



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA, EDUCACIÓN Y
DESARROLLO

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL
MEMORIA DEL PROCESO DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS DESDE LOS
GRUPOS INVOLUCRADOS PARA LA ALIANZA CORPORATIVA FASINARM 50
AÑOS

Para optar al grado de:
TRABAJO FINAL PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO LICENCIADO CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN EDUCACIÓN ESPECIAL

Presentado por:
Alexis Carolina Viteri Villacrés

Equipo de Asesores:
María del Carmen Zenck
Ilona Vallarino

Guayaquil, Ecuador
Noviembre del 2016

RESUMEN o ABSTRACT

Después de 50 años de trabajar a beneficio de niños, jóvenes y adultos con discapacidad en el ámbito educativo, laboral y social, la fundación sin fines de lucro FASINARM necesita consolidar nuevas alianzas estratégicas, junto con el apoyo de la sociedad, en aras de garantizar la sostenibilidad de sus labores de inclusión.

De ese modo, el proyecto “Fasinarm Recargado” realizado por estudiantes egresados de diferentes carreras de la Universidad Casa Grande, busca aportar con un plan estratégico de marketing social para la obtención de una nueva alianza a largo plazo con una empresa de la ciudad de Guayaquil, que sirva de apoyo financiero para la fundación.

En ese marco, se desarrolló una investigación de carácter cualitativo, debido a que se estudió la realidad y calidad del contexto, las actividades, las relaciones, los asuntos y los medios; además que por la capacidad de flexibilidad que tiene este enfoque, todo lo que se iba descubriendo se lo interpretaba junto con las personas implicadas.

Los resultados del estudio pretenden demostrar el grado de aceptación que tiene el trabajo de los docentes y especialistas de la institución con niños, jóvenes y adultos con discapacidad, además del apoyo que se les brinda a las familias para que ellos asuman sus propias decisiones y de esta manera tengan aspiraciones que los incluyan en la comunidad.

Palabras clave o Keywords

Sociedad inclusiva, discapacidad, plan estratégico, marketing social, campaña de comunicación

INDICE

1.	LA DENOMINACIÓN.....	3
2.	LA DESCRIPCIÓN.....	4
3.	LA FUNDAMENTACIÓN.....	5
4.	LOS OBJETIVOS.....	7
	OBJETIVO GENERAL.....	7
	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
5.	LOS DESTINATARIOS.....	8
6.	LAS ACTIVIDADES.....	9
	Tabla 1.....	9
	Tabla 2.....	19
	Tabla 3.....	22
7.	LOS RECURSOS HUMANOS.....	26
8.	LOS RECURSOS MATERIALES.....	29
9.	AUTOEVALUACIÓN.....	30
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	32

1. LA DENOMINACIÓN

En la presente memoria se va a detallar el proceso de generación de contenidos, a raíz del trabajo colaborativo de los estudiantes de la Universidad Casa Grande junto con los beneficiarios de la organización, para alimentar la estrategia de comunicación con el fin de crear una la alianza corporativa por los 50 años de FASINARM.

Este documento expresa las diferentes vías de acceso a la información clave que sólo conocen los padres de familia y docentes de los servicios que brinda la institución. Como se indica anteriormente, se indagó en las aspiraciones, sueños, logros y éxitos de los beneficiarios además de los mecanismos y trabajo colaborativo del personal educativo. Esto a través de acciones que de forma dinámica e interactiva motivaron a las personas a formar parte del proyecto y así se involucren y se encaminen en el proceso de cumplir los objetivos.

2. LA DESCRIPCIÓN

El proyecto social FASINARM RECARGADO, nace de la necesidad de generar soluciones duraderas que permitan garantizar la sostenibilidad de la institución, así como de visibilizar la gestión del Centro de Entrenamiento Vocacional (CEVE), que contribuye a la inclusión laboral y social de jóvenes y adultos con discapacidad.

En ese sentido, el proyecto pretende que, a través del diseño de un plan estratégico de marketing social con una empresa privada o pública, FASINARM cuente con un instrumento adicional para lograr cubrir dichas necesidades financieras. A más de ello, se ha propuesto una campaña de comunicación para dar a conocer, tanto a nivel nacional como internacional, la labor del CEVE de FASINARM.

Para salvaguardar la viabilidad técnica de las propuestas, se ha previsto el desarrollo de una memoria que describa el proceso de generación de contenidos, en cuanto a las experiencias de los padres, la experiencia de docentes de FASINARM y el CEVE, y las aspiraciones de seis estudiantes del CEVE.

3. LA FUNDAMENTACIÓN

El proyecto es una forma de hacer la diferencia y promover un cambio, considerando la importancia de la continuidad del trabajo de FASINARM; entidad que ha venido realizando en estos últimos 50 años a muchos niños, jóvenes y adultos han sido y son beneficiados por el arduo trabajo de los profesionales que integran la fundación.

