LICENCIATURA EN COMERCIALIZACIÓN

Tesis de Grado

MARKETING SOCIAL

Sensibilización sobre CEA

Facultad de Economía y Administración
UCASAL

TESISTA: ZEGARRA CELESTE ELIZABETH

Noviembre 2019

Sistema: DISTANCIA
Salta - Argentina

Índice de contenidos

1 INTRODUCCIÓN ____ *VII*

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ____ **VIII**

1.1.1 Sistematización del Problema ____ VIII

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN ____ **VIII**

1.2.1 Objetivos General ____ VIII

1.2.2 Objetivos Específicos ____ VIII

1.3 JUSTIFICACIÓN ____ **IX**

1.3.1 Justificación teórica ____ IX

1.3.2 Justificación Práctica ____ IX

1.3.3 Justificación Metodológica ____ IX

1.4 VIABILIDAD ____ **X**

1.4.1 Viabilidad Técnica ____ X

1.4.2 Viabilidad Económica ____ X

1.4.3 Viabilidad Temporal ____ X

1.4.4 Viabilidad de Información ____ X

1.4.5 Viabilidad Ética ____ XI

2 MARCO TEORICO ____ *XI*

2.1 CONCEPTO DE MARKETING SOCIAL ____ **XI**

2.2 Conciencia Social ____ **XIX**

2.2.1 Imaginario colectivo ____ XX

2.2.2 Campaña de sensibilización ____ XXI

2.2.3 Concepto de discapacidad ____ XXI

2.2.4 Idea Social de la discapacidad ____ XXIII

2.2.5 Educación y Trastorno del Espectro Autista ____ XXIII

2.3 CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL TEMA SENSIBILIZACION SOBRE CEA XXV

2.3.1 TEA o CEA ____ XXV

2.3.2 Sensibilización ____ XXV

2.3.3 Actitud ____ XXV

2.3.4 Población adoptante ____ XXVI

2.3.5 Estímulo ____ XXVI

2.3.6 Interés ____ XXVI

2.4 ANTECEDENTES DEL TEMA ____ **XXVII**

3 Marco Empírico ____ *XXX*

3.1.1 ANÁLISIS EXTERNO ____ XXX

4 MARCO METODOLÓGICO ____ *LI*

4.1 DISEÑO METODOLÓGICO ____ **LI**

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA ____ **LIII**

4.2.1 Selección de la muestra ____ LIII

4.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS _____LIV
4.3.1 FUENTES PRIMARIAS _____ LIV
4.3.2 FUENTES SECUNDARIAS _____ LV
4.4 PROCESAMIENTO DE DATOS Y MÉTODOS ESTADÍSTICOS _____ LV
4.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES _____LVI
4.6 Análisis de las encuestas_____ LVII
4.7 Análisis de Entrevistas a familiares de personas con CEA_____ LXXI
4.8 Análisis de Entrevistas de Profesionales que se dedican a la Discapacidad._ LXXVI
5 Conclusión _____ LXXIX
6 Planificación Estratégica_____ LXXX
6.1 Identidad del Programa de Marketing Social _____LXXXI
6.2 Causa _____LXXXI
6.3 Agentes de cambio _____LXXXI
6.4 Adoptantes objetivos _____LXXXI
6.5 Objetivos _____ LXXXII
6.6 Vías de Comunicación _____ LXXXII
6.7 Estrategias de marketing _____ LXXXII
6.7.1 Producto_____LXXXII
6.7.2 Plaza _____ LXXXIII
6.7.3 Promoción _____ LXXXIII
6.7.4 Personal _____LXXXV
6.7.5 Cantidad de Establecimientos _____LXXXV
6.7.6 Procesos_____LXXXVIII
6.8 Etapas en el cambio de Comportamiento_____ XC
6.9 Estrategias para la acción _____ XC
6.10 Puesta en práctica, control y evaluación. _____XCI
7 BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS _____ XCII
7.1 WEBGRAFIA_____XCII
8 ANEXOS_____ XCIII

Nota de aceptación

_____

Presidente del Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

_____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primera instancia a Dios todopoderoso, que me ha dado una segunda oportunidad para vivir y poder concretar mis sueños, me guio y dio fuerzas suficientes para seguir adelante a pesar de las circunstancias difíciles de la vida, enseñándome encarar las adversidades y no desfallecer en el intento.

A mi familia, quienes son pilares principales de amor y contención. Mis padres, por festejar cada triunfo y abrazarme en las caídas. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores y principios, que guiaron mi camino para hoy estar en este lugar.

A mis sobrinos, especialmente a Santino y Matías, fuente de inspiración para realizar este trabajo de investigación, por ellos y para ellos, con todo el amor de su madrina.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que conocí en este transcurso académico que me contuvieron y guiaron para avanzar en mi carrera, especialmente a la Lic. Guadalupe Garrido. E Ing. Rafael Visa.

A mi grupo de trabajo, de la Escuela de Ciencias de la Salud, de la Universidad por hacerme parte de su equipo y alentarme a seguir en mis estudios.

A mis compañeros y amigos, Miguel y Enzo, por compartir este camino de estudiante por su ayuda personal y académica.

A todos los padres de niños con TEA, que han confiado en mí para poder relatar sus experiencias e historias de sus hijos, ayudándome en mi trabajo y visualizar una problemática social, un millón de gracias.

TEMA

SENSIBILIZACION SOBRE CEA

1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años en Salta se ha incrementado el número de Certificados Únicos de discapacidad (CUD), especialmente los englobados en la Discapacidad Intelectual. La Condición del Espectro Autista, es uno de ellos, cada 60 niños nacidos 1 posee esta condición, lo que trae consecuencias en las áreas de comunicación, interacción social, conducta y el procesamiento sensorial.

Las personas con CEA, han sido estigmatizadas desde sus inicios, no pudiendo escolarizarse ni alentar a mejorías. Desde el 2015, se creó el manual DSM-5 (manual Diagnostico y estadístico de los trastornos mentales), distingue los niveles de Autismo, Leve, Moderado y Severo. Los diagnosticados con los niveles, leve y moderado, son escolarizados, y esto conlleva a que todo el entorno deba capacitarse acorde a lo que ellos necesitan, sea familiar y escolar. Es común que los establecimientos públicos no suelen disponer de los recursos, servicios y políticas adecuadas para las personas con esta condición.

Tenemos una doble intención con respecto a este proyecto, primero será la sensibilización del CEA, que en consecuencia brinda una integración e inclusión de la persona con esta discapacidad, como así también disminuir los casos de bullying escolar, ya que el desconocimiento es una falencia principal para este tipo de acciones violentas de los pares. De esta premisa partimos nuestro trabajo de investigación.-

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las variables relacionadas con la información que inciden en la inclusión y el bullying de las personas con Espectro Autista?

1.1.1 Sistematización del Problema

- ¿Cómo se informan los alumnos sobre la condición del espectro Autista?
- ¿Cómo se capacitan los docentes sobre las distintas condiciones de los alumnos?
- ¿Qué interés tiene la población general sobre el espectro Autista?
- ¿Cambiaría la actitud de los adoptantes objetivos, frente esta Condición, si se sensibiliza?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivos General

- Conocer las variables relacionadas con la información que inciden en la inclusión y el bullying de las personas con Espectro Autista.
- Fomentar la sensibilización de los pares del aula.-

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar qué acciones se realizan desde el Ministerio de Educación, para capacitar a los Docentes, y sensibilizar a los pares, sobre CEA.-

- Determinar la importancia de la información y el cambio de conducta hacia las personas con CEA.-

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación teórica

La investigación busca, mediante la aplicación de los estudios cuantitativos y cualitativos, visibilizar el problema de inclusión de las personas con Condición de Espectro Autista, para aportar al conocimiento existente de marketing social, tanto en los conceptos como en el plan de acción.

También nos permitirá, sistematizar una propuesta de un programa de Sensibilización sobre CEA, para ser incorporado en las ciencias de la educación, ya que quedaría demostrado que este programa mejorara la inclusión de las personas con CEA.

Esta investigación, será el punto de partida para investigaciones futuras.-

1.3.2 Justificación Práctica

De acuerdo con los resultados obtenidos basados en los objetivos planteados por la investigación, se busca que los pares y docentes escolares aprendan sobre los diferentes conceptos y formas que posee la Condición de Espectro Autista, y cambiar las actitudes frente a este espectro.

A su vez, también buscamos reducir los casos de bullying escolar, iniciados por la condición misma y ser un punto referente para el gobierno, sobre la necesidad de realizar estos programas.

1.3.3 Justificación Metodológica

La elaboración y aplicación de cada una las técnicas de investigación, como las encuestas, a los alumnos sobre el tema, pretende realizar un diagnóstico sobre la información poseen, y nos permitirá establecer el modo del programa de sensibilización.

También, se harán entrevistas, para padres y profesionales que tratan a personas con Autismo. Estas técnicas demostraran la validez y confiabilidad, de nuestra investigación.-

1.4 VIABILIDAD

1.4.1 Viabilidad Técnica

Se considera que el proyecto expuesto es viable técnicamente, se establece que poseen las herramientas necesarias para realizarlo, tanto materiales como humana.-

1.4.2 Viabilidad Económica

Económicamente el proyecto demuestra ser viable, ya que no se consideran grandes desembolsos de dinero para realizarla.-

1.4.3 Viabilidad Temporal

Es viable temporalmente, se requiere de un tiempo prudencial aproximado de tres meses, hasta ser finalizada y llegando a mes de Diciembre para exponer las conclusiones de la investigación.

Las encuestas y entrevistas serán breves, y ejecutadas de forma inmediata.-

1.4.4 Viabilidad de Información

El tema de investigación principal cuenta con el acceso a información primaria, profesionales de la salud y de la educación que tienen interacción directa con personas y

familia de personas con CEA, también el curso realizados por el investigador, ABC del Autismo de la Fundación Brincar, conformara la información secundaria.-

1.4.5 Viabilidad Ética

Con la ejecución de nuestra investigación no se alterara ni se causara ningún daño a ningún individuo, comunidad ni ambiente. Las fuentes son fiables, y se cuenta con la correspondiente autorización para realizar el trabajo en el campo de la Universidad Católica de Salta.-

2 MARCO TEORICO

En esta segunda parte hacemos referencia del marco teórico utilizado como base para desarrollar el trabajo. En primera instancia, detallamos los conceptos de Marketing Social y las Campañas Sociales, lo cuales nos servirán de herramientas a la hora de diseñar una campaña de Marketing Social destinada al conocimiento de la Condición Autista.

2.1 CONCEPTO DE MARKETING SOCIAL

El autor Philip Kotler, recuerda que en 1951 un autor llamado Wiebe, planteó lo siguiente: -¿Por qué no se puede vender hermandad como se vende jabón? Desde ese momento intento responder aquella pregunta.

En 1971, Kotler y Zaltman, utilizan el concepto de Marketing Social, en un artículo titulado **"Social Marketing: An Approach to Planned Social Change"**, para aplicar el uso de postulados y técnicas del marketing comercial, en campañas de bien público o la difusión de ideas que beneficien a la sociedad.

Desde entonces, este concepto se utiliza para referirse al diseño, la puesta en práctica y el control de programas que tienen como objetivo, promover una idea o practica social en una determinada comunidad.

De acuerdo con Andreasen, define al Marketing social como la aplicación de las tecnologías del marketing comercial, para el análisis, planificación, ejecución y

evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los destinatarios específicos, para mejorar su bienestar personal así como el de la sociedad.

Kotler y Roberto, establecen que el Marketing Social, es una estrategia para cambiar la conducta, que combina los mejores los mejores elementos de los planeamientos tradicionales de cambio social con una planificación integrada y un marco de acción y utiliza los avances en la tecnología de las comunicaciones y en las habilidades de marketing.

Kotler y Levi, sostienen que la noción de marketing social comprende la utilización de todas las herramientas del marketing, en la búsqueda de provocar un cambio de comportamiento. Esto sugiere que el estudio del marketing social profundiza el estudio del marketing tradicional en la medida en que analiza el contexto del individuo, el vivir en sociedad. Al hacer un análisis del contexto existe la posibilidad de que ocurran transformaciones positivas, que pueden cambiar la realidad del mismo individuo y de la sociedad local para mejorarlos.

2.1.2 Causa Social: Concepto

Causa Social es la acción organizada realizada por un grupo que determinamos agente de cambio, con el objetivo de convencer a otros que llamamos destinatarios de que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, practicas o conductas.

Kotler y Roberto, postulan los elementos de una campaña de cambio social son:

1. Causa
2. Agente de cambio
3. Destinatarios
4. Canales
5. Estrategias de cambio

2.1.3 Producto Social

En el mercado de las causas sociales, surge el concepto de **productos sociales,** que se definiría como algo tangible o intangible que la organización puede ofrecer a la sociedad para facilitar el cambio, aceptación, o rechazo de determinado comportamiento o actitud. Podemos dar ejemplos de Producto Social:

- Promoción de una idea: ESI (Educación Sexual Integral).
- Practica social: Tolerancia cero en conductores de vehículos.
- Uso de determinado elemento: Uso adecuado del cinturón de seguridad.

Según Kotler, en su libro "Marketing Social: Estrategias para cambiar la Conducta Pública", establece que los agentes de marketing social se enfrentarán a cualquier de las siguientes tres clasificaciones de productos sociales:

1- Por dificultad de penetración en el mercado se clasifican en: Nuevos productos de marketing social, producto de marketing social superior y producto de marketing social sustitutivo.

2- Por complejidad de tareas del marketing se dividen en: producto social con una base tangible y producto social sin una base tangible.

3- Por el objeto de adopción: idea social, práctica de un acto aislado y práctica de un acto continuo.

Kotler también presenta una clasificación más generalizada de productos sociales:

1- Productos sociales que satisfacen una necesidad que ningún otro producto está satisfaciendo actualmente.

2- Productos sociales que satisfacen una necesidad que otros están cubriendo actualmente, pero que ninguno la satisface como él.

3- Productos sociales que satisfacen una necesidad que los adoptantes objetivo no saben que tienen, pero que es real.

Para Kotler y Roberto, el primer requisito para el éxito del marketing social es crear un nuevo producto social para satisfacer una necesidad que no se está satisfaciendo o diseñar un producto mejor que los existentes.

Por lo tanto, los autores señalan que el grado de ajuste entre el producto social y la sociedad, determina el valor para los destinatarios. En consecuencia, el ajuste influye en la percepción, actitud y motivación del grupo de destinatarios. Un ajuste equivocado, da lugar a una respuesta insuficiente o contraria por parte de los destinatarios.

En la opinión de Kotler y Roberto, muchas campañas de cambio social no tienen éxito porque el público-objetivo al que se dirige, no percibe la existencia de un problema, carencia o necesidad.

Por eso, la tarea de definir el ajuste entre el producto social y el público, radica en plantear claramente la importancia de adoptar el producto social que se ofrece. Como por ejemplo las campañas contra el tabaquismo: si bien los fumadores reconocen que fumar es riesgoso para la salud, muchos no ven en eso un inconveniente o no sienten el deseo o la necesidad de hacer nada con respecto a ese riesgo.

Andreasen sostiene que las características de una buena estrategia de aplicación del marketing, como instrumento del cambio social, son las siguientes:

- Debe centrarse en el destinatario
- Debe ser visionaria
- Cada programa debe tener diferenciación
- A largo plazo, se debe poder sostener y debe estar atento a los cambios del mercado y a las condiciones competitivas
- Debe ser fácilmente comunicada
- Debe ser motivadora
- Debe ser flexible

Destaca que al trabajar en el Marketing Social, no se debe actuar precipitadamente, por el contrario se debe actuar con prudencia y por etapas. Bien ejecutado, el marketing social puede provocar un cambio de vidas en pequeña o gran medida. Por ello, si los programas de marketing social tienen objetivos irrealistas, pueden

crear en la sociedad esperanzas no razonables que provocarían desengaño en la sociedad y cerrarían las puertas a futuros programas de marketing social.

2.1.4 El proceso de la Gestión del marketing social

Para Kotler el proceso de gestión del marketing social consiste en:

1. Analizar el entorno del marketing social.
2. Investigar y seleccionar la población de adoptantes objetivo.
3. Diseñar las estrategias de marketing social,
4. Planificación de los programas de la combinación de Marketing Social.
5. Organizar, puesta en práctica, controlar y evaluar el esfuerzo de marketing social.

2.1.5 Analizar el entorno del marketing social

La primera etapa del proceso de gestión del marketing social es analizar el entorno que rodea inmediatamente la campaña social concreta. Debemos evaluar la situación de la población con respecto al Producto Social, como así también la capacidad de las organizaciones que distribuyen dicho Producto Social.

La finalidad de este análisis es determinar el segmento de adoptantes objetivo para el Producto Social que se presentara.

2.1.6 Investigar y seleccionar la población de adoptantes objetivos

Como segundo paso de la gestión, se debe proceder a una profunda investigación sobre las actitudes, creencias, valores y conductas específicas de los adoptantes objetivos del plan, como así también las características concretas de los productos sociales.

Cada grupo tiene un conjunto particular de creencias, actitudes y valores, por lo tanto las estrategias de marketing social se deben adaptar de acuerdo a las necesidades de cada segmento al que se dirige.

Los tópicos que se pueden abordar con el marketing social son muy variados. Por lo tanto, como primer paso en el planeamiento estratégico, es necesario contar con la metodología de investigación y a partir de allí, planificar en consecuencia las estrategias. Sin una estructura para comprender cómo las personas toman decisiones y pasan a la acción, será difícil elaborar una estrategia acertada.

Los recursos para un programa de marketing social, son escasos, y para evitar un error en las erogaciones de recursos, es necesario investigar para tomar decisiones certeras.

La investigación puede ser cuantitativa o cualitativa:

- **La investigación cuantitativa:** esta investigación es necesaria cuando se necesita números exactos acerca del público-objetivo o sobre algunos aspectos de la estrategia de Marketing. Este tipo de investigación permite calcular y medir de varias formas, que saben las personas sobre determinada información, o el grado de compromiso con ciertas prácticas, o si hay sentimientos positivos hacia la organización. En la investigación cuantitativa, se utiliza una muestra representativa de la población a estudiar. Esta investigación ayudara a los investigadores a llevar estadísticas que serán útiles para definir los posibles cursos de acción.

- **La investigación cualitativa:** en esta investigación no incluye muestras representativas y sobre sus resultados no se pueden realizar proyecciones para la población en general. Aquí se pueden utilizar conversaciones estructuradas con miembros del público objetivo, que se puede combinar con una observación de campo y estudio de casos de grupos localizados. Las investigaciones cualitativas buscan conocimiento y tendencias, no números estadísticamente verificables.

2.1.7 Diseñar las estrategias del marketing social

Como primera instancia, los agentes de Marketing Social, deben especificar los objetivos que quiere lograr con el Marketing Social. Dichos objetivos deben ser: específicos, medibles y alcanzables. También deben estar sujetos al criterio de factibilidad de realización, esto significa metas reales, ni tan altas que no se puedan concretar, ni tan bajas que no nos inspire estimulación para seguir.

