



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

CENTRO DE POSGRADOS

Tema:

**PLAN ESTRATÉGICO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN
INTEGRACIÓN DE NIÑOS AUTISTA**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de Empresas**

Línea de investigación:

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA
LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL**

Autor:

Marcelo Paúl Herrera Erazo

Director:

Mg. Edwin Javier Santamaría Freire

Ambato – Ecuador

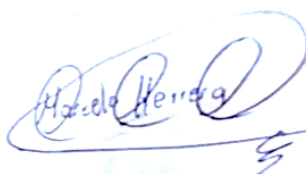
Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **MARCELO PAUL HERRERA ERAZO**, con cédula de ciudadanía **0604179861**, autor del trabajo de titulación denominado: "PLAN ESTRATÉGICO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN INTEGRACIÓN DE NIÑOS AUTISTA", previa a la obtención del título profesional de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, en el centro de **POSGRADOS**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, febrero 2024



Marcelo Paúl Herrera Erazo

CC. 0604179861

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

**PLAN ESTRATÉGICO E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN
INTEGRACIÓN DE NIÑOS AUTISTA**

Línea de investigación:

**POLÍTICA ECONÓMICA, COMPETITIVIDAD INSTITUCIONAL, INNOVACIÓN,
EMPRENDIMIENTO, PRODUCTIVIDAD Y LIDERAZGO**

Autor:

Marcelo Paul Herrera Erazo

Edwin Javier Santamaría Freire, Ing. Mg.

CC. 1802931426

CALIFICADOR

Mario Roberto Altamirano Hidalgo, Dr. Mg.

CALIFICADOR

Ángel Rogelio Ortiz del Pino, Dr. Mg.

CALIFICADOR

Teresa Milena Freire Aillón, Ing. Mg.

DIRECTORA CENTRO DE POSGRADOS

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. 
f. 
f. 
f. 
f. 



Ambato - Ecuador

Febrero 2024

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la sabiduría de alcanzar esta meta que desde mi adolescencia me la he propuesto.

A mi tía abuela Gloria Becerra que es como mi madre siempre ha buscado mi bienestar y por todos los valores que me ha inculcado desde pequeño, si tengo este logro es gracias a ella.

Marcelo Paul Herrera Erazo

AGRADECIMIENTO

Agradezco de una manera infinita a todos los docentes de la maestría en Administración de empresas que, con sus conocimientos, experiencia laboral me orientaron a culminar con éxito esta etapa.

Quiero agradecer de forma especial al Mg. Edwin Santamaría tutor de mi trabajo de titulación un hombre honesto y con muchas virtudes.

Marcelo Paul Herrera Erazo

RESUMEN

En la ciudad de Guayaquil, la Fundación Integración de niños Autistas se dedica a solucionar los riesgos y problemas de inserción para los niños con Trastorno Espectro Autista, donde la problemática abarca la limitada imagen de la fundación para con la comunidad, además de no contar con herramientas modernas de planificación estratégica y así poder optimizar los servicios de talleres, terapias e inducción. Así también, requiere que dicha planificación incluya un plan comunicacional que despliegue técnicas evaluativas a las familias vulnerables para un diagnóstico apegado a la realidad y a la necesidad de los niños TEA. El objetivo del estudio es el desarrollo de una planificación estratégica para mejorar la imagen institucional de la fundación que permita el acceso a las diferentes terapias y apoyo educativo.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, se realiza una encuesta dirigida a 383 personas que son parte de la población económicamente activa de un nivel económico medio y alto, además del uso de un método descriptivo, las técnicas para la recolección de la información es la observación, encuestas y entrevistas. Los resultados fueron procesados en la hoja de cálculo Excel y definen el interés de acción y participación en respaldo de las funciones estratégicas a aplicar para una mayor participación de socios y donantes. En conclusión, la necesidad de aplicar estrategias que permita mejoras en la imagen institucional de la fundación, además de una acertada planificación estratégica con la incorporación de un plan de medios que permita expandir los beneficios ofrecidos a los niños TEA.

Palabras clave: Plan de medios, Estrategias, Autismo, Imagen Institucional, Fundación, Planificación

ABSTRACT

In the city of Guayaquil, the Integration Foundation for Autistic Children is dedicated to solving the risks and integration problems for children with Autism Spectrum Disorder, where the problem includes the limited image of the foundation towards the community, in addition to not having modern strategic planning tools to optimize workshop, therapy and induction services. Likewise, it requires that said planning include a communication plan that deploys evaluation techniques to vulnerable families for a diagnosis consistent with the reality and needs of ASD children. The objective of the study is the development of strategic planning to improve the institutional image of the foundation that allows access to different therapies and educational support.

The research has a quantitative and qualitative approach, a survey is carried out directed at 383 people who are part of the economically active population of a medium and high economic level, in addition to the use of a descriptive method, the techniques for collecting information are observation, surveys and interviews. The results were processed in the Excel spreadsheet and define the interest in action and participation in support of the strategic function to be applied for greater participation of partners and donors. In conclusion, the need to apply strategies that allow improvements in the institutional image of the foundation, in addition to successful strategic planning with the incorporation of a media plan that allows expanding the benefits offered to ASD children.

Keywords: *Media plan, Strategies, Autism, Institutional Image, Foundation, Planning*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	6
1.1. Planificación estratégica	6
1.2. Imagen corporativa	14
1.3. Trastorno del Espectro Autista (TEA)	16
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	26
2.1. Tipo y enfoque de investigación.....	26
2.2. Población y muestra	26
2.3. Tipo de recolección de información	27
2.4. Caracterización de la fundación.....	28
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
3.1. Análisis de las encuestas de los usuarios de la Fundación	30
3.2. Análisis Matriz FODA.....	48
3.3. Análisis PESTEL.....	51
3.4. Análisis Canvas	53
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proceso de planificación estratégica	8
Tabla 2. Demografía de la población.....	27
Tabla 3. Análisis Demográficos	30
Tabla 4. Rangos de observación del FO FA DO DA	49
Tabla 5. Valoración Matriz de factores internos y externos.....	50
Tabla 6. Método de Canvas en el análisis.....	54
Tabla 7. Indicador de Impacto de imagen corporativa.....	63
Tabla 8. Participación de donantes y socios estratégicos	68
Tabla 9. Impacto de la página web.....	72
Tabla 10. Aprendizaje de niños TEA	78
Tabla 11. Afiliación de socios y donantes	81
Tabla 12. Estrategias para la Fundación.....	82
Tabla 13. Presupuesto de la propuesta.....	83
Tabla 14. Cronogramas de Actividades propuestas.....	84

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logo Actual de la fundación Integración de niños con autismo	15
Ilustración 2. Imagen Corporativa en medios online Análisis	62
Ilustración 3. Banner de la Fundación Integración de niños con autismo.....	63
Ilustración 4. Información relevante del autismo en medios.....	65
Ilustración 5. Tríptico referente al autismo	66
Ilustración 6. Afiche explicando el autismo.....	67
Ilustración 7. Diversos mensajes del Autismo	68
Ilustración 8. Página web, Inicio y menú de la Fundación de autismo	70
Ilustración 9. Como se establece una comunicación con el niño con autismo	71
Ilustración 10. Guía para definir el autismo	72
Ilustración 11. Página web, Causa del TEA en la Fundación de niños con autismo	73
Ilustración 12. Página web, Formato de inscripción de la Fundación de autismo.	74
Ilustración 13. Tríptico informativo de la Fundación Integración de niños con autismo.....	77
Ilustración 14. Terapias activa del niño autista.....	93
Ilustración 15. Instrumentos utilizados por el niño con autismo.....	93
Ilustración 16. Importancia del tutor de los niños con autismo	94
Ilustración 17. Tutores y experto de niños con autismo	94
Ilustración 18. Principales terapias a aplicar dentro de la fundación	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Motivos para respaldar la fundación	32
Gráfico 2. Donar tiempo a la fundación	33
Gráfico 3. Actividad del encuestado	34
Gráfico 4. Tiempo de trabajo del encuestado.....	35
Gráfico 5. Contribución a la fundación	36
Gráfico 6. Fuentes de financiamiento.....	37
Gráfico 7. Recaudaciones	38
Gráfico 8. Importancia de los programas de la fundación	39
Gráfico 9. Promedio de aportación.....	40
Gráfico 10. Requerimiento de las actividades	41
Gráfico 11. Razón de ayuda social.....	42
Gráfico 12. Programas en beneficio de sectores vulnerables	43
Gráfico 13. Personas contribuyentes	44
Gráfico 14. Manejo de comunicación en la fundación	45
Gráfico 15. Respaldos de empresas	46
Gráfico 16. Participación en los programas.....	47
Gráfico 17. Análisis PESTEL.....	53
Gráfico 18. Propuesta de diseño de Imagen Corporativa.....	60
Gráfico 19. Propuesta de un plan de comunicación tradicional.....	64
Gráfico 20. Propuesta Diseño de página web	69
Gráfico 21. Propuesta de capacitación.....	75
Gráfico 22. Procesos de afiliación de socios	79

ÍNDICE DE REGISTROS FOTOGRÁFICOS

Registro fotográfico 1. Participación activa de la familia y comunidad	21
Registro fotográfico 2. Acción social y solidaridad en la fundación	21
Registro fotográfico 3. Uniformidad y compromiso dentro de una fundación	22
Registro fotográfico 4. Participación activa de adolescente en Fundación.....	22
Registro fotográfico 5. Participación de niños y docente en actividades de una fundación.....	23
Registro fotográfico 6. Actividades de Talleres y emprendimientos	24

INTRODUCCIÓN

Un plan estratégico de comunicación interna, abreviado PECl, es un plan de acción que incluye políticas, estrategias, planes de acción anuales predefinidos que deben ser revisados y actualizados según las tendencias. El propósito es explicar a los empleados a dónde quieren ir y cómo llegar allí. Fue escrito con aportes y consenso de disciplinas de comunicación externa, recursos humanos y marketing.

El plan estratégico de la organización es único y responde a los desafíos del conjunto; propone planes de acción anuales que son consistentes con la estrategia global de la empresa para un período de 3 a 5 años; siendo valioso por muchas razones, quizás la más obvia es que alinea al personal con las metas y la estrategia de la empresa; apoya la transformación digital y mejora el nivel de participación interna; fomenta la cooperación y, por lo tanto, mejora el estado de resultados de la comunidad (Rincón & Hidalgo, 2020).

No hay una secuencia de etapas de planificación estratégica, lo que enfatiza la importancia de seguir este proceso para llegar a las metas organizacionales. Sin embargo, Gamboa (2019) señala como principal inconveniente la necesidad de un manual de identidad corporativa para con los clientes, además de señalar cuáles son los principales esquemas y estrategia para el posicionamiento de una marca.

La planificación estratégica es un proceso que permite a una organización definir su visión, misión y objetivos comerciales a largo plazo para lograr objetivos de crecimiento y sostenibilidad, prioriza fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Para que la planeación estratégica se vuelva importante para una empresa, sus dueños, gerentes, empleados y demás involucrados en la ejecución de operaciones deben conocer y explicar las razones por las cuales quieren llegar y la base sobre la cual parte cada uno de ellos se basa en su funcionamiento (Robles & Carreño, 2020).

La identidad corporativa como eje de desarrollo, plantea el uso de un instrumento de identidad que permita conocer la fuente de servicio, la innovación del producto y el lugar donde se lo comercializa. No obstante, Aguirre (2018) indica que la

imagen corporativa es diferente a lo que es una identidad corporativa, una empresa por su desarrollo a través de la historia, donde se trasciende de manera positiva o negativa. Aguilar & Salguero (2018).

Siendo la imagen, una visión optimista que consta de profesionales de excelencia, porque realizan innovaciones continuas en las múltiples actividades que se desarrollan dentro de una organización, la imagen se crea con base a una cultura corporativa donde existe procedimientos dentro del producto o el servicio, se crea un valor agregado en cada una de las actividades para que la percepción del cliente sea alentadora y fiel

Los diferentes diseños e ideas relativas a forjar logotipos de la fundación, a través de símbolos, que denotan y reflejan su presencia, quiénes son, qué hacen y qué las distingue de otras empresas. La imagen institucional como la estructura mental de una organización es parte de la base teórica a analizar, formada por el público como resultado del procesamiento de toda la información relacionada con la organización.

La imagen institucional está relacionada con lo que el público percibe y se vuelve parte de su pensamiento, constan de caminos orgánicos e intangibles, por lo que también tiene un matiz subjetivo que cambia de forma constante en función de las interacciones o experiencias del individuo con la organización (Márquez & Molina, 2017).

Se define la imagen institucional como la imagen base en sus ideas, intereses y experiencias personales, sociales e históricas con una valoración racional y emocional de las características materiales e inmateriales de la institución. Por lo tanto, cumplir con las expectativas, es un factor clave para lograr un reconocimiento favorable en el servicio para producir una experiencia agradable en los clientes (León, 2020).

Las fundaciones son organizaciones sin fines de lucro formadas por una o más personas con recursos económicos para cumplir con los objetivos específicos en los estatutos. Las funciones son muy amplias como la alimentación, el medio ambiente y la educación. Sin embargo, esto no impide que algunas más

comerciales que otras y ayuden al estado en asuntos delicados, sus activos están protegidos de posibles herederos y acreedores; esta característica es una de las más apreciadas por aquellos que quieren proteger los activos invertidos en una fundación (Rojas & Farez, 2021).

La irresponsabilidad que existe por hacer cumplir la inclusión de las personas con capacidades especiales trae consigo un ambiente de desinterés y quemeimportismo en el desarrollo de una fundación que ubique los recursos para dar a las personas vulnerables los requerimientos necesarios para un servicio ideal que permite el claro desenvolvimiento del niño TEA ante la sociedad.

Los efectos que ocasiona la necesidad de una entidad que busque los recursos para poder dar un servicio óptimo a los niños TEA es que su sostenimiento y nivel de vida está en alto riesgo al no tener un tratamiento efectivo por la carencia de profesionales competentes en la atención de niños con autismo, la falta de voluntariado que estén al servicio de múltiples actividades dentro de la fundación y la necesidad de donaciones que permite acaparar la ayuda a los sectores vulnerables.

De lo indicado, se plantea como problema: la no existencia de una planificación estratégica que permita el cambio de la imagen institucional de la fundación de niños con autismo. De ahí se formula las interrogantes: ¿cómo se puede mejorar la imagen institucional a través de un plan estratégico la Fundación Integración Niños con Autismo?, de la cual denota otras interrogantes como: ¿cuáles son las bases teóricas para la elaboración del plan estratégico de la Fundación integración de niños con autismo?, ¿Cómo se puede establecer la situación actual de los servicios de la Fundación Integración de Niños con Autismo?, ¿por qué se requiere de estrategias para la mejora la imagen institucional de la Fundación Integración de Niños con Autismo?

El objetivo general de la investigación es: generar un plan estratégico que permita mejorar la imagen institucional de la Fundación Integración Niños con Autismo en la ciudad de Guayaquil. Mientras los objetivos específicos que se definen son: El describir las bases teóricas para la elaboración del plan estratégico de la Fundación integración de niños con autismo, además de diagnosticar el estado de situación

actual de los servicios de la Fundación Integración de Niños con Autismo, y por último el establecer estrategias para la mejora la imagen institucional de la Fundación Integración de Niños con Autismo en la ciudad de Guayaquil.

La Hipótesis se refiere a que con diversas estrategias de relaciones públicas y el uso de los medios digitales de comunicación incide para mejoras en la imagen institucional de la fundación integración de niños con autismo. Las variables que participan dentro de la investigación directa en el plan estratégico como variable independiente y lo que se refiere a la imagen institucional como variable dependiente.

La justificación teórica que aplica la fundación de niños con autismo esta relaciona con todos los temas relacionados a la variable interviniente en la presente investigación, qué describe cuáles son los principales conocimientos requeridos para poder tener la experticia en el desarrollo de la propuesta, garantizando el interés de la ciudadanía por el contexto de los niños autista y su participación en la fundación. Su estudio se refiere a todas aquellas definiciones que va a permitir tomar una decisión referencial en la investigación, donde se delimita un marco teórico referencial que se va a adherir a través de temas vinculados con la fundación de integración de niños con autismo.

La justificación metodológica busca el cómo aplicar una planificación estratégica acorde a una mejor imagen institucional de la fundación integración de niños con autismo, el uso de métodos vinculados con la estrategia que va a permitir adquirir conocimientos válidos para que se apliquen las nuevas técnicas que son producto del aprendizaje e investigación. La metodología utilizada abarca el manejo adecuado de los instrumentos como la encuesta o entrevista u observación que da como resultado el conocer y explicar la validez del instrumento utilizado al momento de que se da respuesta a todas las interrogantes planteadas en la investigación para solventar una propuesta relevante.