Cabe recalcar que pese a la trayectoria que tiene la institución, de acuerdo a la investigación que realizó la empresa *Research Mindshare* en el año 2014, si bien el 85% de los encuestados conoce que FASINARM brinda ayuda, solo el 36% enfoca su trabajo a niños con discapacidad y el 28% a niños. Esta cifra disminuye, cuando se consulta sobre la labor que realiza el CEVE, arrojando que solo 17% conoce de dicho servicio.

En ese contexto, la institución reconoce la importancia de evidenciar su gestión y asimismo, la necesidad de mantener una buena y sólida imagen corporativa, siendo indispensable conservar las relaciones comerciales con la empresa privada y pública y a su vez hacer que más empresas se vinculen.

En la actualidad, el mundo empresarial es muy competitivo, por lo que disponer de un trabajo estable constituye un logro, debido a las exigencias del mismo. Para hablar de esta realidad, debemos

considerar la inclusión al mundo laboral de las personas con discapacidad, y esto a criterio de Ramiro Cazar (2007) significa:

“(…) que las leyes, políticas, planes, servicios y la comunidad debe adaptarse, planificarse, organizarse para garantizar el libre, pleno e independiente desarrollo de las personas, basado en el respeto y aceptación de las diferencias, capacidades y necesidades que garanticen el acceso igualitario, normalizado y participativo. En definitiva, implica que una sociedad incluyente debe promover la integración social en el marco del respeto a los derechos de las personas, especialmente el derecho a la vida, al desarrollo y a la participación”_Universidad De Cuenca (2016).

En el Ecuador el gobierno ha implementado políticas públicas a favor de las personas con discapacidad dando beneficios, oportunidades y garantías a través de diferentes ministerios y programas. Esta situación empezó a transformarse desde el año 2013 en que el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador, junto con el CONADIS fomenta la vinculación entre oferta y demanda laboral, protegiendo los derechos fundamentales del trabajador.

La permanencia y una mejor calidad de vida de una persona con discapacidad se dan por la apertura que la sociedad le brinde. Según el Manual de Buenas Prácticas para la Inclusión Laboral de personas con discapacidad elaborado por el Ministerio de Relaciones laborales en el año 2013, indica que las personas con discapacidad tienen acceso al empleo en las mismas condiciones de tareas, sueldos y horarios que cualquier otro trabajador sin discapacidad.

4. LOS OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Describir el proceso de generación de contenidos en el que se incurrió a partir de las conversaciones con padres de familia, personal administrativo y docentes de Fasinarm.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Recopilar información personal que nos puedan brindar los padres de familia sobre las experiencias que han tenido sus hijos en los diferentes servicios de FASINARM y el CEVE
- Describir las experiencias de los docentes de Fasinarm y del CEVE trabajando con personas con discapacidad.
- Conocer y difundir los sueños y aspiraciones de seis estudiantes del CEVE.

5. LOS DESTINATARIOS

El presente trabajo de investigación está dirigido a estudiantes universitarios de las carreras de Educación inicial, especial, psicopedagogía y otras afines. Así como también va dirigido a profesionales de educación, psicología, terapeutas físicos, de lenguaje, ocupacionales y otros especialistas que forman parte del equipo multidisciplinario con el que trabajan los niños, jóvenes y adultos que poseen una discapacidad.

Además, este trabajo puede resultar de interés para el público en general que desee conocer sobre la misión que tiene Fasinarm al trabajar con jóvenes y adultos con discapacidad en la ciudad de Guayaquil. También es una oportunidad para que todos conozcan las percepciones, logros y sueños de los beneficiarios de los servicios del CEVE.

6. LAS ACTIVIDADES

Para generar contenidos que sirvan en la realización del proyecto se elaboró a continuación un cronograma por etapas con las fechas, objetivos y herramientas para cada actividad.

Tabla 1

Etapas	Objetivo	Fuentes de información	Herramienta o técnicas	Enfoque	Fecha
Primer Avance	Descubrir las necesidades prioritarias y falencias de la fundación	FASINARM Padres de familia Especialistas	Grupo Focal Entrevista Estructurada	Cualitativo	Del 01 al 13 del 05 Del 2016
	Analizar las estrategias que tiene la fundación con agentes externos y determinar si han sido y son funcionales	FASINARM: Departamento comercial Documentos internos	Entrevista Estructurada y Semiestructurada Análisis bibliográfico	Cualitativo	
	Revisar si es viable implementar un proyecto comercial con FASINARM	Estudio Jurídico Macías Hurtado y Macías C.A.	Reunión	Cualitativo	
	Comunicar la reunión con el estudio jurídico sobre el estatuto	Fasinarm: Directiva Mgs. Alegría Barrezueta	Reunión	Cualitativo	