La estrategia del Marketing Social determina el plan de acción para alcanzar los objetivos de la campaña de Marketing Social.

La estrategia comienza concentrándose en el adoptante objetivo que es el destinatario del programa de Marketing Social, de quien es necesario conocer sus necesidades y deseos. Estos deben prevalecer sobre los deseos y necesidades de la organización que realiza un programa de marketing social.

Andeasen sostiene que las características de una buena estrategia de aplicación del Marketing, como instrumento de cambio social, son las siguientes:

1- **Debe centrarse en el destinatario:** lo que significa que debe enfocarse principalmente, en encontrar las necesidades y deseos del público objetivo.

2- **Debe ser visionaria:** debe articular un futuro, que ofrezca un sentido claro de hacia dónde va el programa.

3- **Cada programa debe tener diferenciación:** el profesional de marketing social, resaltara y ofrecerá al público- objetivo, una única razón para emprender las acciones que el pretenda.

4- **A largo plazo, se debe poder sostener y debe estar atento a los cambios del mercado y a las condiciones competitivas:** si la estrategia quiere tener éxito, debe estar preparada para anticiparse al cambio.

5- **Debe ser fácilmente comunicada:** los elementos centrales de la estrategia serán simples y claros, de modo que el público-objetivo y el propio personal del programa no entienda de forma ambigua la estrategia sino de forma exacta y porque será sostenida.

6- **Debe ser motivadora:** el programa no debe ser visto uno de tantos programas, ni debe tener aspiraciones irrealistas.

7- **Debe ser flexible:** la esencia de la estrategia debería ser lo suficientemente amplia, para que permita diversos modos actuar a quienes la ejecuten.

Una vez establecidos los objetivos del programa, Kotler y Roberto, indican que los agentes de Marketing Social deben decidir con que solventaran los gastos para cumplimentar los mismos. La forma de valorar el presupuesto, es por "fijación de objetivos", utilizando indicadores aceptables gastos-objetivos.

Los autores establecen, que para la distribución de presupuesto se debe tener en cuenta las siguientes herramientas, las 4P del marketing:

- **Producto:** lo que se está ofreciendo a la comunidad, a los adoptantes objetivo, mediante uno o varios agentes de cambio.

- **Plaza o distribución:** medio por el cual es entregado el producto social a los adoptantes objetivo. Incluye puntos y canales de distribución. También como medir constantemente su interés en la propuesta a todos los miembros.

- **Precio:** los costos que los adoptantes objetivos están dispuestos a soportar.

- **Promoción:** conjunto de medios por lo que el Producto social se promueve entre los adoptantes objetivo.

A estas cuatro "P" se le ha agregado tres "P" que los complementan:

- **Personal:** aquellos agentes que venden el producto social a los adoptantes objetivos.
- **Presentación:** elementos utilizados para la presentación del producto social, mediante los cuales se capta al adoptante objetivo.
- **Proceso:** etapas de cambio de comportamiento, en el cual el adoptante objetivo adquiere el producto social.

2.2 Conciencia Social

Platón dice "la conciencia es una brújula para el bien y un freno para el mal". Una conciencia bien formada es un salto a la inteligencia y al desarrollo humano. Inteligencia como luz de la que menciona

Confucio dice la conciencia es "luz de la inteligencia para distinguir el bien y el mal". Si la conciencia es así entonces todos debemos buscarla, estos filósofos nos invitan a obtenerla para vivir en paz, sin daño personal y como seres inteligentes.

Enrique Campag Chang, sostiene que el que no tiene conciencia no tienen inteligencia, por lo que carece de valores humanos para la vida. La inteligencia es la que nos mueve y la conciencia es la luz que nos hace movernos. Con ella hacemos una sociedad buena, justa, digna y un mundo habitable, con un ecosistema puro y limpio del planeta, donde todos los seres humanos viviríamos como hermanos. Sin esto la sociedad está perdida y viviremos como salvajes en una jungla, comiéndonos y devorándonos unos a otros. La conciencia social y moral nos hace distinguir entre lo bueno y lo malo, nos opone a la corrupción, a la mentira, al egoísmo, a la envidia y a todos los vicios desarmadores de las buenas costumbres, del supremo bien de los seres humanos. Quien lucha para su

implante se vuelve contrario al sistema impuesto. Solo tú conciencia salva la humanidad y el planeta.

Todas las acciones deben hacerse por amor a los demás. Creo que antes de hablar de la necesidad de valores, debe de hablarse de la necesidad de amor a los demás, pero amar con conciencia social, amar con sinceridad y con justicia social. Los valores sociales

deben ser incorporados dentro de la vida cotidiana, de todos los miembros de la sociedad, priorizando las virtudes del buen vivir, como por ejemplo: la amistad, la solidaridad, la justicia, la humildad, la sinceridad, la libertad, el servicio, la bondad y otras que pueden darnos una mejor convivencia con nuestros semejantes. En esta colectividad social prevalece el bien común, y se debe compartir los problemas particulares de cada individuo.

2.2.1 Imaginario colectivo

Un imaginario social es un conjunto de valores, instituciones, leyes, símbolos y mitos comunes a un grupo social más o menos concreto y, en parte, a su correspondiente sociedad. Puede que en los imaginarios haya un cierto juego y tensión entre emoción y razón, entre lo real, lo práctico, el deseo, cierto orden simbólico.

La instauración de un imaginario colectivo no debe ser una utopía, sino un procedimiento que nos permita analizar la realidad actual. La imagen está directamente relacionada con la figura o apariencia; convirtiéndose en una representación mental de lo que se percibe. Esta percepción, al ubicarse en un contexto y tiempo determinado, no siempre concuerda con la realidad. Un imaginario “es el efecto de una compleja red de relaciones entre discursos y prácticas sociales, e interactúa con las individualidades”. Este imaginario colectivo genera tendencias que se manifiestan a través del lenguaje y de la interacción.

Los modelos de los imaginarios colectivos son temporales, lento pero continuo. Es la percepción que se tiene sobre un grupo utilizando estereotipos; los medios masivos de comunicación tienen una influencia en la conducta y comportamiento de la sociedad.

2.2.2 Campaña de sensibilización

La sensibilización se asocia a los estímulos que nosotros podemos recibir a través de nuestros cinco sentidos (tacto, olfato, visión, audición y gusto) y que de algún modo activan a nuestro cerebro despertando emociones, generando sentimientos, logrando estimular una parte emocional de nosotros mismos, y en general la sensibilización siempre tiene un objetivo. Engloba incontables formas de actividades cuyo propósito es concientizar a la población sobre diferentes aspectos y ayudarla a entenderlos. Ahora bien ¿Qué tipo de actividades de sensibilización tienen la mayor incidencia?

El marketing tiene el primer rol comercial de "estimular" el consumo de productos y servicios: para ello se vale de esa fenomenal herramienta que tiene de poder cambiar (o al menos intentarlo) el comportamiento establecido de los consumidores. Este "poder" puede traducirse en llevarnos de una marca a la otra, o de tentarnos con algo que no conocemos o sabemos. Algo más difícil, es buscar modificar hábitos o comportamientos establecidos, eso que se llama comúnmente "concientizar" sobre algo. Desde el desperdicio ambiental hasta el comportamiento civil más educado.

Una campaña o actividad de sensibilización eficaz es la que consigue hacer llegar un mensaje a una audiencia en particular, e influye en el comportamiento de dicha audiencia. Esto es más fácil en teoría que en la práctica. Una campaña de sensibilización intentará despertar sentimientos como bondad o solidaridad en las personas, a partir de los sentidos, como podría ser en este caso la vista o el oído. Hablar a gritos no basta para conseguir que la gente escuche. La investigación, la reflexión y una cuidadosa planificación aumentarán la probabilidad de conectar con la audiencia prevista y lograr un efecto.

2.2.3 Concepto de discapacidad

El concepto de discapacidad ha experimentado una extraordinaria evolución a lo largo de nuestra historia. Muy atrás en el tiempo, en las culturas antiguas se asociaba a intervenciones de poderes sobrehumanos o castigos divinos, siendo una condición que

generaba rechazo y aislamiento. En el siglo XV la discapacidad se seculariza y aparecen las primeras instituciones denominadas manicomiales, como su propio nombre indica, desde un punto de vista discriminatorio, segregador y estigmatizante.

En el siglo XX se comienza a percibir la discapacidad desde un enfoque asistencial, el Estado se implica y se crean los primeros centros de educación especial, pero desde una perspectiva excesivamente paternalista, que refuerza la dependencia y las actitudes de discriminación social y laboral. Esta mayor tendencia a la protección se ve reforzada tras la II Guerra Mundial, con la aparición de numerosas discapacidades sobrevenidas: por primera vez, algunas personas con discapacidad son consideradas héroes.

Así, en la segunda mitad del siglo XX se empiezan a forjar los primeros lobbies, asociaciones formadas por personas con discapacidad y sus familias que se unen para defender sus derechos. Poco a poco, las personas con discapacidad van empoderándose y adquiriendo más presencia en la agenda política, aunque el camino por recorrer es aún inmenso. En España, en el año 1982 se produce un punto de inflexión con la aprobación de la LISMI (Ley de Integración Social del Minusválido), hoy llamada Ley General de la Discapacidad, que reconoce los derechos de las personas con discapacidad y establece, por primera vez, la obligatoriedad de incorporar un porcentaje no inferior al 2% de trabajadores con discapacidad en las empresas de más de 50 trabajadores.

Entrando al 2000, es cuando comienza a abandonarse la perspectiva asistencial y paternalista, que concibe a la persona con discapacidad como dependiente, inactiva e improductiva, para evolucionar hacia un nuevo enfoque en el que la persona con discapacidad cuenta con habilidades, competencias, recursos y potencialidades, si se le brindan los apoyos necesarios. En 2001, la Organización Mundial de la Salud (OMS) establece una definición de discapacidad que supone un antes y un después.

La discapacidad es una condición del ser humano que, de forma general, abarca las deficiencias, limitaciones de actividad y restricciones de participación de una persona.

Así, la discapacidad es un fenómeno complejo que no contempla al individuo de forma aislada, sino en su interacción con la sociedad en la que vive. Esta definición reconoce, por primera vez, el contexto social como factor determinante en la discapacidad de una persona.

2.2.4 Idea Social de la discapacidad

El modelo social de la discapacidad se presenta como nuevo paradigma del tratamiento actual de la discapacidad, con un desarrollo teórico y normativo; considera que las causas que originan la discapacidad no son religiosas, ni científicas, sino que son, en gran medida, sociales. Desde esta nueva perspectiva, se pone énfasis en que las personas con discapacidad pueden contribuir a la sociedad en iguales circunstancias que las demás, pero siempre desde la valoración a la inclusión y el respeto a lo diverso. Este modelo se relaciona con los valores esenciales que fundamentan los derechos humanos, como la dignidad humana, la libertad personal y la igualdad, que propician la disminución de barreras y dan lugar a la inclusión social, que pone en la base principios como autonomía personal, no discriminación, accesibilidad universal, normalización del entorno, diálogo civil, entro otros. La premisa es que la discapacidad es una construcción social, no una deficiencia que crea la misma sociedad que limita e impide que las personas con discapacidad se incluyan, decidan o diseñen con autonomía su propio plan de vida en igualdad de oportunidades.

En la actualidad, persisten aún multitud de tics históricos y culturales y desconocimiento, que perpetúan las actitudes de sobreprotección, posicionan las políticas pasivas de empleo (subsidios) como la única opción económica para las personas con discapacidad y conducen a la inactividad y a la dependencia. A día de hoy, la tasa de actividad de las personas con discapacidad es aún muy baja (35%). En otras palabras, un 65% de las que tienen edad laboral no tiene empleo ni lo busca.

2.2.5 Educación y Trastorno del Espectro Autista

Sabemos que son muchas las áreas alteradas en un niño con CEA, siendo diferentes en cada caso. Por ello es que se debe tener en cuenta estas distinciones al momento de

plantear una intervención terapéutica o educativa. A modo de ejemplo, incluso en un período breve de dos años de escolarización, mejora el desarrollo educativo de los niños con CEA; y cabe señalar que quienes presentan un progreso educativo tienden a un mejor pronóstico.

Los métodos educativos de niños con autismo según Powers (1992), deben ser estructurados y basados en los conocimientos desarrollados por la modificación de la conducta; deben ser evolutivos y adaptados a las características personales de los alumnos, funcionales y con una definición explicita de sistemas para la generalización; y deben implicar a la familia y la comunidad, siendo intensivos y precoces.

Con respecto al aprendizaje de niños con CEA, Vivas plantea que es necesario diseñar un plan específico basado en un sistema de planificación centrada en la persona que posea metas claras y evaluables. Las estrategias visuales tales como dibujos, fotos o símbolos ayudan en el aprendizaje, desarrollo de la comunicación y regulación del comportamiento de niños con CEA.

La educación de los niños con CEA debe tener en cuenta que éstos tienen problemas en la constitución psíquica y su estructura se encuentra en los “tiempos de su construcción”, por lo tanto queda “todo por hacer”.

Los problemas de comunicación en el autismo varían según el desarrollo social e intelectual de la persona. Algunos tienen vocabularios muy ricos y pueden establecer conversaciones con los temas de interés, y otros no son capaces de hablar. Se les puede dificultar hacer uso del idioma de forma adecuada y muchos tienen dificultad con el significado de la palabra y la oración, el ritmo y la entonación. Es frecuente que aquellas personas con autismo que pueden hablar digan cosas sin contenido o presenten ecolalia: repetición de algo escuchado anteriormente. Esto nos hace pensar en los obstáculos que estas limitaciones le proporcionan a un niño con CEA al momento de integrarse a una escuela regular.

Dada las dificultades curriculares que presentan los alumnos con CEA son importantes las adaptaciones curriculares individualizadas. Éstas se realizan en muy pocos casos, e incluso en éstos no se revisan luego de su elaboración. En su lugar se aplican programas de desarrollo individualizado destinados a mejorar la sintomatología del CEA. Es importante que haya una oportuna adaptación curricular para que el niño con CEA pueda seguir la escolarización incluido en su clase. Esto nos hace pensar en que problemáticas

deben afrontar los maestros, ya que es muy frecuente que los alumnos con autismo sufran bullying o acoso escolar.

2.3 CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL TEMA SENSIBILIZACION SOBRE CEA

2.3.1 TEA o CEA

El autismo es una alteración que se da en el neurodesarrollo de competencias sociales, comunicativas y lingüísticas y, de las habilidades para la simbolización y la flexibilidad. Según este manual los Trastornos Generalizados del Desarrollo (TGD) son una "perturbación grave y generalizada de varias áreas del desarrollo: habilidades para la interacción social, habilidades para la comunicación, presencia de comportamientos, intereses y actividades estereotipadas. Las alteraciones cualitativas, son claramente impropias del nivel de desarrollo o edad mental del sujeto." (DSM-IV-TR).-

2.3.2 Sensibilización

La sensibilización se asocia a los estímulos que nosotros podemos recibir a través de nuestros cinco sentidos (tacto, olfato, visión, audición y gusto) y que de algún modo activan a nuestro cerebro despertando emociones, generando sentimientos, logrando estimular una parte emocional de nosotros mismos, y en general la sensibilización siempre tiene un objetivo.

2.3.3 Actitud

Según Kretch y Chutchfield (1952) la definen como: “una organización estable de procesos motivacionales, perceptivos y cognoscitivos, concernientes a un aspecto del universo del individuo”.-

2.3.4 Población adoptante

Kotler (1992) lo denomina “adoptantes objetivo” y quizás sea esta la mejor forma de llamarlo, porque son aquellos que deben aceptar y adoptar las conductas y las acciones de desarrollo que se llevan a cabo, a fin de cumplir con los objetivos planteados.

2.3.5 Estímulo

La noción de estímulo encuentra su raíz en el vocablo en latín “**stimulus”**, cuyo significado es aguijón. Esta palabra describe al factor químico, físico o mecánico que consigue generar en un organismo una reacción funcional. El término también permite hacer mención al entusiasmo para desarrollar una determinada acción o trabajar.

2.3.6 Interés

El concepto interés se origina en el latín **“interesse”**, y funciona para expresar aquello que hace que a las personas les importe alguna cuestión. La primera acepción del término es entonces la vinculada con la psicología y la emotividad, que entiende que el interés es un sentimiento que hace que uno atienda a un acontecimiento o a un proceso.

2.4 ANTECEDENTES DEL TEMA

1. **Inclusión de los niños con TEA en escuelas regulares de Montevideo: la vivencia de los maestros. Montevideo, Uruguay Julio, 2016. Autor: Antonella Luaces**

   El proyecto tuvo como objetivo investigar la vivencia de los maestros acerca de la inclusión de los niños con Trastorno del Espectro Autista (TEA) en las escuelas regulares de clase media de Montevideo. Uruguay es pionero a nivel regional en estrategias de educación de personas con discapacidad (Viera y Zeballos, 2014).

   Población: Maestros de Montevideo Uruguay

   Diseño metodológico: Se lleva a cabo una investigación cualitativa.

   Resultados: lo que esperan obtener son la producción de información sobre la vivencia de los maestros acerca de la inclusión de niños con TEA en aulas regulares del Montevideo con el objetivo de conocer la situación actual del país. A partir de este material y su codificación y análisis, se pretende construir categorías discursivas entorno a la problemática de los niños con TEA para luego realizar su relativización. También se espera que los datos obtenidos ayuden a reflexionar acerca de la problemática y la intervención de los pares para que pretendan mejorar la calidad de vida de los niños con TEA y sus familias.

2. **Inclusive education for pupils with autistic spectrum disorders in secondary mainstream schools: Teacher attitudes, experience and knowledge. Junio 2011**
   Autores: Neil Humphrey The University of Manchester, Wendy Symes University of Birmingham.

   El objetivo del estudio fue examinar la experiencia, las actitudes y el conocimiento del personal escolar en relación con la educación inclusiva para alumnos con trastornos del espectro autista (TEA) en las escuelas secundarias convencionales.

   Población: Cincuenta y tres participantes de 11 escuelas secundarias en el noroeste de Inglaterra.-

   Metodología: Encuestas de información sociodemográfica y de experiencia docente.

   Resultados: El análisis también mostró que los gerentes superiores y los coordinadores de necesidades educativas especiales informaron una mayor autoeficacia en la enseñanza de alumnos con TEA y en el manejo de comportamientos asociados con TEA que los maestros de las asignaturas. Finalmente, los encuestados informaron que la inclusión social es un beneficio potencial y un desafío para los alumnos con TEA. Se discuten las implicaciones de estos hallazgos para el entrenamiento y la práctica futuros.

3. AUTISMO: CONÓCEME, COMPRÉNDEME, ACÉPTAME. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN 2009.-

La campaña de sensibilización se ha desarrollado en dos vertientes: por una parte se realizan acciones destinadas a la población general y por otras acciones destinadas a sectores o ámbitos profesionales de sanidad, educación y servicios sociales.

