente para que fuera un trabajo de cierta envergadura e impacto; contaba con personal especializado en comunicación y una política de comunicación e identidad visual clara y profesional; su implicación en el proyecto fue completa desde el principio.

El Refugio del Burrito es la primera subsidiaria europea de The Donkey Sanctuary, organización británica sin ánimo de lucro, que trabaja desde hace 50 años por la protección del burro en el mundo. The Donkey Sanctuary también tiene sedes en otros 38 países. Sólo en 2018 ayudó directamente o través de asesoramiento a 3.872 animales, acogió indefinidamente a 24 animales más que necesitaban cuidados especiales crónicos en sus santuarios y consiguió adopción para 106 animales maltratados o abandonados que hoy viven felices en sus nuevos hogares. Asimismo, educaron a más de 2.700 niños en empatía animal a través de visitas de colegios y concienciaron a más de 150.000 personas que les siguen en sus redes sociales y les visitan anualmente.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Aproximar a los estudiantes a la ideación y ejecución de una campaña publicitaria real.
- Potenciar la responsabilidad social de los estudiantes (y futuros profesionales) de publicidad y relaciones públicas y de la propia Universidad de Cádiz como institución.

METODOLOGÍA

Las principales actividades implementadas (que superan con creces a las previstas) de cara a la consecución de los objetivos marcados han sido las siguientes:

- Selección de un anunciante real (social y/o con fines no lucrativos) dispuesto a colaborar con este proyecto: la ONG El Refugio del Burrito.
- Explicar a los estudiantes la labor social del anunciante en las fases previas del trabajo, en el evento de presentación (en el que dos responsables de la ONG intervinieron en este sentido), y en la difusión posterior a través de los medios de comunicación.
- Elaboración por parte del docente con la colaboración de la ONG anunciante de un briefing que sirviera como punto de partida común a los grupos de estudiantes.
- Realización de contactos frecuentes con las responsables de comunicación de la ONG, que interactuaron con los estudiantes a lo largo de todo el proceso y estuvieron presentes en la presentación de campañas, pudiendo comentarlas y dar *feedback* a los estudiantes.
- Tutorización por parte del docente del trabajo de todos los grupos de estudiantes durante todo el proceso de ideación y ejecución, de cara a impulsar y monitorizar su trabajo creativo al estilo de un *workshop* creativo profesional.
- Desarrollo de una presentación pública de todos los trabajos presentados en un acto público celebrado el jueves 16 de enero de 2020 en el Salón de Actos del Campus de Jerez.

- Difusión de los fines y los resultados de la actividad entre la comunidad universitaria y la sociedad en general, prestando atención a la labor de responsabilidad social que supone esta actividad por parte de los estudiantes y, en general, de la Universidad de Cádiz.

DESARROLLO DEL PROYECTO

En primer lugar, el *briefing* (Anexo 1) permitió a los estudiantes disponer de un documento claro y profesional con toda la información necesaria para abordar la campaña (Imagen 1).



Imagen 1. Portada del *briefing* que sirvió como punto de partida a los estudiantes.

Como elemento central, se podrían destacar los propios trabajos creativos de los estudiantes. Estos fueron presentados mediante un *case study* audiovisual de 2 minutos por grupo (como suele hacerse en los festivales publicitarios), pero pueden mencionarse algunas piezas a modo de ejemplo.



Imagen 2. Mockup de publicidad exterior de uno de los grupos de estudiantes.

Entre las ideas, pueden encontrarse juegos con doble sentido (Imagen 2), búsqueda de segundas oportunidades para burros abandonados —y, por tanto, sin trabajo— (Imagen 3), y hasta una especie de Tinder con el objetivo de adoptar un burro (Imagen 4).

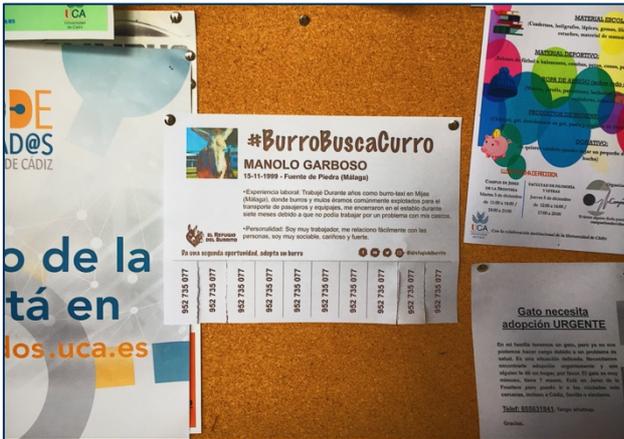


Imagen 3. Propuesta de publicidad de guerrilla por parte de uno de los grupos de estudiantes.

No obstante, el brillante trabajo creativo es imposible de resumir en estas páginas, e incluyó todo tipo de elementos gráficos, sonoros y audiovisuales —incluyendo inclusive un reggaeton titulado “Hay que ser más burro”—.



Imagen 4. Propuesta de aplicación móvil por parte de uno de los grupos de estudiantes.

El día 16 de enero se desarrolló el acto de presentación de las campañas en el Salón de Actos del Campus de Jerez (Imagen 5).

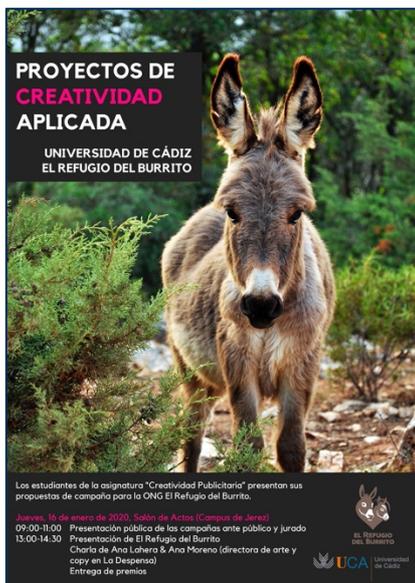


Imagen 5. Cartel del evento.

El acto contó con la presencia de todos los estudiantes y de un jurado compuesto por Rosa Chaparro, responsable de comunicación de El Refugio del Burrito; Almudena Martínez, creadora audiovisual y técnica de comunicación de El Refugio

del Burrito; Ana Lahera, directora de arte en la agencia La Despensa (Madrid) y egresada del Grado en Publicidad y RRPP (Universidad de Cádiz); Ana Moreno, redactora creativa en la agencia La Despensa (Madrid) y egresada del Grado en Publicidad y RRPP (Universidad de Cádiz); Lucía Caro, Coordinadora del Grado en Publicidad y RRPP; Antonio Macarro, Profesor de Publicidad y RRPP; David Selva, Profesor de Publicidad y RRPP y responsable del proyecto.