	Descubrir la percepción interna y externa sobre la institución	FASINARM: Empresas	Entrevista Estructurada	Cualitativo	
	Determinar las causas sociales que tienen el mayor ruido mediático en la actualidad	Medios de comunicación	Análisis de contenido	Cualitativo	
	Conocer los beneficios que puede tener una empresa/organización al apoyar a una causa social	Sweet & Coffee: Enrique León Norlop Valeria Vásquez Corporación El Rosado Alessandra Cavagnaro, 3M Verónica Coronel	Entrevista Estructurada	Cualitativo	
	Conocer las instalaciones de la institución para la selección de información relevante.	Instalaciones de FASINARM y el CEVE	Visita al CEVE y FASINARM	Cualitativo	Del 16 al 27 del 05 del 2016

Para descubrir las necesidades prioritarias y falencias de la fundación se realizó un grupo focal y dos entrevistas estructuradas. En lo que respecta al grupo focal, se convocó a través de la Coordinadora de FASINARM, Mónica Bermúdez, a: tres docentes del CEVE, tres profesoras de FASINARM, tres trabajadores del área administrativa, tres padres de familia y tres especialistas.

El grupo focal fue realizado en las instalaciones de FASINARM para facilidad de los participantes y con miras a generar un entorno de confianza que posibilite la recopilación de información. De ese modo, se realizaron preguntas guiadas para conocer las principales necesidades y percepciones sobre la ONG. En ese contexto, las madres de familia destacaron la gran ayuda que ha brindado la institución, resaltando las diferencias en el aprendizaje y desenvolvimiento de sus hijos, quienes ahora son más sociales y más independientes.

Tanto los docentes como el personal administrativo indicaron que tienen un nexo sólido con la fundación; no obstante, identificaron que no cuentan con los recursos para cubrir ciertas necesidades, como por ejemplo las tecnológicas (escasez de programas y mala conexión). Esta situación los atemoriza; ya que podría causar un daño permanente en los equipos de la institución. Por otro lado, reconocieron que hace falta docentes de educación física y recreación. Un aspecto positivo que identificaron los empleados de FASINARM, es la mejora en el trato, lo que está relacionado con el desarrollo de capacitaciones.

En cuanto a la programación y ejecución de las entrevistas estructuradas, se consideró a profesionales destacados de la Fundación, que bajo su experiencia pudieran contribuir a la identificación de prioridades y falencias de la ONG. En ese marco, una de las entrevistadas fue Fresia Rodríguez, Máster en Educación Especial y Coordinadora de Centros de Recursos, quien reconoció que “la administración de la página web podría mejorar para que los usuarios puedan conocer de forma actualizada las actividades de FASINARM”. (E1, comunicación personal,2016) Asimismo, señaló que se podría informar sobre casos de éxitos de ex - alumnos. Una de las fortalezas

identificadas es la constante revisión del plan de estudios para que responda a las necesidades de cada estudiante.

Por otro lado, María del Carmen Muñoz, Docente de Educación Especial, indicó que “la infraestructura debe mejorar y contar con mayores recursos lúdicos”. (E2, comunicación personal, 2016) La docente, resaltó como un aspecto positivo el involucramiento de los padres en la educación de sus hijos.

Con miras a conocer y analizar las estrategias que tiene la fundación con agentes externos y determinar si han sido y son funcionales, se efectuó una entrevista a Jackeline Idrovo encargada del Área Comercial de FASINARM, así como se solicitó a la Administradora de Talento Humano, Betty García, información institucional como nómina del personal técnico docente de FASINARM y CEVE, los estatutos legales, histórico de auspiciantes, principales convenios y alianzas etc.

De tal manera Jackeline Idrovo, comentó durante un recorrido a las instalaciones que “la institución está segmentada por los diferentes servicios que brindan, además de estar equipados por material donado por diferentes empresas de Guayaquil, pero que en la actualidad algunos ya necesitan mantenimiento”. Explicó que “la fuerte vinculación que tienen con las empresas Sweet & Coffee, Norlop, Senefelder y Corporación El Rosado sustentan la mayoría proyectos”. (E3, comunicación personal, 2016)

Este recorrido se complementó con un análisis bibliográfico que fue solicitado y enviado vía correo electrónico por Betty García, donde se especificaba cronológicamente las donaciones, convenios, alianzas y auspicios con la institución. De este análisis se llegó a la conclusión de que, si bien las donaciones y auspiciantes son muchos, no financian las operaciones de FASINARM en su totalidad.