La justificación práctica se la describe en el momento de que se resuelve un problema o se propone el manejo de estrategias vinculadas a la planificación de la fundación, se resuelven los inconvenientes, dando como resultado el análisis de las encuestas y entrevistas realizadas. La aplicación de una propuesta e incentivo para

mejoras en la imagen institucional de la fundación trae consigo el resolver todos los problemas y dar solución inmediata a los aspectos sociales, político, económico, entre otros, dando un resultado práctico en los problemas encontrados para abarcar nuevos socios estratégicos y a la vez vincular un aporte significativo para validar las tácticas vinculadas a la imagen institucional.

La metodología tiene un enfoque cuantitativo, donde se realiza la recopilación de información a través de encuestas, además de desarrollar las diferentes fases del plan estratégico que mejore la imagen institucional y cumplir a cabalidad los lineamientos de la misión y visión de la fundación.

Las bases teóricas están vinculadas directamente con las principales definiciones de lo que es la planificación estratégica, los elementos que incluyen la misión, visión, valores organizacionales, procesos, y etapas. La planificación estratégica que se aplica en la fundación integración del niño con autismo está súper dictada en diferentes modelos que señala la planificación de escenarios, entre los principales de un *Balance Score Card*, mapas estratégicos, modelo de Canvas, análisis Pestel, cinco fuerzas de Porter, entre otros.

En el desarrollo del marco teórico también se establece definiciones referentes a la imagen corporativa y a los elementos que la conforman, se detalla también una definición clara de lo que es el trastorno espectro autista, señalando su aplicación con base al contexto internacional y nacional.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Planificación estratégica

Concepto de planificación estratégica

El concepto de estrategia se utiliza en el ámbito militar, en la política, en los juegos, en el deporte y en el ámbito de la empresa. Etimológicamente proviene del griego *stratos*, que significa ejército y del verbo *ag*, sinónimo de dirigir o conducir. Es la herramienta más poderosa con que cuenta una organización para expresar su visión sobre cómo debe ser el mundo, una oportunidad para describir aquellos temas que consideren claves y presentar sus ideas sobre cómo debe ser tratados y resueltos de una forma efectiva; representa la promesa que la organización hace a la sociedad civil acerca de lo que desea alcanzar (Sánchez, 2017).

Es la planeación más amplia de la organización, esta se constituye a largo plazo y concibe a la organización como un todo (García, 2019). En este tipo de planeación los administradores deben detectar que debe realizar la organización para tener éxito en un lapso de 3 y 5 años hacia el futuro, lapso que se define de largo plazo.

En planeación estratégica se sigue el principio del compromiso, por lo que los administradores no deben incurrir en costos de planeación a menos que se anticipe un rendimiento razonable sobre la inversión. La planificación estratégica crea la alta dirección con el fin de recoger las decisiones estratégicas corporativas (García, 2019).

La planificación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No solo para responder antes los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno.

Elementos del plan estratégico

Los componentes de la planificación estratégica incluyen:

Misión

La misión se puede describir respondiendo a la pregunta general ¿quiénes somos?, que ayuda a identificar el negocio al que se dedica la organización, el papel de la empresa en la sociedad, los bienes comercializables y/ o servicios ofrecidos, y la posición conocida de la empresa en relación con los competidores (Sir Thoma More, 2018).

Visión

Consiste en visualizar la posición de la empresa a corto, mediano y largo plazo con características alcanzables, es decir debe haber medios para realizarlo y a su vez presentar un desafío de tal manera que se alcance la meta, representará el crecimiento de la organización y será una fuente de motivación para los miembros de la empresa (Sir Thoma More, 2018).

Valores organizacionales

Los valores organizacionales son un conjunto de creencias y formas de actuar específicas para cualquier empresa que moldean su cultura organizacional. Estos valores se caracterizan por ser:

1. Se expresan con precisión y claridad para que la gente los reconozca y los abrace.
2. De acuerdo con el propósito (misión) y visión futura de la organización.
3. Un marco humano de toma de decisiones que oriente las acciones que cada persona debe realizar en cada escenario (Albarracin, 2021).

Proceso de planificación estratégica

No existe un proceso final y determinista para la creación de la planificación estratégica, porque cambia al depender del análisis e interpretación que se desee de otros factores (Cherres, 2021).

Tabla 1.*Proceso de planificación estratégica*

Alcance	Niveles	Tipos de planificación	Objetivo
Largo plazo	Institucional	Estrategia	Elaboración del mapa para evaluación (Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas).
Mediano plazo	Intermedio	Táctica	Conversión e interpretación de estrategias en planes concretos en el nivel departamental.
Corto plazo	Operacional	Operacional	Subdivisión de planes tácticos de cada departamento en planes operacionales para cada tarea.

Fuente: elaboración propia

La ideología es la principal estructura de una organización debido a que se conoce el fondo de las actividades a realizar debido a una planificación que busca el alcance de los objetivos estratégicos a realizar.

Etapas del proceso de la planificación estratégica.

Formular una estrategia incluye crear una visión y misión, identificar las oportunidades y amenazas externas de la organización, identificar fortalezas y debilidades internas, establecer metas a largo plazo, crear alternativas estratégicas y elegir una estrategia a seguir (Rodríguez, 2018).

Ejecución de la estrategia es las actividades de implementación de la estrategia afectan a todos los empleados y gerentes de la organización. Cada departamento y sección debe responder a diferentes procesos dirigidos desde su plan de trabajo general a sus activos. El desafío en este campo es motivar a los líderes de la organización y empleados a trabajar con orgullo y entusiasmo para lograr las metas trazadas.

La evaluación estratégica es el paso final en la dirección estratégica. Los gerentes necesitan saber cuándo ciertas estrategias no funcionan de forma correcta; y la evaluación estratégica es la herramienta más importante de adquisición de información (García & Durán, 2017).

El proceso estructural de la planificación estratégica se basa en cinco etapas:

1. Organización del proceso. ¿De nosotros? que estamos haciendo

- Tomar una decisión de diseño. Se trata de la percepción de la necesidad de planificar y organizar procesos.
- Identidad organizacional.

2. Análisis estratégico. Dónde estamos

- Análisis de grupos de interés.
- Análisis de valor.
- Análisis interno y externo.
- Identificación de elementos estratégicos.

3. Formulación estratégica. ¿A dónde queremos ir? ¿Qué tenemos que hacer para lograr esto?

- Visión
- Definición de objetivos
- Definición de estrategias.
- Desarrollo de un plan estratégico.

4. Implementación de estrategias ¿Qué tenemos que hacer para implementarlo?

5. Control estratégico. ¿Que estamos haciendo? (Gavilanes, 2022).

Modelos de planificación estratégica

Los modelos de diseño se clasifican de la siguiente manera:

Estrategia basada en planificación: Este modelo de diseño es el más básico y es adecuado para organizaciones nuevas que no han trabajado en un proyecto antes, así como para pequeñas empresas o emprendedores. Este proceso de planificación estratégica es el siguiente:

- Determinar la meta.
- Identificar enfoques y estrategias específicas.
- Identificar planes de acción para implementar con éxito la estrategia.
- Seguimiento, evaluación y actualización de la planificación.

Proceso de planificación estratégica en procesos basados en riesgo. Esta estrategia es un complemento del plan maestro y es utilizada por empresas que quieren profundizar en la planificación estratégica riesgos reales, los pasos de este proceso son:

La propuesta contiene un análisis de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas FODA, donde las partes interesadas que son las familias que poseen un niño TEA buscan una imagen institucional que conste de una misión, visión, valores, políticas y objetivos de la fundación, además de planes de acción y la elaboración del presupuesto (Rodríguez, 2018).

Planificación estratégica de la alineación: alinear la misión y la visión de la empresa con los recursos es el enfoque de este modelo de proceso de planificación estratégica. Esto puede ser útil para empresas que quieren entender por qué sus metas no se van a alcanzar los resultados esperados o que quieren ajustar sus metas.

- Presentar la tarea, recursos y actividades.
- Determinar qué esté en función y qué debe cambiarse.

- Indique cómo se producen estos cambios.
- Agregar cambios en el proceso de diseño

Planificación de escenarios estratégicos: se utiliza mejor, junto con otros modelos para garantizar que el pensamiento estratégico se incorpore al proceso estratégico. Los pasos en el proceso de planificación estratégica son:

- Los participantes planifican varios escenarios que pueden ocurrir de forma externa y tener algún impacto en la compañía.
- Para cada escenario, se proporcionan opciones: peor, mejor y razonable.
- Lluvia de ideas sobre cómo responde mejor la organización a cada oportunidad o Añadir a la planificación estratégica

Proceso de planificación estratégica orgánico: este plan estratégico es diferente a los demás, se desarrolla con mucha más naturalidad que los anteriores que siguen una formación estructurada. Este plan progresará de forma natural a través de un enfoque continuo en los valores compartidos y una comunicación constante entre los participantes.

- Identificar los valores culturales de la empresa
- Articular la visión a través de los valores.
- Discutir qué procesos se necesitan para lograr esta visión y cómo se implementarán.
- Crear una cultura que recuerde a todos que este tipo de proceso de planificación estratégica nunca termina y siempre debe actualizarse.
- Centrar en el aprendizaje y la reflexión (Cedeño & Zambrano, 2022).

Modelos y herramientas de gestión

Balanced Scorecard

Para More (2018) el *Balanced Score Card* es una metodología de planificación estratégica que se puede utilizar para evaluar la eficacia de una organización desde cuatro perspectivas principales: financiera, clientes, procesos y organizacional, aprendizaje y crecimiento. Además, organiza la planificación estratégica de objetivos, indicadores e iniciativas.

Mapa estratégico

Esta es una herramienta visual diseñada para comunicar el plan estratégico a toda la organización. El mapa de estrategia es muy importante para el *Balanced Score Card*, pero no es el único correcto para este método. En general, brinda la oportunidad de comunicar la planificación estratégica de la gerencia a todo el equipo en un formato fácil de entender y comprensible.

Modelo Canvas

Los 9 módulos son: se utiliza un aspecto importante del pensamiento para simplificar el modelo. Sin embargo, esta propuesta se publicó de forma original en el trabajo sobre la filosofía de los modelos de negocios, luego apareció de forma oficial el libro Canvas, se puede ver que la simplicidad de poner en realidad nueve pasos en su propuesta Farfán (2021).

El modelo Canvas, también conocido como marco del modelo de negocio, es una herramienta que, a través de un diagrama simple, que ayuda a estudiar la empresa, donde se encuentra establecida a considerar el aspecto de buscar, innovar y mejorar. Además, nos ayuda a mirar, de forma gráfica y organizada, los pilares de tu negocio, indicó Coloma (2021)

El Modelo Canvas fue creado por el profesor Alexander Osterwalder, quien lo definió como, plataformas en las que una empresa crea, entrega y captura valor, este concepto se refleja al diseñar una herramienta que conecta nueve módulos de reconocimiento estratégico según García (2020).

Análisis PESTEL

El análisis de los factores político, económico, sociocultural, tecnológico (PEST) pretende analizar el entorno industrial o comercial de la organización en base a estos cuatro factores, así pretende determinar cómo el entorno puede afectar a la organización. En general, se utiliza el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) de características externas al análisis PEST.

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Es un modelo estratégico que proporciona un marco para evaluar el nivel de competencia en una industria y así desarrollar una estrategia comercial. Para este análisis se separan cinco de las fuerzas que determinan la competencia y la intensidad de la competencia en una industria. Las cinco fuerzas son:

- Poder de negociación de compradores o clientes (F1)
- Poder de negociación de proveedores o vendedores (F2)
- Amenaza de nuevos entrantes (F3)
- Competencia entre competidores (F5) (Cevallos, 2021).

Existen varios modelos de planificación estratégica, sin embargo, menciona que los más importantes son:

Modelo de Hill y Jones

Este modelo incluye cinco pasos, los cuales son: desarrollar la misión y metas alcanzables de la organización, estudiar y analizar la parte interna, estudiar y analizar la parte externa de la organización se utiliza la herramienta FODA seleccionar estrategias considerar diagnósticos externos e internos, y luego implementar estrategias. Este modelo se caracteriza por ser muy sencillo y práctico en la ejecución de los planes e incluye todo lo que una organización debe tener en cuenta a la hora de hacer una planificación estratégica (Celi & Garay, 2022).

1.2. Imagen corporativa

La imagen corporativa es una representación mental conformada por cada individuo, formada por un conjunto de atributos referentes a la compañía, los cuales pueden variar o no con la combinación de atributos de ideal de un individuo. La imagen corporativa es de suma importancia para la empresa, por ser percibida por cada individuo de una organización, lo conforman las características y cualidades que cada cliente atribuye a la empresa según su perspectiva (Rojas C. , 2019).

La imagen corporativa adquiere una importancia fundamental al crear valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible; que crea una imagen en sus clientes, que ocupará un espacio en la mente. Es indispensable el cuidado y mantenimiento de la imagen corporativa, tener en cuenta que ésta proyecta credibilidad y garantía del trabajo que realiza, requiere adaptarse a los cambios sociales y tecnológicos para la satisfacción y un mayor rendimiento de la empresa (Buele, 2020).

La imagen corporativa es lo proyectado y lo que se puede observar en un determinado público específico, además sobre lo que se puede observar sobre una compañía mediante la acumulación de los mensajes que hayan recibido, los que son más frecuentes en cualquier organización, pero, por el contrario, es desafortunado saber que en muchas organizaciones se ven perjudicadas con una imagen errónea de ellas mismas (Nunura, 2020).

Elementos de la imagen

La identidad y la imagen corporativa incluyen los siguientes elementos:

- Nombre de la empresa: Fundación Integración de niños con autismo

Ilustración 1.

Logo Actual de la fundación Integración de niños con autismo

Fundación FINCA

Fundación Integración de niños con Autismo

Desde el año 2018

Fuente: Fundación Integración de niños con autismo (2018)

Se presenta el logotipo que son varios colores, esquema de que no existe discriminación por raza, etnia, región, entre otros, todos somos personas con capacidades especiales, se utiliza un tipo de letra de la marca Arial con un eslogan de inclusión de “un autista es amor con responsabilidad” (Culqui, 2022).

La imagen de la empresa como parte intangible de la empresa se manifiesta a través de ciertos elementos: nombre de la empresa, diseño del logotipo, tipografía, colores de la empresa, lema de la empresa y tono de comunicación (Paredes, 2021).

La imagen de una empresa destaca los siguientes elementos:

1. Nombre de la empresa: por obvio que sea, este es el primer elemento que transmite la idea de la empresa o de lo que hace, que debe estar relacionado con los negocios y ser llamativo como para atraer el interés.
2. Logo y otros símbolos: este es un elemento muy importante a la hora de llegar al público. Logos como Apple o Coco-Cola llevan años en la mente de los consumidores sin perder consistencia ni durabilidad. Cada logotipo debe transmitir la idea de la empresa y tener en cuenta tanto el destino de la empresa como el de los competidores.
3. Slogan: suele tener un gran impacto en el consumidor si es innovador, creativo y al mismo tiempo habla de la utilidad del producto. Muchos están enmarcados como si fueran promesas.

4. Colores (identidad cromática): los colores también se comunican entre sí. De hecho, muchas empresas son más conocidas por los colores de sus logotipos que por los propios logotipos. El uso del color se puede hacer de dos formas: al aceptar su significado esencial o añadiendo otro, según qué mensaje se quiera transmitir al consumidor.
5. Sitio *web*: además de ser una herramienta de marketing básica en la era digital, un sitio *web* debe cumplir con los mismos principios que un logotipo, un eslogan, un esquema de color elegido o un idioma. De lo contrario no tendrá sentido.
6. Folleto: se refiere a todos estos elementos de comunicación adicionales como tarjetas de presentación, sobres, correos electrónicos, facturas e incluso letreros que sus representantes traen a los eventos (Altamirano, 2021).

1.3. Trastorno del Espectro Autista (TEA)

Trastorno del espectro autista según la definición del Instituto Nacional de Salud Mental (NIH) por sus siglas en inglés) es "un grupo de trastornos del desarrollo que afectan el comunicarse y comportarse". Aunque el autismo se puede diagnosticar a cualquier edad, denominado "trastorno del desarrollo" porque los síntomas suelen aparecer en primeros dos años de vida (Díaz, 2021).

Se requiere la participación de un equipo multidisciplinario para la implementación del tratamiento, incluye 18 en este grupo tanto especialistas en TEA como psicólogos, nutricionistas, psicopedagogos, fisioterapeutas y enfermeros. También es importante incluir a los padres, maestros y otros mantener contacto directo con el niño, son observadores hábiles en el entorno social, la clave para analizar el desarrollo (Atienza, 2021).

Trastorno del espectro autista (TEA), caracterizado por un deterioro del neurodesarrollo, que dificulta el inicio de la interacción social, con presencia de conductas que limitan intereses y estereotipos. Por ahora, para el diagnóstico se utiliza el DSM-V, esta versión de la guía incorpora el término genérico espectro

autista, que es un trastorno sin subtipos, y reordena esta tríada en una categoría.

a) Dificultades en la comunicación y la interacción sociales; y (b) comportamiento, intereses o actividades restringidas y repetitivas.