Se presentaron todos los trabajos mediante un *case study* audiovisual de 2 minutos por grupo, se celebraron charlas a cargo de las responsables de la ONG y de las profesionales invitadas, y finalmente se entregaron primer, segundo y tercer premio, un premio del público (evaluado por los propios estudiantes), y 6 menciones especiales a aspectos específicos destacados, incluyendo cuestiones técnicas como la dirección de arte y otras como el valor social (Imagen 6).



Imagen 6. Premios entregados por el jurado.

El evento y los resultados se difundieron a través de numerosas vías: información al profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, invitación pública al evento de presentación de campañas, TAVIRA, publicaciones en las páginas web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y de la Universidad de Cádiz (Imagen 7), grabación y difusión vía *streaming*, comunicación en el congreso especializado *Foro Internacional sobre Evaluación de la Calidad de la Investigación y la Educación Superior* (FECIES), celebrado entre los días 25 y 27 de noviembre de 2020 (Anexo 2), y difusión del evento a través de los medios de comunicación.



Imagen 7. Noticia en la web institucional de la Universidad de Cádiz.



Imagen 8. Reportaje en el periódico *La Voz del Sur*.

En efecto, el evento fue cubierto por diversos medios de comunicación que se hicieron eco de la actividad (Anexo 3), incluyendo un reportaje en el periódico *La Voz del Sur* (Imagen 8), una entrevista al profesor responsable en *Canal Sur Radio* (Anexo 4), una noticia en el informativo de *Canal Sur Televisión* (Imagen 9 / Anexo 5), una noticia en el diario online *elMira.es*, y menciones en diversas radios como *Radio Nacional 3* u *Onda Jerez*. El impacto social de la actividad sobrepasa de lejos lo habitual en un proyecto de innovación y mejora docente de ámbito tan específico.



Imagen 9. Captura de noticia en el informativo de *Canal Sur Televisión*.

Por último, hay que destacar una valoración muy positiva por parte de los estudiantes (Tabla 1).

Valoración global del proyecto	4,64
Me parece una buena forma de conectar la asignatura con la práctica profesional	4,77
Ha sido útil para mi aprendizaje en materia de creatividad publicitaria	4,45
Es una oportunidad para crear una campaña para mi portfolio profesional	4,5
El proyecto me ha permitido poner un granito de arena en una labor social	4,64
Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura	4,5
La participación de las dos profesionales externas invitadas ha supuesto un beneficio en mi formación	4,41

Tabla 1. Opinión del alumnado respecto a la actividad.

Asimismo, las opiniones escritas son también muy positivas. Algunos ejemplos son los siguientes:

- “El proyecto del Refugio del Burrito y PICAS han sido la guinda para una asignatura completa, para nada regalada pues requiere un nivel de implicación en ella muy alto, entretenida, y sobre todo ÚTIL”.
- “Gracias David por poner nuestras cabecitas al límite y sacar lo mejor de todos”.
- “Nos da una vista realista de lo que es trabajar en agencias”.

En consecuencia, la valoración del proyecto es muy positiva por parte de los estudiantes. Cabría añadir también una valoración similar por parte de las responsables de la ONG participante, que mostraron su satisfacción no solo por el desarrollo del proyecto, sino también por la calidad profesional de las propuestas de los estudiantes.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El proyecto ha presentado excelentes resultados desde diversos puntos de vista, entre los que cabe destacar los siguientes:

- Campañas brillantes desde un punto de vista creativo: el añadido de motivación trajo como consecuencia unos resultados excelentes desde un punto de vista estrictamente publicitario.
- Alta valoración por parte de los estudiantes (y de la ONG y los profesores y profesionales implicados): los estudiantes aprecian la conexión con la práctica profesional, su utilidad para el aprendizaje, la oportunidad que conlleva para el portfolio profesional, y el aporte social que implica.
- Amplia repercusión en medios de comunicación: pocas veces se aprecia una repercusión similar por parte de un proyecto de innovación y mejora docente de este tipo.

En definitiva, se considera que este proyecto ha conllevado repercusiones positivas para los estudiantes implicados, la Universidad de Cádiz y El Refugio del Burrito.

ANEXOS

sol-201900138774-tra_Anexo 1.pdf

sol-201900138774-tra_Anexo 2.pdf

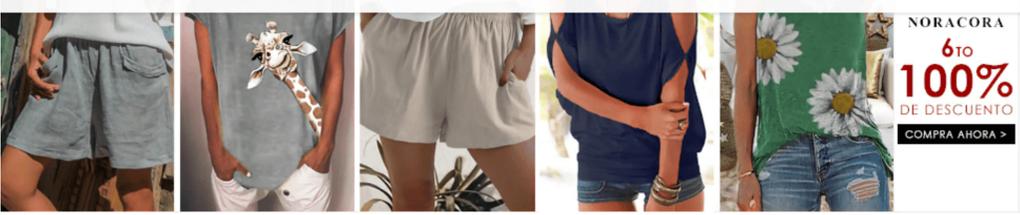
sol-201900138774-tra_Anexo 3.pdf

Anexo 4: <https://cutt.ly/TEPGqRj>

Anexo 5: <https://cutt.ly/QEPG51u>

AGRADECIMIENTOS

A los estudiantes de Creatividad Publicitaria, por hacer que todo merezca la pena.



Portada / Actualidad / Sociedad / Los estudiantes que amaban a los burros, y hasta les hicieron cuenta en 'Tinder'

Sociedad

Los estudiantes que amaban a los burros, y hasta les hicieron cuenta en 'Tinder'

Un proyecto de la Universidad de Cádiz ofrece ideas a la ONG 'El refugio del burrito', que recupera a estos animales en un 'santuario' en Málaga

PABLO FDEZ. QUINTANILLA · 16 DE ENERO, 2020 · 2 MINUTOS EN LEER



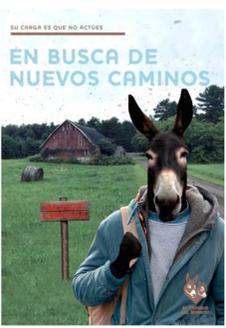
Uno de los grupos ganadores por las propuestas realizadas para la ONG. FOTO: MANU GARCÍA

Compartir [Facebook](#) [Twitter](#) [Imprimir](#)



El profesor **David Selva** tenía en mente un proyecto original para sus alumnos de Creatividad Publicitaria, del **grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UCA**. Pasar de los encargos académicos ficticios a una cuenta publicitaria real, con una buena relación con el cliente. Que no fuera una empresa, por eso de no regalar el trabajo, y que tampoco fuera una ONG demasiado grande ni demasiado lejana para poder mantener el contacto directo. Así, Selva encontró 'El refugio del burrito', una ONG afincada en Málaga que rescata a estos animales de situaciones del todo indeseables, y les buscan, incluso, nuevos hogares.