A raíz de la revisión exhaustiva de los documentos constitutivos de la Fundación FASINARM, particularmente de los estatutos, se descubrió que la institución al ser una fundación sin fines de lucro no puede ejercer ninguna actividad de comercio que les permita auto gestionarse. A partir de esto, se concretó una reunión con Gilda Macías, miembro del Directorio Ejecutivo y Alegría Barrezueta, Directora General de la fundación, donde se conversó sobre la situación actual de la ONG, así como las actividades comerciales en busca del sustento económico que se realizan.

Junto a ellas, se hizo la revisión de las cláusulas en los estatutos, llegando a la conclusión de seguir ejerciendo las actividades que hasta ahora se han realizado, debido a que no han surgido problemas o inconvenientes desde el punto de vista legal. Esto se presentó como un obstáculo al comienzo ya que desconocíamos exactamente a lo que se refería, pero al mismo tiempo se nos presentó como una oportunidad para buscar alternativas viables, como las de nuestro proyecto, para que puedan continuar con labor.

Con el fin de descubrir la percepción interna y externa sobre la institución se realizaron cinco entrevistas estructuradas. Para conocer las percepciones externas se entrevistó a dos psicólogas que

tienen experiencia trabajando con personas con necesidades especiales. Al preguntar si conocían la labor que realiza la institución indicaron que sí, pero de una manera muy superficial.

Aunque de manera general la primera entrevistada Verónica Maruri quien es psicóloga clínica infantil indicó que “es necesario que exista un trabajo multidisciplinario con las personas con discapacidad para lograr desarrollar diferentes habilidades para su adaptación a la sociedad”. (E11, comunicación personal,2016) De igual manera la psicóloga educativa Carmen López indicó que “en la actualidad se conoce que las personas con discapacidad son grandes aporte a la sociedad, inclusive a muchos a lo mejor se los desestimó, pero hoy son prueba que si es posible lograr la inclusión”. (E12, comunicación personal,2016)

Para conocer las percepciones internas se realizaron tres entrevistas estructuradas a padres de familias de los diferentes servicios de educación. A la mamá de Carlos de 5 años del Nivel Inicial, a la mamá de Alejandro de 7 años del Programa de Apoyo a la Inclusión Educativa y a la mamá de Alma de 18 años del último año de la Escuela de Educación Básica Especializada. Los padres fueron convocados por la coordinadora de la fundación, la licenciada Mónica Bermúdez, en las instalaciones de la institución para brindarles mayor confianza y seguridad.

La percepción que tienen las madres de la fundación es positiva debido a que han visto grandes avances en diferentes áreas de desarrollo, tanto motriz, lenguaje, habilidades de la vida diaria y sociales. Aunque conocen que existen necesidades en las cuales se pueden trabajar, igual enaltecen el

trabajo y la trayectoria de la institución con 50 años en la sociedad. También resaltan que es la única institución que trabaja no solo con los estudiantes sino con los padres, impartiendo charlas y guiando de qué manera se puede reforzar en casa.

Para determinar las causas sociales que tienen el mayor ruido mediático en la actualidad se realizó un análisis de medio a 6 campañas nacionales y extranjeras, para conocer de qué manera impactaron y contribuyeron en la creación de campañas sociales.

Se analizaron campañas internacionales como la del día mundial de síndrome de Down, lanzada por la fundación Down España, que buscaba mostrar a las madres de niños con discapacidad, como ellas ven a sus hijos, y cómo los ve la sociedad. Por otro lado, la Asociación Síndrome de Down, Argentina. Creó una campaña con la finalidad de impulsar la inclusión laboral en Buenos Aires, mostrando a personas con discapacidad intelectual, en varios trabajos que ya realizaban, evidenciando su capacidad para cumplirlo sin problemas.

La campaña Olivia Wilde, muestra a la actriz realizando varias actividades de la vida diaria, hasta la escena final, donde se para frente a un espejo, y no se ve reflejada ella, sino una atleta paraolímpica de 19 años. El video fue recibido con opiniones mixtas en EEUU, ya que se decía que escondía la verdad de las personas discapacitadas.

En cuanto a las campañas nacionales analizadas, se partió por la Fundación Telefónica con la

campana #ContigoEcuador, la cual incentivaba a la comunidad a realizar donativos para reconstruir los sueños de los niños en las áreas afectadas. Al igual que la Organización Niños con futuro realizaron diferentes eventos como cenas, pulgueros, apadrinamiento, etc., para poder recaudar fondos. Y la campana Fasinarm Navidad 2013, en esta ocasión, junto con el apoyo de la prensa y medios locales, comunicaron al público, los productos navideños mostrando quiénes y cómo los fabrican.