El ejercicio ha demostrado ser eficaz para reducir el número de conductas estereotipadas en niños diagnosticados con TEA, además de contribuir a la inclusión social, la felicidad y la calidad de vida. Los programas de ejercicio se pueden usar para controlar el comportamiento preventivo, también se han relacionado con ayudar a muchas comorbilidades de salud en niños con TEA, como la obesidad, y mejorar la salud del metabolismo saludable (Soldan & Díaz, 2021).

El autismo en un contexto internacional

El autismo a nivel internacional es considerado como un trastorno del neurodesarrollo que se presentan en los infantes y permanece constante en el crecimiento y desarrollo de la persona refleja una afección que se caracteriza por la alteración que existe en el vínculo social, en la comunicación y en el lenguaje.

El trastorno del espectro del autismo es una condición neurobiológica directamente al sistema nervioso y en el funcionamiento del cerebro, afecta a la comunicación y a la flexibilidad del pensamiento creando facetas de dificultad en la interacción social y en el comportamiento.

Referente a estudios epidemiológico desarrollados en Europa señala que existe un caso de niño con autismo por cada 100 nacimiento. Se considera que existe en España un total de 450,000 personas que tienen autismo se consideran que nacen alrededor de 4200 niños al año que tienen el trastorno del espectro autista, además investigaciones internacionales señalan que la edad promedio de sospecha de que existe autismo en el niño es a partir de los 22 meses, siendo la Edad Media para el diagnóstico del trastorno del espectro autista es de 3 a 4 años. También cifras internacionales señalan que el 46% de las personas que poseen autismo sufre de algún tipo de acoso escolar, y normalmente entre el 70 y el 90% son desempleados por tener autismo, En conclusión la cifra detalla que el 90% de las personas con autismo poseen hipersensibilidad general.

Señala el autor Arnau (2022) que en la actualidad en el mundo no se explica cuál es la principal causa que aparece el trastorno del espectro del autismo, e incluso no se asegura que exista una implicación genética en el origen es importante dar a conocer que existe variabilidad, es decir no hay en el mundo dos personas que tengan un autismo similar, esto depende del desarrollo de la persona y del apoyo que posea así como el señalamiento de una discapacidad intelectual Comparado con el desarrollo del lenguaje.

Describe el autor Quintero (2020) que el autismo requiere un abordaje integral donde se brinde el apoyo necesario de forma individual, donde existan especialistas que puedan mejorar la calidad de vida del niño a través de diversas terapias que estén involucradas en una perspectiva de género con el fin de que sus competencias cognitivas y comportamiento mejoren.

El autismo en contexto nacional

El autismo presenta inconvenientes y manifestaciones clínicas que varía entre las personas que presenta el trastorno, vislumbrando inconveniente en el funcionamiento intelectual y en las habilidades de lenguaje que presenta en la interacción social y comunicación verbal o no verbal.

Un niño autista que posee comunicación verbal posee habilidades lingüísticas adecuadas, pero que presentan dificultades Al momento de que existe una comunicación recíproca, normalmente no emplea lenguaje verbal y buscan alternativas para la comunicación y apoyo de un lenguaje oral acorde a la necesidad.

La comunicación no verbal en un niño con trastorno del espectro autista experimenta múltiples dificultades al momento de realizar sujetos o expresiones con otra persona para su interacción, normalmente utiliza el contacto ocular, corporal que refleja una forma o situación de comunicación que normalmente puede incluso presentar un malentendido.

En lo que se refiere a las habilidades para que se presente una interacción social y relacionarse con los demás, es necesario acercamientos sociales para la interacción con otras personas, adaptando su comportamiento a distintas

actividades que normalmente dificultan la comprensión y emprendimiento de las reglas sociales manifestadas que ocasionan o de poder expresar diversas emociones acorde a la situación o contexto que se presenta en su hábitat.

Está comprobado que las personas con autismo poseen dificultad para dar respuesta a las diferentes actividades y contexto que realizan, siendo necesario la adaptación al cambio en esquemas imprevisto que requieren de dedicación y esfuerzo para presentar planificación estratégica que permita mejorar su nivel de vida.

Los niños autistas suelen presentar alteraciones en el manejo de los estímulos que se presenta en forma de malestar interno que son el resultado de luces, Sabores, olores, o textura que normalmente en el aspecto sensorial del entorno.

Niño TEA en el Ecuador

En Ecuador, el estado ha definido el autismo como una enfermedad rara con una baja prevalencia de para ser tratada en forma gradual. En Ecuador nunca ha habido un censo oficial de autismo, personas como ocurre en la mayoría de los países desarrollados y en vías de desarrollo. En Ecuador, las escuelas están obligadas por ley a admitir a la escuela a los niños con discapacidad, pero muy pocas escuelas cumplen con este requisito los niños con autismo que son aceptados en guarderías, incluso los ayudaron con un trato especial en un programa de educación inclusiva con niños que no tenían discapacidad. También existen centros específicos para niños con el trastorno, donde buscan desarrollar sus habilidades para que puedan ser admitidos en escuelas ordinarias en el futuro o permanecer allí si es necesario (Páez & Ayala, 2012).

En Ecuador no existen herramientas normativas que orienten y faciliten la detección temprana, diagnóstico, tratamiento y seguimiento de niños y adolescentes con TEA, o que brinden información útil de los diagnósticos. Todos los niños tienen derecho a la educación, los estudiantes con TEA no son la excepción, el autismo es un trastorno que puede revertirse al realizar una intervención temprana; y puedan ser incluidos en la educación continua (Vázquez & Garcia, 2020).

Las tendencias regionales y globales relacionadas y la expansión del episodio y la prevalencia de casos de TEA muestran la realidad nacional ecuatoriana. La gran mayoría de los casos pueden clasificarse con otros diagnósticos de salud mental o peor aún como inconcebible al inicio del trastorno, inexactitud de detección a edad temprana menor por desconocimiento del maestro, inestabilidad del proceso farmacológico, diversidad de psicoterapéuticos administración, falta de seguimiento y abandono de la evaluación funcional (Cañar, 2021).

Fundaciones

En Ecuador, se registra un total 10600 organizaciones que están denominadas como fundaciones comas debido a que buscan otorgar un beneficio social para aquellas personas que requieren la atención prioritaria o son considerados vulnerables, su participación da respuesta social al Ecuador al momento que cubre los niveles de vulnerabilidad y pobreza.

Los niveles de pobreza hasta junio de 2022, mantienen un porcentaje del 33% de la población; según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022), según los datos del Servicio de Rentas Internas (2022) en su registro habilitante se observa que existen un promedio de 230 fundaciones. En consecuencia, existe un análisis de la supervivencia de las fundaciones donde su misión es enaltecer el servicio en los grupos vulnerables.

Características de las fundaciones

Entre las principales características de un fundación está la integración de todos los sectores acorde a la gestión que se realizan, donde existe la partición de personas vulnerables que requieren el pego y el apoyo de una entidad que administre los recursos para las diversas gestiones y acciones que se ejecutan para fortalecer el aprendizaje y el conocimiento a través de brindar un mejor nivel de vida a las familias y tener una inclusión directa de todas las personas con capacidades especiales.

Registro fotográfico 1.

Participación activa de la familia y comunidad



Fuente: elaboración propia

Se observan un esquema de actividades características dentro de una fundación donde los sucesos que se presentan es el manejo de centro de Desarrollo Infantil (CDI) que participa en coger diversos niños para brindar seguridad, aprendizaje, protección y dedicación, además de respaldar el buen vivir de los ciudadanos, que fortalece al ayuda social para alcanzar un mejor nivel de vida de la familia.

Registro fotográfico 2.

Acción social y solidaridad en la fundación



Fuente: elaboración propia

Una fundación brinda servicio a la comunidad en temas de aprendizaje y cuidado de niños, donde se establece los aportes de organismos internacionales y

nacionales en la obtención de recursos que permitan la apertura diaria de guardería para con todos los niños que se encuentra registrados en diferentes niveles.

Registro fotográfico 3.

Uniformidad y compromiso dentro de una fundación



Fuente: elaboración propia

Otra característica de la fundación es la integración que se da entre los directivos, colaboradores y voluntarios.

Registro fotográfico 4.

Participación activa de adolescente en Fundación



Fuente: elaboración propia

Dentro de las fundaciones se realizan olimpiadas, que son evento organizado por parvularios y voluntarios que junto con las mamitas, los niños hacen gimnasia rítmica acorde a sus edades. También los miembros de una fundación integran a la

comunidad con visitas a los domicilios de las mamitas que se apoya con la fundación para el seguimiento de cd sector vulnerable que realmente se aprovecha para trabajar y ayudar.

Registro fotográfico 5.

Participación de niños y docente en actividades de una fundación



Fuente: elaboración propia

Característica de una fundación es brindar capacitación por parte de la dirección, de la fundación para constar con personal especializado y planificar los requerimientos del MIES en la gestión de programas varios.

En las fundaciones existe la atención de programas de psicología continúa; terapias y evaluaciones al niño y su familia; además de la evaluación de desempeño en las múltiples tareas que se forjen en el fortalecimiento de las familias. Fundaciones se desenvuelve ante la comunidad realizando programa de Fantasía Musical, las clases de guitarra y xilófono, entre otros.

Registro fotográfico 6.

Actividades de Talleres y emprendimientos



Fuente: elaboración propia

La reunión de varios grupos dentro de una fundación busca la identidad, raíces, su situación y su porvenir para el desarrollo de la familia. Tratando de vivir el espíritu de la solidaridad de cada uno de los que integramos la organización con esperanza y solidaridad. Las fundaciones buscan la solicitud de donaciones, además de incrementar la difusión de recaudación a través de bingos, rifas, competencias, entre otras actividades para recaudar fondos. Se solicitan donaciones de amigos y conocidos. Se ejecutan actividades: reciclaje de botellas de plástico, y papel con aporte de los padres de familia y del personal.

Marco legal

El Ministerio de Educación, cuenta con un manual que se lo denomina caja de herramienta, que permite la inclusión del niño, adolescente y joven; donde el objetivo es la inclusión de los niños TEA a un mejor nivel de vida; tomando acciones inmediatas en la reducción del rezago educativo, fomentando la cultura de respeto, liderazgo, convivencia armónica, solidaridad, tolerancia, y la resolución de conflictos.

La ley de educación en la constitución de la república del Ecuador describe que las barreras del aprendizaje están relacionadas con la infraestructura de una fundación o entidad educativa, donde la responsabilidad del Ecuador busca la aplicación de recursos didácticos para enaltecer el tratamiento para con los niños TEA, utilizando sistemas de comunicación para el aprendizaje en un esquema geográfico y cultural

(Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Fomentar la participación de empresarios, voluntarios y ciudadanos independientes que interactúan y participan en el ámbito político, económico, laboral y social, con el respaldo a aquellos niños, adolescentes y jóvenes que poseen capacidades especiales que buscan una educación que afiance la libertad y destruya la falta de inclusión. Se requiere de una cultura de convivencia, diálogo, respeto, solidaridad, y la educación regular y especial (Senplades, 2018).

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Tipo y enfoque de investigación

El tipo de estudio que se realiza en el tema de una planificación estratégica para la fundación de niños con autismo es de carácter descriptivo, el enfoque para la recopilación de información se la realiza a través de un esquema cuantitativo, donde se utiliza como instrumento la encuesta.

El método descriptivo observa los problemas del lugar de los hechos en el campo de estudio y se recopila la información necesaria para dar paso a una propuesta objetiva. El enfoque de la investigación es cuantitativo que abarca a la realidad objetiva del problema donde a través de la encuesta se consigue conocer cuáles serán las posibles soluciones al problema presentado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017).

Con el método descriptivo se visualiza la imagen institucional de la fundación, que requiere de un proyecto desarrollado con un cronograma de actividades; donde se ubican las principales variables, el estudio y aplicación de estrategias innovadoras que involucra un nuevo plan de comunicación, planificación estrategia y la viabilidad.

2.2. Población y muestra

La población de estudio está conformada por los usuarios de la Fundación, es decir, hombres y mujeres dentro de la población económicamente activa de un estatus medio, que residen en la ciudad de Guayaquil y que tengan conocimiento de las actividades que realiza una fundación y que conozcan la situación de los niños autistas vulnerables en la ciudad, son un total de 332.000 habitantes en la ciudad de Guayaquil de un nivel económico alto y medio alto según el Instituto nacional de estadística y censos del Ecuador (2021), además la organización mundial de niños (2020) con autismo considera que el 2% tiene problemas neurológicos.

Para el cálculo de la muestra se utiliza:

$$n = \frac{N * \infty^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + \infty^2 * Z^2}$$

Donde:

n = La muestra

Población (N): 332.000

Error muestral (e): 0,05

Proporción de éxito: 0,50

Nivel de Confianza del 95% que en normalidad equivale: 1,96

$$n = \frac{332.000 * (0,5)^2(1,96)^2}{(332.000)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{332.000 (0,96)}{830 + (0,0096)}$$

$$n = \frac{318720}{830,0096}$$

$$n = 383$$

Tabla 2.

Demografía de la población

Descripción	Población	Muestra
PEA Guayaquil Estatus Medio y alto	332.000 habitantes	383 habitantes

Fuente: modificado a partir de INEC (2020)

Se toma como muestra 383 personas que son seleccionadas de forma aleatoria para responder el cuestionario a través de la plataforma de Google Forms que se considera que tengan relación directa con familiares y conocidos que tengan un niño TEA.

2.3. Tipo de recolección de información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos que permiten la obtención de información entre las que sobresalen la observación, entrevistas y

encuestas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017). En esta investigación se manejó la encuesta como intermediario para alcanzar la averiguación de la situación actual del autismo en la comunidad involucrada.

Posterior a ello, para el diagnóstico del problema institucional como base la planificación estratégica, se realiza lluvia de ideas, sinergia, y tecnología, para todos aquellos clientes que requieren efectividad y calidad al momento de adquirir el servicio, donde se identifica la tendencia y a la vez los requerimientos de los familiares de niños con autismo.

El manejo adecuado de la tecnología se considera la innovación, además de crear soluciones y servicios que estén dentro de un plan estratégico que permita alcanzar y cubrir las necesidades de los clientes, la estrategia consiste en poder competir a través de la tecnología en el mercado posicionado.

2.4. Caracterización de la fundación

La fundación integración de niños con autismo nace un 12 de febrero del 2018 con un grupo de profesionales dirigidos por el Ing. José Inca Veliz como presidente y Andrés Zambrano como vicepresidente, Ing. Yuliana Solís como secretaria y el Ing. Pablo Ruiz como tesorero de esta. Los fondos que se maneja son de personas caritativas del Ecuador y del Canadá con un aporte de padrinazgo para 40 niños con autismo.

La fundación nace para enfocarse en cubrir la necesidad que tiene la ciudad de Guayaquil de contar con una institución que respalda todas las terapias necesarias para aquellos niños con problemas de autismo y que carecen los recursos para este proceso, de esta manera fortalecer las acciones de servicio y ayuda a la comunidad.

Las instalaciones se encuentran ubicadas en el sector de la avenida Quito y Quis Quis desde hace tres años de vida jurídica y está conformada por tres personas que realizan su trabajo apegado a buscar las acciones necesarias para ampliar el espectro de servicio y la cobertura de voluntariados y donadores para fortalecer a un amplio sector de familias vulnerables. Lugar donde trabaja de forma continua a través de múltiples terapias relacionadas al manejo adecuado de lenguaje y

comunicación cuenta con un total de siete personas que están encaminadas a las siguientes actividades.

Existen dos personas dedicadas a brindar terapias de lenguaje y comunicacional a los niños vulnerables que a través de instrumentos interactivos se logra fortalecer su capacidad cognoscitiva. Se cuenta además con un administrador encargado de establecer las diferentes acciones de cooperación y donación para con la fundación y de esa manera lograr cubrir las expectativas de los costos y gastos en que incurre el manejo de las competencias requerida por los niños autistas.

Se cuenta con un número de tres voluntarios que realizan actividades psicopedagógicas para los niños con capacidades especiales, además tienen la función de establecer relaciones con todas aquellas personas que tienen capacidad económica y que pueden contribuir con un granito de arena a fortalecer las actividades de la fundación de niños con autismo.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de los resultados parte del estudio de las necesidades de los usuarios de la Fundación Integración de niños con Autismo es carácter descriptivo por el hecho de que se indaga la información con base a los programas realizados y al esquema de aporte obtenidos de diferentes instituciones y personas que optan por servicios de respaldo constante.

El modelo de negocio Canvas, acorde a lo manifestado por Molina (2021) indicó que es de carácter visual y tiene como principal objetivo el ordenamiento de las ideas y estrategias que permitirán encaminar a la organización hacia el éxito. Para su mentor, Alexander Osterwalder (2010) permitió ejecutar e innovar distintos patrones se añade un valor agregado para los consumidores que se encuentran dentro de un determinado mercado y no se deciden por un producto debido a la oferta, infraestructura, publicidad y precio.

3.1. Análisis de las encuestas de los usuarios de la Fundación

Tabla 3.