VACACIONES PARA TODA LA FAMILIA 4 días desde **631 €** **¡SÍ QUIERO!**



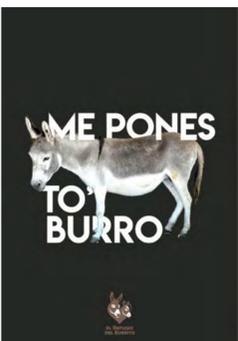
El rol de estos animales en la sociedad, otra de las cuestiones tratadas en las campañas publicitarias de los alumnos de la UCA.

La UCA ha albergado este jueves la presentación de los proyectos ante un jurado compuesto por publicistas, profes y dos miembros de la ONG. Muchas de esas campañas, para recordar. Es el caso, por ejemplo, de una propuesta basada en la creación de una aplicación que conecta a gente con burros. El fin, fomentar el apadrinamiento de los animales, por cantidades módicas. Se llama 'Donkey Finder', 'Buscador de burros', pero en su concepto se explica más bien como **Tinder para burros**. Pasas imágenes y eliges el que más te guste. Surge el amor, y el amor consiste en financiar los proyectos que necesita la protectora malagueña.

Rosa Chaparro, encargada de Comunicación de 'El refugio del burrito' está encantada. "Ese **Tinder** nos ha encantado, para que la gente adopte, y todo, porque nos ha ayudado a ver desde fuera. Les van a hacer cuentas en esta red social, que tiene muchos usuarios. En general, la iniciativa nos ayuda a enganchar a la generación más joven, nos llevamos muchísimas ideas, mucho conocimiento y mucha vitalidad". Otro de los proyectos que les ha encantado son unos 'poster' de 'Burro busca curro', al estilo de los anuncios callejeros de ofrecimiento de servicios laborales. En el fondo, una propuesta para repensar el rol de los burros en la sociedad. **Alguno de los animales rescatados por la ONG, venían, por ejemplo, de ejercer como burrotaxis en pueblos de sierra**, en situaciones de auténtico maltrato cuando llegado el caso lo tuvieron encerrado durante siete meses porque no podía transportar por problemas en sus cascos.

EDICIÓN ESPECIAL VERANO 2020 **MÉRCOLES 8 MELCHOR CAMPUZANO TRIO TANGO ARGENTINO** MELCHOR CAMPUZANO (BANDONEÓN Y VOZ), DANIEL GUIRAUDO (GUITARRA) Y ALFONSO FERNÁNDEZ (CONTRABAJO) **ENTRADAS A 5 € DE VENTA ANTICIPADA EN TAQUILLA DEL TEATRO VILLAMARTA Y ANTES DE LA ACTUACIÓN**

Como indica David Selva, muchas propuestas iban en la línea de revertir los estereotipos asociados. "Existe todo un universo simbólico que relaciona a estos animales con la estupidez, la flojera... Había una propuesta consistente en subvertir los refranes". Y eso derivó de una campaña que conseguía darles la vuelta. "Hemos encontrado mucha diversidad de ideas, es muy fresco, y aunque les hemos dado poco tiempo para preparar las campañas, el tiempo que luego tienes en las **agencias publicitarias**, se han implicado muchísimo. Estamos muy contentos, porque por más que se diga a veces de que si los jóvenes no se implican y demás, no es para nada así".



Una de las campañas, que juega con algunas expresiones y refranes relacionadas con estos animales.

El primer objetivo del certamen era que la campaña ganadora se realizara en la ONG, que cuenta con **140.000 seguidores en Facebook** y pertenece a una red mundial de lucha por los burritos. Sin embargo, desde la protectora indican que "vamos a poner en marcha muchas más, muchas más ideas. **Hay un reggaeton dedicado al burro** que, seguro, se va a volver viral". La canción, creada y producida por los alumnos, aún no se

puede publicar, como muchos detalles de las ideas lanzadas por los estudiantes. "Ha salido tan bien", indica David Selva, "que podemos estropearlo si lo vamos contando ya". Estén atentos. Cualquier día pueden encontrar el amor en **Tinder**. Y que al otro lado esté un bisnieto de Platero, la mascota de Juan Ramón Jiménez. Quién sabe si al poeta de Moguer le habrían gustado estas formas tan contemporáneas de defender a estos animales. Quizás no. Pero claro, **JRJ nunca tuvo oportunidad de escuchar reggaeton**. De haber sido así, quizás, lo habría compartido en Facebook.



Hemos aprendido a realizar nuestras gestiones online y a estar cerca de los nuestros de otra manera.



UNIDAD DE NEUROCIROLOGÍA
Integrado por profesionales de probada experiencia donde se aplican desde la técnicas mínimamente invasivas hasta los procedimientos más complejos, todo ello con la más avanzada tecnología hoy disponible.

Hemos aprendido a realizar nuestras gestiones online y a estar cerca de los nuestros de otra manera.
aquajerez

Últimos artículos

- Los feriantes de Valdelagrana se defienden: "Solo queremos trabajar, no somos un foco de covid"
- "El arte tiene que hablar de Dios, de la belleza humana y enseñarnos a ser mejores"
- Alertan de la falta de imparcialidad de Mariló Montero y le piden que dé la información "sin prejuicios"
- Algeciras y el área urbana alrededor de la capital, únicas zonas con nuevos casos en la provincia de Cádiz
- La Junta considera los botellones "insalubres y peligrosos" y los prohíbe para impedir rebrotes

CURSOS DE INGLÉS
JULIO / AGOSTO
✓ Preparación exámenes de Cambridge
✓ Grupos reducidos
✓ Profesores nativos
tenidomás

dental FAMILIAR
LA MEJOR SONRISA PARA TU FAMILIA

HORARIO DE VERANO
DEL 29 JUNIO AL 30 DE AGOSTO
LE ATENDEMOS DESDE LAS 8 A 14 H. Y DE 17 A 20:30 H. Y 24 HORAS EN NUESTRA TIENDA ONLINE.
Ferretería Xerez



Actualidad Educación

Alumnos de la UCA presentan en Jerez sus campañas publicitarias de fin social

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito'

Por Redacción MIRA - 17 enero, 2020

HLA JEREZ PUERTA DEL SUR

Av. Puerta del Sur s/n. 11408, Jerez de la Frontera. | [grupohla.com](#)

20 AÑOS CONTIGO

Alumnos de la UCA presentan en Jerez sus campañas publicitarias de fin social

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito'

Estudiantes de la asignatura Creatividad Publicitaria del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz presentarán hoy jueves 16 en el salón de Actos del Campus de Jerez, sus propuestas de campañas publicitarias de fin social que este año tendrán como beneficiario real a la ONG El Refugio del Burrito.

El alumnado, organizado en grupos, mostrará sus trabajos – elaborados bajo la supervisión del profesor David Selva – con el objetivo de explicar y concienciar acerca de la situación del burro en España, la contribución del burro a la humanidad y la importancia de su protección. Posteriormente, un jurado, compuesto por profesorado del grado, profesionales de la publicidad y representantes de la ONG, decidirá los ganadores y qué campaña/s se llevarán a cabo y serán difundidas por El Refugio del Burrito.