En la búsqueda de conocer los beneficios que puede tener una empresa/organización al apoyar a una causa social se entrevistó a cinco empresas privadas de la ciudad de Guayaquil, COGUCO, Sweet & Coffee, Norlop, Corporación El Rosado y 3M. Las entrevistas fueron conseguidas por los integrantes del grupo de acuerdo a los nexos y cercanías que se tenían con las empresas.

Para el Ing. Leonardo Guarderas, Presidente de la empresa COGUCO apoyar causas sociales es una manera de contribuir al crecimiento de la comunidad y de la empresa. A pesar de que no tienen un departamento de responsabilidad social, entre la presidencia, la gerencia y gerente técnico se gestionan proyectos de impacto comunitario. Muchos son a corto plazo, pero la relación que tiene con FASINARM ha logrado una alianza estratégica, por más de 30 años, aunque no siempre sus servicios sean requeridos por la institución.

De igual manera Valeria Vásquez, ejecutiva de cuentas de la empresa Norlop, indicó que existe una relación por más de 10 años con la fundación, consistiendo su apoyo en realizar artes para ocasiones

especiales en el año, y como fuente de motivación para la empresa es darle realce a la labor que realiza FASINARM.

Enrique León, Gerente de Marketing de Sweet & Coffee expresó que la empresa tiene tres proyectos principales a favor de las causas sociales: Deja tu marca, Sembrando un compromiso y Nosotros amamos lo nuestro, además de realizar varias actividades independientes. Para él, la mayor motivación es devolver a la sociedad que los ha acogido, lo mucho que se les ha entregado, permitiéndoles crecer como empresa.

Cada relación se origina por el valor que tiene para la empresa, por ejemplo, la ayuda a los niños con capacidades especiales, para que puedan tener ser integrados en la sociedad con iguales oportunidades; la relación directa con los caficultores, adquiriendo su café a un precio justo y realizando acciones para mejorar su trabajo y el apoyo a la cultura local son parte intrínseca de la marca.

Verónica Coronel, Gerente de Marketing de la empresa 3M manifestó que las relaciones de acción social por lo general son coyunturales, o dependiendo de los requerimientos que se realicen o la búsqueda que haga la empresa. El principal beneficio que se desprenden de las relaciones es ser un aporte y colaboración en la comunidad de manera inmediata, tratando de participar en diferentes actividades, para colaborar a varios sectores, o comunidades.

Alessandra Cavagnaro, Jefe De Marca y Diseñadora De Marcas Propias de la Corporación El Rosado

señaló que año tras año apoyan a las damas de Solca con la campaña Lazos, al igual que con FASINARM dando cabida en los centros comerciales (Rio store) para la venta de franelas y demás productos para recaudar fondos. Asimismo, en Navidad se reparte de manera masiva juguetes para los niños, así como comida y productos, guardando el anonimato. Las relaciones buscan que sean a largo plazo donde todas ganancias de las campañas sean siempre donadas, y que la empresa constituya solo el medio.

Con el afán de conocer las instalaciones de la institución para la selección de información relevante, se solicitó a una visita a FASINARM y al CEVE por medio de Jackeline Idrovo y Soraya Saltos. El primer recorrido se lo realizó en las instalaciones de Fundación para conocer los salones de clases, los salones de terapias, las áreas verdes, de recreación entre otros. En dicha visita se pudo observar la infraestructura, material lúdico, sistema de ventilación, iluminación y tecnología. Al mismo tiempo que se hacía el recorrido nos fue relatando de qué manera la institución obtiene los recursos.

El segundo recorrido fue en las instalaciones del CEVE y estuvo guiada por la coordinadora Soraya Saltos, quien de la misma manera mostró los diferentes talleres y salones que tienen destinado para las capacitaciones de los jóvenes y adultos con discapacidad. E indicó con qué empresas tienen convenio para la dotación del material.

En esta primera etapa toda la información recopilada sirve para dar inicio con la realización del plan estratégico de marketing social en el que se busca una nueva alianza que cubra con las necesidades no solo

monetaria sino de servicio. Pero también nos sirve para conocer y dar a conocer la parte humana y la importante labor que realiza Fasinarm dentro de la sociedad.

Tabla 2

Etapa	Objetivo	Fuentes de información	Herramienta o técnicas	Enfoque	Fecha
Pre Grado	Conocer la campaña de comunicación que Norlop maneja para Fasinarm por los 50 años	Empresa Norlop	Reunión informativa	Cualitativo	Del 11 al 15 del 08 del 2016
	Obtener una nueva alianza con la empresa para beneficio del taller de costura del CEVE	Empresa GrupoK	Reunión	Cualitativo	Del 01 al 05 del 08 del 2016
	Crear una nueva alianza a beneficio de FASINARM	Empresa TAGSA	Reunión	Cualitativo	Del 21 al 26 del 08 del 2016
	Exponer a la directiva de Fasinarm la propuesta del proyecto.	Fasinarm: Directora	Reunión	Cualitativo	Del 12 al 16 del 09 del 2016

Para conocer la campaña de comunicación que Norlop maneja para Fasinarm por los 50 años, se solicitó una reunión a través de la guía del proyecto –María del Carmen Zenck con el ejecutivo de cuentas Cristian Freire, para formar parte de la campaña de comunicación y seguir la misma línea gráfica por los 50 años de fundación.