Los objetivos específicos que se plantearon en la sensibilización dirigida a la población general son principalmente:

- Reincidir en la difusión de los signos de alerta de un posible TEA en los primeros años de desarrollo.
- Fomentar la implicación ciudadana en el conocimiento no estereotipado de las personas con autismo.
- Informar sobre los recursos existentes en Castilla y León.
- Promover acciones que impliquen a la comunidad y favorezcan los procesos de inclusión e integración social de las personas con autismo, y hacerlo en coordinación con todas las asociaciones de autismo de Castilla y León.

Población: Población general en España en la localidad de Castilla.-

Metodología: Acciones en el ámbito educativo, asesoramiento virtual y asesoramiento virtual y telefónico.

3 Marco Empírico

3.1.1 ANÁLISIS EXTERNO

➢ ANÁLISIS DEL ENTORNO

✓ *Entorno Político*

Las políticas actuales con respecto a las campañas de sensibilización, han ido acrecentando, tomando como motor impulsor de los cambios de actitudes frente a las problemáticas sociales.

En el año 2007, la Organización de Naciones Unidas designó al 2 de Abril como el Día Mundial de Concientización sobre el Autismo. Este día fue declarado por ley como el Día de Concientización sobre el Autismo también en la Argentina.

El objetivo de este día es generar acciones para la reflexión acerca del autismo, actividades de difusión sobre la importancia del diagnóstico precoz y la intervención temprana. La invitación es también a trabajar para la inclusión social de todos los niños, niñas y adolescentes con algún Trastorno del Espectro Autista a través de eventos comunitarios.

Si bien aún no contamos con estadísticas nacionales, se estima que la prevalencia del Trastorno del Espectro Autista es del 1%. Es cinco veces más frecuente en varones que en niñas y aparece por igual en todas las clases sociales, culturas y razas. En general las manifestaciones clínicas son tempranas y van haciéndose evidentes a medida que el niño se desarrolla.

Desde el 2009 las ONG llevan adelante fuertes campañas de concientización y ha sido el alma mater en la redacción de la Ley 27.043, Ley integral de Autismo, aprobada en diciembre de 2015 por el Congreso Nacional.

Es importante tener presente que el autismo es una discapacidad intelectual, pues las personas con esa condición experimentan obstáculos para la interacción social y la comunicación que dificultan su inclusión social.

Las entidades gubernamentales como la Secretaria de Discapacidad, el Ministerio de Derechos Humanos, tienen un presupuesto fijo para realizar difusiones de

sensibilización de los temas que requieran; no así las Fundaciones, como Brincar, PANAACEA, Padres de hijos con autismo, Familiares de chicos con autismo, se deben de solventar con fondos propios las campañas que se realicen. La ley no contempla sensibilizar la población sobre el tema (como la violencia contra la mujer).-

- ✓ ***Entorno Económico***

El Presupuesto Nacional contempla los gastos gubernamentales para atender las distintas políticas públicas que lleva a cabo el Estado Nacional. De esta forma, se puede conocer las principales acciones que se financian con los fondos públicos.

El pago de jubilaciones, los planes sociales, la inversión en salud y educación, las políticas de seguridad y defensa, los programas de trabajo, los planes productivos y de agroindustria. Todos esos conceptos, y muchos otros, forman parte del Presupuesto Nacional 2019.

El marco legal que guía las políticas públicas y en especial las vinculadas a la educación, se orienta hacia la promoción de la igualdad, la inclusión y el logro educativo de todos los niños y jóvenes, desde el Ministerio de Educación se llevan adelante diversas acciones con el objetivo de visibilizar y propiciar la mejora para una cultura escolar inclusiva que posibilite el fortalecimiento de las trayectorias educativas de los alumnos.

Destacaron que la educación inclusiva, la formación docente y la difusión de la resolución antes mencionada, son eslabones prioritarios que fueron tratados en el primer día del evento, que tiene como objetivo profundizar aspectos motivadores sobre la práctica docente para la apropiación de las normativas vigentes, y brindar las herramientas necesarias para una gestión escolar inclusiva.

En este aspecto, hizo mención de la necesidad de transformación de las culturas, políticas y prácticas de los mismos para que sean capaces de articular con equidad la presencia, el aprendizaje y la participación de todos los alumnos sin exclusiones.

Son muchas las condiciones imprescindibles para poner en marcha y hacer sostenibles procesos de mejora e innovación escolar y apuntó a la necesidad de construir redes de apoyo dentro de los centros y entre éstos y su entorno.

En este 2019, nos encontramos con cambios de gobiernos, lo cual producen inestabilidad económica, la devaluación es el tema común en estas situaciones. En el mundo también nos encontramos en una recesión. Si bien el panorama económico general no es bueno, los presupuestos no se recortan en esta necesidad.-

- ✓ ***Entorno Tecnológico***

El boom de las Apps para Tablet y móviles ha propiciado el surgimiento de una gran cantidad de aplicaciones centradas en el mundo de la educación, y concretamente del CEA, propiciando que docentes, familias y niñas/os que conviven con ello, hayan encontrado un espacio al que acudir en busca de nuevas herramientas para potenciar el aprendizaje, denominadas herramientas TIC TEA.

1. Las Tics ayudan a potenciar los estímulos sonoros y visuales, por ejemplo:

- **Autismo iHelp**: Esta aplicación ayuda a potenciar uno de los aspectos en los que las niñas y niños con CEA pueden verse afectados en su desarrollo, la adquisición del lenguaje.

- **Talk different**: Una aplicación que ayuda a establecer comunicación a las personas que tiene CEA. Hoy en día se sabe que las personas con CEA se guían por estímulos, donde las imágenes y dibujos juegan un papel fundamental a la hora de comunicarse con otras personas.

- **Maizapps**: es un proyecto sin ánimo de lucro dedicado a crear aplicaciones tecnológicas que facilitan la vida de las personas con autismo y su entorno. De este modo, el proyecto pretende crear una familia de aplicaciones para facilitar la labor de los educadores en su trabajo con las personas con autismo y buscar una forma de mejorar la calidad de vida de las mismas y sus familias.

- **Appyautism**: ofrece una selección de las mejores aplicaciones para ordenadores Windows y Mac y de las mejores Apps para dispositivos

Android, iOS y Windows Phone, así como un potente buscador para localizar las mejores Apps para cada persona. El equipo de AppyAutism ha trabajado en catalogar todas estas Apps, y también en impulsar un curso online y gratuito de "Aplicaciones móviles y otras tecnologías para personas con autismo", realizado junto con 25 profesionales, patrocinado también por la Fundación Orange y que forma parte de la oferta formativa de la Universidad Autónoma de Madrid.

- **APPS For Children Wuth Special Needs**: En esta web se han compilado una lista de 1000 aplicaciones utilizadas por docentes, terapeutas y padres. Esta lista es el resultado de interminables horas de colaboración de profesionales de todo el mundo y las aplicaciones aquí presentadas se consideran una de las mejores para ayudar a niños y adultos con necesidades especiales, así como a profesores y terapeutas.

Por su parte, son pocos los emprendimientos que surgieron en Latinoamérica en los últimos años. Entre ellos se destacan: Lazarillo (un emprendimiento colombiano que implica la primera consola de videojuegos para autistas) o Cangame, (una iniciativa brasileña para que ningún chico se quede sin tratamiento, que fue reconocida por el BID como una de las más disruptivas de la región. Nuestra región no cuenta con creadores y con actualizaciones sobre el tema, muchas aplicaciones solo se encuentran en Ingles.-

- ✓ ***Entorno Socio Cultural Demográfico***

Los niños con discapacidad son juzgados y definidos por sus carencias más que por sus capacidades. De este modo, son muchas veces invisibilizados: sus partidas de nacimiento no son registradas debidamente, no figuran en los censos demográficos, o directamente permanecen ocultos en sus hogares o instituciones especiales. Su individualidad, dignidad y derecho a la vida se le deniegan sistemáticamente

La educación, entendida entonces como la llave del crecimiento y la realización personal, es amparada a través de un cuerpo normativo acorde.

Ahora, ¿de qué hablamos cuando hablamos de educación inclusiva?

La Educación Inclusiva supone reconocer:

- Diferentes historias de vida personal, contexto social y familiar.
- Diferentes puntos de partida en la construcción de los aprendizajes.
- Distintos ritmos de aprendizaje, relaciones vinculares interpersonales.
- Al "otro" con su singularidad, eliminando miradas que se establecen a través de parámetros que puedan subestimarlos.

La educación inclusiva parte de respetar la singularidad del alumno, reconocer las diferencias y valorarlas en sus aspectos positivos y fortalecer las áreas necesarias para desarrollar los apoyos específicos que se requieran.

Sin embargo, la inclusión educativa resulta por lo menos bastante dificultosa. Las razones generalmente versan sobre falta de vacantes, ausencia de personal especializado, carencias edilicias en materia de accesibilidad, entre otras.

El enunciado precedente resulta un conjunto de excusas de los establecimientos para ocultar el mensaje que algunas pocas instituciones lo manifiestan claramente: no hay interés en proyectos de educación inclusiva.

Como podemos ver, el escenario es sumamente confuso, emergiendo como principal perjudicado el niño/a que no encuentra escuela para desarrollarse.

A pesar de la bondad de los objetivos perseguidos, la práctica demostró que se continúan marcando diferencias entre alumnos que presentaban algún tipo de déficit de aquellos que no, sobre todo en el terreno social y escolar. Se continúa con una mirada sesgada sobre la patología del alumno, con un gran déficit en la oferta para niños con discapacidades.

El alumno que se integra a la escuela común no pertenece a la misma, sino que sigue bajo la órbita de la educación especial. Dista mucho aun la realidad educativa de poder garantizar la educación inclusiva, fundamentalmente por insuficientes políticas de Estado al respecto, que a modo de ejemplo impulse la capacitación y formación de profesionales, que implique un cambio sustancial en dicha formación y en todo el ámbito educativo.

La inclusión de alumnos que presentan discapacidad continúa siendo resultado de la presión de los padres como se mencionó, tanto en la admisión de los mismos como en la cobertura por parte de los agentes de salud de la escolaridad.

En la ley 24.901 de prestaciones básicas, en el artículo 17, indica las prestaciones educativas y señala "Comprende la educación en todos sus tipos…" y específicamente el art. 21 hace mención a la educación inicial, "puede implementarse dentro de un servicio de educación común, en aquellos casos que la integración escolar sea posible e indicada". La norma coloca en cabeza de los agentes de salud la cobertura de la educación con integración.

La educación es un derecho constitucional, y la integración escolar es la herramienta necesaria para alcanzar que ese derecho beneficie a todos los habitantes del país, más allá de sus particularidades.

- ✓ ***Entorno Legal***

La Ley de Sistema de Protección Integral de las personas con discapacidad N° 22.431 fue sancionada y promulgada el 16 de marzo de 1981 por Jorge Rafael Videla con el objetivo de otorgar a las personas con discapacidades atención médica, educación y seguridad social. Y modificada para readaptarla en diferentes oportunidades.

La Ley N° 27.043 (Sanción: 19/11/2014) declara al TEA como discapacidad y de Interés Nacional el abordaje integral e interdisciplinario de las personas que presentan Trastornos del Espectro Autista (TEA).

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

Artículo 1°.- Declárase de interés nacional el abordaje integral e interdisciplinario de las personas que presentan Trastornos del Espectro Autista (TEA); la investigación clínica y epidemiológica en la materia, así como también la formación profesional en su pesquisa, detección temprana, diagnóstico y tratamiento; su difusión y el acceso a las prestaciones.

Art. 2°.- La autoridad de aplicación que determine el Poder Ejecutivo nacional tendrá a su cargo las siguientes acciones, sin perjuicio de aquellas que fije la reglamentación:

a) Entender en todo lo referente a la investigación, docencia, pesquisa, detección temprana, diagnóstico y tratamiento de los Trastornos del Espectro Autista (TEA), tomando como premisa la necesidad de un abordaje integral e interdisciplinario;

b) Coordinar con las autoridades sanitarias y educativas de las provincias que adhieran a la presente y, en su caso, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, campañas de concientización sobre los Trastornos del Espectro Autista (TEA);

c) Establecer los procedimientos de pesquisa, detección temprana y diagnóstico de los Trastornos del Espectro Autista (TEA) acorde al avance de la ciencia y tecnología;

d) Planificar la formación del recurso humano en las prácticas de pesquisa, detección temprana, diagnóstico y tratamiento;

e) Determinar las prestaciones necesarias para el abordaje integral e interdisciplinario en las personas que presentan Trastornos del Espectro Autista (TEA), que se actualizarán toda vez que el avance de la ciencia lo amerite;

f) Realizar estudios epidemiológicos con el objetivo de conocer la prevalencia de los Trastornos del Espectro Autista (TEA) en las diferentes regiones y provincias;

g) Realizar estudios estadísticos que abarquen a todo el país con el fin de evaluar el impacto de la aplicación de la presente ley;

h) Impulsar, a través del Consejo Federal de Salud, la implementación progresiva y uniforme en las diferentes jurisdicciones de un abordaje integral e interdisciplinario de los Trastornos del Espectro Autista (TEA) acorde a lo establecido en la presente, mediante los efectores de salud pública;

i) Establecer, a través del Programa Nacional de Garantía de Calidad de la Atención Médica, los protocolos de pesquisa, detección temprana, diagnóstico y tratamiento para los Trastornos del Espectro Autista (TEA);

j) Coordinar con las autoridades en materia sanitaria, educativa, laboral y de desarrollo social de las provincias que adhieran a la presente y, en su caso, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las acciones necesarias a los fines de la completa inclusión de las personas que presentan Trastornos del Espectro Autista (TEA) a los diferentes niveles educativos, laborales y sociales, de acuerdo a lo establecido por la Convención sobre Derechos de las Personas con Discapacidad, aprobada por la ley 26.378.

Art. 3°.- Sin perjuicio de lo establecido en el artículo precedente, deberá preverse la participación de la Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas con Discapacidad en la formulación de cualquier política pública vinculada a los Trastornos del Espectro Autista (TEA).

Art. 4°.- Los agentes de salud comprendidos en las leyes 23.660 y 23.661; las organizaciones de seguridad social; las entidades de medicina prepaga; la obra social del Poder Judicial, de las universidades nacionales, personal civil y militar de las fuerzas armadas, de seguridad, de Policía Federal Argentina; la Dirección de Ayuda Social para el Personal del Congreso de la Nación y los agentes de salud que brinden servicios médico-asistenciales, independientemente de la figura jurídica que tuvieren, tendrán a su cargo, con carácter obligatorio, las prestaciones necesarias para la pesquisa, detección temprana, diagnóstico y tratamiento de los Trastornos del Espectro Autista (TEA), de acuerdo a lo establecido en los incisos c), e) y j) del artículo 2°.

Las prestaciones citadas en los incisos c) y e) del artículo 2° de la presente quedan incorporadas de pleno derecho al Programa Médico Obligatorio (PMO).

Art. 5°.- Los gastos que demande el cumplimiento de la presente ley, con excepción de los que quedan a cargo de las entidades mencionadas en el artículo 4°, se financiarán con los créditos que asigne el Poder Ejecutivo nacional en el Presupuesto de la Administración Pública Nacional.

Art. 6°.- Invitase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir a los lineamientos de la presente ley.

Art. 7°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

A su vez adhiere, la provincia en su Ley N° 8028. **Sanción: 29/08/2017**

El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia, sancionan con Fuerza de Ley:

Artículo 1°.- Adhiérase a la Ley Nacional N° 27.043 "Abordaje Integral e Interdisciplinario de las personas que presentan trastornos del Espectro Autista (TEA)".

Art. 2°.- El gasto que demande el cumplimiento de la presente Ley, será imputado a las partidas correspondientes del Presupuesto General de la Provincia, ejercicio vigente.

Art. 3°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

- Tomase en cuenta que las sanciones son de corta data.-

- ✓ ***Entorno Ecológico***

Se considera que el proyecto está acorde a las legislaciones actuales de la protección del medio ambiente, ya que no genera impacto nocivo o negativo a este, porque la sensibilización será dada de manera oral, no utilizando promociones en formatos distintos.-

➢ ANÁLISIS DEL SECTOR

- ✓ ***Naturaleza del mercado: Las tendencias (globales, nacionales, regionales)***

En Francia la tasa de diagnóstico CEA es mucho más baja que en los Estados Unidos. Los Estados Unidos están mucho más avanzados en el diagnóstico del autismo, esto permite tener una estimulación temprana y poder incluir de manera más practica a los niños con autismo.

Autismo España se adhirió en 2016 a la iniciativa UN Global Compact, la mayor iniciativa mundial en sostenibilidad. Desde la aprobación de la Agenda 2030 en 2015, además de su apuesta por impulsar los Diez Principios, ha trabajado en alinear su gestión corporativa con los ODS, donde encuentra nuevas oportunidades de negocio, mejora la relación con sus grupos de interés y promueve la innovación. En este sentido, Autismo España ha establecido una serie de compromisos y buenas prácticas alineadas con su estrategia.

Para ello han presentado la Unidad de Defensa de Derechos y Buenas Prácticas del Trastorno del Espectro Autista. Entre otras acciones, se encargará de identificar posibles casos de vulneración de derechos de las personas con CEA, así como de actuar en aquellos que fuera necesario.

Objetivo de las buenas prácticas para tratar el autismo. La unidad tiene varios objetivos entre los que destacan:

- Prestar apoyo y asesoramiento a las familias y entidades que así lo soliciten
- Fomentar el establecimiento de alianzas con los distintos organismos implicados en la atención a las personas con CEA
- Prevenir las prácticas sin evidencia científica en el abordaje del Trastorno del Espectro del Autismo.
- Sensibilizar sobre las buenas prácticas.
- Actuar ante casos de vulneración de derechos de las personas con CEA.

Estas grandes potencias mencionadas como ejemplos, están avanzando a pasos agigantados sobre la inclusión y el cambio de mentalidad sobre la Condición. En Argentina, lamentablemente como se expresó en el entorno Legal, contamos con Leyes prácticamente nuevas, amparando las necesidades principales que requieren la condición, por aparte las Fundaciones y agrupaciones, ofrecen sensibilizaciones sobre el tema al público general.-

- ✓ ***La estructura del mercado donde competimos***

La estructura de mercado en la cual nos introduciremos es de competencia monopolística, ya que hay muchas fundación y agrupaciones que realizan este tipo de trabajo, sensibilizan a público interesado en general, pero no realizan charlas en colegios. Estas sensibilizaciones tienen un costo final de certificado si se realiza por internet, no así las charlas.-

- ✓ ***Segmentos donde competimos (tipo de productos y precios, canales de distribución)***

Se establece como segmento son niños y jóvenes que concurren a establecimientos educativos de Salta Capital, sin diferencia de sexo, como así también los docentes y familiares de los ingresantes al sistema, como pre jardín y jardín. Las jornadas de sensibilización serán gratuitas.-

- ✓ ***El nivel de consumo o ventas de ese mercado (tamaño del mercado)***

Se toman los datos publicados por el Ministerio de Educación de la Provincia de Salta del año 2017, sobre cuantas personas concurren a los establecimientos y cuantos establecimientos hay.

También, podemos visualizar los resultados preliminares del Estudio Nacional presentado por INDEC sobre el Perfil de las Personas con Discapacidad, a través del cual ahora es posible saber que el 58% de la población de la Argentina tiene discapacidad mental, donde se encuentra agrupado el CEA, y un 14% solamente asiste a establecimientos educativos.