Este evento se enmarca en un proyecto de innovación docente titulado Aproximación de los estudiantes de publicidad y RRPP a la realidad profesional de la creatividad publicitaria: puesta en marcha de una campaña real para un anunciante de carácter social o no lucrativo.

A las 13 horas, habrá una presentación de *El Refugio del Burrito*, a cargo de sus responsables, una conferencia profesional ofrecida por las publicitarias Ana Lahera y Ana Moreno (egresadas de la UCA y actualmente directoras de arte y copy en la agencia La Despensa, en Madrid), y la entrega de premios.

El Refugio del Burrito es la primera subsidiaria europea – ubicada en Málaga – de The Donkey Sanctuary, organización británica sin ánimo de lucro, que trabaja desde hace 50 años por la protección del burro en el mundo. The Donkey Sanctuary también tiene sedes en otros 38 países.

Solo en 2018 ayudó directamente o través de asesoramiento a 3.872 animales, acogió indefinidamente a 24 animales más que necesitaban cuidados especiales crónicos en sus santuarios y consiguió adopción para 106 animales maltratados o abandonados que hoy viven felices en sus nuevos hogares.

Asimismo, educaron a más de 2.700 niños en empatía animal a través de visitas de colegios y concienciaron a más de 150.000 personas que les siguen en sus redes sociales y les visitan anualmente.



SOBRE NOSOTROS



Toda la actualidad 24 Horas de Andalucía a un solo clic.

Contáctanos: info@miracomunicacion.com



SÍGUENOS



Inicio > #40añosUCA > Alumnado > Campus Jerez > Docencia > Innovación > Premios > Presentación > vídeo
 > Alumnado UCA presenta sus propuestas de campañas publicitarias de fin social en el Campus de Jerez

Alumnado UCA presenta sus propuestas de campañas publicitarias de fin social en el Campus de Jerez 16 enero 2020

Noticia

#40añosUCA Alumnado Campus Jerez Docencia Innovación Premios Presentación vídeo Publicada 16 enero, 2020



La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito'

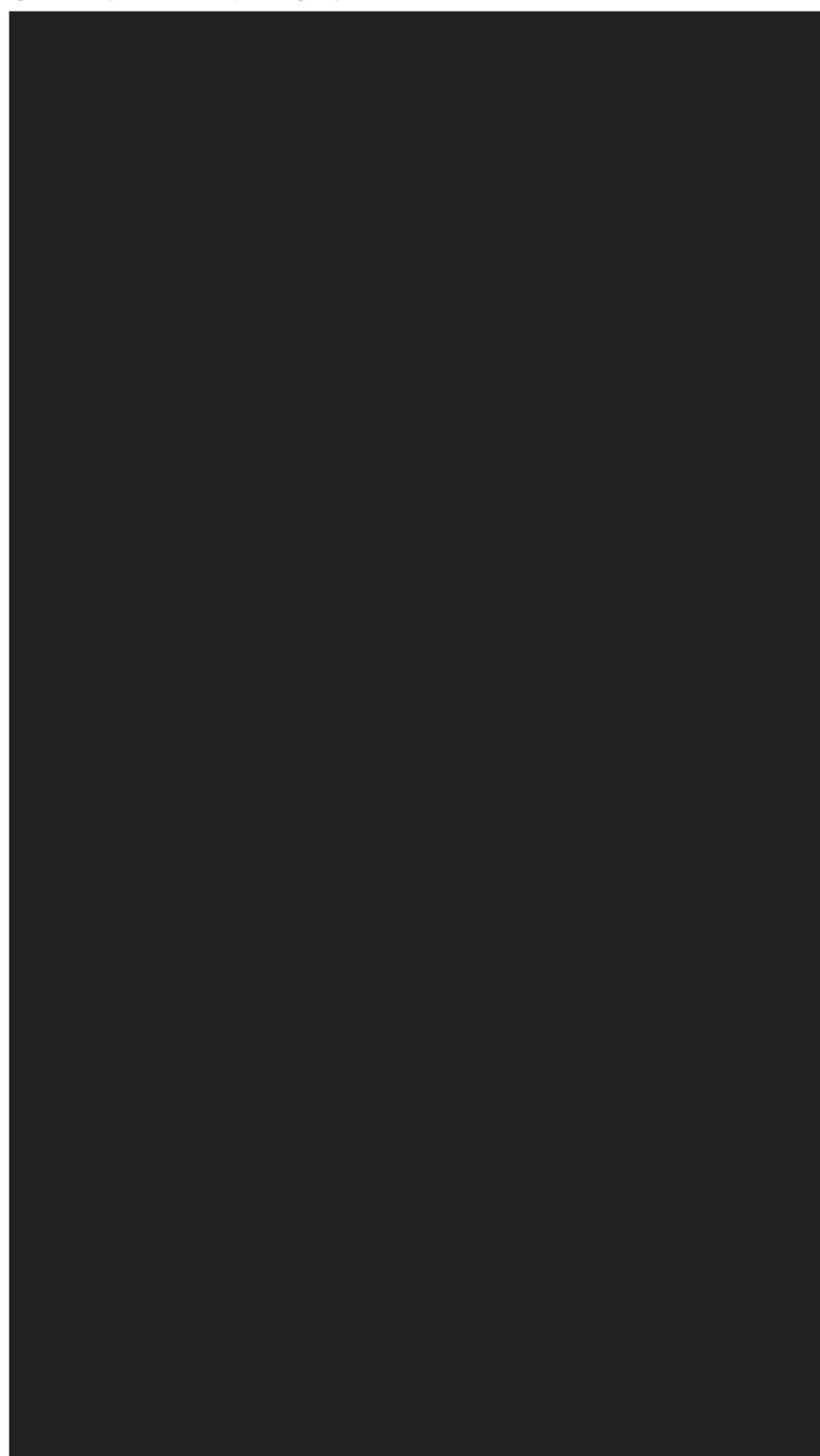
Estudiantes de la asignatura *Creatividad Publicitaria* del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz presentarán hoy jueves 16 en el salón de Actos del Campus de Jerez, sus propuestas de campañas publicitarias de fin social que este año tendrán como beneficiario real a la ONG *El Refugio del Burrito*.

El alumnado, organizado en grupos, mostrará sus trabajos – elaborados bajo la supervisión del profesor David Selva – con el objetivo de explicar y concienciar acerca de la situación del burro en España, la contribución del burro a la humanidad y la importancia de su protección. Posteriormente, un jurado, compuesto por profesorado del grado, profesionales de la publicidad y representantes de la ONG, decidirá los ganadores y qué campaña/s se llevarán a cabo y serán difundidas por *El Refugio del Burrito*.