La reunión se realizó en las instalaciones de la Universidad Casa Grande, estuvieron presentes todos los integrantes del grupo, la guía, la asesora, y el ejecutivo de cuentas de Norlop, donde se indagó de qué manera se maneja la imagen de la fundación y cómo se iba a trabajar por los 50 años. Después de una larga y provechosa conversación la empresa se comprometió a facilitar la información de la campaña y a colaborar con el proyecto.

Como parte de obtener una nueva alianza con la empresa para beneficio del taller de costura del CEVE, el grupo se puso en contacto con la agencia de publicidad GrupoK quienes se comprometieron a donar lonas de vallas publicitarias pasadas para que sean recicladas y junto con el taller de costura del CEVE continuar en la elaboración de carteras, individuales, manteles etc. además de donar espacios en sus vallas para que sea utilizada por ellos.

Para crear una nueva alianza a beneficio de FASINARM, se realizó una depuración de todas las empresas privadas de Guayaquil, utilizando como filtro, que no tenga relación política, religioso, con sustancias psicotrópicas o que dañen la imagen y credibilidad de fundación. Después de esta selección

escogimos empresas que tengan o hayan tenido alguna relación llegando a la conclusión de buscar una nueva alianza con TAGSA sin que interfiera con la alianza anterior.

En TAGSA solicitamos una reunión con Daniela Arosemena, relacionista pública de la empresa para presentarle la propuesta. La misma consiste en colocar en lugares estratégicos ánforas para recaudar dinero a favor de la continuidad de la labor de FASINARM, además con el fin de difundir con una campaña de comunicación el trabajo que se realiza con los jóvenes y adultos del CEVE para el cumplimiento de las aspiraciones o sueños y llegar de esta manera a la inclusión laboral y social.

Al concluir la reunión, Daniela Arosemena se comprometió en presentarle la propuesta al gerente general Ángel Córdova. De igual manera se lo contactó al gerente de transporte de TAGSA para presentarle la propuesta y de esta manera lograr involucrar más al personal de la empresa. Tanto la relacionista pública como el gerente de transporte quedaron muy impresionados y dispuestos en ayudar a gestionar el proyecto con una institución que para ellos significa mucho, pero que depende de la aprobación del gerente general.

En ese mismo sentido se expuso a la directiva de FASINARM la propuesta del proyecto, con la finalidad de tener aprobación y aval que certifique el proyecto, por lo que se contactó a la directora general de la fundación quien es Alegría Barrezueta y se organizó una reunión en la instalación de la fundación, En este encuentro, estuvieron presentes todos los integrantes del grupo, así como la directora y la coordinadora del CEVE.

En la reunión un integrante del grupo estuvo encargado de exponer la propuesta, al final de la presentación se realizaron preguntas comprensivas, clarificadoras y recomendaciones. La directora indicó que es una buena e innovadora propuesta pero que le preocupaba de qué manera se iba a manejar la alianza actual que tienen con TAGSA que es de incluir jóvenes del CEVE como empleados, además de recibir asesoría y un fee por los servicios que FASINARM da a la empresa.

Tabla 3

Etapa	Objetivo	Fuentes de información	Herramienta o técnicas	Enfoque	Fecha
Grado	Exponer la propuesta del proyecto con la finalidad de involucrar al CEVE.	CEVE: Directora	Reunión	Cualitativo	Del 17 al 21 del 10 del 2016
	Compartir experiencias vividas por los padres de familia del CEVE	CEVE: Directora, psicóloga y padres de familia	Reunión	Cualitativo	
	Conocer las aspiraciones, sueños y logros de los jóvenes adultos del CEVE contada por los padres de familia.	CEVE: Padres de familia	Entrevistas estructuradas	Cualitativo	
	Conocer testimonios de inclusión educativa y laboral elaborados por FASINARM	FASINARM UCG	Revisión Bibliográfica	Cualitativo	

	Indagar en la dinámica de los docentes del CEVE y su vinculación con la enseñanza inclusiva	CEVE: Docentes	Entrevistas estructuradas	Cualitativo	
--	---	-------------------	---------------------------	-------------	--

Con el objetivo de desarrollar la última etapa de la investigación se expuso la propuesta del proyecto a la coordinadora Mgs. Soraya Saltos, en la oficina del CEVE, específicamente la campaña de comunicación para llevar a cabo dicha actividad con éxito. Se explicó de qué manera se quiere dar a conocer los servicios que brinda el centro y que los jóvenes y adultos a través de sus historias serán los voceros de la misma.