Nuestro público objetivo es aproximadamente de 1.495 establecimientos educativos de Salta, con un aproximado de 750.000 personas que concurren a las escuelas.-

INFORME ESTADÍSTICO AÑO 2017
Establecimientos Educativos
Total General
1.495

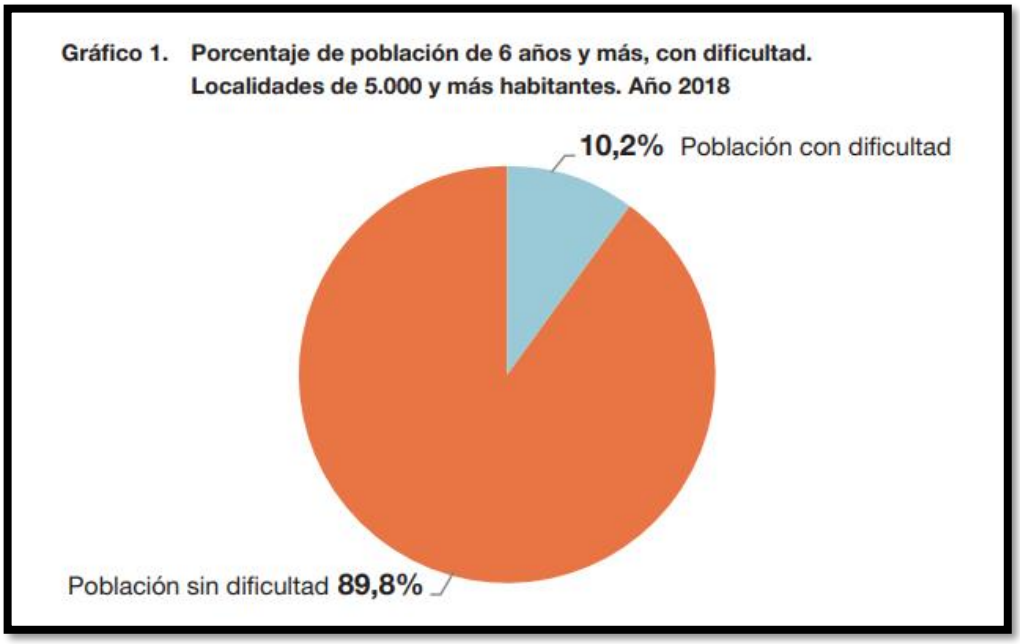


Gráfico 1. Porcentaje de población de 6 años y más, con dificultad.
Localidades de 5.000 y más habitantes. Año 2018
10,2% Población con dificultad
Población sin dificultad 89,8%

Gráfico 2. Población de 6 años y más, con dificultad, por cantidad de dificultades. Localidades de 5.000 y más habitantes. Año 2018

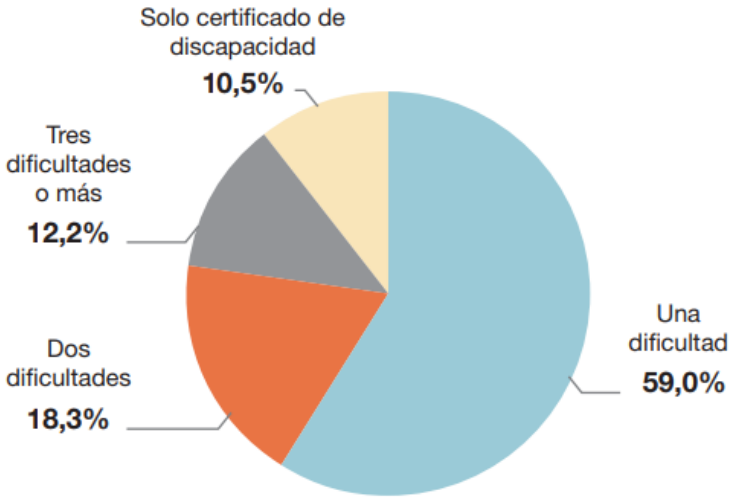


Gráfico 10. Población con dificultad de 6 años y más, por condición de asistencia escolar. Localidades de 5.000 y más habitantes. Año 2018

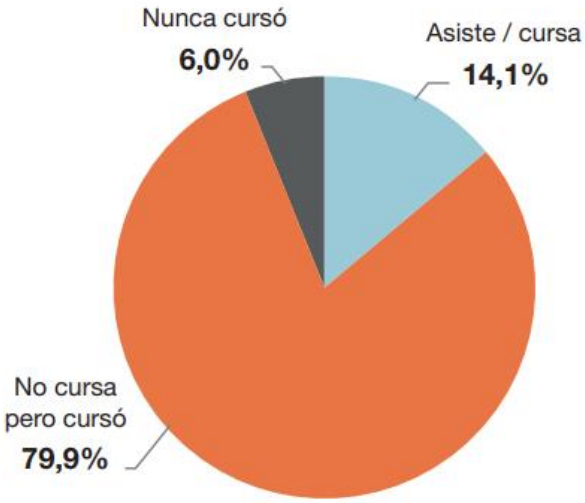
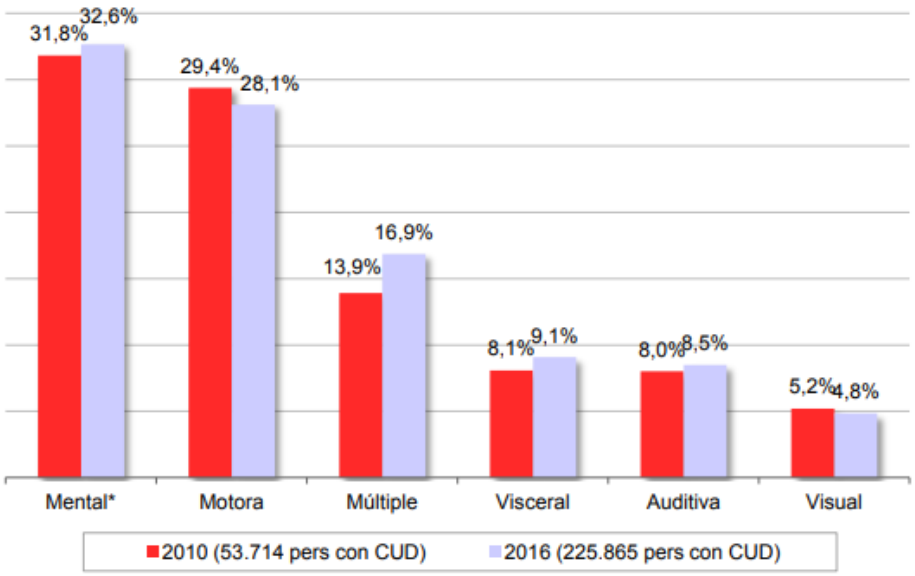


Tabla 4.1 Distribución de las personas de 10 años y más con discapacidad con CUD por tipo de discapacidad según condición de alfabetismo. República Argentina. Año 2016.

Condición de Alfabetización	Condición de Alfabetizacion							
	Alfabetizado		Analfabeto		Analfabeto Instrumental		Total	
	Cant. de pers	%	Cant. de pers	%	Cant. de pers	%	Cant. de pers	%
Motora	55.431	95,91%	1.500	2,60%	862	1,49%	57.793	100%
Mental	31.988	77,42%	5.792	14,02%	3.537	8,56%	41.317	100%
Auditiva	16.435	93,83%	612	3,49%	468	2,67%	17.515	100%
Visual	9.496	94,09%	412	4,08%	184	1,82%	10.092	100%
Visceral	17.394	96,29%	445	2,46%	225	1,25%	18.064	100%
Intelectual	5.606	53,58%	2.726	26,06%	2.130	20,36%	10.462	100%
Múltiple	22.573	78,49%	4.312	14,99%	1.873	6,51%	28.758	100%
Total	**158.923**	**86,37%**	**15.799**	**8,59%**	**9.279**	**5,04%**	**184.001**	**100%**

Fuente: elaboración del Dpto. de Sistemas de Información en base al Registro Nacional de Personas con Discapacidad.

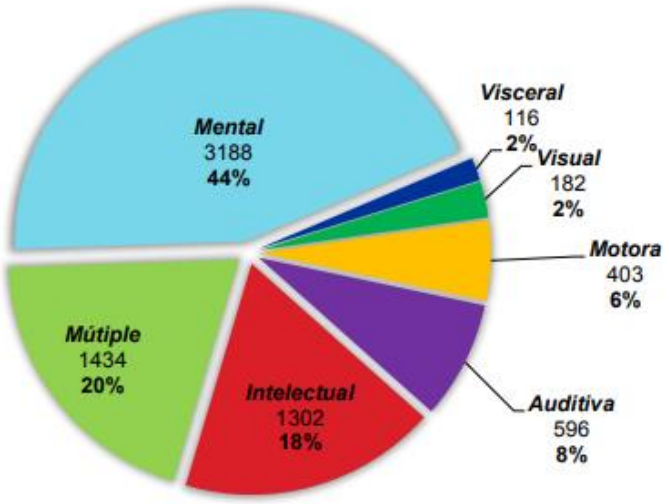
Gráfico 1.4 Distribución de la población según Tipo de Discapacidad. Total País. Comparativa 2010 - 2016



Fuente: elaboración del Dpto. de Sistemas de Información en base al Registro Nacional de Personas con Discapacidad.

Tipo de discapacidad y asistencia a educación especial:

Gráfico 4.11 Distribución de las personas con discapacidad mayores de 5 años con CUD que asisten o asistieron a educación especial por tipo de discapacidad. República Argentina. Año 2016



Fuente: elaboración del Dpto. de Sistemas de Información en base al Registro Nacional de Personas con Discapacidad.

Los estudios de relevamiento no discriminan estudios en establecimientos inclusivos o de educación especial, eso no hace ver la miopía que hay sobre el tema.-

- ✓ ***Barreras de ingreso***

Barreras legales

A menudo, para poder competir en un mercado hace falta cumplir criterios muy estrictos. La sensibilización en los Establecimientos Educativos, tienen un protocolo interno, el cual debemos adherirnos. Carecemos de leyes la obligatoriedad de conocimiento para el docente y el entorno de las personas con esta condición, por eso a veces resulta engorroso la predisposición de las autoridades.

También incluiría en las barreras legales, todo el tema de patentes y propiedad intelectual. Al no ser una ONG o una entidad registrada, carecemos legalidad.

Barreras éticas y de imagen

Nos remitimos a lo anteriormente dicho, al no tener un nombre de ONG o Fundación, se crea un pequeño grupo sensibilización por iniciativa propia, que podría causar rispidez con las personas que poseen patentes.-

Acceso a los canales de distribución

Al ser nuevos en el mercado de marketing social, debemos iniciar negociaciones con los Establecimientos Educativos para lograr ingresar a los consumidores finales.

Desventaja en costos

Si bien las charlas no requerirán costos para los que participen, si los genera para quien los realiza, debiendo adecuarse a los recursos propios.-

- ✓ ***Las 5 fuerzas de Porter (luego de analizar a los competidores, elegir a los dos o tres más importantes y determinar sus fortalezas y debilidades como empresa y en sus Marcas).***

El mercado cuenta como dijimos anteriormente con muchas fundaciones y agrupaciones, por ejemplo: PANAACEA, BRINCAR Y PADRES TEA SALTA.

Fortalezas: todas las fundaciones realizan sensibilizaciones al público en general, pero no en establecimientos educativos.

En el ámbito social cultural demográfico, es favorable, ya que al ser familiar directo de un niño con esta Condición y contar con un curso de ABC DEL AUTISMO. También podrá causar efecto de contagio positivo, para que todas las fundaciones realicen este tipo de charla.-

Debilidades: al no contar con registro de patente, el mercado podrá ser reticente con las charlas y desacreditar las charlas de sensibilización.-

➢ ANALÍSIS INTERNO

✓ *Tipo de empresa, tipo de negocio que desarrolla y ámbito geográfico*

El tipo de empresa es local, se desarrollara en salta Capital, y desarrollara el ámbito de marketing social sobre la Condición Autista.-

✓ *Historia o Trayectoria (si ya existe)*

El plan no cuenta con una trayectoria, es un impulso personal y totalmente novedoso en el área que se va a desarrollar.-

✓ *Visión, Misión y Valores*

Misión

Desde el trabajo unilateral social, sensibilizar, informar, promover y defender los derechos de los niños, niñas y adolescentes diagnosticados con Condición Autista, con la finalidad de dar a conocer la importancia de la integración e inclusión de esas personas.-

Visión

Ser reconocida por el impacto de las acciones en el bienestar y el desarrollo de las personas con CEA, así como por nuestra integridad y profesionalidad en el modo de actuar.

Los Valores en los que se sustenta el desarrollo de la actividad son los siguientes:

- **Valores Humanos:** Tratamos de mejorar la calidad de vida de las personas con CEA tomando como base la defensa de los valores humanos, que permitan la mejora de su calidad de vida, ya que por su condición de persona con discapacidad se encuentran en situaciones de desventaja, desprotección y riesgo de exclusión social, tratando de contribuir con estos valores a la

integración social de las mismas Compromiso con las personas con discapacidad. Su condición de personas supone que son sujetos de los derechos que le corresponden como tales.

- **Solidaridad:** La persona implicada en el trabajo ha de actuar para aportar soluciones al colectivo de las personas con discapacidad intelectual.
- **Transparencia:** Transparencia es contemplar en la manera de actuar: integridad, apertura, rendición de cuentas, servicio e interés general.
- **Atención a las personas:** Las personas son el centro de nuestra actividad y su atención debe ser el objetivo de nuestro trabajo.
- **Eficiencia:** Trabajamos con recursos limitados y nuestra obligación es aprovecharlos al máximo.
- **Innovación y Creatividad:** Para asumir los cambios y promoverlos, estimular nuevos comportamientos sociales, atendiendo las nuevas necesidades generadas y ofertando soluciones de futuros posibles y sostenibles.
- Igualdad para todos y todas.
- Sensibilidad ante los acontecimientos que vulneren los derechos de los niños y de las niñas.

✓ ***Portfolio de Marcas y Productos/Servicios***

Se ofrecerán charlas de sensibilización, de un valor aproximado de 60 minutos. Las mismas contaran con interacciones espontaneas entre los alumnos y la disertantes. Con un refuerzo visual de un Power Point.

✓ ***Capacidad de producción o capacidad de servicio (Cadena de valor: analizar a todos los eslabones que componen la misma)***

Competimos en un sector solidario, ya definimos nuestra ventaja competitiva, este análisis nos permitirá llegar mejor a los adoptantes objetivos.

- La cadena tiene como primera instancia la logística interna. Se planificaran las actividades y los lugares que se deben concurrir y los insumos que se van a utilizar, PC solamente.
- Elaborar un programa de las acciones que se realizaran en cada establecimiento.
- Se colocara una marca al programa, remarcando nuestro objetivo la plena inclusión.
- Marketing: se implementara distintas estrategias, en redes sociales primero conectando con los establecimientos Educativos. También se harán entrevistas personales a estos lugares, para hacer conocer la propuesta del programa.-
- Servicio post-sensibilización : este servicio esta complementado con el de afirmar los conocimientos y dudas que subyacen en el público objetivo.-

✓ ***Recursos Humanos (estructura, cultura y nivel de capacitación)***

El proyecto se desarrollara en los Establecimientos Educativos de la Ciudad de Salta. Dirigido y administrado de forma unipersonal, ya que cuento con un curso realizado y lo complementa con las vivencias con un familiar directo con CEA.

Se adjunta al programa el certificado correspondiente.-

✓ ***Indicadores de Evolución Comercial***

Las charlas se organizaran de acuerdo a la cantidad de personas, alumnos y docentes, que concurren a cada Establecimiento Escolar, ya que al buscar cambiar una conducta frente a esta condición, los grupos deberán ser no mayores de 40 personas.-

✓ ***Ventaja competitiva***

Nuestra ventaja competitiva se basa en crear un programa de innovación, trabajar desde las aulas, creando conciencia por medio del conocimiento natural y cotidiano, promoviendo la inclusión plena de las personas de Condición Autista.-

- **FODA**

Fortaleza	**Oportunidades**
• Gran participación y ánimo del público objetivo. • Simplicidad de acciones para iniciar un proceso de cambio. • Programa innovador en el mercado.	• Mayor alcance geográfico. • Mejorar, optimizar y actualizar los canales de comunicación, ya que el público objetivo se renovara.- • Previene el bullying y exclusión escolar.-
Debilidades	**Amenazas**
• Barreas a la hora de sensibilizar, como falta de interés o empatía del público objetivo.- • Herramientas informáticas insuficientes.-	• Situaciones que pudieran frenar el programa, como competencia desleal de las fundaciones o agrupaciones.- • Aparición o auge de nuevas fundaciones que realicen las mismas acciones.-

4 MARCO METODOLÓGICO

La investigación que se realizó para abordar esta problemática social, es no experimental, ya que no vamos a manipular ninguna variable, tiene un enfoque mixto, cuantitativo como base para suministrar datos numéricos y luego cualitativos, de tipo investigación-acción.

Se procederá, como primera medida a una investigación de un estudio de caso, lo cual es: Particularista porque se centran en una situación, evento, programa o fenómeno particular; Descriptivo al ser una descripción rica y "densa" del fenómeno objeto de estudio; Heurístico por la comprensión del lector del fenómeno de estudio; y el Inductivo al razonar de particularidades a generalidades. Con un alcance correlacional, con muestra no probabilística intencional.-

Se realizaron encuestas a un grupo de alumnos de la Universidad Católica de Salta, y entrevistas personales a familiares, padres, y profesionales que intervienen y tratan a personas con CEA, con la finalidad de tener un panorama global de la problemática para correlacionar.

4.1 DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo tiene como diseño metodológico, transversal.

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

- Hipótesis o supuestos

  El conocimiento sobre la Condición Autista permite tener otra actitud ante los alumnos con CEA.

  El primer objetivo se dirige al ámbito de la inclusión educativa a fin de lograr identificar factores clave del contexto educativo en el que se encuentra el estudiante con CEA.-

- Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTUAL	OPERACIONAL
CONOCIMIENTO SOBRE AUTISMO	Información adquirida a través de la experiencia o estudios sobre aspectos generales y alteraciones de lenguaje, sociales y conductual de los niños con trastornó de espectro autista.	Aislamiento social que dificulta la interacción de la mayoría de niños con TEA, la cual impide establecer integraciones sociales.
VULNERABILIDAD	Cualidad de las personas que pueden ser dañadas con facilidad.	Condición que eleva el nivel de exposición a ser rechazado/a o excluido/a.
DISCAPACIDAD	Limitación de la capacidad física o mental de un individuo.	Las limitaciones físicas o intelectuales exponen en mayor grado, a quienes las padecen al rechazo social.
DISCRIMINACION	Acción y efecto de tratar con inferioridad a una persona o a un grupo por motivos racionales, ideológicos, religiosos, físicos o condicionales.	La falta de aceptación o inclusión se agudiza en los grupos sensibles, los limita, relega y estigmatiza.
EDUCACION	Proceso mediante el cual se inculcan y asimilan los aspectos culturales, morales y conductuales necesarios para ofrecer las respuestas adecuadas a las situaciones	El sistema educativo universal e incluyente no es efectivo para los individuos con discapacidad física o

	vitales con las que se encuentra el individuo, de forma que se asegura la supervivencia, individual, grupal y colectiva.-	intelectual, su normativa no se respeta.-

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población target está conformada por alumnos de Establecimientos Educativos de Salta Capital, sin distinción de géneros. Se encuestaron en el mismo espacio temporal a todos.