Este evento se enmarca en un proyecto de innovación docente titulado *Aproximación de los estudiantes de publicidad y RRPP a la realidad profesional de la creatividad publicitaria: puesta en marcha de una campaña real para un anunciante de carácter social o no lucrativo*.



A continuación, hubo una presentación de *El Refugio del Burrito*, a cargo de sus responsables, una conferencia profesional ofrecida por las publicitarias Ana Lahera y Ana Moreno (egresadas de la UCA y actualmente directoras de arte y copy en la agencia La Despensa, en Madrid), y la entrega de premios.



La campaña *Burrito busca burro* fue finalmente la elegida por el jurado, aunque todos los estudiantes estén de enhorabuena por participar en una actividad académica que les pone en contacto con la realidad profesional.



El Refugio del Burrito es la primera subsidiaria europea – ubicada en Málaga – de *The Donkey Sanctuary*, organización británica sin ánimo de lucro, que trabaja desde hace 50 años por la protección del burro en el mundo. *The Donkey Sanctuary* también tiene sedes en otros 38 países. Solo en 2018 ayudó directamente o través de asesoramiento a 3.872 animales, acogió indefinidamente a 24 animales más que necesitaban cuidados especiales crónicos en sus santuarios y consiguieron adopción para 106 animales maltratados o abandonados que hoy viven felices en sus nuevos hogares. Asimismo, educaron a más de 2.700 niños en empatía animal a través de visitas de colegios y concienciaron a más de 150.000 personas que les siguen en sus redes sociales y les visitan anualmente.

Generar PDF

Noticia #40añosUCA Alumnado Campus Jerez Docencia Innovación Premios Presentación vídeo Publicada 16 enero, 2020

Facultad de
Ciencias Sociales y de la Comunicación

Buscar ...

CONÓCENOS ▾ FUTUROS ESTUDIANTES GRADOS ▾ MÁSTER ▾ TÍTULOS PROPIOS ▾ ALUMNOS ▾ MOVILIDAD
POLÍTICAS DE CALIDAD Y ESTRATEGIAS DE LA FACULTAD ▾

Inicio > Curso 2019/20 > Jornada > noticias > Presentación de Campañas Publicitarias

Presentación de Campañas Publicitarias 16 enero 2020

Evento



Curso 2019/20 Jornada noticias

Publicada 16 enero, 2020

PROYECTOS DE CREATIVIDAD APLICADA
UNIVERSIDAD DE CÁDIZ
EL REFUGIO DEL BURRITO

Los estudiantes de la asignatura "Creatividad Publicitaria" presentan sus propuestas de campaña para la ONG El Refugio del Burrito.

Jueves, 16 de enero de 2020, Salón de Actos (Campus de Jerez)
09:00-11:00 Presentación pública de las campañas ante público y jurado
13:00-14:30 Presentación de El Refugio del Burrito
Charla de Ana Lahera & Ana Moreno (directora de arte y copy en La Despensa)
Entrega de premios

EL REFUGIO DEL BURRITO
UCA Universidad de Cádiz

El jueves, 16 de enero de 2020, celebraremos un evento de presentación de las campañas publicitarias de fin social creadas por los estudiantes de la asignatura "Creatividad Publicitaria" del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para El Refugio del Burrito, una ONG dedicada a la protección del burro.

A las 9 horas, tras una breve presentación del evento y una necesaria contextualización, comenzará la presentación pública de las campañas publicitarias creadas por los estudiantes, que se prolongará hasta las 11 horas. Tras una franja de deliberación del jurado, el evento se retomará a las 13 horas, con una presentación de El Refugio del Burrito a cargo de sus responsables, una charla a cargo de las publicitarias Ana Lahera y Ana Moreno (egresadas de nuestra Facultad y actualmente directora de arte y copy en la agencia La Despensa, en Madrid, y que han desarrollado campañas para marcas como Cadena Ser, Diario Marca, Pepsi, KFC, Pullmantur, Manos Unidas, Lidl, etc.), y la entrega de premios.

Los asistentes, además, podrán participar en la valoración de las campañas presentadas para la concesión simbólica de un Premio del Público.

Jueves, 16 de enero de 2020, Salón de Actos (Campus de Jerez)

09:00-11:00 – Presentación pública de las campañas ante público y jurado

13:00-14:30 – Presentación de El Refugio del Burrito / Charla de Ana Lahera & Ana Moreno (directora de arte y copy en La Despensa) / Entrega de premios

La entrada es libre.

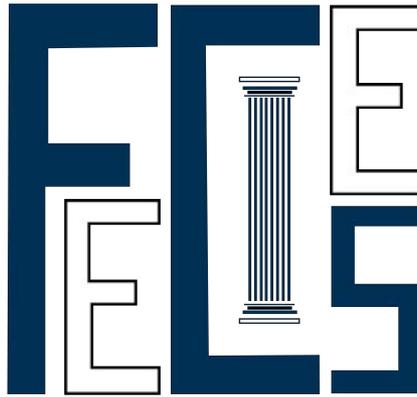
¡Estáis todos invitados!



Generar PDF

Evento Curso 2019/20 Jornada noticias

Publicada 16 enero, 2020



FORO INTERNACIONAL SOBRE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA
INVESTIGACIÓN Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR (FEIES)

25-27 de noviembre 2020

HACIA LA PROFESIÓN PUBLICITARIA DESARROLLANDO UNA LABOR SOCIAL: UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE POR SERVICIO

David Selva Ruiz

Universidad de Cádiz

Introducción

- Proyecto de Innovación y Mejora Docente:
 - “Aproximación de los estudiantes de publicidad y RRPP a la realidad profesional de la creatividad publicitaria: puesta en marcha de una campaña real para un anunciante de carácter social o no lucrativo”.
- De trabajo realista a trabajo real.
- De aprendizaje por proyecto a aprendizaje por servicio.

Objetivos

1. Aproximar a los estudiantes a la ideación y ejecución de una campaña publicitaria real.
2. Potenciar la responsabilidad social de los estudiantes (y futuros profesionales) de publicidad y relaciones públicas y de la propia Universidad de Cádiz como institución.

Método: actividades previstas

1. Aproximar a los estudiantes a la ideación y ejecución de una campaña publicitaria real.
 - Seleccionar un anunciante real (social y/o con fines no lucrativos) dispuesto a colaborar en este proyecto.
 - Elaborar con el anunciante un briefing que sirva como punto de partida común a los grupos de estudiantes.
 - Realizar, al menos, una sesión (física o virtual) de contrabriefing con un/a representante del anunciante.
 - Tutorizar durante todo el proceso de ideación y ejecución a los grupos de trabajo.
 - Asesorar al anunciante de cara a la puesta en marcha de la campaña publicitaria ganadora.