Análisis Demográficos

Rango de Edad	Edad								total
	18 a 25	26 a 30	31 a 35	36 a 40	41 a 45	46 a 50	51 a 60	Más de 60	
Encuestados	15	24	97	73	88	60	21	5	383
	Genero								
Masculino	6	10	39	29	35	28	11	2	160
Femenino	9	14	58	44	53	42	16	3	239
	Actividad Económica								
Comercio	6	9	38	28	34	27	11	2	156
Servicio	5	9	35	26	32	25	10	2	144
Producción	4	6	24	18	22	18	7	1	100
	Nivel Educativo								
Primaria	2	3	14	10	12	10	4	1	56
Secundaria	2	4	15	11	13	11	4	1	60
Superior	4	6	26	20	24	19	7	1	108
Posgrado	3	5	20	15	18	15	6	1	84

Fuente: elaboración propia

Se establecieron los siguientes resultados el 24% de 31 a 35 años son las personas que se encuentran económicamente activa, el 22% de 41 a 45 años, el 18% de 46 a 50 años los encuestados.

En el género se dieron los siguientes resultados que el 40% de los encuestados son personas femeninas que están económicamente activas y el 60% de los encuestados personas masculinas los encuestados. Referente a la actividad económica se estableció que el 39% de los encuestados realizan actividades comerciales, el 36% se dedican a actividades de servicio y el 25% labora en actividades de producción.

En el nivel educativo se dio los siguientes resultados el 27% de los encuestados tienen un nivel superior educativo, el 24% de los encuestados tienen niveles más avanzados, el 21% de los encuestados realizan postgrados, el 15% son bachilleres (educación secundaria) y el 14% con educación primaria.

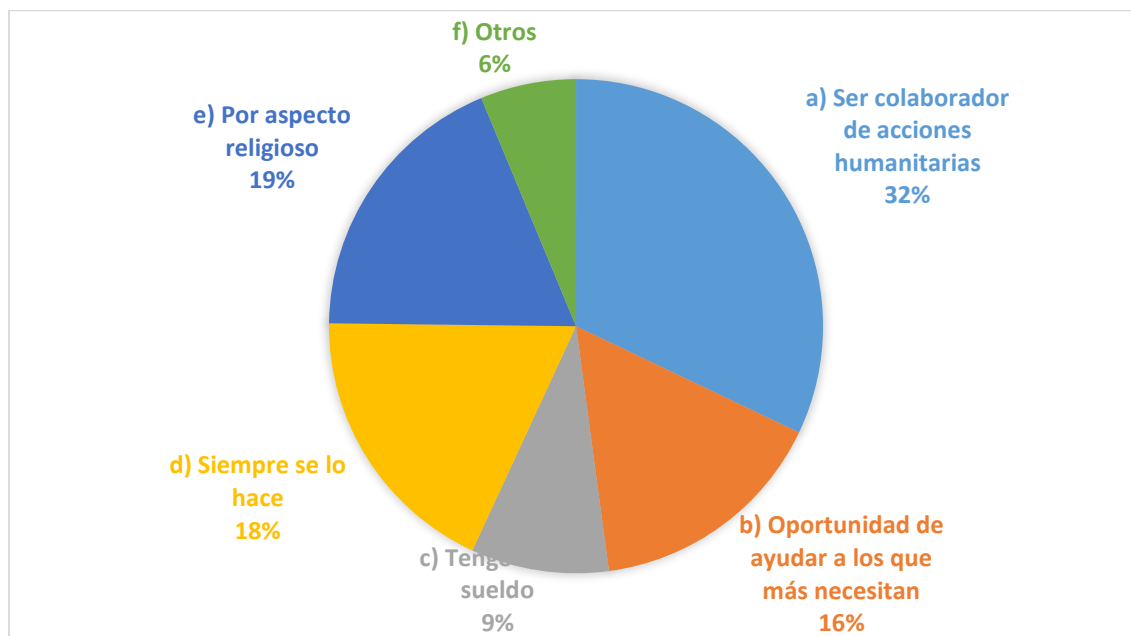
En el análisis demográfico se observa que el mayor número de encuestados son personas cuya edad fluctúan entre 31 a 35 años, en lo que se refiere al género existen dentro de los encuestados el género femenino con mayor presencia en las respuestas e interrogantes planteadas en el presente estudio, de igual forma el nivel de educación de los encuestados en su gran mayoría poseen una educación superior y de posgrado.

Los datos demográficos muestran características de la población de estudio por lo cual se convierte en información válida y sirven de sustento para la generación del plan estratégico; a continuación, el desarrollo de las preguntas.

1) ¿Cuáles serían los motivos que le harían respaldar a una fundación Integración de niños con Autismo?

Gráfico 1.

Motivos para respaldar la fundación



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

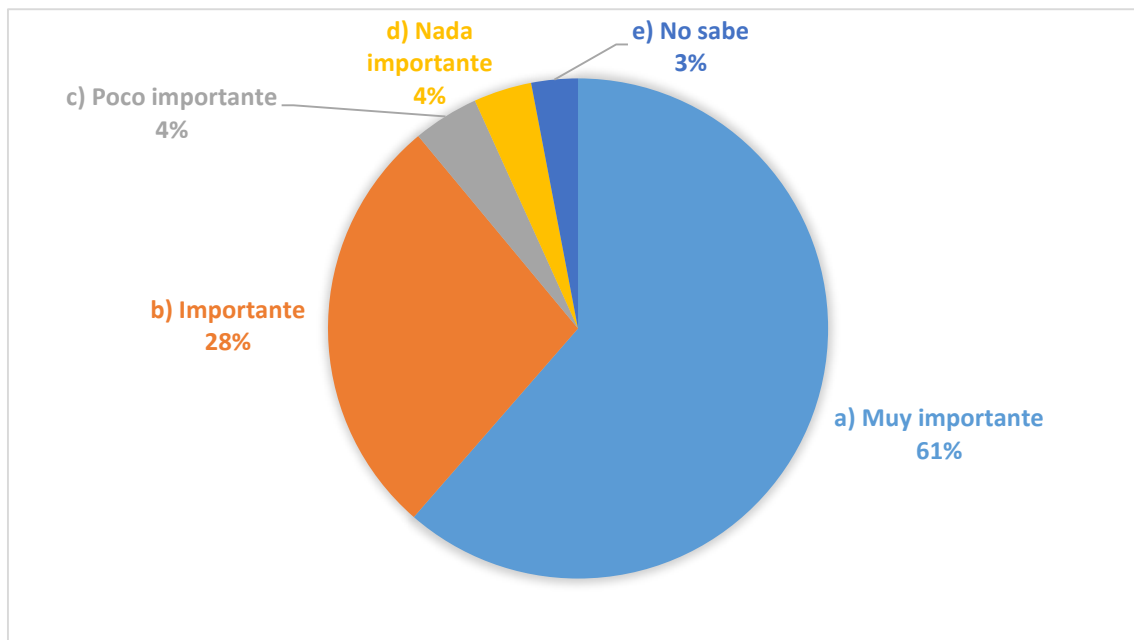
Se estableció que los motivos para respaldar a la fundación es el siguiente el 32% en ser colaboradores de acciones humanitarias, el 19% por aspectos religiosos, el 18% siempre lo realiza, el 16% ayudan a los que más necesitan y el 9% tienen un buen sueldo. Donde se busca una amplia gama de donantes y voluntarios para que la fundación pueda ser respaldada.

La fundación integración del niño con autismo requiere el respaldo de personas caritativas con una gran pasión por el servicio y ayuda a niños vulnerables por lo que es necesario que participen todas aquellas instituciones y personas que creen que el desarrollo intelectual es de interés para con los niños autistas. Se destaca acciones de carácter religioso y humanitario y un servicio de ayuda a los niños vulnerables que buscan en tercera persona un apego significativo para poder sustentar y defenderse de forma individual.

2) ¿Qué tan importante es donar su tiempo a una fundación?

Gráfico 2.

Donar tiempo a la fundación



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

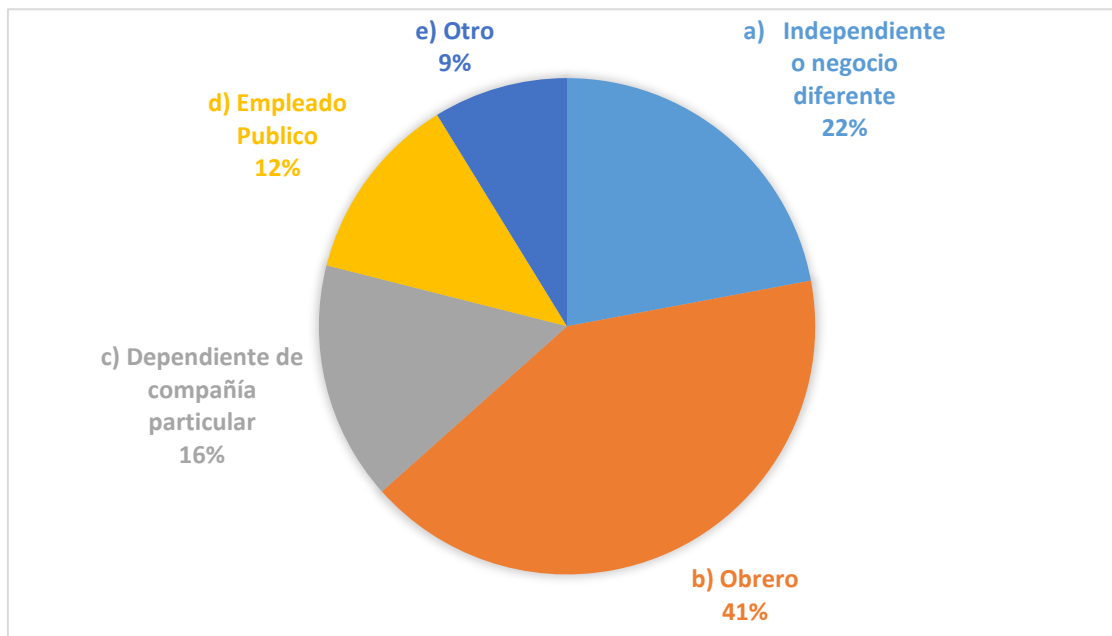
El 61% de los encuestados señalaron que es muy importante darle el tiempo a una fundación siempre y cuando lo hagan porque les gusta ayudar, el 28% importante, el 4% poco importante y nada importante y el 3% desconocen. Se requiere un mayor tiempo para ofrecerlo a los niños con autismo.

Uno de los principales recursos con que cuenta el ser humano es el tiempo por lo tanto se requiere un apego de familiares y personas caritativas para que logren actualizar su acción social a través de la fundación integración de niños con autismo que da seguridad a las autoridades y confianza directa de los niños autista vulnerable.

3) ¿Qué actividad usted mantiene?

Gráfico 3.

Actividad del encuestado



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

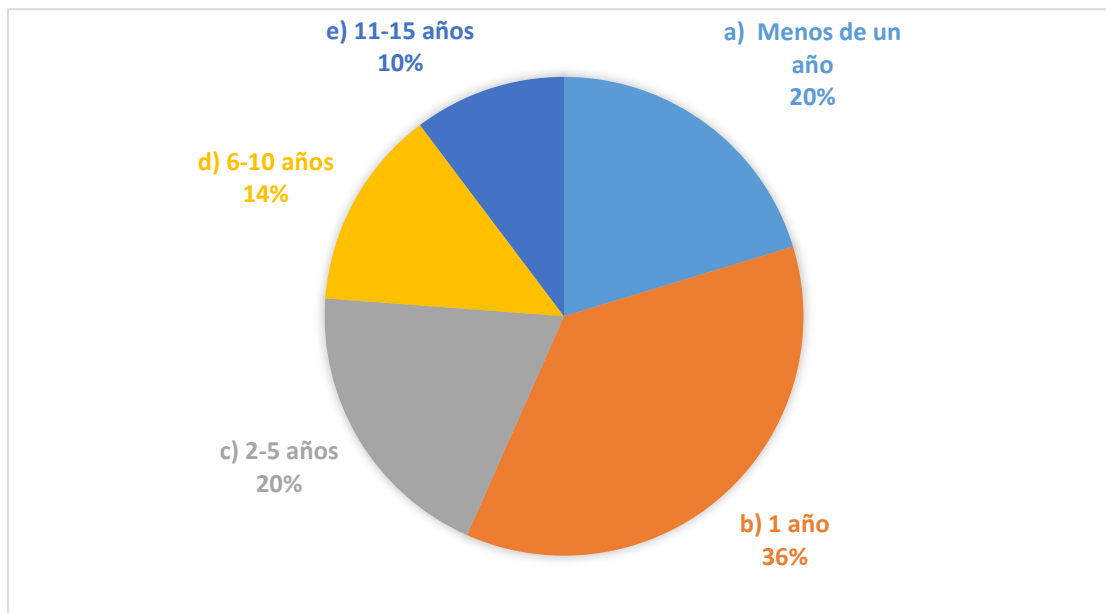
Se estableció en las encuestas que el 41% se dedica en lo que es mano de obra, el 22% tienen negocio independiente, el 16% dependen de una compañía particular, el 12% son empleados públicos y el 9% realizan otras actividades. Las personas pueden dar un respaldo a la fundación en señal de ayuda social.

Las actividades que mantiene todos los encuestados figuran el empleo público o el emprendimiento de un negocio, además de empleados privados que por el sueldo que perciben realizan donaciones de recursos a la fundación, también existe personal obrero que extiende su solidaridad o con recursos económicos para el servicio de los niños autistas vulnerables

4) ¿Cuánto tiempo trabaja?

Gráfico 4.

Tiempo de trabajo del encuestado



Fuente: modificado a partir de Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

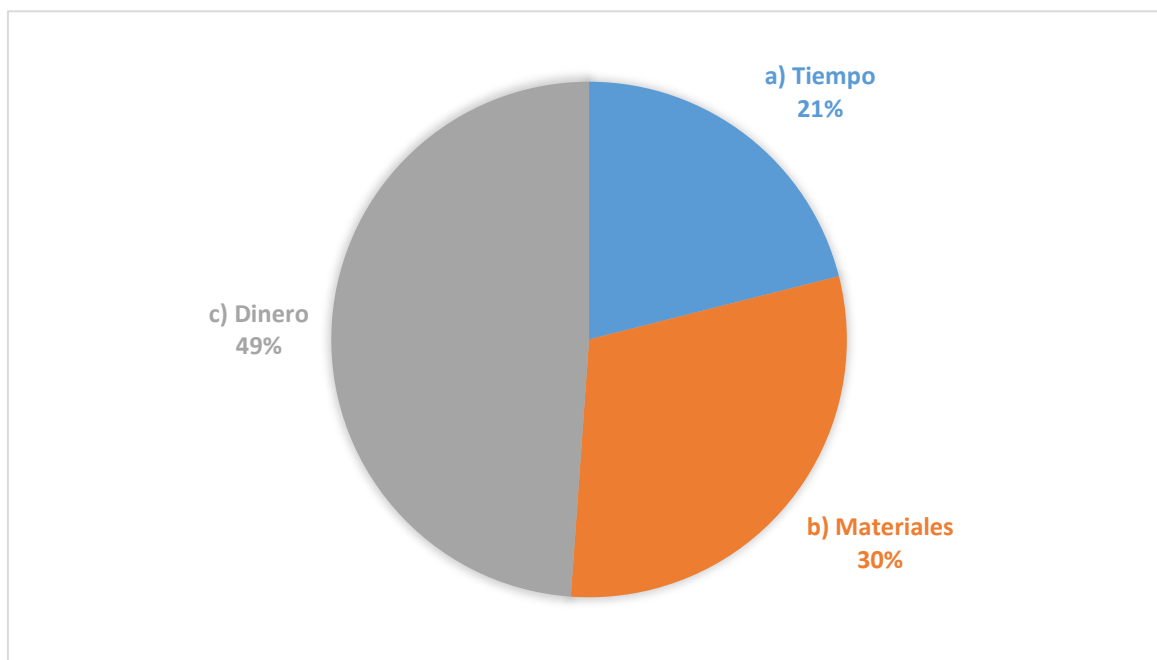
Se estableció los siguientes resultados que un 36% tiene un año en laborar, el 20% menos de un año y entre uno a 5 años, el 14% tiene labora entre 6 y 10 años y el 10% labora entre 11 y 15 años, esto implica seguridad de un trabajo, lo cual les permite ayudar en una fundación de forma económica.

La mayor parte de las personas encuestadas mantienen un nivel económico óptimo debido al tiempo que mantienen en su labor o actividad profesional, donde se destaca de mayor preferencia que gran cantidad de personas mantienen más de dos años en su puesto de trabajo y que cuenta con los recursos necesarios para donar un porcentaje de sus ingresos a la fundación integración de niños con autismo.

5) En el caso de contribuir a la fundación Integración de niños con Autismo los haría a través de donación de:

Gráfico 5.