Variable: Estará conformado por padres o familiares de personas con CEA, fonoaudiólogos, terapista ocupacional, psicopedagoga y psicóloga que intervienen en el área de gabinete multidisciplinario que tratan el Autismo.-

4.2.1 Selección de la muestra

La muestra es un subconjunto de la población representativo de un universo a población. En este caso se utilizara tipo de muestreo no probabilístico intencional. Seleccionamos la muestra de la Universidad Católica de Salta, lugar donde la autora del proyecto, desarrolla su labor administrativa, debido a la escasez presupuestaria y de tiempo. La misma está compuesta por dos grupos. El primero formado por alumnos de la carrera de Kinesiología, Fonoaudiología y Terapia Ocupacional de la Institución. El segundo por alumnos de Lic. Administración de empresas, Lic. En comercialización y Contado Publico que se dicta en la Facultad de Economía y Administración de la misma Universidad

La variable, de familiares de personas con CEA, es tomada a concidos de la investigadora y de las siguientes Centros Integrales

- Centro Integral Medico
- Padres TEA Salta

4.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

4.3.1 FUENTES PRIMARIAS

➢ **Encuestas**

En relación a la técnica utilizada para recolección de datos será la encuesta preestablecida y tomada de forma personal, para establecer un contacto con las unidades de observación. Las mismas serán realizadas en horario escolar de 11:00 a 12:00 desde el día 07 al 11 de Octubre. Se establecen dos grupos, el primero está conformado por los alumnos de la carrera Terapia Ocupacional, Kinesiología y Fonoaudiología de la Universidad Católica de Salta. El segundo, por alumnos de la carrera de la Lic. En Administración de Empresas, Lic. En Comercialización y Contador Público.-

➢ **Entrevistas exploratorias a Familiares y profesionales**

En primer lugar, se confecciono un cuestionario modelo dirigido a realizar la entrevista, relacionado con la temática, a los familiares que concurren al Centro Medico Integral de Salta, Padres Tea Salta y a los padres conocidos con familiar diagnosticado con TEA.-

4.3.2 FUENTES SECUNDARIAS

Se tomara como fuente secundaria, los datos proporcionados por la Fundación Brincar. La investigadora, cuenta con un curso aprobado “ABC DEL AUTISMO”, el cual nos sumerge en un contenido básico para poder ampliar la temática y realizar conclusiones certeras.-

UCASAL
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Fundación Brincar
por un autismo feliz

ABC en Autismo
Trastornos del Espectro Autista

Se hace constar que

Celeste Zegarra

Aprobó el Curso online **“ABC en Autismo - Trastornos del Espectro Autista”** organizado por UCASAL y Fundación Brincar, dictado por Dra. Natalia Barrios y Lic. Pía Espoueys.

Julio 2019

Dra. Natalia Barrios
Psiquiatra
Infanto juvenil
MN 112.807

Lic. Pía Espoueys
Lic. en Educacion del Sordo
y Trastornos del Lenguaje
N Reg. 4827-00

Dr. Sergio Tamayo
Director
Escuela Universitaria en Ciencias de la Salud
Universidad Católica de Salta

4.4 PROCESAMIENTO DE DATOS Y MÉTODOS ESTADÍSTICOS

Se empleara en principio, la estadística descriptiva, porque se desea identificar y presentar la información en gráficos sencillos.

Luego se procederá a la estadística bivariable, ya que se desea correlacionar las variables, del conocimiento de los alumnos y la realidad que nos relatan los familiares, para tener un estudio más descriptivo y completo, reflejando la necesidad de las personas con Condición Autista.-

4.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El siguiente cronograma plantea fechas aproximadas, con el fin de poder brindar información general de los tiempos, como también ordenar las actividades a realizar.

ACTIVIDAD	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Trabajo de Campo (encuestas)	Semana del 07 al 11		
Trabajo de Campo (entrevistas)	Días del 07 al 18		
Análisis de información	19 al 22		
Procesamiento de la información	23 al 28		
Resultados y Conclusiones	28 al 31		
Elaboración el plan de Marketing Social		01 al 08	
Redacción integral de Tesis		08 al 11	
Revisación general		11 al 18	
Defensa de Tesis			Del 15 a 20

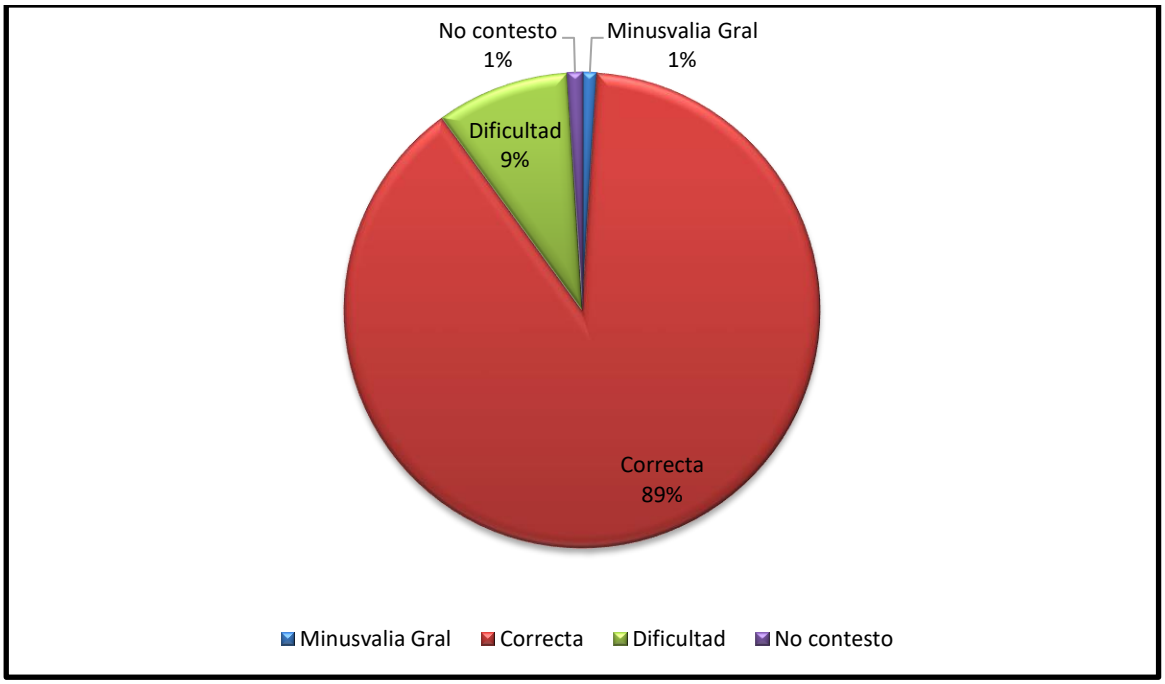
4.6 Análisis de las encuestas

Se realizaron un trabajo de campo de 100 encuestas del total de la población accesible que se podía llegar. A continuación presentamos los resultados:

El 100% de los encuestados tiene el secundario finalizado y cursando el nivel universitario.-

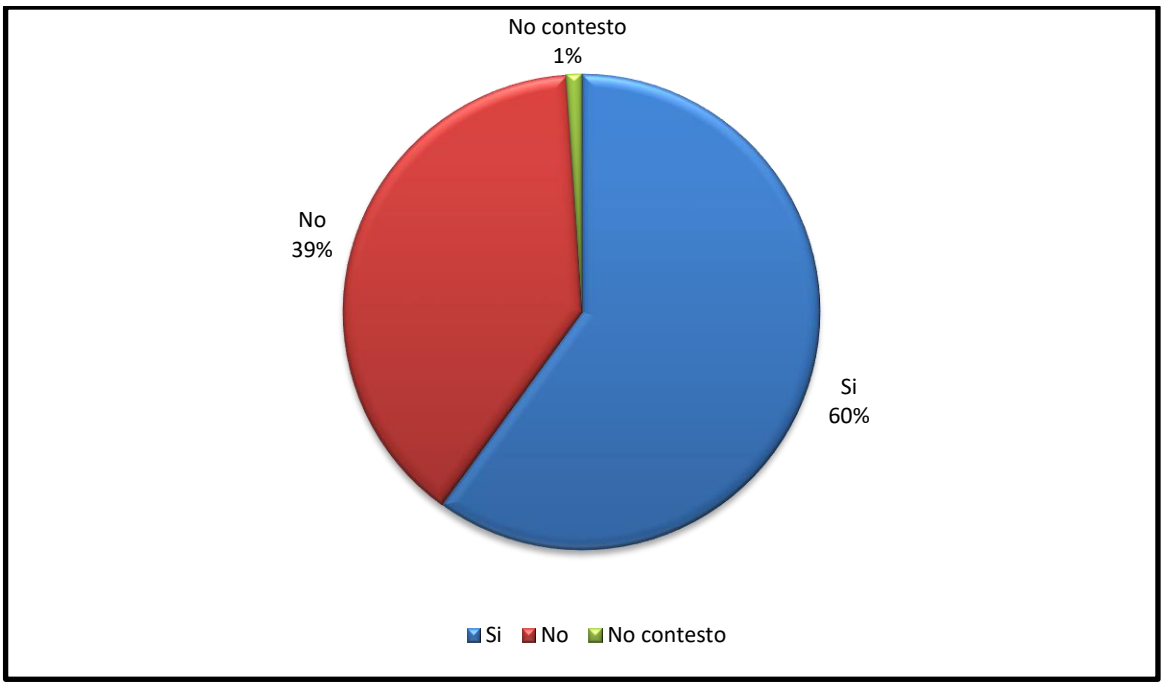
PRIMER GRUPO: 100 Alumnos de la Escuela Universitaria de Ciencias de la Salud UCASAL

1- -Sabes de que se trata la discapacidad



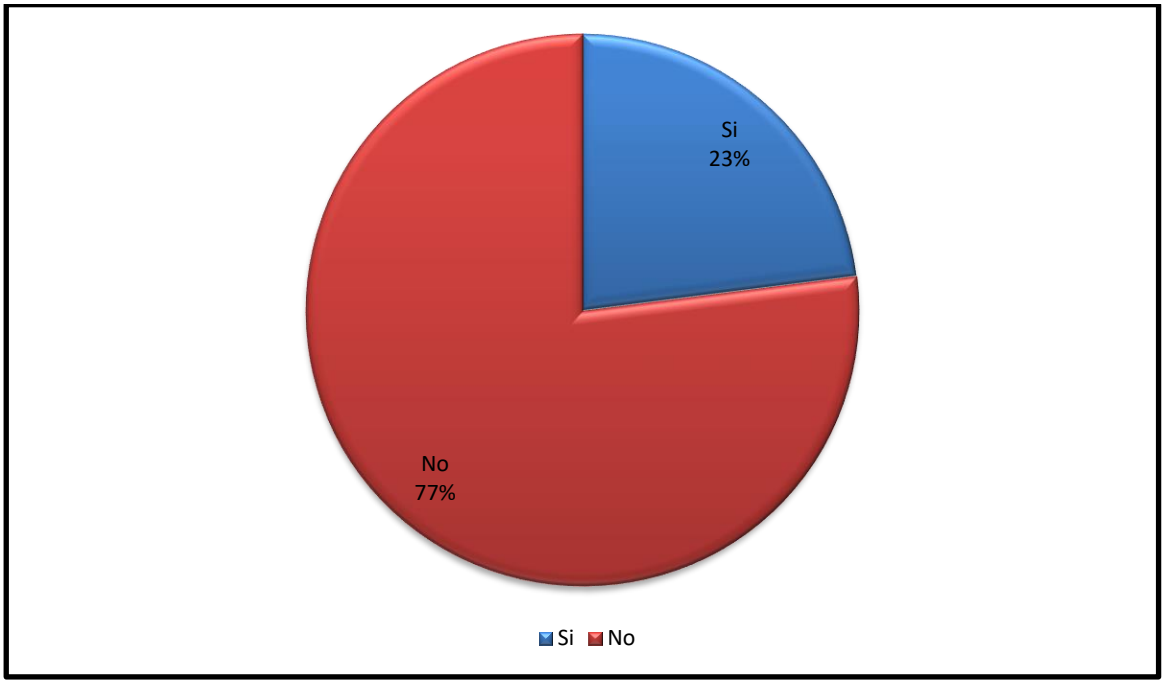
- La población de la Escuela de Ciencias de la Salud, contesto un 89% bien, ya que unas semanas anteriores, una profesora hizo hincapié en el concepto correcto, hay una variable que influye fuerte, se están formando en el ámbito de Salud y el autismo corresponde a esta Área.-

2- ¿Conoce el trastorno de Espectro Autista o Condición de Espectro Autista?



- El 60% que contestaron si, expresaron que lo conocían de nombre y era muy vago, en amplitud el conocimiento que poseen, lo que sabían era por los medios de comunicación, que juegan un principal papel. Otros lo conocen por la materia Práctica profesional 1 de la carrera de Lic. En Fonoaudiología, como así también dos personas contestaron que son casos personales, uno posee un amigo autista y otro un primo.-

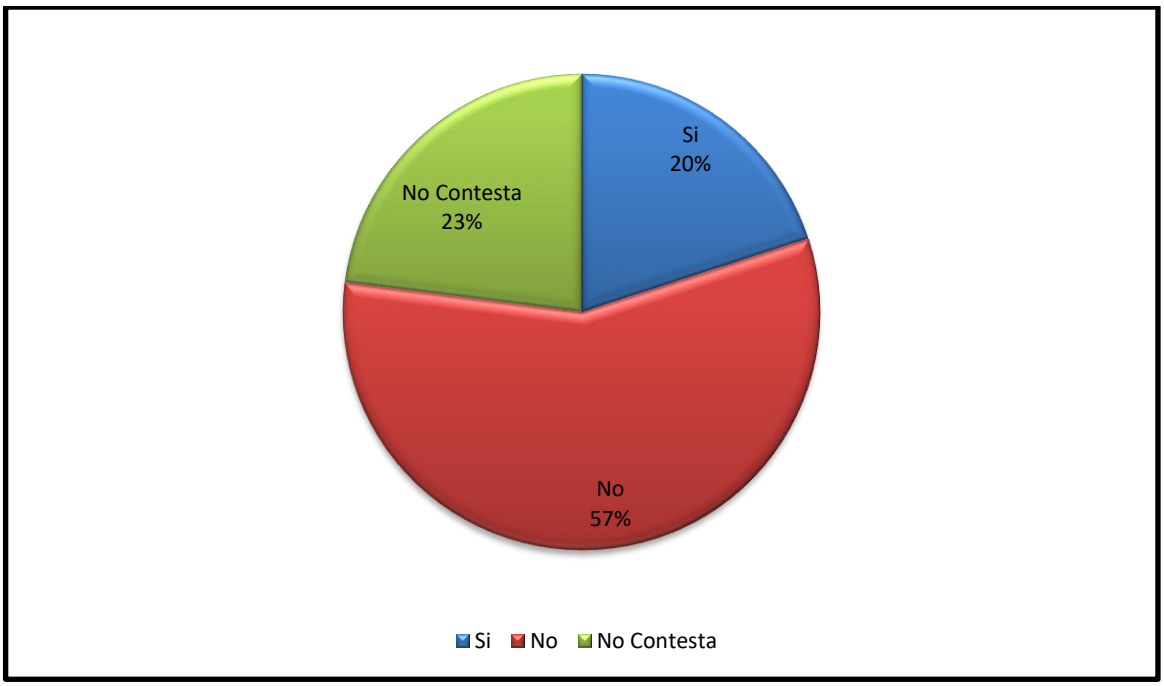
3- ¿Tuviste algún compañero que tenga esa condición, a algún compañero que le decían "tonto" "retrasado" u otros calificativos destructivos?



- Del 23% que respondió si, contestaron especificando que no sabían el diagnóstico del compañero, pero que suponían retraso madurativo y problemas auditivos.

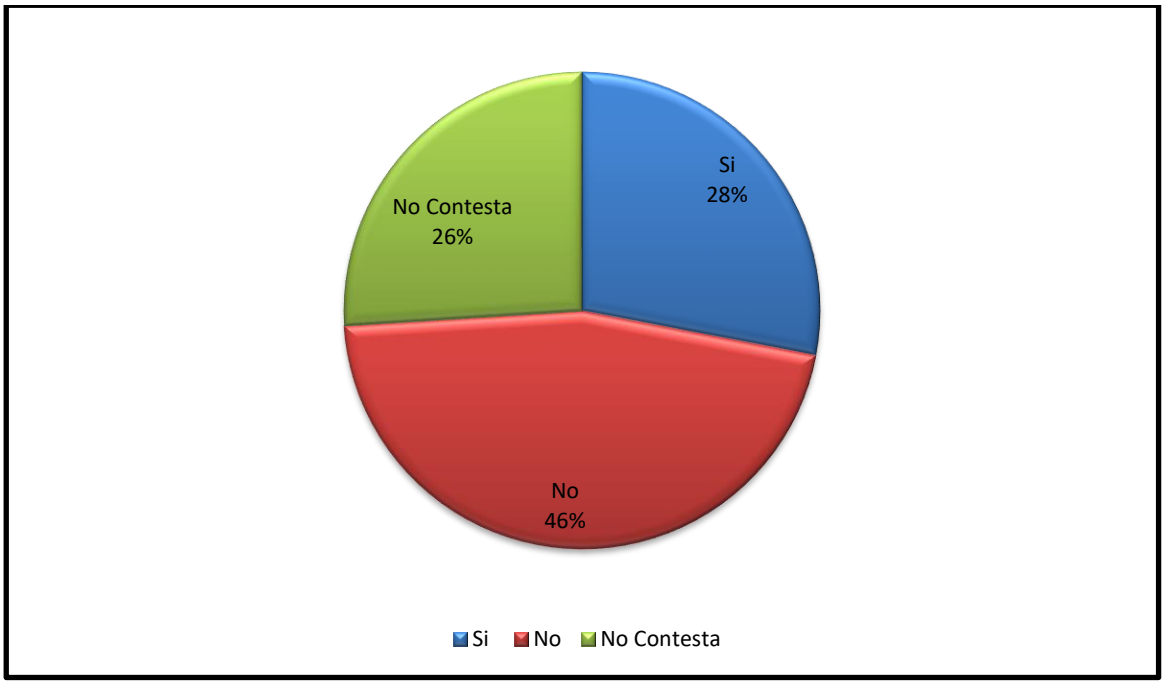
  El reflejo del 77% es porque los establecimientos educativos son reacios a recibir personas con condiciones diferentes.-

4- Ese compañero ¿Sufría Bullying de parte de sus pares?