Método: actividades previstas

2. Potenciar la responsabilidad social de los estudiantes (y futuros profesionales) de publicidad y relaciones públicas y de la propia Universidad de Cádiz como institución.
 - Explicar a los estudiantes la labor social del anunciante (tanto para la elaboración de las campañas como para difundir su trabajo).
 - Difundir públicamente la labor de responsabilidad social que supone esta actividad por parte de los estudiantes y, en general, de la Universidad de Cádiz.
 - Prestar apoyo a la comunicación pública de un anunciante sin ánimo de lucro a través de una campaña publicitaria.

Método: selección de anunciante



FORO INTERNACIONAL SOBRE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA
INVESTIGACIÓN Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR (FCEIS)
25-27 de noviembre 2020



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Método: elaboración de briefing



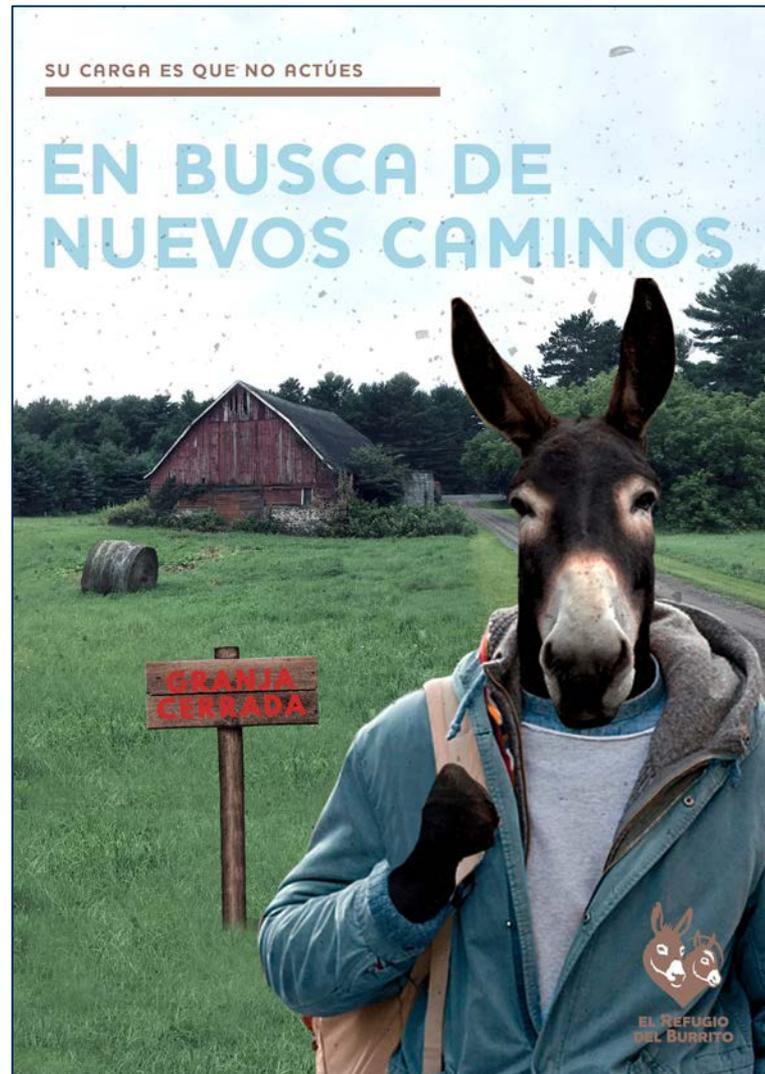
Método: trabajo creativo (workshop)



Resultados: campañas



Resultados: campañas



Resultados: campañas

UCA Universidad de Cádiz

DE ADOS DE CÁDIZ

o de la tá en los.uca.es

#BurroBuscaCurro

MANOLO GARBOSO

15-11-1999 - Fuente de Piedra (Málaga)

- Experiencia laboral: Trabajé Durante años como burro-taxi en Mijas (Málaga), donde burros y mulos éramos comúnmente explotados para el transporte de pasajeros y equipajes, me encerraron en el establo durante siete meses debido a que no podía trabajar por un problema con mis cascos.
- Personalidad: Soy muy trabajador, me relaciono fácilmente con las personas, soy muy sociable, cariñoso y fuerte.

EL REFUGIO DEL BURRITO

Va una segunda oportunidad, adopta un burro

@elrefugiodelburrito

952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077	952 735 077
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

MATERIAL ESCOLAR
(Cuadernos, bolígrafos, lápices, gomas, libros, estuches, material de manualidad)

MATERIAL DEPORTIVO:
(Balones de fútbol o baloncesto, combas, petos, conos, palas)

ROPA DE ABRIGO (sobretudo de invierno)
(Mantas, jerseys, pantalones, bufandas, gorros, sudaderas, zapatos...)

PRODUCTOS DE HIGIENE:
(Champú, gel, desodorante en gel, pasta y cepillo de dientes)

DONATIVO:
(Si quieres también puedes dejar un pequeño donativo)

¡LLÉVALO A CERECEDA!

<p>CAMPUS DE JEREZ DE LA FRONTERA Martes 3 de diciembre de 11:00 a 14:00 / 18:00 a 21:00</p>	<p>FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS Jueves 5 de diciembre de 12:00 a 14:00 / 17:00 a 20:00</p>
---	---

Organizado por

Si tienes alguna duda puedes compartiendo videos

UCA Universidad de Cádiz Con la colaboración institucional de la Universidad de Cádiz

Gato necesita adopción URGENTE

En mi familia tenemos un gato, pero ya no nos podemos hacer cargo debido a un problema de salud. Es una situación delicada. Necesitamos encontrarle adopción urgentemente y que alguien le dé un hogar, por favor. El gato es muy mimoso, tiene 7 meses. Está en Jerez de la Frontera pero puedo ir a las ciudades más cercanas, incluso a Cádiz, Sevilla o similares.

Telef: 655631841. Tengo whatsapp.

Gracias.

Resultados: campañas

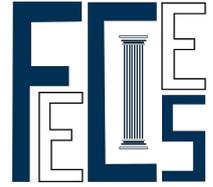
**HAY QUE SER MÁS
BURRO**

Loida Vidal



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Resultados: campañas



FORO INTERNACIONAL SOBRE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA
INVESTIGACIÓN Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR (IFEQS)
25-27 de noviembre 2020

Donkey*finder*

Encuentra a tu burro.

Resultados: el jurado

- Representantes de la ONG anunciante:
 - Rosa Chaparro, responsable de comunicación de El Refugio del Burrito.
 - Almudena Martínez, creadora audiovisual y voluntaria de comunicación de El Refugio del Burrito.
- Profesionales de la publicidad:
 - Ana Lahera, directora de arte en la agencia La Despensa.
 - Ana Moreno, copy en la agencia La Despensa.
- Profesores de publicidad:
 - Lucía Caro, Coordinadora del Grado en Publicidad y RRPP.
 - Antonio Macarro, Profesor de Publicidad y RRPP.
 - David Selva, Profesor de Publicidad y RRPP y responsable del proyecto.