Al finalizar la reunión se solicitó realizar seis entrevistas a padres de familias para conocer el vínculo que las familias desarrollan con la institución y conocer las aspiraciones y sueños de los jóvenes y adultos del CEVE, a más de informarles a los padres que se va hacer uso de la imagen de sus hijos como parte de la campaña. La coordinadora se encargó de seleccionar las historias y de citar a los padres de familia para la reunión en la cual junto con la psicóloga, se expondrá de que se traba el proyecto y cómo sus hijos se involucraron en el mismo.

Después de lo mencionado anteriormente y para compartir experiencias vividas por los padres de familia del CEVE, se llevó a cabo una reunión con los padres de familias, la coordinadora y psicóloga del CEVE. Junto a todos los integrantes del grupo, se explicó de manera muy breve el fin del

proyecto y el objetivo de la campaña de comunicación en la cual sus hijos serán los protagonistas.

Terminada la reunión se le realizó una entrevista estructurada a cada padre.

Posteriormente, para conocer las aspiraciones, sueños y logros de los jóvenes adultos del CEVE contados por los padres de familia, se realizó entrevistas las cuales se efectuaron en el CEVE y cada miembro del grupo se encargó de entrevistar a dos padres de familia. Al momento de contar las historias los padres se mostraron muy abiertos, emocionados y dispuestos a compartir su información personal.

En el mismo orden de ideas, para indagar en la dinámica de los docentes del CEVE y su vinculación con la enseñanza inclusiva, se pidió autorización para realizar tres entrevistas a docentes del CEVE. Se entrevistó a las docentes, quienes a través de sus experiencias dieron a conocer como es el mecanismo de trabajo en la institución. Al igual que los padres mostraron buena disposición y apertura al trabajo ya que no solo beneficia a los jóvenes adultos al centro sino también a ellas al difundir su labor.

Para complementar la información anterior se realizó una revisión bibliográfica a tres artículos del libro Políticas, Prácticas y Culturas Inclusivas en Guayaquil. La experiencia de FASINARM 1966-2015, facilitado por la Mgs María del Carmen Zenck. Con el fin de conocer más a fondo el vínculo que existe con TAGSA se revisó el testimonio de Jorge Rosillo, gerente de la Corporación América Ecuador. Quien indico que toda empresa cumple un rol social, pero que depende de cada

uno liderar haciendo la diferencia, por lo cual TAGSA tuvo la iniciativa antes de que se implementen leyes de inclusión laboral involucrar personas con discapacidad a la empresa.

Para el gerente de la Corporación América Ecuador este tipo de proyectos sociales contienen enseñanzas no solo para la empresa sino también para el personal. Como por ejemplo predisponer de un mejor ambiente laboral, a través de su alegría y una buena actitud.

De la misma manera para conocer casos de personas de FASINARM que lograron ser incluidos exitosamente, se revisó el testimonio de Paola Acuña y de Francisca Pin quienes laboran en el Hotel Sheraton de Guayaquil desde el 2006. Ellas fueron unas de la primera persona con discapacidad que la empresa contrato, al inicio para Paola fue difícil acoplarse, pero poco a poco logro cambiar esa realidad hoy en día la consideran muy buena trabajadora.

La empresa no solo la ha apoyado en lo laboral sino también en su bienestar mejorando su calidad de vida ayudándole adquirir una casa. Para Francisca le fue fácil adaptarse al mundo laboral por empezó en el área de lavandería y de costura, oficios para ella conocidos debido a que en el CEVE formó parte del taller de costura. En la actualidad se pudo comprar una casa donde vive con su familia.

7. LOS RECURSOS HUMANOS

El PAF FASINARM RECARGADO está conformado por 5 estudiantes egresados de la universidad Casa Grande de las carreras de Comunicación Social con Mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, Administración y Marketing Estratégico y Educación Inicial con mención Educación Especial.

La gestión de los recursos humanos empezó con la designación de roles y responsabilidades a cada miembro del grupo, aunque la intervención y participación fue de todos en la toma de decisiones y en la planificación del proyecto.

Se realizaron varias reuniones las cuales sirvieron para organizar, gestionar y conducir al grupo con el compromiso de estar en una constante retroalimentación, resolver problemas y coordinar cambios a tiempo. Desde el seminario, se establecieron acuerdos generales que permitieron tener un trabajo más colaborativo.

El Proyecto estuvo guiado por la Ingeniera María del Carmen Zenck quien gracias a su experiencia como colaboradora del departamento de comercialización de Fasinarm conoce a profundidad el arduo trabajo que se ha realizado con la empresa privada, nos supo orientar desde un inicio.