Contribución a la fundación



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

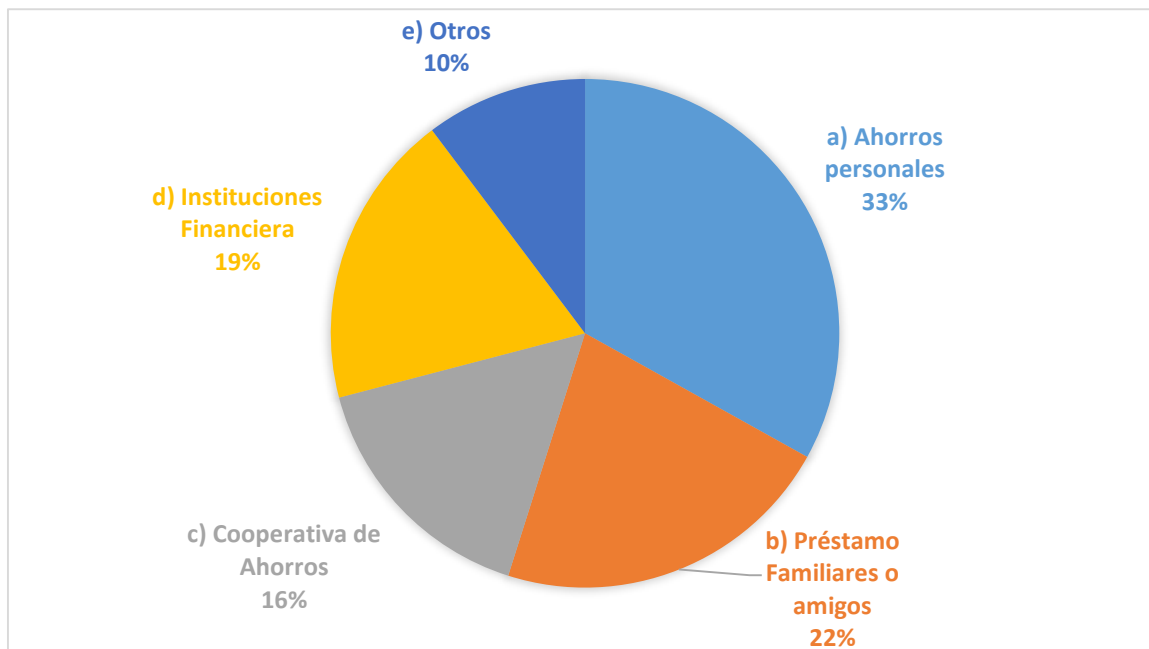
Los encuestados señalaron que un 49% contribuirían con dinero, el 30% contribuiría con materiales y el 21% le dedicaría de su tiempo en contribuir a la fundación. Se requiere buscar el aporte de dinero para todos los planes realizados lo cual ayuda de una u otra manera a la fundación.

Es importante dar a conocer que el aporte de recursos beneficia a la fundación sin importar si son materiales, dinero o tiempo. En el momento que se dona tiempo se cuenta con talento humano idóneo para forjar un aprendizaje sostenido en los niños autistas, cuándo se aceptan recursos materiales se está contribuye a ubicar instrumento de ayuda y dedicación para con los niños autistas y quién dona dinero permite tener la liquidez necesaria para forjar los gastos que atribuye el servicio de capacitación para con los niños autistas.

6) ¿Qué fuentes de financiamiento utiliza para respaldar a la fundación?

Gráfico 6.

Fuentes de financiamiento



Fuente: modificado a partir de Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

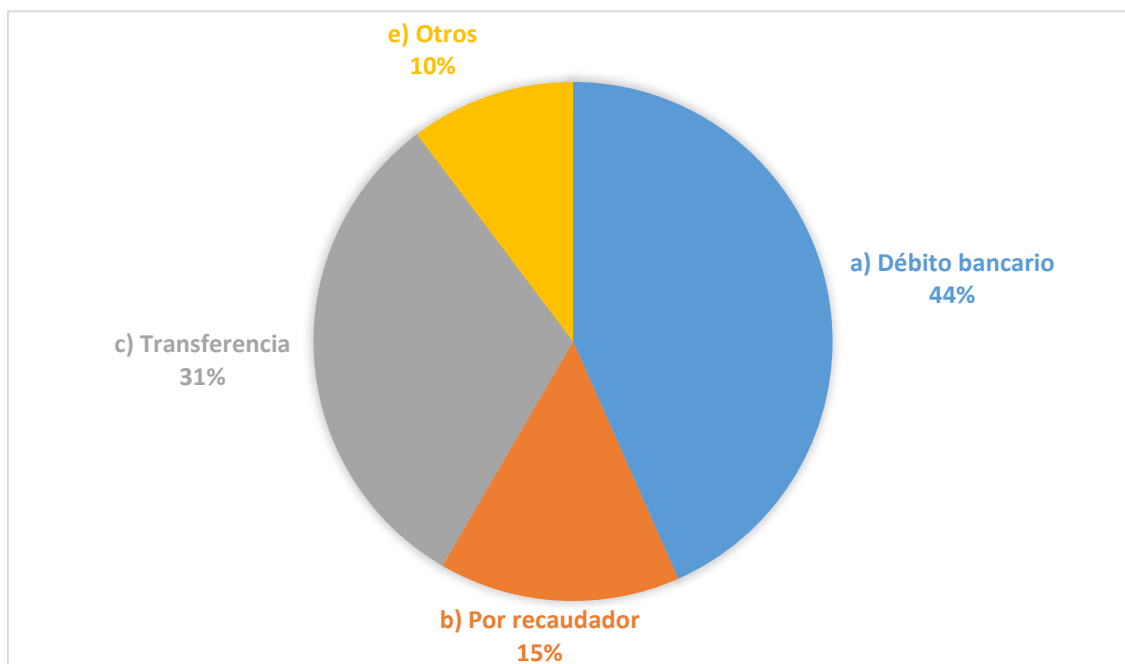
Se dio que un 33% utilizan fuentes de ahorros personales para respaldar la fundación, el 22% utilizará préstamos de familiares o amigos, el 19% lo prestará de instituciones financieras, el 16% de cooperativas de ahorros y el 10% de otros medios. Se puede ubicar las estrategias de un aporte desde un medio bancario para con la fundación.

La mayor parte de las personas encuestadas y que participan en la fundación, a través de financiamiento que respaldan el accionar y las actividades de los docentes para con los niños con autismo, es importante señalar el apego que tienen los familiares y amigos para dar un respaldo más directo al niño con autismo, para garantizar su desarrollo físico e intelectual.

7) En caso de aportar con dinero de forma mensual le gustaría que la recaudación se dé por:

Gráfico 7.

Recaudaciones



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

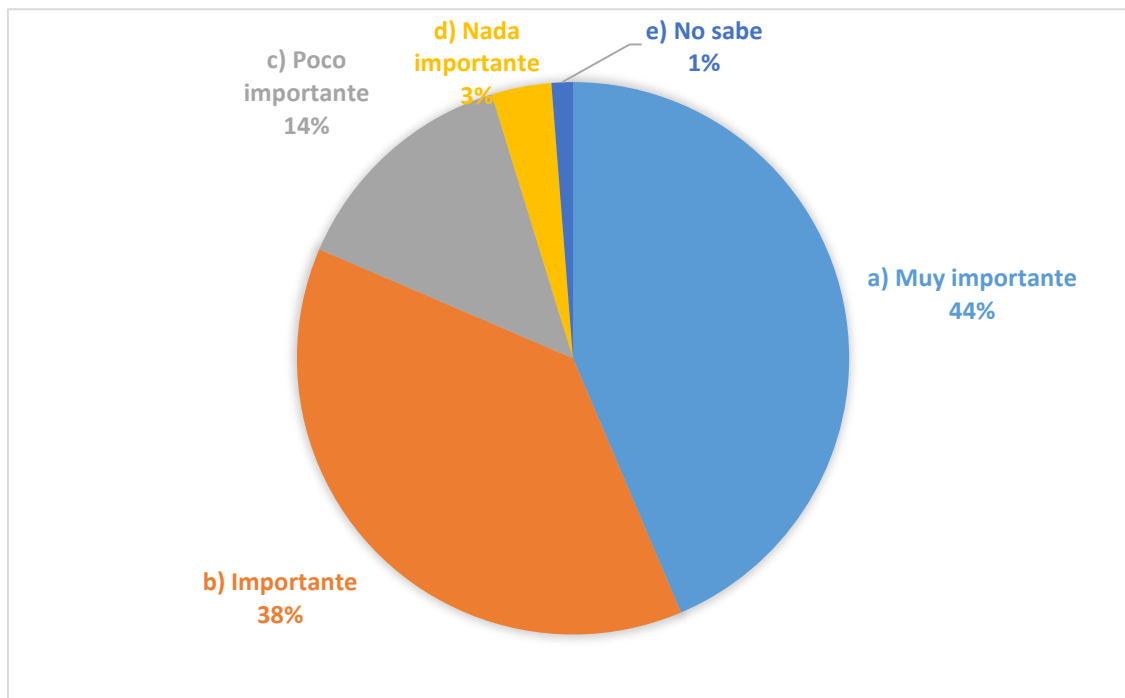
Se estableció que a las personas más les gustaría aportar su dinero por débito bancario, el 31% por medio de transferencias, el 15% por medio de un recaudador y el 10% por otros medios. Existe una adecuada aceptación de apoyo a la fundación debido que se les facilita mejor por débito bancario.

Los encuestados señalan que en el momento de donar recursos económicos a la fundación este lo entregarán en su gran mayoría a través del débito bancario o transferencias también existe un proceso de recaudación de dineros donde se toma en consideración a personas voluntarias que se acercan a las organizaciones para poder solicitar la respectiva donación.

8) ¿Considera necesario participar en los programas de la fundación?

Gráfico 8.

Importancia de los programas de la fundación



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

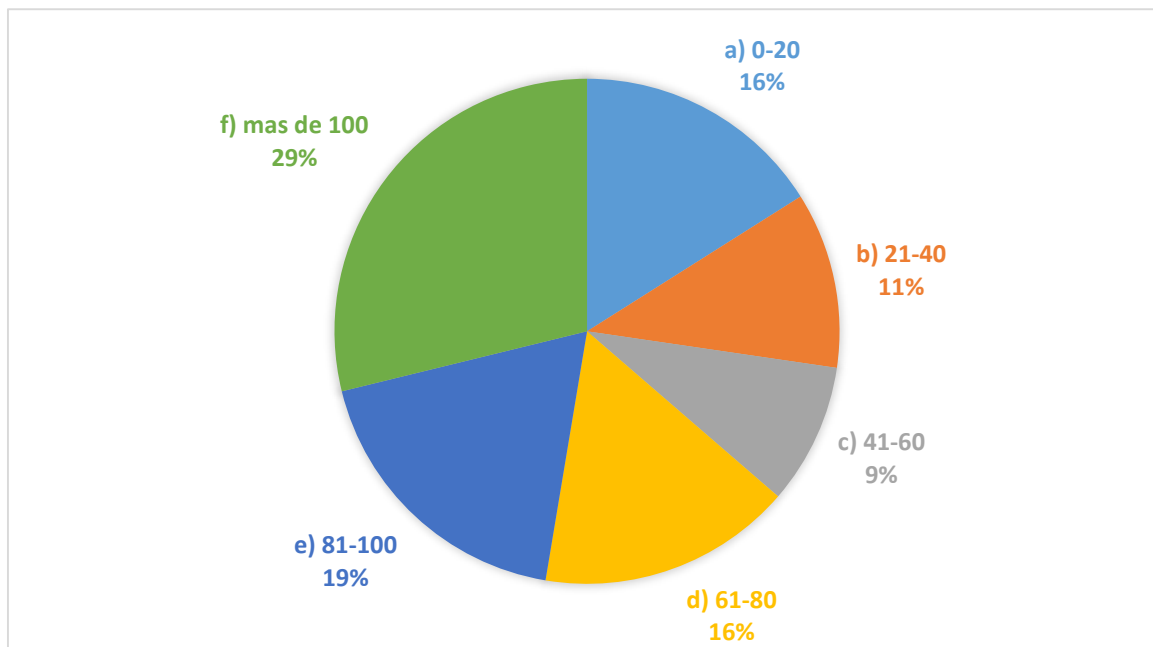
Según los resultados el 44% de los encuestados indica que es muy importante participar en los programas de la fundación, un 38% que es importante, un 14% que es poco importante, un 4% que no es nada importante y el 1% desconoce del tema. Existe un apego a ayudar a los niños con autismo esto es través de donaciones acorde a los programas donde se participa.

Pregunta 8 existe para participar en todas las actividades que realiza la fundación integración de niños con autismo por lo tanto se requiere la participación de todos aquellos voluntarios que buscan involucrarse desinteresadamente en los programas y proyectos realizados por el personal fijo y voluntario de la fundación en aras del desarrollo de los niños.

9) Su promedio de aportación sería de:

Gráfico 9.

Promedio de aportación



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

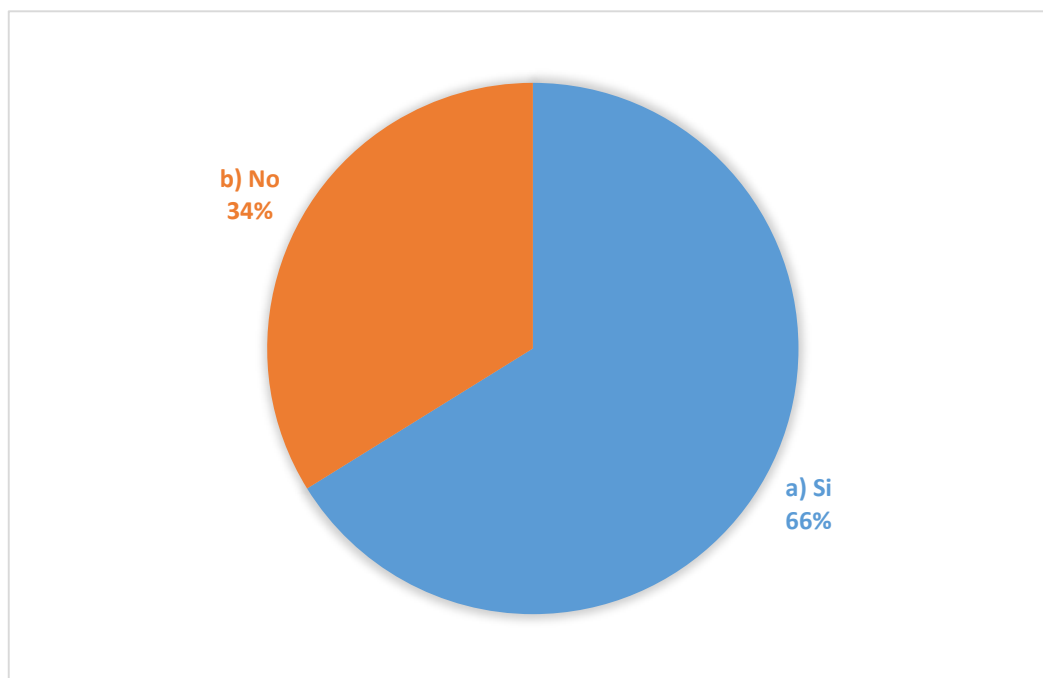
Se estableció que el 29% de los encuestados realizaría una aportación mayor a 100, el 19% entre 81 y 100, el 16% entre 61 y 60 y también entre 0 y 20, el 11% entre 21 y 40 y el 9% entre 41 y 60. Existe una fuente de ingresos considerables en el monto que se estima el aporte, lo cual es factible de forma económica a la fundación.

Existe el apoyo de aquella persona que tiene un nivel económico medio y alto, dando una aportación promedio de \$100 en su gran mayoría. La aportación también se la puede cuantificar con La donación de materiales que se lo evalúa acorde a la tendencia y restricción del mercado.

10) ¿Usted requiere de un informe de todas las actividades que realiza la fundación?

Gráfico 10.