Resultados: la presentación

A photograph of a brown and white donkey standing in a natural, outdoor setting with green bushes and trees in the background. The donkey is looking directly at the camera.

**PROYECTOS DE
CREATIVIDAD
APLICADA**

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ
EL REFUGIO DEL BURRITO

Los estudiantes de la asignatura "Creatividad Publicitaria" presentan sus propuestas de campaña para la ONG El Refugio del Burrito.

Jueves, 16 de enero de 2020, Salón de Actos (Campus de Jerez)
09:00-11:00 Presentación pública de las campañas ante público y jurado
13:00-14:30 Presentación de El Refugio del Burrito
Charla de Ana Lahera & Ana Moreno (directora de arte y copy en La Despensa)
Entrega de premios

The logo for 'El Refugio del Burrito' features a stylized illustration of a donkey's head and ears.

EL REFUGIO
DEL BURRITO

The logo for the University of Cádiz (UCA) features a stylized sun or flower icon next to the letters 'UCA'.

UCA | Universidad
de Cádiz

Resultados: la presentación



Resultados: la presentación



Resultados: la presentación



Resultados: la presentación



Resultados: repercusión mediática

Sociedad

Los estudiantes que amaban a los burros, y hasta les hicieron cuenta en 'Tinder'

Un proyecto de la Universidad de Cádiz ofrece ideas a la ONG 'El refugio del burrito', que recupera a estos animales en un 'santuario' en Málaga

 **PABLO FDEZ. QUINTANILLA** · 16 DE ENERO, 2020 · 2 MINUTOS EN LEER



UNIDAD DE NEUROCIRUGÍA

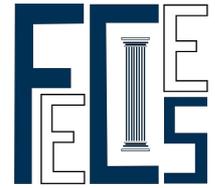
Integrado por profesionales de probada experiencia donde se aplican desde la técnicas mínimamente invasivas hasta los procedimientos más complejos, todo ello con la más avanzada tecnología hoy disponible.



HLA JEREZ PUERTA DEL SUR



Resultados: repercusión mediática



FORO INTERNACIONAL SOBRE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR (FCEE)
25-27 de noviembre 2020

The image shows a screenshot of a news article on the website 'elMIRA.es'. The website's header includes the logo 'elMIRA.es' and a navigation menu with categories: ACTUALIDAD, SUCESOS, CULTURA, DEPORTES, LO+VIRAL, MIRA, and OFERTAS. Below the header, there is a sub-menu with regional and thematic options: MIRA ANDALUCÍA, ALMERÍA, CÁDIZ, JEREZ, CÓRDOBA, GRANADA, HUELVA, JAÉN, MÁLAGA, SEVILLA, TURISMO, and OPINIÓN. The main content area features a photograph of four young women on a stage. One woman on the left is speaking into a microphone. In the center, another woman stands next to her. To the right, two more women are positioned behind a wooden podium; one is looking at a laptop, and the other is wearing a white bucket hat and a colorful jacket. Below the photograph, the article is categorized under 'Actualidad' and 'Educación'. The main headline reads: 'Alumnos de la UCA presentan en Jerez sus campañas publicitarias de fin social'. A sub-headline states: 'La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito''. At the bottom left, the author is identified as 'Por Redacción MIRA - 17 enero, 2020'.

Actualidad Educación

Alumnos de la UCA presentan en Jerez sus campañas publicitarias de fin social

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito'

Por Redacción MIRA - 17 enero, 2020

Resultados: repercusión mediática

Alumnado UCA presenta sus propuestas de campañas publicitarias de fin social en el Campus de Jerez 16 enero 2020

Noticia



#40añosUCA

Alumnado

Campus Jerez

Docencia

Innovación

Premios

Presentación

vídeo

Publicada 16 enero, 2020



La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación celebra este acto, cuyo beneficiario real será la ONG 'El Refugio del Burrito'

Resultados: repercusión mediática



Resultados: opinión del alumnado



FORO INTERNACIONAL SOBRE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA
INVESTIGACIÓN Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR (FICES)
25-27 de noviembre 2020

Valoración global del proyecto	4,64
Me parece una buena forma de conectar la asignatura con la práctica profesional	4,77
Ha sido útil para mi aprendizaje en materia de creatividad publicitaria	4,45
Es una oportunidad para crear una campaña para mi portfolio profesional	4,5
El proyecto me ha permitido poner un granito de arena en una labor social	4,64
Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura	4,5
La participación de las dos profesionales externas invitadas ha supuesto un beneficio en mi formación	4,41

Conclusiones

- Excelentes resultados desde un punto de vista creativo.
- Alta valoración de los estudiantes (y de la ONG y los profesores y profesionales implicados).
- Amplia repercusión en medios de comunicación.
- El covid-19 ha provocado que aún no se hayan podido convertir en realidad las campañas ganadoras.
- Repercusiones positivas para los estudiantes implicados, la Universidad de Cádiz y El Refugio del Burrito.



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

BRIEF CREATIVO

BACKGROUND



BACKGROUND

EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?



EL REFUGIO
DEL BURRITO



EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?



Hay más de 50 millones de burros y mulos en el mundo. Muchos necesitan cuidados y protección frente a una vida de abandono y sufrimiento. En España son muchos los casos de maltrato y abandono que sufren los equinos, y por el momento las leyes contra el maltrato animal, así como la aplicación de estas, dejan mucho que desear. A estos animales se les deja morir de hambre o vagar abandonados a su suerte, se les explota hasta la extenuación, y se les degrada en fiestas populares o en el ámbito deportivo.

EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?



Problemática en países desarrollados:

- Ya no tiene uso productivo económicamente.
- No está considerado un animal común de compañía.





EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?

Se les buscan otros usos productivos: ferias, entretenimiento, espectáculos, carne, leche, etc.

Omisión de cuidados básicos

Abandono



EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?



Palabras que describen a un burro
(resultados de una encuesta):

- Trabajadores (+).
- Tontos (-).
- Resistentes (+).
- Útiles (+).
- Lentos (-).
- Apestosos (-).
- Antipáticos (-).
- Tercos (-).
- Fuertes (+).
- Torpes (-).

EL PROBLEMA: ¿POR QUÉ EL BURRO?



La realidad es diferente:

- Inteligentes.
- Fuertes.
- Tranquilos.
- Sociables.
- Defienden su territorio y familia.
- Muy resistentes a enfermedades y al sufrimiento.
- Alto instinto de supervivencia.



¿QUÉ ES EL REFUGIO DEL BURRITO?



EL REFUGIO
DEL BURRITO

El Refugio del Burrito es la primera subsidiaria europea de The Donkey Sanctuary, organización británica sin ánimo de lucro, que trabaja desde hace 50 años por la protección del burro en el mundo. The Donkey Sanctuary también tiene sedes en otros 38 países.