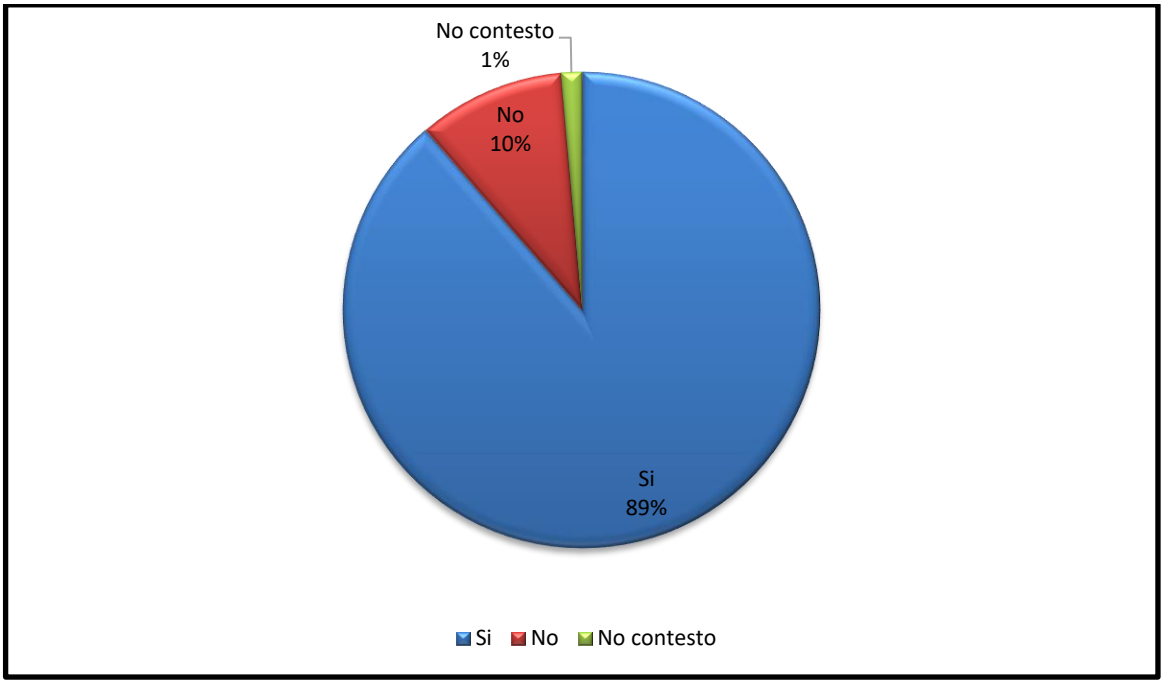
- El 57% que contesto No, aquellos que no contestaron, es el arraigo de la pregunta anterior, al no tener la profundidad suficiente, no se sabe cuál es el concepto que tiene el alumnado sobre bullying, ya que hay muchas acciones naturalizadas, que no se toman como violencia.-

5- ¿Los docentes realizaban acciones para integrar al compañero?



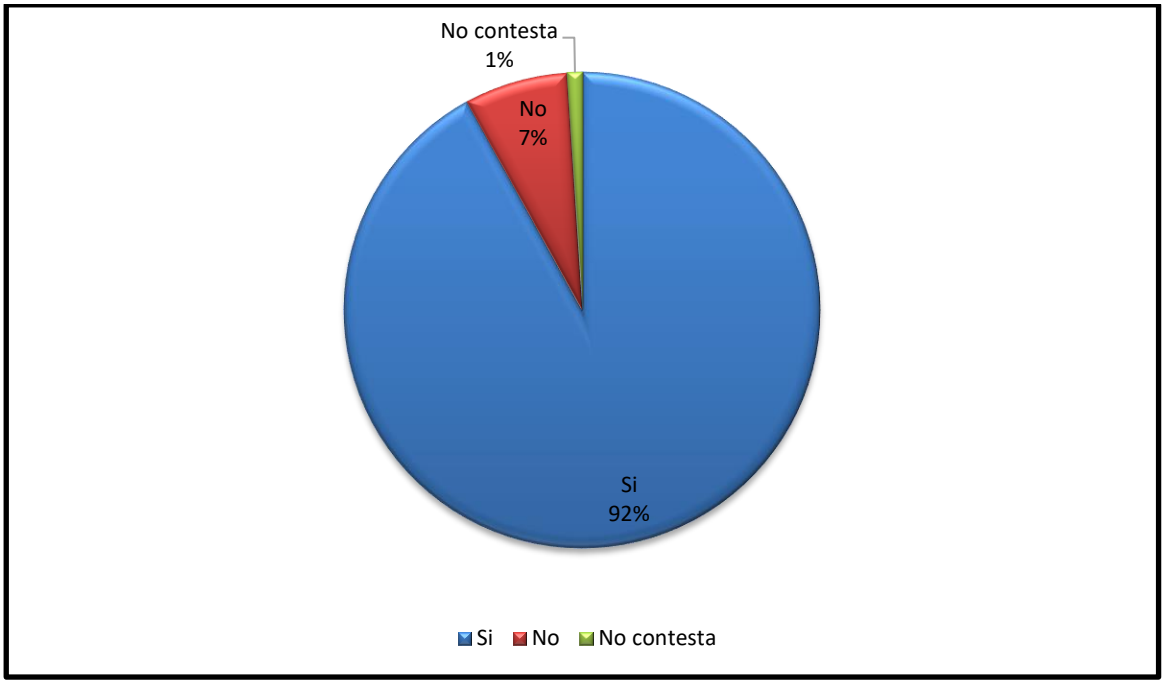
- Las acciones del porcentaje que expresa ,No contesta (26%) y el No (46%), es el reflejo de la no integración y aceptación de niños o adolescentes, con distintas condiciones, a los establecimientos educativos.-

6- Crees que el conocimiento sobre esta Condición Autista, ¿permitiría comprender e integrar a estas personas?



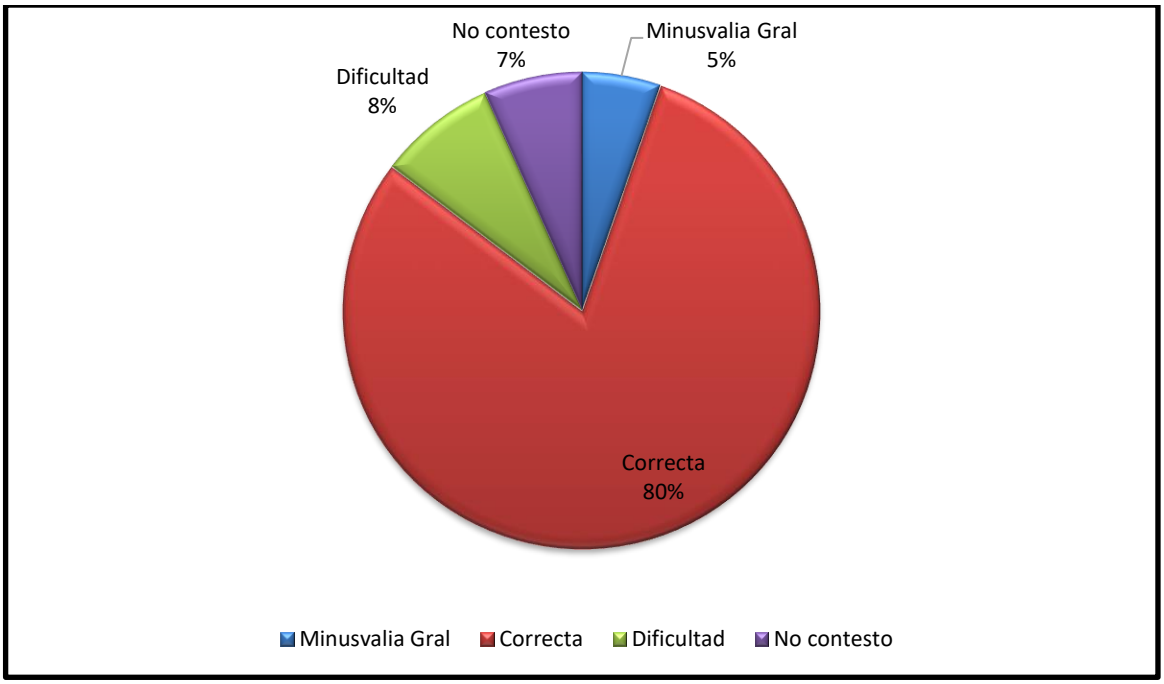
- En esta pregunta podemos ver, primero que el 89 %, la mayoría del alumnado, tiene voluntad para interiorizar sobre las distintas condiciones de las personas, y el 10% que respondió No, es la barrera que tendríamos que desbloquear para lograr que empatizar en con el tema.-

7- ¿Creería útil si se dicta una "sensibilización sobre autismo" en la institución que concurre?



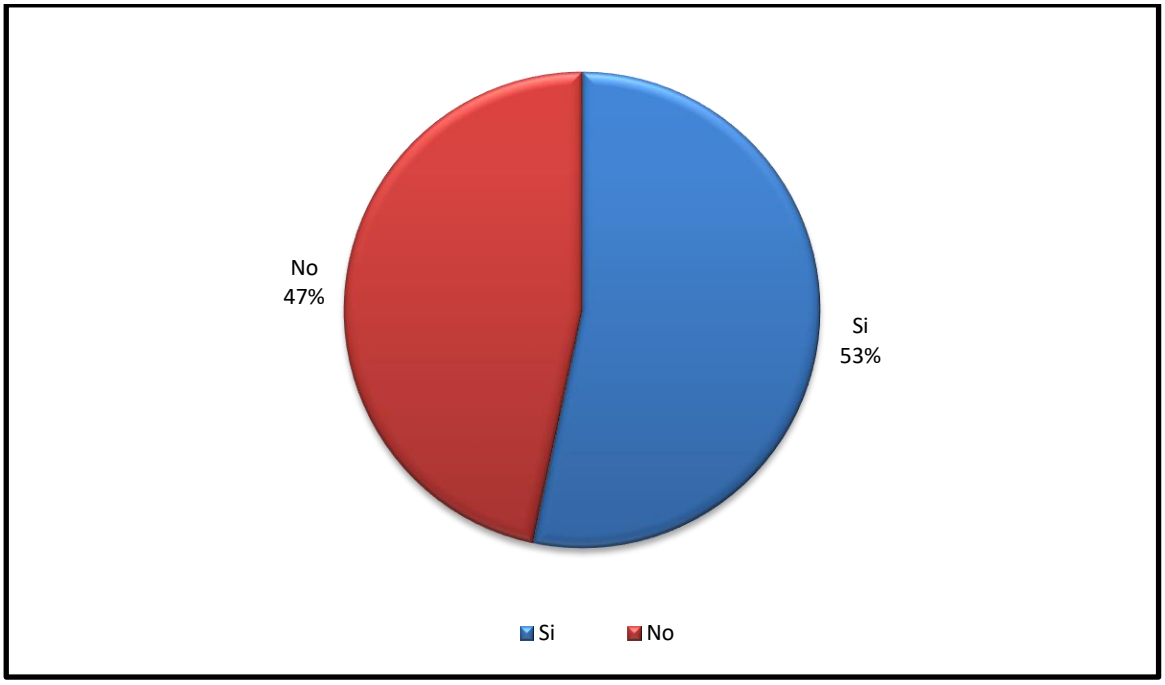
- El 92% respondió positivamente y una sola persona de la población especifico, que sería necesario una capacitación sobre todas las discapacidades.-

8- -Sabes de que se trata la discapacidad



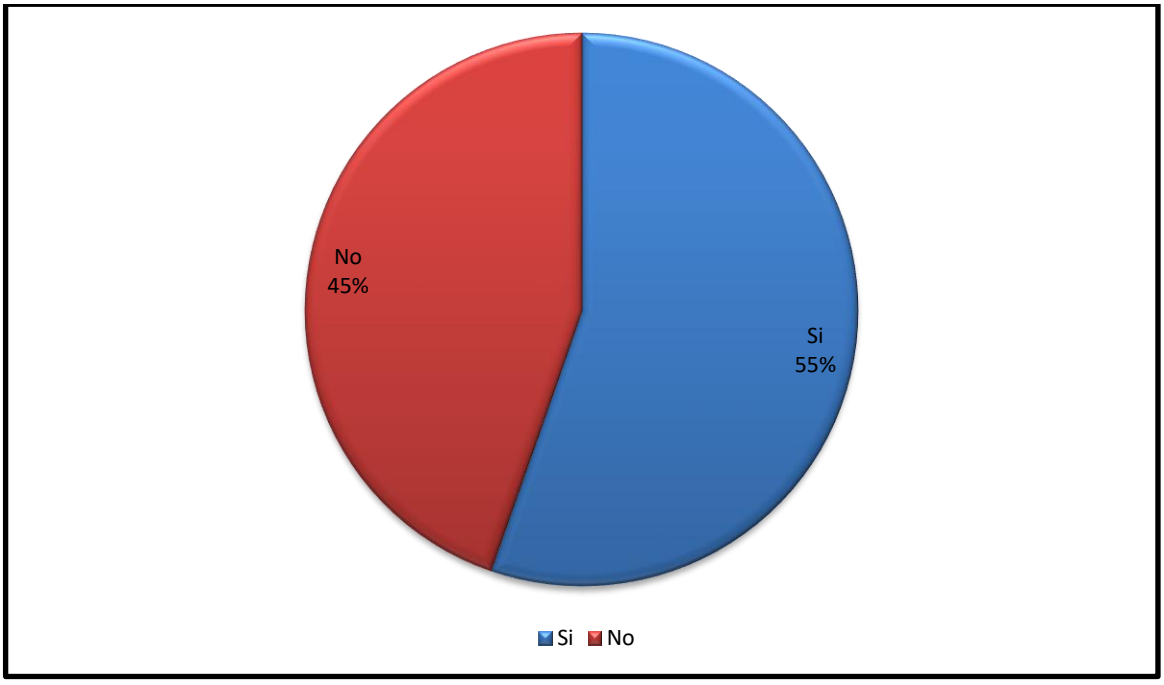
- La población de la Facultad de Economía y Administración, contesto un 80% bien, si bien es una mayoría un 20% restante todavía no sabe de qué se trata tener discapacidad.-

9- ¿Conoce el trastorno de Espectro Autista o Condición de Espectro Autista?



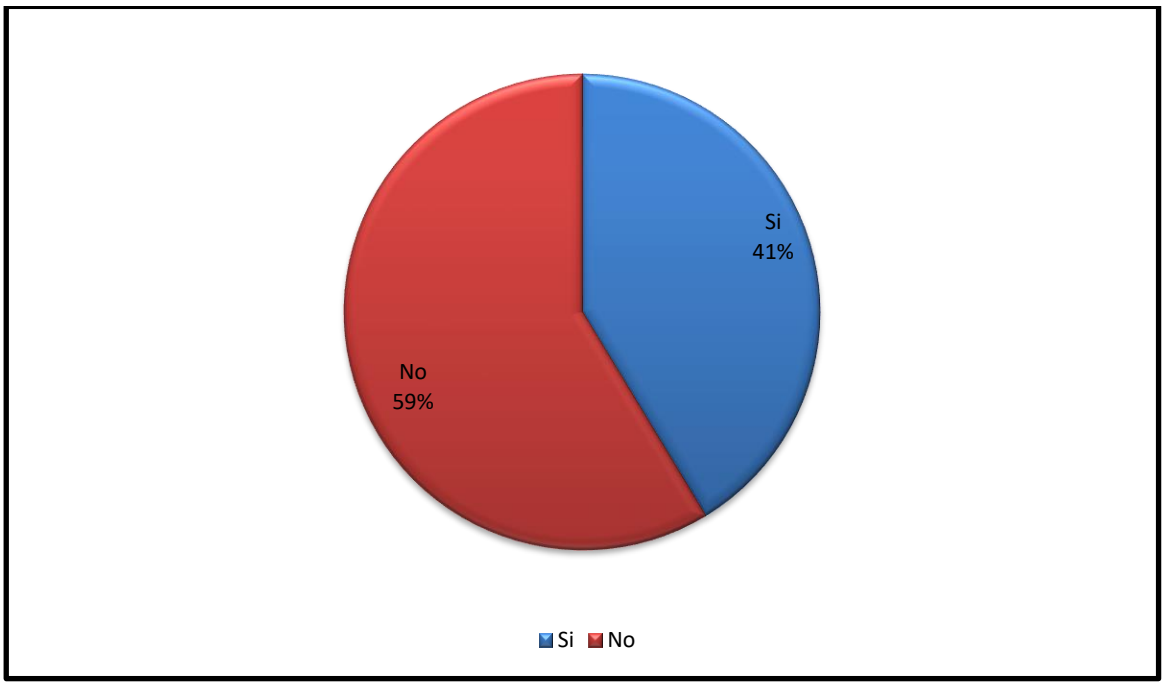
- Aquellos que contestaron si, tienen una noción básica y muchas veces equivocada. Entre los motivos de origen del conocimiento fueron: medios de comunicación, series y películas, por algún familiar con esta condición, por un amigo o compañero del colegio y una sola persona sabia correctamente de que se trataba la condición por trabajar en una Fundación que atiende niños autistas.-

10- ¿Tuviste algún compañero que tenga esa condición, a algún compañero que le decían "tonto" "retrasado" u otros calificativos destructivos?



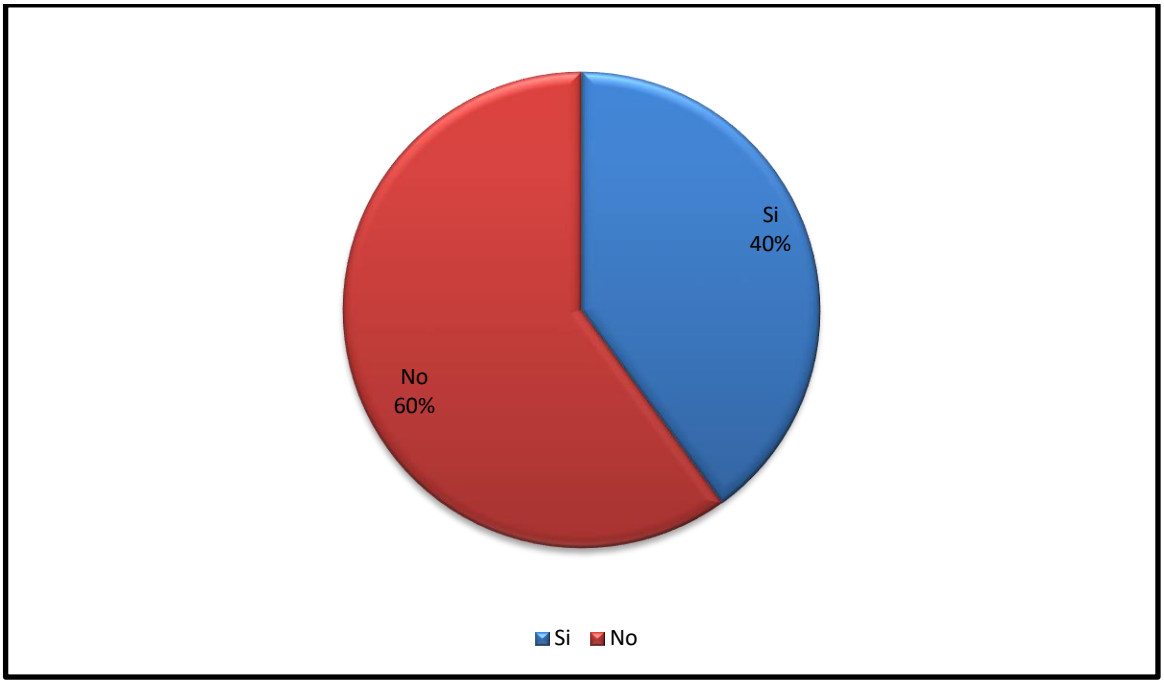
- El 55 % contesto que conocieron alguna persona que sufrió bullying, unos casos fueron por tener una condición como Síndrome de Down y retraso madurativo, otros mencionan compañeros introvertidos que no sabían si tenían el diagnostico Autista.