Requerimiento de las actividades



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

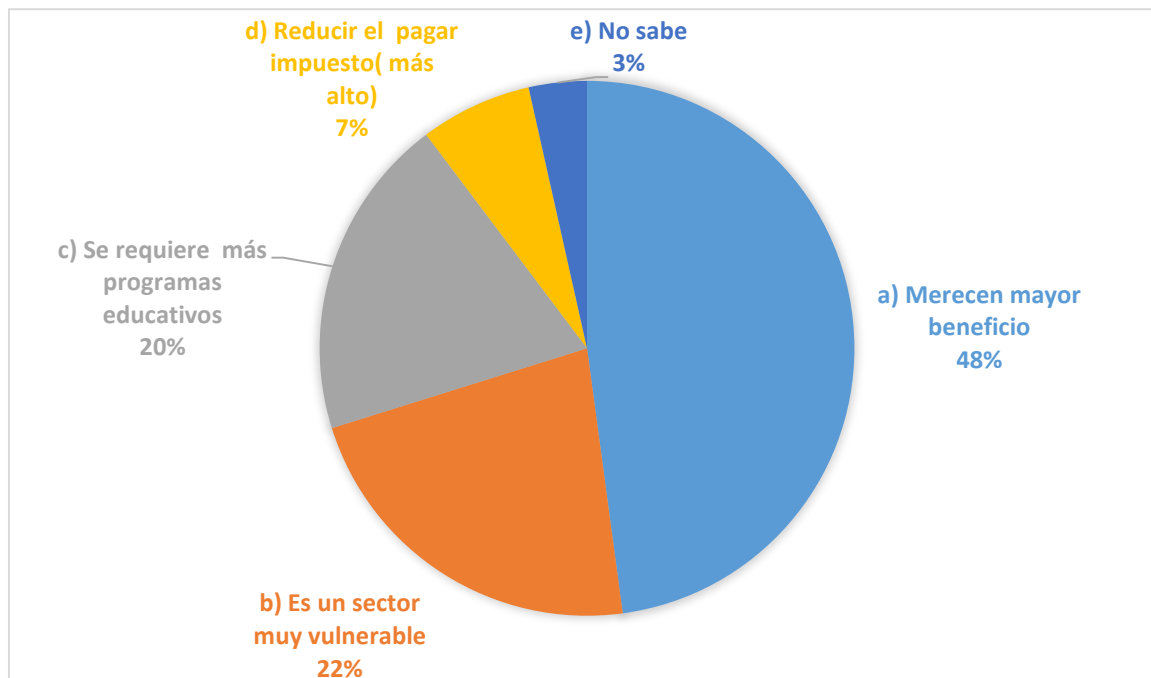
Se estableció los siguientes resultados un 66% de los encuestados opinan que si requieren las actividades que realiza la fundación mientras que el 34% no necesita dicho informe. La responsabilidad y la ética son aspecto de interés para fortalecer las donaciones y la participación de donantes y voluntarios para que la fundación siga en marcha.

En el momento que se recibe la donación de recursos materiales o económicos es necesario que la fundación integración de niños con autismo, comente el recibo de la donación, a través de un informe detallado para cada uno de los donantes; y que conozcan de qué manera se utilizan los recursos económicos y cuál es la tendencia de servicio que existe en la actualidad.

11) ¿Por qué razón usted busca ayudar a los niños?

Gráfico 11.

Razón de ayuda social



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

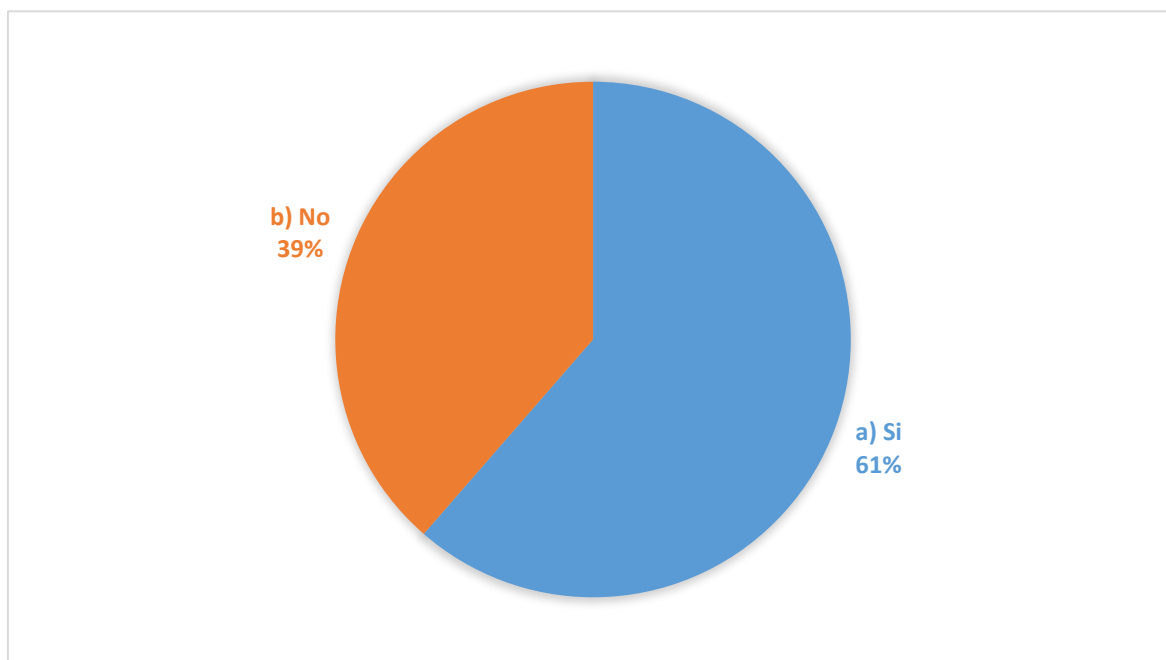
Se dio que un 48% de las personas encuestadas ayudarían a los niños porque merecen un mayor beneficio y son personas que necesitan de mayor cuidado, un 22% porque dice que es un sector vulnerable, un 20% porque requieren más programas educativos, un 7% por reducir el pagar impuesto y un 4% desconoce del tema.

La mayor parte de las personas tiene un apego de bondad y admiración para con los niños autista, si es lo necesario conocer cuáles son las expectativas para ayudar a los niños vulnerables; donde se detalla beneficios de servicios de capacitación además de establecer donaciones justificadas a través del pago de impuestos solo requieren mayor programa educativo justificar el pago de impuestos.

12) Considera que las fundaciones requieren mayor cantidad de programas en beneficio de los sectores vulnerables

Gráfico 12.

Programas en beneficio de sectores vulnerables



Fuente: modificado a partir de la Fundación Integración de niños con Autismo (2022)

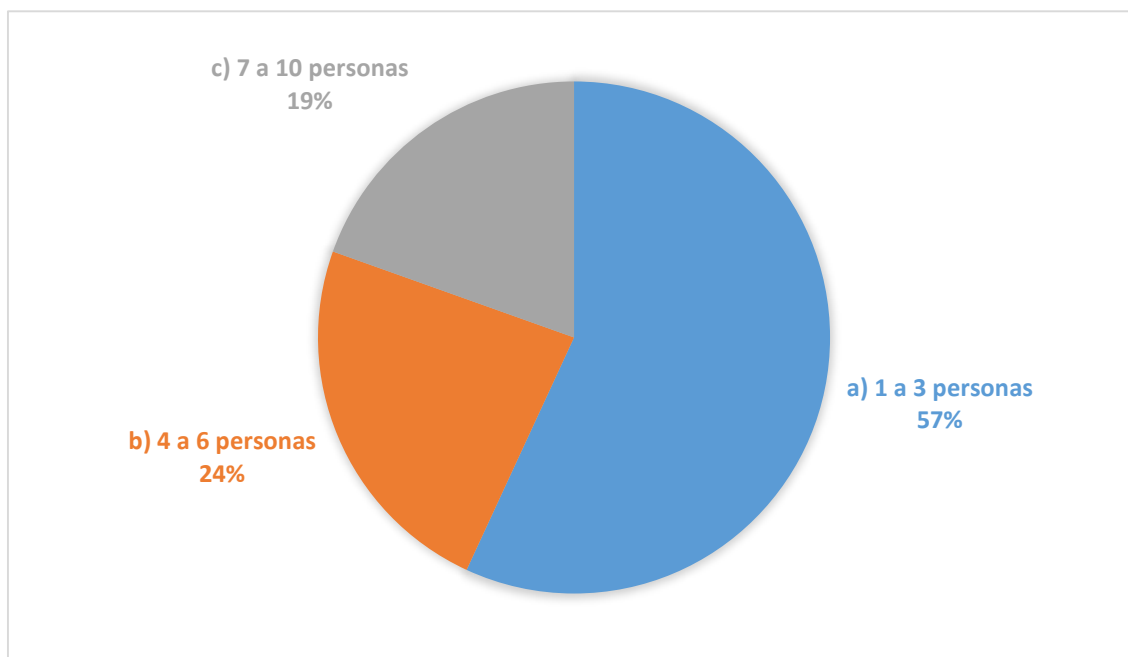
Se estableció que un 61% de los encuestados consideran que las fundaciones si requieren mayor cantidad de los programas en beneficio de los sectores vulnerables mientras que 39% señalo que no necesitaba. Se requiere de nuevos programas para el respaldo de las acciones para con los niños con autismo.

Los sectores vulnerables necesitan sostenerse de forma económica y social por lo tanto el servicio de la fundación integración de niños con autismo está dirigido a un apego de ayuda social para que las madres de familia que tienen un niño estén siendo bien representadas por la fundación a través de sus programas de inducción que ayudan a la capacidad intelectual y física.

13) ¿Cuántas personas podrían también contribuir a la fundación, conocidos suyos?

Gráfico 13.

Personas contribuyentes



Fuente: tomado a partir de la Investigación de campo – Fundación Integración de niños con Autismo

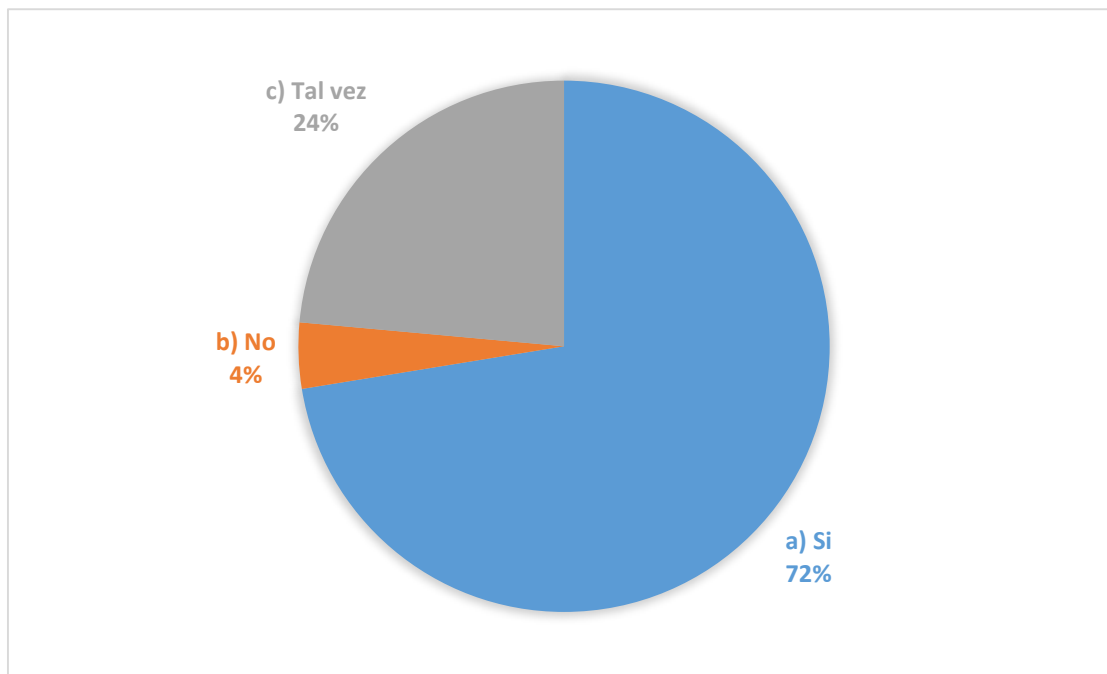
Se estableció que un 57% de los encuestados conocidos de las personas de la fundación podrían contribuir de 1 a 3; un 24% de 4 a 6 personas y un 20% de 7 a 10 personas. Existe un respaldo considerable a los niños con autismo según familiares y amigos, ellos requieren mucha contribución para con la fundación.

Un promedio de 18 millones de habitantes con que cuenta el Ecuador, con el aporte del 0,01% de la población de 1800 personas Qué podrían servir con un total de \$10 mensuales que sirve como capital de trabajo para poder pagar al personal en nuevos procesos productivos.

14) ¿Consideran que la fundación debería tener una mejor comunicación?

Gráfico 14.

Manejo de comunicación en la fundación



Fuente: tomado a partir de la Investigación de campo – Fundación Integración de niños con Autismo

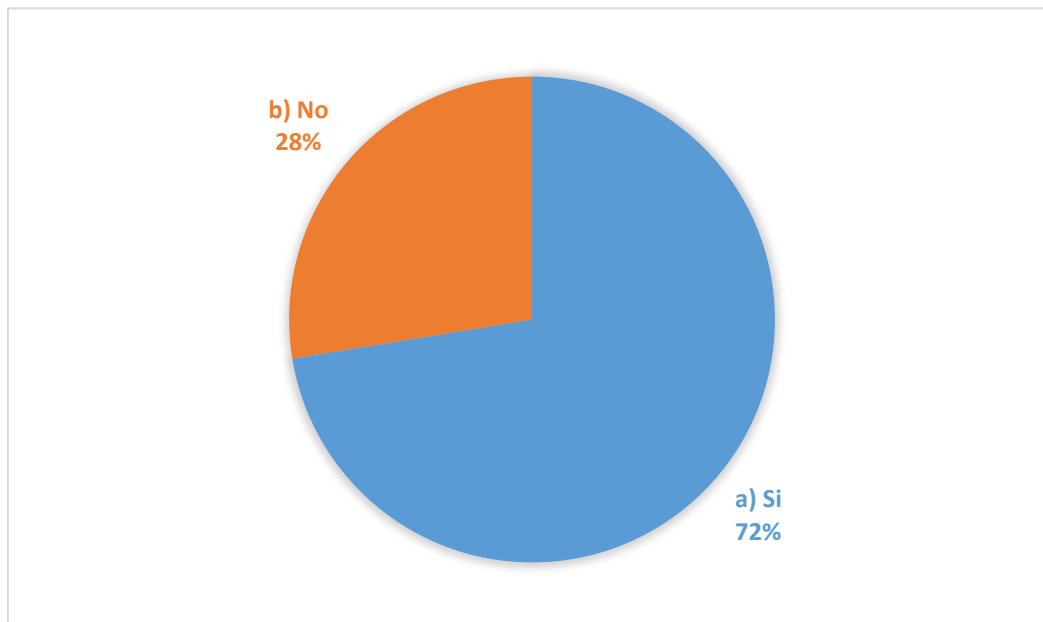
Un 72% de los encuestados señala que se debe tener buena comunicación, un 24% que tal vez y un 4% que no. La comunicación es importante para llegar con la persona que con su tiempo, recursos y materiales puedan ayudar a los niños autista.

La comunicación representa una de las principales herramientas para lograr los objetivos planificados, donde el mensaje inmerso en los esquemas de ayuda social representa un aspecto innovador para el trabajo con los niños autistas.

15) ¿Usted cree que las empresas de medios respaldarían los programas que realice la fundación desde su perspectiva?

Gráfico 15.

Respaldos de empresas



Fuente: tomado a partir de la Investigación de campo – Fundación Integración de niños con Autismo

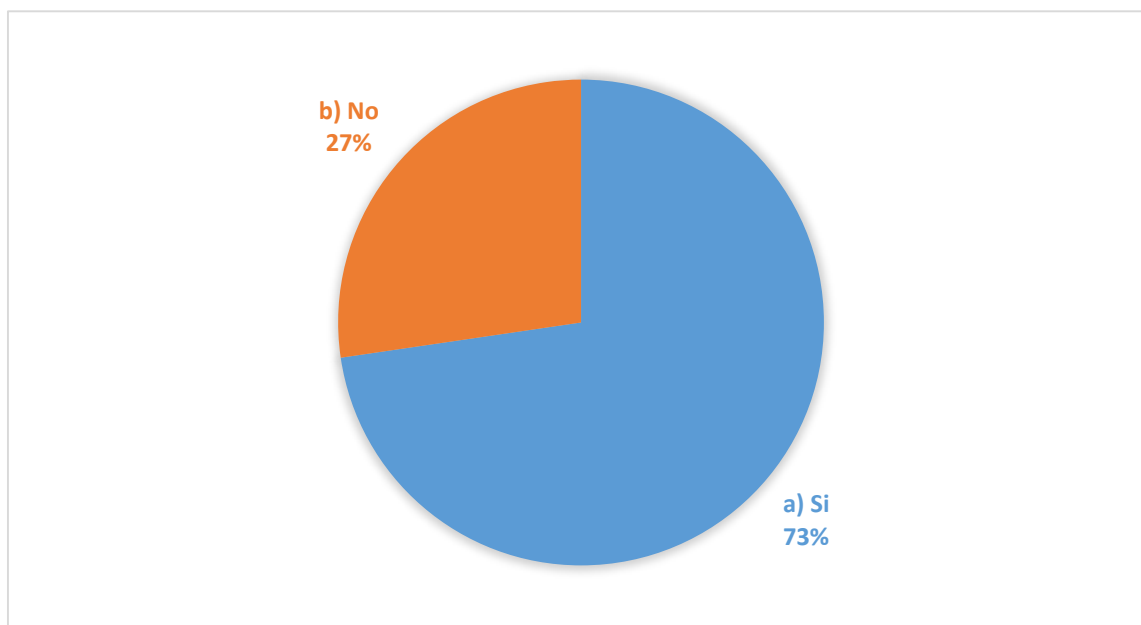
Se estableció que un 72% de los encuestados indica que las empresas deberían respaldar a los programas que realiza la fundación y un 28% que no. Se requiere cambios en el manejo de las acciones para con los niños autistas y tener más respaldo de las empresas.