Sólo en 2018 ayudó directamente o través de asesoramiento a 3.872 animales, acogió indefinidamente a 24 animales más que necesitaban cuidados especiales crónicos en sus santuarios y consiguió adopción para 106 animales maltratados o abandonados que hoy viven felices en sus nuevos hogares. Asimismo, educaron a más de 2.700 niños en empatía animal a través de visitas de colegios y concienciaron a más de 150.000 personas que les siguen en sus redes sociales y les visitan anualmente.



¿QUÉ ES EL REFUGIO DEL BURRITO?

El Refugio del Burrito documenta, supervisa, asesora y denuncia con el fin de evitar el maltrato animal en fiestas populares donde se usan equinos como la Romería de El Rocío, el Festival del Peropalo, las carreras de burros o el uso de burro-taxis para el turismo.

La organización se implica activamente en causas que insten a la aplicación y mejora de las leyes vigentes en cuanto a bienestar animal y a la promoción de campañas de concienciación y protesta.

Cuentan con las siguientes instalaciones:

- Sede principal y refugio en Fuente de Piedra con capacidad para cuidar a 100 burros y abierto al público.
- Segundo refugio en Bodonal de la Sierra capaz de albergar a 250 burros.

Además, se ofrece una línea de denuncia 24 horas operativa para investigar casos de negligencia, abuso, maltrato o abandono, o cualquier denuncia pública que concierna a burros y mulos.

BACKGROUND

MISIÓN



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Proteger a los burros, promover su bienestar en España y que su contribución a la humanidad sea plenamente valorada.

BACKGROUND

VISIÓN



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Un mundo donde los burros y mulos vivan sin sufrimiento, y donde su contribución a la humanidad sea plenamente valorada.

BACKGROUND

VALORES



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

COMPASIÓN

COLABORACIÓN

CREATIVIDAD



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar cuidados especializados: Dar a cada habitante del refugio un cuidado especializado e individualizado, poniendo a su disposición personal altamente motivado y competente así como instalaciones óptimas adaptadas a las necesidades de nuestros burros.
- Fomentar el bienestar animal: Establecer una red de oficiales de bienestar a lo largo del país para que investiguen quejas del público en general sobre malos tratos a los burros y desarrollen el programa de custodia en casas de acogida.
- Formación, educación y sensibilización: Promover el bienestar animal a través de actividades para escolares, cursos, conferencias, publicaciones u otros medios adecuados.
- Fomentar la interacción humano-equina, con el fin de dar a conocer el burro, sembrar empatía y mejorar la calidad de vida de personas y animales.

LÍNEAS DE ACCIÓN



1. Conseguir casas de adopción para burros. Nuestros santuarios están llenos ahora mismo con 300 animales y no pueden entrar más. Una de nuestras prioridades es dar en adopción a los que son jóvenes, sanos y con buen carácter para dejar espacio a aquellos que nadie quiere adoptar (animales mayores y con enfermedades o discapacidades crónicas). Más información en los siguientes links:
 - <https://www.elrefugiodelburrito.com/es/programa-de-adopcion>
 - <https://www.elrefugiodelburrito.com/es/articulo/10-razones-para-adoptar-un-par-de-burros>

LÍNEAS DE ACCIÓN



2. Conseguir fondos para seguir ayudando a animales que nos necesitan y mantener los que habitan en nuestro santuario. Algunas de las diferentes campañas que se pueden llevar a cabo son las siguientes:
 - Apadrina un burro:
<https://www.elrefugiodelburrito.com/es/apadrinar>
 - Hazte protector de un burro:
<https://www.elrefugiodelburrito.com/es/conviertete-en-protector>
 - Legados con causa (programa por desarrollar): WWF tiene una buena campaña de la que se podría tomar ejemplo.

LÍNEAS DE ACCIÓN



EL REFUGIO
DEL BURRITO

3. Visita nuestro santuario. La idea es atraer a más visitantes a nuestros santuarios con el fin de que conozcan más sobre el burro, concienciar y dar a conocer la problemática de los équidos en España. Más información en el siguiente link:
 - <https://www.elrefugiodelburrito.com/es/visitanos>

BRIEFING



OBJETIVOS DE MARKETING



- Conseguir fondos para seguir ayudando a animales que nos necesitan y mantener los que habitan en nuestro santuario.
- Conseguir adopción permanente para burros y mulos.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN



EL REFUGIO
DEL BURRITO

- Explicar y concienciar acerca de la situación del burro en España y la importancia de su protección.
- Explicar la contribución del burro a la humanidad.

BRIEFING

TARGET



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Amantes de la naturaleza y los animales y con conciencia social. Mayoritariamente urbanitas, universitarios y con nivel económico medio-alto.

CANALES Y PLATAFORMAS



EL REFUGIO
DEL BURRITO

Se espera la creación de una idea original y notoria capaz de generar viralidad y que conciencie acerca de la situación del burro en España y la importancia de su protección. Se espera una campaña de bajo presupuesto que desarrolle un mismo concepto a través de varios canales y plataformas, entre los cuales podrían utilizarse de forma no excluyente los siguientes:

- Spots para redes sociales.
- Piezas gráficas para redes sociales.
- Street marketing o eventos.
- Acciones interactivas digitales.
- Microsites.

BRIEFING

TONO



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Emocional, amistoso, cercano e implicativo. Debe reflejarse el amor de quienes trabajan en El Rincón del Burrito por los burros.

MANDATORIES



EL REFUGIO
DEL BURRITO

- Deben seguirse escrupulosamente las pautas establecidas en el manual de brand guidelines de The Donkey Sanctuary.
- La campaña debe ser de bajo presupuesto, sobre todo en cuanto a la inversión en medios convencionales. La creatividad debe suplir al presupuesto a la hora de conseguir resultados.
- No se pueden utilizar recursos gráficos o audiovisuales de los que no se posean los derechos.

MATERIALES DE ENTREGA



- Case study de máximo 2 minutos.
- Materiales desarrollados (es decir, todas las piezas producidas).

Nota: Se espera la producción de piezas. Puede bastar que, por ejemplo, en el caso de plantear una serie de piezas gráficas, solo se produzcan algunas a modo de ejemplo; pero al menos algunas deben presentarse para poder juzgar de acuerdo a piezas producidas.

TIMING



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

Deberá presentarse un borrador de la campaña con anterioridad. La presentación final de la campaña tendrá lugar en un acto público con la participación de responsables de la ONG anunciante y de profesionales del sector de la publicidad. Como fechas aproximativas, pueden mencionarse:

- Presentación de borrador previo a presentación: semana del 7 al 10 de enero.
- Presentación del trabajo final: semana del 13-17 de enero de 2020.



**EL REFUGIO
DEL BURRITO**

¡Muchas gracias!