11- Ese compañero ¿Sufría Bullying de parte de sus pares?



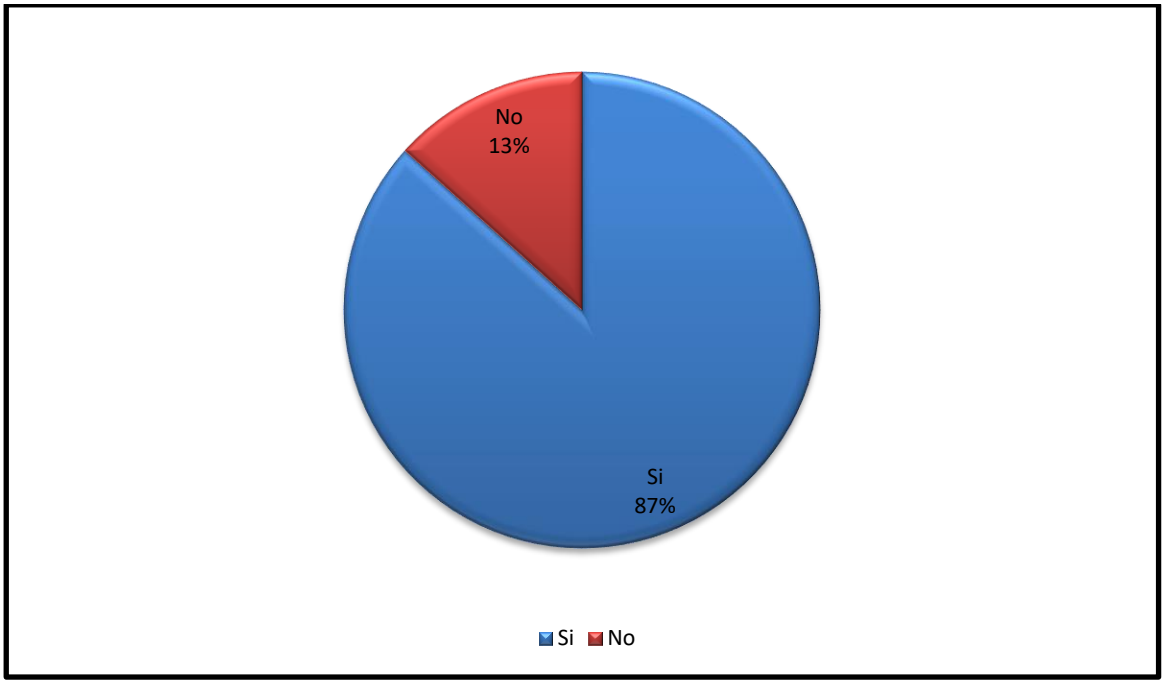
- El 41% que contesto hizo referencia a las causas en la pregunta anterior.-

12- ¿Los docentes realizaban acciones para integrar al compañero?



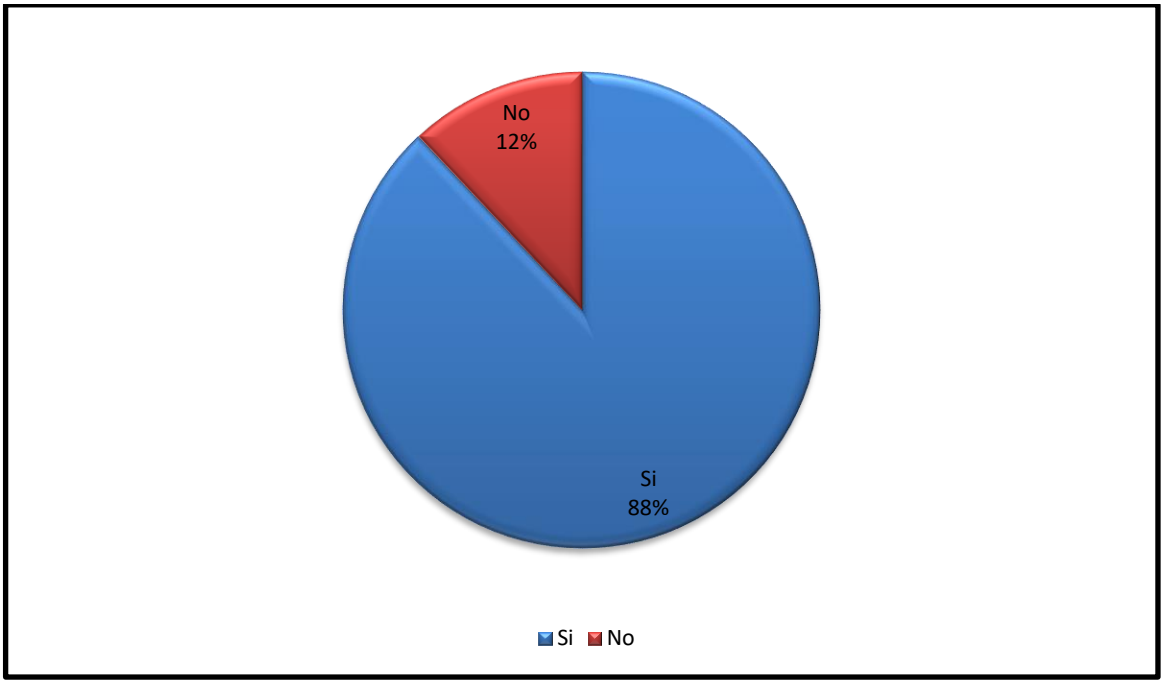
- Un 40% integraban a estos niños y adolescentes que sufrían bullying.

13- Crees que el conocimiento sobre esta Condición Autista, ¿permitiría comprender e integrar a estas personas?



- La mayoría del alumnado tiene voluntad para interiorizar sobre las distintas condiciones de las personas, y el 13% que respondió No, es la barrera que tendríamos que desbloquear para lograr empatizar en el tema.-

14- ¿Creería útil si se dicta una "sensibilización sobre autismo" en la institución que concurre?



- En este grupo no hubo especificaciones, pero si demostraron la intención de interiorizarse en los temas de las distintas condiciones.-

4.7 Análisis de Entrevistas a familiares de personas con CEA

MAURICIO COLPARIS- 31 años, empleado administrativo en la Municipalidad de Salta, padre de Santino (4 años) diagnosticado hace 1 año con TEA.

Relata: que tenía un vago conocimiento de la Condición Autista, por su hermano que es Lic. En Psicomotricidad y por leer en internet. Luego del diagnóstico de su hijo, la Fundación Espacios, con su gabinete de psicólogas, psicopedagogas y fonoaudiólogos lo guiaron y profundizaron sobre el Espectro Autista.

Santino, concurre al pre jardín de un Establecimiento privado, pero ahora para ingresar a la salita de 5 (cinco), los establecimientos públicos tienen la excusa de que el cupo es 1(uno) por grado, y no hay cupos en ningún lado.

En este Pre-Jardín, su señorita está capacitada, y también cumplen con la ley de Discapacidad de tener un auxiliar que es exclusiva sobre la discapacidad. Hasta el día de hoy, su hijo, no sufrió diferencias ni bullying, al tener 4 años.

Cree firmemente que si existe un programa de sensibilización se lograrían integrar las personas con esta condición, y comento un hecho de su hijo mayor, que tiene un compañero autista, al tener conocimiento por su hermano menor, sensibilizo a la señorita y compañeros como debían de tratarlo, y cambio la actitud de todos con respecto al compañero.

VIVIANA CHAVEZ- 30 años, ama de casa, madre de Ignacio (6 años) diagnosticado hace 2 años.-

Relata: Anterior al diagnóstico de Ignacio no sabía de qué se trataba, y luego a través de entrevistas psicológicas, para interiorizar en la materia, a fin de poder comprender y ayudar a su hijo en la integración social.

Su hijo concurre a la Escuela Roca, la cual ingreso por medio de sorteo, y lo tuvieron en lista de espera. Luego de ingresar, las autoridades de la Escuela les indican las pautas y formas de integración de los primeros años. Ignacio, sufrió bullying por parte de padres y alumnos del curso donde concurre.

Viviana, cree firmemente que si se sensibiliza a cada uno de los que integran y concurren a cada establecimiento escolar, podrían hacer la inclusión e integración amena y crear un ambiente agradable, para los niños y niñas que necesitan más apoyo humano que la ignorancia en su condición.-

CAROLINA CAUSARANO- 52 años, ama de casa, abuela de Santino (7 años), diagnosticado hace 1 año y medio.-

Relata: Anterior al diagnóstico de Santino, no conocía sobre el Espectro Autista. Averiguo sobre el tema en páginas exclusivas de TEA y habla constantemente con los terapeutas que conforman el gabinete de su nieto.

Afirma que Santino, concurre a un Establecimiento público integrador, pero la diferencia con otros casos, es que a su nieto le diagnosticaron ya concurriendo a esa Escuela. No hay muchos niños con ese diagnóstico en esa Escuela.

Su nieto, actualmente cursa el segundo grado, y las maestras que le asignaron, todas, sabían cómo tratarlo y estan bien capacitadas y poseen gran calidad humana.

Lamenta que Santino, si sufrió bullying social, pero porque la poblacion desconoce el tema, da un ejemplo de cuando se presentan los famosos “berrinches” en vía pública, las personas circundantes del lugar murmuran y lo juzgan de “niño caprichoso” o “desagradable”.

Cree que toda sensibilización, sobre cualquier discapacidad, sería bueno para toda la población. Hace referencia a un refrán “solo sabe quien lo padece”, eso no debe pasar con la discapacidad, las personas existen y deberíamos ser empáticos con ellos.-

MARIA FERNANDA GARCIA BUSTOS- 41 años, Medica y madre full time de Jeremías diagnosticado hace 3 años con Asperger.-

Relata: Que anterior al diagnóstico de su hijo, había escuchado sobre autismo pero no conocía bien de que se trataba, ni que había un “espectro”. Se capacito leyendo sobre el tema y buscando asociaciones de padres de niños con TEA.

Su hijo concurre al establecimiento PATRICK DRAGON SCHOOL, pero que luego de buscar en 6 o 7 escuelas, donde no lo aceptaban a su hijo, aludiendo que había un

"cupo" para personas con discapacidad, finalmente llegó a la escuela actual y lo aceptaron sin problemas.

Afirma que la mayoría de los docentes que le tocaron estaban capacitados para guiarlo a su hijo. Tristemente afirma que su niño sufrió bullying, sin especificar las situaciones. Cree que un programa de sensibilización haría una verdadera inclusión e integración.-

LUCIANA CAROLINA ZEGARRA- 26 años, Empleada de Comercio, Cajera y madre de Santino diagnosticado hace 1 año y medio con TEA leve.-

Relata: Anterior al diagnóstico de Santino no sabía de qué se trataba y fue profundizando sobre esta condición por Internet.

Su hijo concurre a la Escuela Alberdi, establecimiento público por ley inclusivo, pero que él ingreso a escolarizarse sin tener un diagnóstico, las maestras que le tocaron fueron claves para poder tener el diagnóstico de TEA.

Confirma que le tocaron todas maestras capacitadas sobre el tema, porque es un requisito del Establecimiento. Santino, lamentablemente, sufrió bullying por su condición, y afirma que un programa de sensibilización haría que su integración e inclusión sea real.-

ADA, 33 años, Presidente Asociación Familia TEA Salta, madre de un niño de 9 años diagnosticado con TEA hace 6 años.-

Relata: Anterior al diagnóstico de su hijo no había escuchado de Autismo, se capacito mediante libros y Google, necesitaba aprender lo que era y significaba el diagnóstico de su hijo.

Su niño concurre a un Establecimiento inclusivo, desde los 4 años. Le costó encontrar escuela ya que todos les cerraban la puerta por ignorancia y desinformación. Tristemente, de manera legal pudo obtener un asiento en el Establecimiento que concurre actualmente. Los docentes del mismo, ninguno se encontraba capacitado, pero hace una gran acotación, que la mayoría tenia voluntad de aprender y ayudar.

Lamentablemente, su hijo sufrió bullying escolar, si bien los niños con esta condición no entienden la maldad, pero padeció el maltrato de una Docente que apodaba a su hijo de "loquito".

Afirma, desde su punto de vista, que no solo la concientización de TEA es necesaria, sino también la capacitación docente y entrega de materiales concretos para su uso y aprendizaje (videos, pictogramas, cartillas etc.).-

ADRIANA AMELIA CATÁN, 47 años, Esteticista y mama full time de Adrián, diagnosticado hace 6 años con TEA.-

Relata: Antes del diagnóstico de su hijo tenía pocas referencias de la Condición Autista, de lo que informan los medios de comunicación. Cuando su hijo comenzó a manifestar este Síndrome fue muy confuso porque de un día para el otro dejo de mirarla a los ojos, en consecuencia, tuvo que cambiar de pediatra y la nueva médica se dio cuenta de inmediato que estaba con un retraso madurativo en la motricidad, porque camino al año y siete meses, gracias a la kinesioterapia, pero aun no tenía el diagnóstico.

A un año de estudios, resonancia magnética, evocado auditivo, electroencefalograma de sueño, el neurólogo lo diagnostico con TGD (trastorno generalizado del Desarrollo). El tercer Neurólogo, repitió los estudios porque su hijo empeoraba y fue ese profesional lo diagnostica con Autismo Global. La capacitación en si no tiene un fin es una constante búsqueda de posibilidades.

Recuerda que desde antes del primer diagnóstico ya recibía estimulación temprana, paso varias etapas de inclusión y adaptación (centros terapéuticos, salas maternales y pre-jardín). En este momento está en espera por cambio de obra social y fue aceptado en el centro de día del SACRA en San Luis donde lo esperan una vez que la obra social se active. La búsqueda consto de derivaciones y recomendaciones de sus médicos, y tuvo la suerte de tener profesionales que la guiaron y apoyaron constantemente.

Debido al apoyo de su psicóloga no fue algo trascendente para ellos el bullying, al principio se sintió en observación de las personas en la calle o en el colectivo, pero fue fundamental la terapia psicológica para centrar su atención en superar los obstáculos.

Cree que la sensibilización debe ser entre los pares y adultos también, por que los niños no juzgan ni discriminan, son los adultos quienes crean esas conductas.

ANDREA DEL VALLE GUITIAN, 39 años, era Empleada Doméstica en la actualidad es Ama de casa, mama de Octavio de 9 años diagnosticado hace 5 años con TEA.

Relata: Antes del diagnóstico de su hijo no tenía conocimiento de lo que se trataba el Autismo, era algo nuevo para ella, lo peor fue que todos incluidos el médico de cabecera, Neurólogo, decían que su hijo era malcriado, no había mucha información sobre autismo en los profesionales. Un día escucho en la radio sobre el tema y describían el comportamiento de su hijo, desde allí empezó su lucha para el diagnóstico.

Su hijo concurrió desde un principio a un establecimiento privado, ya que la escuela pública no quiso aceptarlo por el diagnostico, pero con alegría confirma que este año se revirtió esa situación y empezó a concurrir a una escuela pública.

Tristemente los docentes no están capacitados para tratar esta condición, pero en su mayoría tienen voluntad y muchas ganas de aprender. Su niño no ha sufrido bullying y asegura que para que eso no pase se debería informar más para ayudarlos, y afirma que como primera instancia los docentes deberían formarse y capacitarse sobre las diferentes condiciones.

ANA MYRIAM ROMANO GUEMES- 50 años- Ama de Casa

Relata: Sabía algo de Autismo antes del diagnóstico de su hijo por una película que había visto muchos años antes. Luego de recibir el diagnóstico de su hijo, empezó a informarse primero por los profesionales de las terapias, padres de niños con la misma condición y a través de internet.

Confirma que su hijo concurre a un Colegio con integración, lo eligió porque allí va su otro hijo con TDA (Trastorno de Atención) leve y lo supieron entender y aceptar.

Considera que ningún docente está capacitado para hacer su trabajo eficientemente, con niños de este diagnóstico. Pero en su mayoría, tienen buena predisposición mientras reciba ayuda de la maestra integradora del niño. Otros pocos profesores, no tienen disposición ni interés de aprender, porque creen que lo saben o pueden manejar la situación.

Tristemente confirma que su hijo si sufrió bullying en los primeros años de la primaria, cuando todavía no estaba diagnosticado.

Cree que una buena concientización puede lograr grandes cambios en torno a ellos y a sus pares.-

4.8 Análisis de Entrevistas de Profesionales que se dedican a la Discapacidad.

LIS SERRADELL- Lic. En Terapia Ocupacional

Relata: Su profesión hace foco en la autonomía de la persona con TEA. Trata de intervenir en todos los entornos cotidianos de la persona y adecuarlos a sus necesidades, sea familiar, social o educativo. Entrena las habilidades que esta implicados en el desempeño ocupacional.

Su carrera profesional, tiene materias específicas para la Condición Autista. Afirma que no todos los establecimientos educativos están abiertos a la inclusión, por tener experiencias frustrantes y cierran las puertas.

Lamenta que en nuestra sociedad, la discapacidad es una condición de rechazo, pero que se está iniciando un cambio para tener diferentes percepciones.

Conoce la declaración de los Derechos de la discapacidad y no se cumple en todos los ámbitos hoy en día. Su experiencia, le hace confirmar que la ley de inclusión, se cumple en los Establecimientos Públicos no así en los Privados. Y finalizando, cree firmemente que un programa de sensibilización generaría un cambio de actitud sobre esta y todas las Condiciones.-

MARCELA CLEMENT- Lic. En Fonoaudiología

Relata: Interviene, desde su profesión, aplicando distintas técnicas y marcos epistemológicos, aprobados, que mejoran la comunicación de personas con TEA. Ella estudio en los años 90, y en ese tiempo el Autismo era desconocido, y no se lo tomaba como complemento de su carrera. Pero hoy en día, la carrera de fonoaudiología tiene materias que permiten el conocimiento, igualmente hay post-grados que permiten la capacitación y especialización en el tema.

Afirma que los establecimientos y los maestros que conocen la Condición, tratan de acompañar al alumno con Autismo, pero es real que no está muy visibilizado, y la integración del niño depende de la Cúpula del Establecimiento.