El éxito de una fundación es el manejo adecuado de los proyectos, por lo tanto, la fundación integración de niños con autismo basa su principal estrategia a vincular a todo el personal, familiares, niños autistas, empresarios, entre otros a la ejecución de cada una de las actividades vinculadas a las diversas terapias y cuidado de los niños con autismo.

16) ¿Estaría usted dispuesto a participar en los programas con su familia o colaboradores?

Gráfico 16.

Participación en los programas



Fuente: tomado a partir de la Investigación de campo – Fundación Integración de niños con Autismo

Un 73% de los encuestados está dispuesto en participar en los programas con sus familiares y así lo niños con autismo sientan en confianza con las personas y un 27% indica que no.

La participación de la familia ayuda al niño autista, porque existe la entrega y el amor de los familiares esto sirve de fortaleza para cumplir a cabalidad las terapias de lenguaje y comunicación, donde se da lugar a la aceptación de las instrucciones y valores que se imparten dentro de la fundación de niños con autismo para beneficio de toda la población.

3.2. Análisis Matriz FODA

El análisis parte de la valoración de los diversos factores que están alrededor de la empresa: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; para ello, se contó con la participación de los directivos de la Fundación, de ahí se obtiene los siguientes factores:

Fortalezas

1. Participación de Voluntarios dentro de la fundación
2. Niños autistas vulnerables que participan en talleres
3. Respaldo de donantes empresarios de Guayaquil
4. Presencia de profesionales competentes
5. Aporte de empresas y fundaciones de Canadá

Debilidades

1. No se cuenta con una adecuada imagen corporativa
2. No existe los recursos económicos necesarios para ampliar terapias
3. No hay un estudio real sobre el autismo en el Ecuador
4. Mínimas acciones de respaldo a la fundación por parte de organismos nacionales e internacionales
5. Empresas desconocen sus aportes tributarios y excepciones al donar en fundaciones

Oportunidad

1. Ampliar la cobertura de servicio a nuevos niños TEA vulnerables
2. Abarcar nuevos territorios
3. Respaldo de entidades privadas

4. Pasantía comunitaria de universidades para con la fundación
5. Servicio a la comunidad vulnerable de niños con autismo

Amenazas

1. Precios elevados en artículo de primera necesidad
2. Nuevos lineamientos y legalización
3. Situación económica del país
4. Inseguridad
5. Crecimiento constante del indicador Riesgo país

Los enunciados del FODA son valorados a través de la escala indicada en la siguiente tabla, de forma que se confirma la importancia de cada elemento, de ahí se valora los más importantes para la generación de estrategias.

Tabla 4.

Rangos de observación del FO FA DO DA

Rangos de observación		
Presencia Baja	De 1 a 3	Existe una mínima acción de las estrategias aplicadas
Presencia Media	De 4 a 6	Las estrategias aplicadas no son excelentes, pero son considerables
Presencia Alta	De 7 a 10	Estrategias innovadoras y creativas para una adecuada imagen institucional

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.*Valoración Matriz de factores internos y externos*

	O1 Ampliar la cobertura de servicio a nuevos niños TEA vulnerables	O2 Abarcar nuevos territorios	O3 Respaldo de entidades privadas	O4 Pasantía comunitaria	A1 Precios elevados	A2 Nuevos impuestos	A3 Inseguridad
F1. Participación de Voluntarios y nuevos socios	5	10	1	5	5	3	5
F2. Niños autistas vulnerables participan en talleres	7	7	3	7	8	10	7
F3. Respaldo de donantes empresarios de Guayaquil	7	3	2	7	7	5	7
F4. Presencia de profesionales competentes	10	5	2	3	3	3	3
F5. Aporte de empresas y fundaciones de Canadá	7	7	2	7	4	7	5
D1. No se cuenta con una adecuada imagen corporativa	5	1	1	9	8	7	5
D2. No existe los recursos económicos necesarios para ampliar terapias	3	5	2	5	7	3	3
D3. No hay un estudio real sobre el autismo	1	1	1	3	10	2	2
D4. Mínimas acciones de respaldo a la fundación	5	10	1	3	8	5	7
D5. Empresas desconocen sus aportes tributarios y excepciones al donar en fundaciones	1	5	5	8	3	5	5

Fuente: elaboración propia

La Matriz de valoración de factores internos y externos dentro de la matriz se visualiza las fortalezas con las debilidades al igual que las oportunidades con las amenazas. Dónde se establece una puntuación a cada uno de los parámetros dentro la matriz. De ahí, se observa la participación de los niños autistas en talleres que son empresarios de la ciudad de Guayaquil y también se visualiza la presencia de profesionales competentes que van a permitir disminuirlas el aporte de la

empresa privada, donde existe presencia baja que requieren mínima acción de las estrategias aplicadas, con escala media las estrategias no son excelente, pero son considerables y con una medición alta las estrategias son innovadoras y creativas.

De la matriz FODA se visualiza el inconveniente existente en la fundación a través de las debilidades, donde los directivos expresan problemas relacionados con una adecuada imagen corporativa que no existe, además se requieren de recursos económicos para poder dar servicio a niños autistas vulnerables que vierten sus esperanzas de poder desenvolverse adecuadamente con las distintas terapias e inducciones realizadas por la fundación integración de niños con autismo.

Parte del problema también es que no existe un estudio real y consolidado sobre el autismo en el Ecuador, es decir se desconoce el número de familias que tienen a una persona con capacidad especial o problemas neurológicos. Lamentablemente también es parte de la debilidad el hecho de que no existen autoridades de gobierno que estén vinculados directamente con el respaldo y apoyo a aquellas fundaciones que ofrecen un servicio óptimo y de calidad para los sectores vulnerables, es necesario su expansión para llegar a nuevos sectores.

3.3. Análisis PESTEL

Factores políticos

Los factores políticos están relacionados con todos los lineamientos del Ministerio de inclusión económica y social dónde están registradas las fundaciones de forma legal también se involucra todas las condiciones que se exigen para realizar actividades de recopilación de fondos y donaciones para los diversos programas que se desarrollen.

Factores económicos

Dentro de los factores económicos existe la puntuación de donantes, además de fondos provenientes de empresas nacionales e internacionales que generan una inversión para determinado niño con capacidad especial y de esta manera fortalecer los programas y emprendimiento que se desarrollen dentro de la fundación dentro de los valores recopilado Está también todos los gastos que

demanda la fundación además de todas aquellas responsabilidades en los servicios y obligaciones asumidas.

Factores sociales

En los factores sociales se detalla la participación de la población en diferentes sectores vulnerables dónde existen familias que no tienen un claro conocimiento de lo que es el autismo, por lo tanto, se establece programas e ideas innovadoras para que estén reflejada en el territorio y de esta manera poder abarcar nuevos programas para nuevos involucrados dentro de la fundación

Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos se refieren a la aplicación de las técnicas de información y comunicación para poder recopilar información referente a los personajes que pueden participar como donantes a través de información enviadas en los medios digitales.

Factores ambientales y ecológicos

Dentro de los factores ambientales participar la familia, el niño con capacidad especial, docentes, y comunidad general que está inmersa dentro de la responsabilidad de controlar y evaluar el medio ambiente a través de la disminución del deterioro de los factores climáticos y el ahorro de los recursos. El aspecto ecológico no se manifiesta con una presencia significativa, su participación es baja, debido a que nos incurren con el deterioro de la naturaleza; dentro de las múltiples acciones o programas que se realizan. En el ámbito legal de la información debido a que la fundación cuenta con una base de datos al día y cubre todos los impuestos relacionados a la actividad que se realiza.

Factores legales

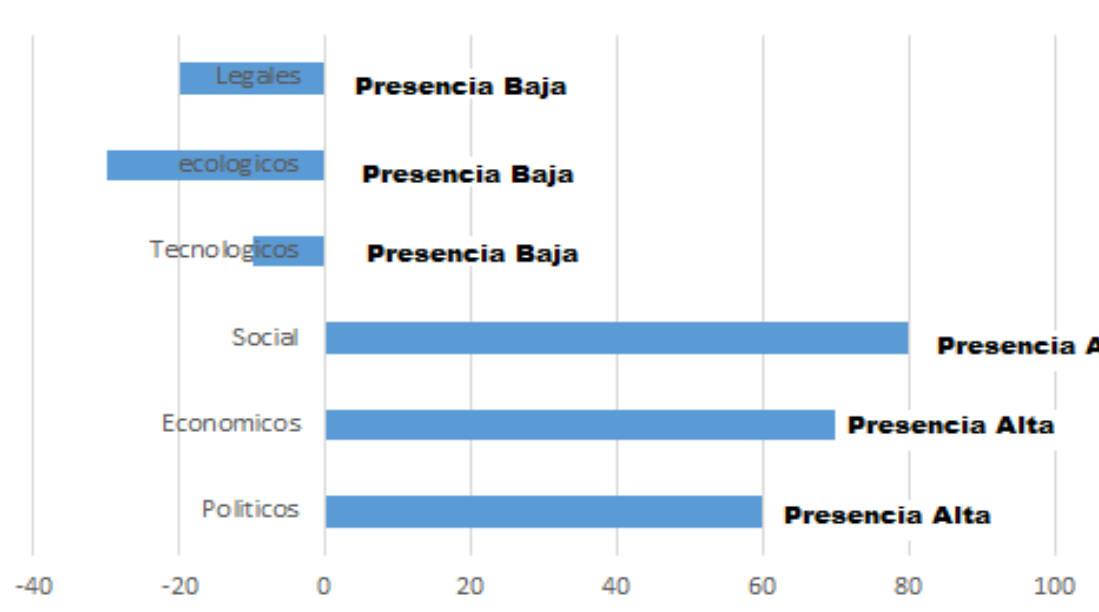
Los factores legales involucran la orientación que tiene la fundación para cuidar todos los lineamientos exigidos por las autoridades de turno, además de tener los estatutos y políticas realizaba de manera controlada y evaluada por quienes dirigen

la fundación. Dentro de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales se vislumbra de forma clara la una presencia significativa de nivel medio alto y bajo dentro del ámbito externo que involucra a la fundación. En lo que se refiere a factores políticos existe una presencia media debido a que no emergen acciones directas en las decisiones que toma la fundación, el aspecto económico cuenta con una presencia alta debido a que su sostener todos los gastos realizados por la fundación para la atención y servicio para con los niños autistas.

También existe una presencia fuerte en el ámbito social debido a que de manera continua se incrementa el aporte y la contribución de ayuda para con los niños autistas, el aspecto tecnológico también demuestra una presencia alta debido a que hoy en día existen comunicación digital entre las partes para ayudar y resaltar las terapias de lenguaje y comunicación para con los niños vulnerables.

Gráfico 17.

Análisis PESTEL



Fuente: elaboración propia

Se observa que los factores que más influyen son los aspectos sociales, políticos y económicos, por ello, son los elementos más relevantes para la aplicación de estrategias que favorezcan a los usuarios, además de recaudar donaciones que permitan el funcionamiento de la Fundación.

3.4. Análisis Canvas

El presente modelo de Canvas determina la idea de un proyecto, en el cual se debe realizar un análisis completo con respecto al (a) segmento del mercado (b) propuesta de valor (c) canales (d) relaciones con clientes (e) fuentes de ingresos (f) recursos claves (g) asociaciones claves (h) estructura de costes.

Tabla 6.

Método de Canvas en el análisis

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Empresarios del Ecuador Empresas del Canadá Directivos y socios de la fundación	Talleres interactivos Programas sociales	Programas de desarrollo sostenido en la obtención de nuevos socios Actividades Lúdicas en el servicio a niños TEA Realizar información Innovadora de los servicios y talleres que ofrece la fundación.	Comunicación en medios Programas de apego familiar y autista	Familias vulnerables familias con niños TEA Registros del MIES niños con Autismo
Estructura de Costes Limitado en donaciones	Recursos Clave Personal de voluntarios Talleres Interactivos	Estructura de Ingresos Donaciones de socios, voluntarios, comunidad y empresarios	Canales Correo electrónico Redes sociales Página web	

Fuente: elaboración propia

El modelo de negocio Canvas es importante porque permite utilizar o adaptar a los requisitos y realidades de la organización. Se cree que cada organización tiene metas distintas de las demás y todas para crecer y permanecer en el mercado deben generar ingresos a través de un modelo comercial establecido.

El análisis del modelo Canvas en la fundación integración de niños con autismo involucra la actividad clave de talleres interactivos a través de los recursos obtenidos de las donaciones, donde se busca una propuesta de valor que es el

desarrollo sostenido de los nuevos socios estratégicos y voluntarios que van a permitir recabar fondos para ampliar las actividades lúdicas para con los niños con autismo. Aplican programas de apego familiar, donde las familias vulnerables registradas en el Ministerio de inclusión económica y social que garantiza la información y a la vez se buscan el presupuesto para ampliar el espectro de servicios través de donantes y socios.

Propuesta de generación de valor

Antecedentes

El autor León (2020) explicó que el plan estratégico engloba toda la información que se requiere sobre el donante o voluntario objetivo y que, a su vez, se realizará la parte táctica innovadora y la captación de recursos. Los clientes, tanto reales como potenciales, están divididos por diversos aspectos como lo son la condición económica, educativa, cultural y religiosa, cada uno de ellos poseen características las cuales necesitan ser analizadas para así conocer cuál es su percepción de ayuda a la fundación y desde qué perspectiva ven determinado producto o servicio.

Una de las principales interrogantes dentro de la propuesta de valor es quienes serán los clientes (donadores y Autistas), del mismo modo saber cuáles son las necesidades y requerimientos del consumidor, y finalmente si aquella persona cuenta con todos los medios o recursos necesarios para adquirir la información referente al servicio ofrecido por la fundación.

La propuesta de valor no es otra cosa que la capacidad de cubrir las necesidades del cliente con un valor agregado especial, dado por el servicio ofrecido, descuentos, promociones y regalos, que comprenden acciones complementarias y permitirán atraer más clientes contribuyendo negociaciones inmediatas.

El sistema da acceso a diferentes fuentes de búsqueda a nivel mundial, los inicios de la organización trajeron consigo una plataforma ideal dentro de la tienda virtual donde se encuentran vídeos, música y libros que tienen como objetivo difundir la comunicación a través de la vinculación con cada una de las páginas promocionadas.

En referencia al modelo de Canvas se determina que el negocio de Google tiene como estrategia clave la forma de dirigir a todos sus usuarios que busca cubrir las expectativas de los clientes. Una de las ventajas competitivas es establecer una diferencia abismal sobre la distribución de la información donde se manifiesta todo lo acceso a través su plataforma.

Con estos ejemplos de modelos de negocios en donde se aplicó el mecanismo de Canvas podemos observar que la tecnología fue un factor preponderante porque a través de las Tics se entregaban los productos o servicios y se mantiene el relacionamiento con el cliente, situación similar a la que se planteará en la propuesta del plan de negocio de esta investigación.

Propuesta de la investigación

La propuesta abarca los esquemas básicos para que la imagen institucional de la fundación integración de niños con autismo para que tenga una fortaleza continua para todas aquellas familias que cuentan con un niño Tea. La gestión de una planificación estratégica acorde a los requerimientos del mercado involucra la participación de una misión, visión, objetivos estratégicos valores corporativos, entre otros.

Se describe las fortalezas que son parte de la fundación y que normalmente generan nuevas acciones de servicios para con la comunidad, se establecen las debilidades e inconvenientes que se presenta y que deben de ser fortalecidos para acaparar la atención del mercado. Las oportunidades con que cuenta la fundación integración de niños con autismo y las amenazas que se generan a través de la situación económica y política que vive el Ecuador y que tienen en desequilibrio la ejecución de estrategias vinculantes al crecimiento de la fundación.

La propuesta inicia con el diagnóstico a través la aplicación de la encuesta, posterior con la matriz FODA, la gestión externa del Análisis a través de una matriz Pestel que mide los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales para poder garantizar la gestión interna de la fundación; se mide también las acciones de un modelo estratégico de gestión administrativa con el uso de Canvas que permite establecer cuáles son los canales de comunicación

y las claves del servicio ofrecido por la fundación para poder aplicar los recursos necesarios. En resumen, se realiza las siguientes actividades:

- a. Diagnóstico que incluye: Encuesta, FODA, PESTEL, CANVAS
- b. Generación de estrategias
- c. Plan de acción que incluye:
 - Desarrollo parcial de la estrategia,
 - Determinación de indicadores, metas
 - Identificación del responsable
- d. Cronograma
- e. Presupuesto

Estrategias de la propuesta

La fundación integración de niños con autismo tiene una definición del cliente objetivo con el que va a dar un servicio de ayuda su principal característica el hecho de ser personas vulnerables que tienen entre los miembros de su familia especial que requiere de terapias y ayuda de lenguajes para poder tener una forma de subsistir al realizar múltiples actividades.