Su cercanía a la fundación fue esencial a la hora de concretar reuniones con el personal de la institución ya que sentían consideración hacia ella lo que facilitaba los encuentros como grupo de la universidad. De igual forma la licenciada Ilona Vallariano fue el soporte al momento de gestionar los permisos, autorizaciones y de ser el respaldo y representante de la universidad para que el trabajo como grupo adquiera más veracidad y credibilidad.

Otro recurso humano de alta relevancia fue la directora de Fasinarm la Mgs Alegría Barrezueta y sus colegas, quienes nos abrieron las puertas de la institución y con buena disposición, escucharon y apoyaron el proyecto. Al igual que la coordinadora del CEVE la Mgs Soraya Saltos quien en más de una ocasión recibió al grupo en su oficina para entrevistar a los padres de familias y docentes.

Los padres de familias jugaron un rol importante en la propuesta, gracias a la confianza que depositaron en el grupo y la apertura que entregaron al momento de realizar las entrevistas.

8. LOS RECURSOS MATERIALES

Para llevar a cabo la investigación de campo fue necesario gestionar recursos materiales. En el grupo focal, a todos los presentes se les brindó un pequeño piqueo para amenizar la reunión y para documentar se utilizó una cámara y una pizarra.

Para las entrevistas fue necesario imprimir la guía de preguntas, la carta de autorización que firmaron los padres para que el grupo pueda utilizar la imagen de sus hijos además una grabadora de VOZ.

Para las presentaciones en Fasinarm, TAGSA y Universidad Casa Grande fue necesario una computadora, pen drive y proyector.

9. AUTOEVALUACIÓN

Desde el comienzo del proyecto me entusiasmó saber que iba a trabajar con FASINARM debido a que es un lugar que ya conocía gracias a que realice en dos ocasiones pasantías durante mi carrera. Cuando armaron los grupos de trabajo me lleno de miedo e inseguridad.

Formar parte de un grupo heterogéneo con personas que recién conocía y de diversas especialidades fue al inicio atemorizante, pero cuando nos entregaron el pedido las emociones cambiaron, alegrándome que nos hayan solicitado establecer alianzas estratégicas que permitan una corriente permanente de recursos para la sostenibilidad de Fasinarm y que esto venía de la mano con una campaña de comunicación.

A lo largo de mi carrera nunca me había enfrentado a un reto como este, ya que al escucharlo no parece relacionarse a ningún tema para lo que yo había sido preparada, solo el hecho de que la institución trabajara para niños con capacidades especiales. Pero fue precisamente de ese conocimiento desde donde puede comprender cuál sería mi aporte al grupo.

A raíz de eso pensé en mi experiencia, vivencias y pasantías como apoyo para el proyecto. Fasinarm para mí no es una institución desconocida, más bien es un lugar en el que me siento cómoda trabajando. Esta cercanía que ya tenía con los niños y el personal de la fundación me permitió

conocer con mayor profundidad los temas que se estaban trabajando, generar reuniones y desarrollar todo con mayor fluidez. Ahora, es para mí grato, entregar un producto que evidencia el trabajo grupal realizando, siendo de gran aporte la descripción del proceso de levantamiento de datos para las propuestas de plan de marketing y de comunicación.

10. BIBLIOGRAFÍA

Mindshare, (2014) Informe de Resultados FASINARM, Guayaquil: Research Mindshare/Norlop

Universidad De Cuenca (2016). Resumen de derecho Laboral. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/860/1/t352.pdf>

Vidal, R., & Cornejo, C. &. (2013). LA INSERCIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL EN CHILE. *Convergencia Educativa*, 93 - 102.

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). “*Manual de buenas prácticas para la inclusión laboral de personas con discapacidad*”. Obtenido de sitio web del Ministerio del Trabajo: http://www.jardinuniversitario.utm.edu.ec/departamento/media/areatecnica/buenas_practicas_inclusion_laboral.pdf

FASINARM. (2016). *Quienes somos*. Obtenido de FASINARM: http://www.fasinarm.org/quienes_somos/index.html

FASINARM (2016). Políticas, prácticas y culturas inclusivas en Guayaquil. *La experiencia de Fasinarm 1966 - 2015*. Guayaquil: Editorial UCG

E1. Rodríguez, Fressia (2016) Entrevista 1. Página 3 . Ver anexos.

E3. Muñoz, María del Carmen (2016) Entrevista 3. Página 5 . Ver anexos.

E11. Maruri Verónica (2016) Entrevista 11. Página 52 . Ver anexos.

E12. López, Carmen. (2016) Entrevista 12. Página 55 . Ver anexos.