Cree, totalmente, que la discapacidad es un motivo principal de exclusión de las personas. Conoce la ley de Discapacidad, hoy en día se mejoró en algunas cosas, y otras

estamos en años luz, como la inclusión en establecimientos, que no todos adhieren a la integración de niños con distintas condiciones.

El programa de sensibilización ayudaría a tomar conciencia y generar un cambio de actitud en la población.-

CARLOS LECUONA DE PRAT "el Boti"- Director de la Secretaria de Discapacidad del Municipio Capital.-

Relata: que en su experiencia como persona con discapacidad, hay muchísimo por hacer para adquirir verdadera inclusión e integración. El día de hoy no existe un programa real y efectivo de acciones de inclusión, ya que se sigue estigmatizando la palabra DISCAPACIDAD en general.

Las etiquetas son más relevantes que la persona en sí. El programa planteado "Sensibilización sobre CEA", sería el comienzo de un cambio de paradigma, plantea que la empatía social debe ser estimulada y la idea es un impulsor a eso.-

ANDREA RIBOTTA- 36 años Lic. En Fonoaudiología

Relata: Que es una profesional de la salud, Fonoaudióloga, y que particularmente no se dedica a tratar personas con CEA pero que en varias veces le toco atenderlos y tratarlos. Su pasar Universitario no la preparo específicamente en CEA o TEA, pero si saben de qué se trata.

Los establecimientos educativos no acompañan lo suficiente al grupo terapéutico, considera que podrían hacer mucho más, principalmente en las escuelas públicas.

Afirma que la discapacidad es motivo de exclusión permanente, aunque no debería ser así, sigue pasando y más en la provincia de Salta. Afirma que no conoce en su totalidad los derechos de las personas con discapacidad, pero lo básico no se cumple, de eso está segura.

La ley de inclusión no se cumple, lamentablemente tiene muchos casos de pacientes que la propia escuela no sabe qué hacer con los alumnos, y los docentes no tienen formación para generar herramientas para los alumnos.

Afirma que teniendo un programa de Sensibilización, probablemente generaría un cambio de actitud en la población en si.-

MARIA MERCEDES CABANA- 56 años Lic. En Musicoterapia

Relata: desde su profesión les ofrece un espacio de contacto con la música, el sonido, los instrumentos musicales y la voz. La idea es observar con cuál de estas herramientas tomara contacto y a partir de allí iniciar un camino en el que explote sus propios recursos.

Considera que su profesión la preparo y capacito correctamente para tratar distintas discapacidades. No obstantes, cree que es importante capacitarse continuamente, para poder escuchar mejor a las personas con CEA o con cualquier otra discapacidad.

Los establecimientos educativos algunos acompañan en la labor de mejoría de la Condición Autista, otros no.

Siente que a veces sucede la exclusión social por discapacidad, pero que no debería ser así.

Afirma que conoce los derechos de las personas con discapacidad, en relación a la inclusión falta mucho por andar, porque se tiene que trabajar el contexto educativo y social, no estamos como hace diez años pero tampoco hay verdadera inclusión.

Considera que un programa de Sensibilización sobre CEA sería importante para la inclusión e integración, también agrega su aporte que deberían participar los adultos con esta Condición.-

ARACELI TEJERINA- 28 años Lic. En Psicología

Relata: que las intervenciones que realiza, por ahora, están dirigidas hacia el abordaje de personas que ya cuentan con un diagnostico TEA, y trabaja principalmente el desarrollo de las habilidades sociales.

Cree que en cierta parte, su carrera la capacita, porque es un aprender constante lo que acontece entre el encuentro del profesional y el paciente.

Los establecimientos educativos acompañan en la mayoría de los casos, pero no en todos. Cree que las barreras sociales producen más exclusión que la propia discapacidad de la persona.

Afirma que conoce la declaración de los derechos de las personas con discapacidad y cree que no se cumplen en su totalidad, sin embargo piensa que es un buen instrumento que motiva a seguir pensando por más políticas de inclusión.

Considera que un programa de sensibilización generaría un cambio de actitud en la población, por que funcionaría como generador de oportunidades y el fortalecimiento de recursos positivos.-

5 Conclusión

Gracias a la investigación y al trabajo amplio de campo, queda comprobada la hipótesis sobre la necesidad del conocimiento de la Condición de Espectro Autista, y en consecuencia esto permitiría la inclusión e integración de las personas que lo poseen.

Los profesionales que trabajan en este ámbito, afirman que para poder empezar un cambio y lograr la verdadera inclusión es necesario una sensibilización a la población en general, esa integración a las que hacen mención las leyes internacionales, nacionales y municipales.

Se encuentra un vacío legal con respecto a esto, ya que los establecimientos tienen la obligatoriedad de recibir niños y jóvenes con discapacidad pero no existe la obligación de capacitación en los docentes. La ley no establece un cupo limitado, y el factor común de los familiares es la negativa por cupos de personas con discapacidad, si bien algunos padres llevados por la impotencia de no respetar los derechos, acuden a realizar acciones legales, muchos otros padres callan, y persisten buscando otras alternativas.

Los familiares se ven esperanzados con que este proyecto sea efectivo, son las personas idóneas, ya que ellos padecen la improlijidad de aplicación de la ley, y sienten una necesidad urgente de la sensibilización para poder mejorar esta condición en sus niños.

Para realizar nuestro plan estratégico de Sensibilización, es necesario tener un enfoque persuasivo, como así también establecer acciones del Marketing Social para cambiar la actitud de la población adoptante.-

6 Planificación Estratégica

Luego de establecer y confirmar la necesidad vigente, se presentan los lineamientos generales de una propuesta de un programa de cambio social, utilizando los resultados de

las encuestas y entrevistas, como también basándonos en el marco teórico del Marketing Social.

El objetivo final es lograr que la población objetivo se sensibilice sobre la Condición de Espectro Autista, que generar empatía entre los pares, haciendo amena la inclusión e integración. Esto ayudaría a la persona que posee TEA a su desarrollo e integración en el plano social y educativo.-

6.1 Identidad del Programa de Marketing Social

Se crea una marca para el Programa, así empezamos la difusión correspondiente, generando Autenticidad y personalidad a nuestro proyecto.

La misma será titulada **Sentite@ (sentí TEA).-**

6.2 Causa

Sensibilización de escolares sobre el Trastorno del Espectro Autista, para su inclusión y prevención de bullying.

6.3 Agentes de cambio

- Alumnado de todos los Establecimientos educativos de Salta Capital.-
- Docentes de los Establecimientos Educativos de Salta Capital.-
- Comunicadores sociales.-
- Familiares del público objetivo.-

6.4 Adoptantes objetivos

Alumnos de establecimientos educativos, públicos y privados.-

6.5 Objetivos

- Revertir el paradigma estigmatizante de la Condición Autista.-
- Generar un impacto y cambio positivo social, para promover la integración e inclusión de las personas con esta condición.
- Prevenir posibles comportamientos de acoso y bullying entre los pares escolares.

6.6 Vías de Comunicación

- Establecimientos Escolares (públicos y privados)
- Difusión de comunicación sobre el Programa Sentite@, por medio de flayers en cada Establecimiento.-
- Redes sociales, Facebook e Instagram.-

6.7 Estrategias de marketing

6.7.1 Producto

Los productos sociales son:

1- Sensibilizar sobre la Condición Autista, para dejar de estigmatizarlo.-

2- Integrar e incluir a las personas que poseen esta Condición.-

6.7.2 Plaza

Para poder desarrollar el programa de sensibilización, se deberá contar con el permiso de acceso a los Establecimientos Educativos y allí mismo dictar las charlas. Se utilizaran las aulas mismas de los alumnos.-

6.7.3 Promoción

Se organizara una campaña intensiva en las redes sociales, sobre la actividad, para difundir las acciones.

También se pegara flayers sobre la Sensibilización de la Condición y su importancia.-

Se utilizara en las charlas un resumen en Power Point para reproducir, así tener un formato digital.-

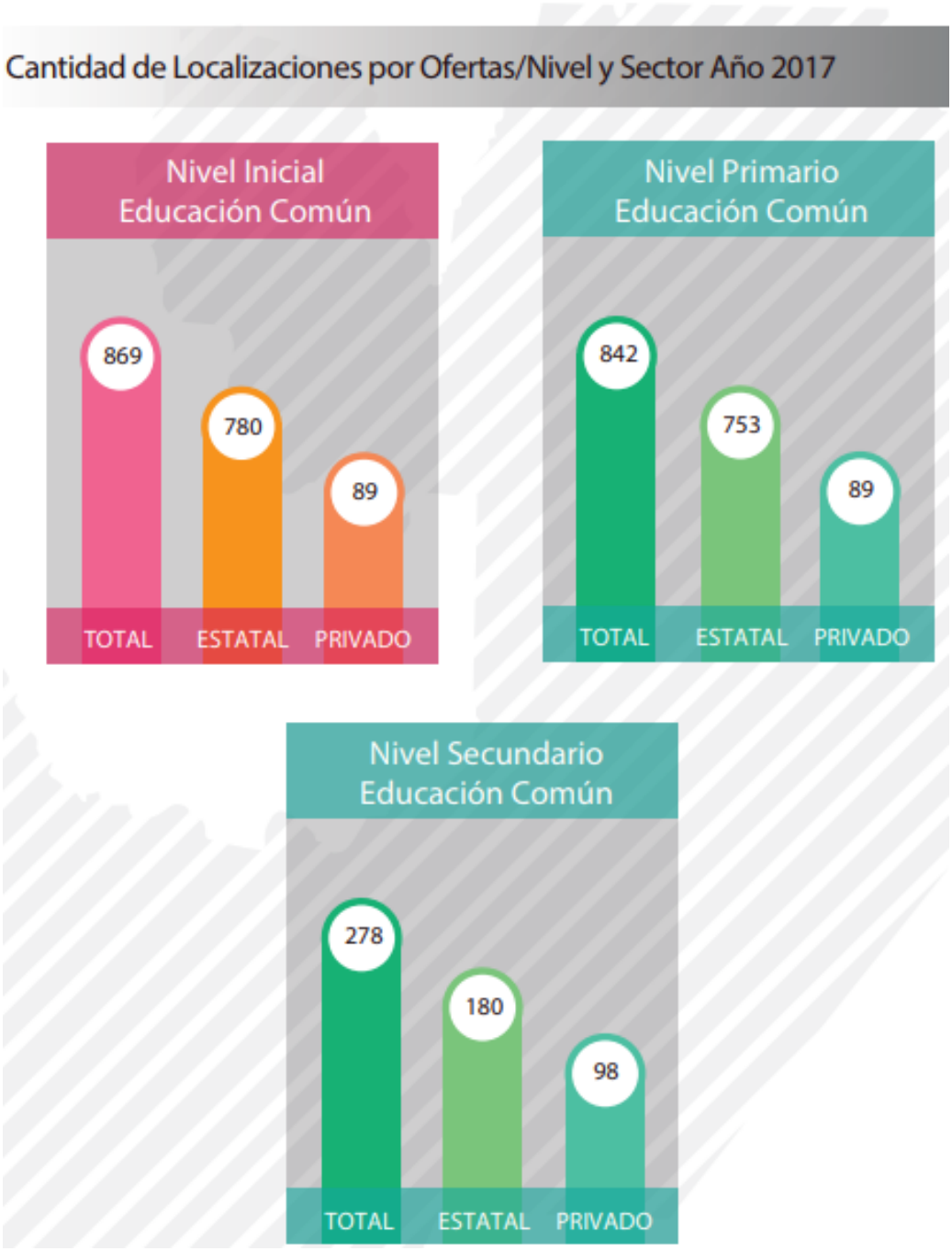
SentiTE@
HABLEMOS DE AUTISMO
¡SOMOS TAN DISTINTOS E IGUALES

6.7.4 Personal

El personal que será participe de este plan de marketing social, son los ligados a los Establecimientos educativos:

- Docentes
- Alumnado
- Padres
- Agente de cambio

6.7.5 Cantidad de Establecimientos


Cantidad de Localizaciones por Ofertas/Nivel y Sector Año 2017
Nivel Inicial
Educación Común
869
780
89
TOTAL
ESTATAL
PRIVADO
Nivel Primario
Educación Común
842
753
89
TOTAL
ESTATAL
PRIVADO
Nivel Secundario
Educación Común
278
180
98
TOTAL
ESTATAL
PRIVADO

- Tomamos todos los niveles, si bien el nivel inicial no tendrá mucho efecto, pero se considerara la sensibilización a padres y tutores.-

- La totalidad de Establecimientos será de 1.495, con una población total de , en la Provincia de Salta.-

6.7.6 Procesos

PLAN DE ACCIÒN MARKETING

ACCION	RESPONSABLE	TIEMPO	COSTOS
Estrategia Digital 1- Creación de una Fanpage de Facebook e Instagram.- 2- Mantenimiento de imagen y marca	1- Analista en Marketing 2- Responsable de Marketing	1 (una) Semana 2(dos) años	• $10.000(10 horas semanales x $1000 la hora profesional) • $6.000 (12 horas semanales x $500)
Estrategia de Cartera 1- Racionalización del producto en el público objetivo: - Implicación situacional - Implicación Duradera - Beneficios - Demanda Preexistente	Responsable de las Charlas (con los directivos de los Establecimientos Escolares).-	2(dos) años	• $20.000 (20 horas semanales)

Estrategia de Segmentación 1- Estrategia concentrada: nos dirigimos fuertemente a un solo público objetivo.	1- Analista de Marketing	1(una) Semana	• 2500 por mes
Estrategia sobre Distribución 1- Sectorizar por regiones los Establecimientos Educativos.- 2- Establecer los canales de distribución.-	1- Responsable de Logística y traslado.-	1(un) mes	• 5.000(aproximado)
Estrategias de posicionamiento 1- Acciones para reforzar los factores intervinientes: - La fuerza intencional del programa. - La dirección. - El mecanismo	1- Analista en Marketing	2(dos) años	• 120.000 por año

6.8 Etapas en el cambio de Comportamiento

Seguimos el modelo de Andersen:

1- Pre consideración
2- Consideración
3- Acción
4- Mantenimiento

6.9 Estrategias para la acción

- Involucrar a todos los establecimientos educativos y ministerio de educación a promover el programa de sensibilización, para poder contribuir a la falencia establecida socialmente. Involucrándose activamente a generar el cambio de comportamiento hacia la Condición Autista.

- Involucrar a los padre o tutores del alumnado, para no crear contradicciones y homogenizar criterios respecto al tema, ya que son referentes directos de las conductas y actitudes de sus hijos.

- Involucrar a los docentes que estén a cargo de las aulas, para poder establecer criterios y guiarlos desde una perspectiva empática.-

6.10 Puesta en práctica, control y evaluación.

- El programa deberá iniciarse al mismo tiempo que se inician las clases, en Marzo 2020, cuando se realizan reuniones de padres, y los chicos se encuentran con toda la energía para comenzar el nuevo año lectivo.

- El control lo llevara el mismo agente de cambio, organizado por fechas y zonas de los Establecimientos escolares.

- La evaluación del programa Sentite@ lo llevaremos mediante entrevistas de tipo Focus Group, entre docente, alumnos y padres de alumnos con Condición Autista, para poder establecer si el programa está funcionando de forma correcta, y en caso que se necesite reafirmar la sensibilización, se establecerá el día y la hora nuevamente.-

7 BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

Philip Kotler (1988). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación

Daniel Mendive (2008). *Marketing Social Manual Práctico*. Buenos Aires- San Telmo. Editorial De los Cuatro Vientos.

Leal Jimenez Antonio. (2000). *Gestión de Marketing Social*. España Madrid. Editorial María Victoria Peralba Ruiz.

María Merino Martínez (2009). *Campaña de sensibilización social: Autismo: Conóceme, compréndeme, acéptame.* Realización campaña: Federación Autismo Castilla y León.

Roberto Hernandez Sampieri (2014). *Metodología de la investigación – sexta edición.* Mexico. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V

Beatriz San Millán Pérez (Febrero 2015). *Autoestima, crecimiento personal, emociones, psicología.*

7.1 WEBGRAFIA

https://www.facebook.com/familiateasaltaok/

https://brincar.org.ar/edu/login/index.php

https://www.minhacienda.gob.ar/onp/presupuestos/2018

http://estadisticas.salta.gov.ar/web/

https://www.indec.gob.ar/

https://www.panaacea.org/

http://www.edusalta.gov.ar/index.php/docman/dpto-estadistica/informes-estadisticos/3663-informe-estadistico-2017/file

8 ANEXOS

ENCUESTAS

TEMA: Sensibilización sobre CEA

Nombre y apellido:

Edad:

Institución:

1- Sabes de que se trata la discapacidad :

☐ Minusvalía General

☐ Condición bajo la cual ciertas personas presentan alguna deficiencia física, mental, intelectual o sensorial que a largo plazo afectan la forma de interactuar y participar plenamente en la sociedad

☐ Dificultad para realizar ciertas actividades.

2- ¿Conoce el Trastorno de Espectro Autista o Condición de Espectro Autista?

Sí ☐ No ☐

3- ¿Tuviste algún compañero que tenga esa Condición, o algún compañero que le decían “tonto” “retrasado” u otros calificativos destructivos?

Sí ☐ No ☐

Si responde sí, describa el caso:_____

_____

_____

4- Ese compañero, ¿sufría Bullying, de parte de sus pares?

Sí ☐ No ☐

5- ¿Los docentes realizaban acciones para integrar al compañero?

Sí ☐ No ☐

6- Crees que el conocimiento sobre esta Condición Autista, ¿permitiría comprender e integrar a estas personas?

Sí ☐ No ☐

ENTREVISTAS A FAMILIARES

TEMA: Sensibilización sobre CEA

Nombre:

Parentesco:

1- ¿Ud. Sabia de que se trataba la Condición de Espectro Autista antes del diagnóstico de su familiar? ¿Cómo se capacitaron sobre el tema posteriormente?

2- Su familiar, ¿concurre a establecimientos escolares inclusivos? ¿Cómo realizo la búsqueda del Establecimiento?
   Si / No – ¿Cuál?

3- Los Docentes a cargo anterior y posteriormente, ¿estaban capacitados para guiar a su familiar?

4- ¿Su familiar sufrió Bullying escolar o social, por su condición, alguna vez?

5- ¿Cree que si se sensibiliza a los pares escolares, hará más amena la integración e inclusión de su familiar?

ENTREVISTAS PROFESIONALES

TEMA: Sensibilización sobre CEA

Nombre y apellido:

Edad:

Profesión:

1- Desde su profesión, ¿cómo interviene con las personas con CEA?

2- ¿Considera que su profesión lo capacita adecuadamente para tratar personas con CEA?

3- ¿Cree que los establecimientos educativos acompañan a su labor, para la mejoría de personas con CEA?

4- ¿Cree que la discapacidad de una persona puede motivar su exclusión social y educativa?

5- ¿Conoce la declaración de los derechos de las personas con discapacidad en relación con la inclusión que promueve? ¿Cree que se cumple?

6- ¿Cree que la ley de inclusión se cumple como corresponde?

7- ¿Considera que realizar un programa de sensibilización, generaría un cambio de actitud en la población, con respecto al Autismo?