El cliente objetivo constituye todas aquellas personas que pueden realizar donación a la realización de todos los proyectos y programas de la fundación y son personas que fluctúan entre 25 a 50 años y que cuenta con un nivel económico medio y alto para poder respaldar todas las acciones de ayuda social, también son profesionales y directivos de empresas y organizaciones que buscan dar un apoyo social a una entidad o fundación en respaldo a la vulnerabilidad que existe en diversos sectores del país.

Es importante señalar que dentro de los procesos a realizar y estrategias vinculantes donde se establezca el diseño innovador de las acciones que realiza la fundación integración de niños con autismo para con las terapias de lenguajes que se adaptan a cada uno de los esquemas o procesos de concienciación en el niño autista.

Dentro de la página *web* también se ofrece todos los servicios de ayuda social y programas de desempeño a través de talleres que pueda vincular varias terapias para el accionar de los niños autistas donde se utilizan implementos modernos y tecnológicos que beneficien el desarrollo de cada actividad que se realiza.

En la página *web* se establece el mercado objetivo donde existe un sin número de voluntarios que son parte de los convenios que se realizan con organizaciones y universidades del sector para poder ofrecer ayuda inmediata a cada niño autista para la optimización de los recursos y la ampliación del espectro de servicio a toda la familia vulnerables en la ciudad de Guayaquil.

Dentro del contexto de la conversión es importante mejoras en la imagen institucional, donde predomina la presencia de los socios y las actividades del personal que elabora dentro de la fundación para que con una hegemonía de servicio se pueda ampliar las acciones de ayuda social y a la vez vincular a nuevos socios que van a fortalecer el desarrollo de las actividades para con los niños con autismo.

La construcción de alianzas estratégicas es una de las principales estrategias que va a tener la fundación integración de niños con autismo donde la vinculación con empresas y organizaciones educativas va a permitir establecer la participación de profesionales y estudiantes fortalecer cada una de las áreas y terapia que se ofrece, que da lugar a la ampliación de nuevos profesionales voluntarios que van a pernoctar en cada una de las actividades para garantizar su aprendizaje y su evolución neurológica.

Dentro de las estrategias propuestas para la fundación integración de niños con autismo se establece la creación de una imagen corporativa que está relacionada con una publicidad reflejada con el logo y en la forma de un banner o gigantografía dar a conocer la nueva imagen institucional de la fundación. La estrategia básica abarca el despliegue de información en los medios tradicionales de publicidad en un tríptico que va a permitir combinar la información en la página *web* con los materiales publicitarios tradicionales.

Se aplica la estrategia tres relacionada con la página *web* y los diferentes esquemas

para el conocimiento de la familia vulnerable y su cercanía a los niños con trastorno espectro autista.

La estrategia 4 se explica detalladamente cuáles son las características principales que posee un niño con autismo para poder subsanar mejoras a través de las diferentes terapias y talleres estableciendo una inscripción en la página *web* y el manejo respectivo de la base de datos.

La fundación integración del niño con autismo realiza un plan de acción que va a permitir el trabajo de personal y voluntarios para fortalecer el rendimiento y el aprendizaje neurológico de los niños con autismo donde se vincula el desarrollo adecuado y de calidad de cada uno de los talleres que se gestionan para alcanzar el éxito y la orientación respectiva que permita visualizar un potente trabajo físico, intelectual y tecnológico.

Las estrategias para una acertada comunicación es la planificación de los programas de actividades que van a tener una imagen visual a través de los medios digitales y en la página *web* desatada por la fundación para que de esa forma la marca de ayuda social a los niños con autismo tenga una connotación agradable en la comunidad y a la vez el posicionamiento de una ayuda social que trasciende a través del boca a boca.

Estrategia 1: Diseño de Imagen Corporativa

Rediseñar la imagen corporativa para tener un vínculo cercano con la comunidad

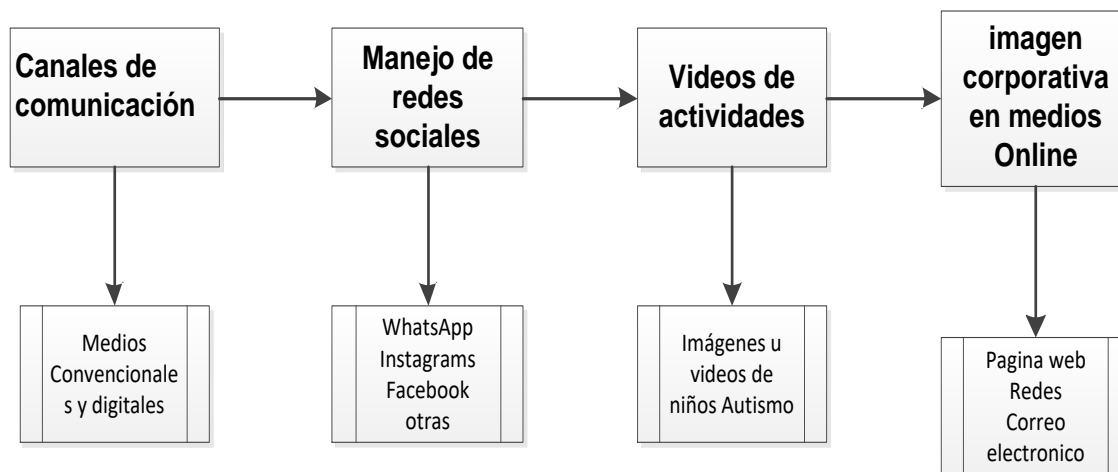
Objetivo de la estrategia: proponer el diseño de la imagen corporativa de para atraer nuevos donantes, socios, voluntarios y familias vulnerables.

Responsables

Presidente de la fundación y directora de la Fundación

Gráfico 18.

Propuesta de diseño de Imagen Corporativa



Fuente: elaboración propia

1. Canales de comunicación

La imagen corporativa de la fundación integración de niños con autismo se la va a realizar a través de los diferentes canales de comunicación que son los medios convencionales como la televisión, radio y prensa y los medios digitales.

Entre los principales canales de comunicación que se utilizan en la fundación va a ser el manejo y uso del internet en las diferentes redes sociales, Además del manejo de una base de datos indexada que va a permitir conocer cuáles serían los principales socios estratégicos de la fundación, también se establece el uso de un instrumento móvil de comunicación para desplegar a través del WhatsApp información relevante de las actividades realizadas. El uso del correo personalizado refleja una de las principales estrategias de comunicación directa con los voluntarios y aportantes de la fundación.

El análisis de la información referente a los canales de comunicación se establece a través del uso de los medios digitales como la telefonía y el manejo de un computador además del despliegue de una base de datos interactiva de los principales empresarios que podrían ser aportantes de la fundación, además de

utilizar el correo electrónico como principal herramienta de comunicación masiva.

2. Manejo de redes sociales

También es importante dar a conocer que la imagen corporativa de la fundación de las actividades que se realizan, donde se va a presentar la información en las diferentes redes sociales y diseño *web* para garantizar un espacio directo con el público objetivo para optar por nuevos inversionistas y voluntarios que participen desinteresadamente en apego con los niños autista.

El manejo de las redes sociales se establece una comunicación directa con todas aquellas personas que tienen a un niño con problemas de autismo y tiene relación directa con diferentes instituciones para buscar ayuda inmediata, la fundación va a permitir la participación en las principales redes sociales como es *Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram*, entre otras. La interrelación a través de los medios digitales es una de las principales herramientas para conseguir una comunicación acertada que viabilice las actividades práctica y pedagógica en la fundación.

3. Videos de actividades

La estrategia de comunicación aplicada en la fundación de niños autistas se enaltece con la participación a través del desplazamiento de imágenes y videos que son ilustrativos de las actividades y comportamiento de la fundación con los niños autistas, tiene un concepto relevante de ayuda social a los sectores vulnerables.

El manejo de la multimedia es el desarrollo de actividades relacionadas con videos interactivos que van a orientar un camino directo para atraer el apego de auspiciantes y voluntarios que intervengan en las diferentes actividades que realiza la fundación para los niños con autismo.

Se visualiza el despliegue de información a través de los medios interactivos dando un esquema de orientación y organización para ayudar a aquellos niños vulnerables que requieren acciones inmediatas en las distintas terapias organizadas en los diferentes medios de comunicación masiva entre las principales redes sociales.

4. Presencia de imagen corporativa en medios *Online*

Importante dar a conocer que las estrategias para ampliar la imagen institucional de la fundación integración de niños con autismo tiene relación directa con el nombre y el logo llamativo que se expande en los diferentes medios convencionales y digitales de comunicación, con una presencia *online* que se manifiesta en las principales redes sociales a nivel nacional e internacional y dónde se acapara la atención de nuevos aportantes y voluntarios que van a ser parte del manejo de los recursos que se requiere para mantener la coherencia y los detalles en el servicio ofrecido a los niños con autismo.

Ilustración 2.

Imagen Corporativa en medios online Análisis



Fuente: (Aguirre, 2018)

La imagen corporativa en los medios de comunicación online está direccionada a cada actividad que realiza cada uno de los niños con autismo donde se vincula un programa de inducción personalizada con la familia para desplegar talleres de interés.

Indicador de gestión y control de Impacto de imagen corporativa

Tabla 7.

Indicador de Impacto de imagen corporativa

Indicador	Fórmula de gestión	Meta
Impacto de imagen corporativa	Nivel de recordación de la imagen de la marca Número de participante/total de participante	70%

Fuente: elaboración propia

La imagen corporativa propuesta se presenta a través de la identidad visual tanto con los clientes internos y externos, además predomina la presencia de todas las imágenes y videos en la página *web* que está abierta al público para poder conseguir nuevos socios y voluntarios que optimicen el manejo de los recursos y la ampliación del espacio abierto para con la comunidad.

Ilustración 3.

Banner de la Fundación Integración de niños con autismo



Fuente: elaboración propia

En el logo propuesto se observa que existe un claro esquema de colores variados que simboliza la fuerza e intensidad de las actividades que realiza la fundación, donde el rojo simboliza la pasión y la fortalece de múltiples actividades, el azul es la combinación del amor y de la paz al servicio de los niños con autismo, el verde es la esperanza que se tiene por hacer del niño TEA una persona autosuficiente y

el amarillo la visión de trabajo continuo.

En la imagen corporativa de la fundación integración de niños con autismo se optimiza la presencia relevante en los medios y revistas digitales de comunicación, donde se establece toda la ayuda social que se brinda a la familia a un precio módico y con el respaldo de múltiples empresas que coordinan acciones para generar nuevos programas de ayuda social.

Estrategia 2: Plan de comunicación tradicional

Promocionar la Fundación a través de medios tradicionales para que el público posea información de la institución.

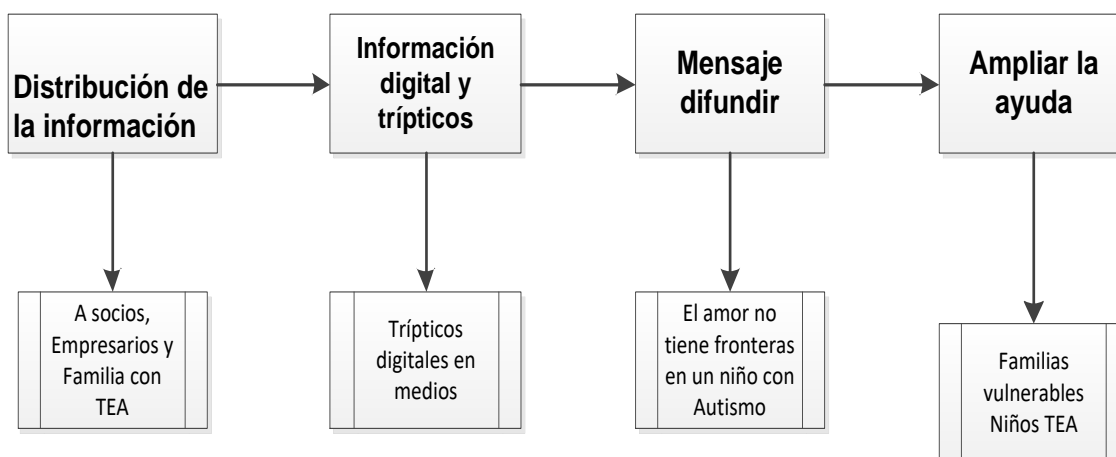
Objetivo de la estrategia: Desarrollar un plan de comunicación tradicional para acercar a los donantes y socios estratégicos hacia la fundación.

Responsables

Presidente de la fundación.

Gráfico 19.

Propuesta de un plan de comunicación tradicional



Fuente: elaboración propia

1. Distribución de la información

Entregar la información a todos aquellos colaboradores socios, voluntarios y aportantes de la fundación integración de niños con autismo para dar a conocer la

importancia de las múltiples actividades que se requieren para la superación neurológica del niño autista.

Dentro de la información se señalan diferentes logotipos que están relacionados directamente con el apoyo para con los niños autistas. Un ejemplo tradicional es la palabra de conectarse reemplazada por el siguiente logotipo donde se vislumbra una fundación que apoya al autismo donde se señala en su logo el nombre de trastorno espectro autista con diferentes variedades de colores que señala las diferentes etnias de un niño autista.

Ilustración 4.

Información relevante del autismo en medios



Fuente: elaboración propia

Existe otro mensaje muy tradicional en las redes sociales y en diferentes páginas *web* donde señalan la integración de todos aquellos padres de familia que tienen a un niño con autismo donde estarán enlazado con el fin de aprender y comprender cuáles son las principales facetas que tienen que tomar en consideración para fortalecer la interacción del niño e involucrarlo en un mejor nivel de vida.

Existe también el manejo de la información a través de un mensaje muy importante que se denota en un pie con diferentes colores que señalan los diferentes tipos de trastorno espectro autista aplicado en niños que son diferentes cada uno de ellos, dejando huellas especiales que están vinculadas directamente con la interacción de la información relevante sobre el autismo.

2. Información digital y trípticos

Entregar a la comunidad toda la información digital y trípticos para que conozcan y transfieran la información a todas aquellas familias que puedan tener a un miembro con problemas neurológicos y que puedan ser atendidos e incluidos en la fundación.

Ilustración 5.

Tríptico referente al autismo

¿QUÉ ES EL AUTISMO?

El autismo es una condición neurológica compleja que dura toda la vida, y son conocidos como trastornos del espectro autista. Actualmente se diagnostica con autismo a 1 de cada 68 personas, haciéndolo más común que los casos de cáncer, diabetes y SIDA pediátricos.

Se presenta en cualquier grupo racial, étnico y social, y es cuatro veces más frecuente en los niños que en las niñas. Una persona con autismo presenta dificultad para comunicarse y relacionarse con otros. Hoy en día todavía no se sabe qué lo causa. El autismo está asociado con rutinas y comportamientos repetitivos, tales como utilizar o coleccionar objetos obsesivamente o seguir rutinas muy específicas. Las características varían en grado de acuerdo a cada persona con dicha condición.

Una persona con autismo también es alguien con necesidades, gustos, habilidades y dificultades como tú.

Es más lo que podemos compartir que lo que nos separa.

Alguien con autismo tiene un desarrollo distinto al tuyo, ya que procesan los

estímulos del medio de forma diferente; son muy sensibles o poco sensibles a cosas como el frío, el calor, los aromas, el ruido, la luz, etc.

Todas las personas con autismo son únicas. Muchas veces etiquetan a las personas con autismo de tener "mala conducta", aunque a menudo son realmente los intentos de la persona para comunicar sus necesidades y deseos, esto de cualquier manera posible o buscan una forma de lograr comprender su entorno.

SI OBSERVAS LOS SIGUIENTES COMPORTAMIENTOS ACERCATE A UN ESPECIALISTA DEL DESARROLLO:

- No atiende cuando le llamas por su nombre.
- Evita el contacto visual.
- Usa de manera inusual sus juguetes. (busca solo juegos repetitivos)
- Presenta atraso o mal uso del lenguaje.
- No sonríe o no comprende los gestos.
- Es hiperactivo o muy pasivo.
- Le molestan los cambios de rutina.
- Le molestan o no reacciona a ciertos ruidos o texturas.
- Presenta berrinches sin causa aparente.
- Prefiere jugar sólo que con otros niños.



Las personas con autismo son personas con gustos, habilidades, talentos y dificultades como tu y como yo, quienes con los apoyos necesarios aportan grandes y valiosas cosas a la sociedad, he aquí una pequeña muestra de un artista con autismo. Te invitamos a ver al autismo de manera diferente.



Título: 'Agua'
Autor: Willy De Wit
Fecha: 2017
Técnica: Acrílico sobre madera
 willy_dewit@hotmail.com
 Facebook: /Willy de Wit

"La calidad de vida de una persona con autismo y con cualquier discapacidad depende más del nivel de comprensión que la sociedad tenga sobre su condición que de los esfuerzos que haga para ser como nosotros ..."

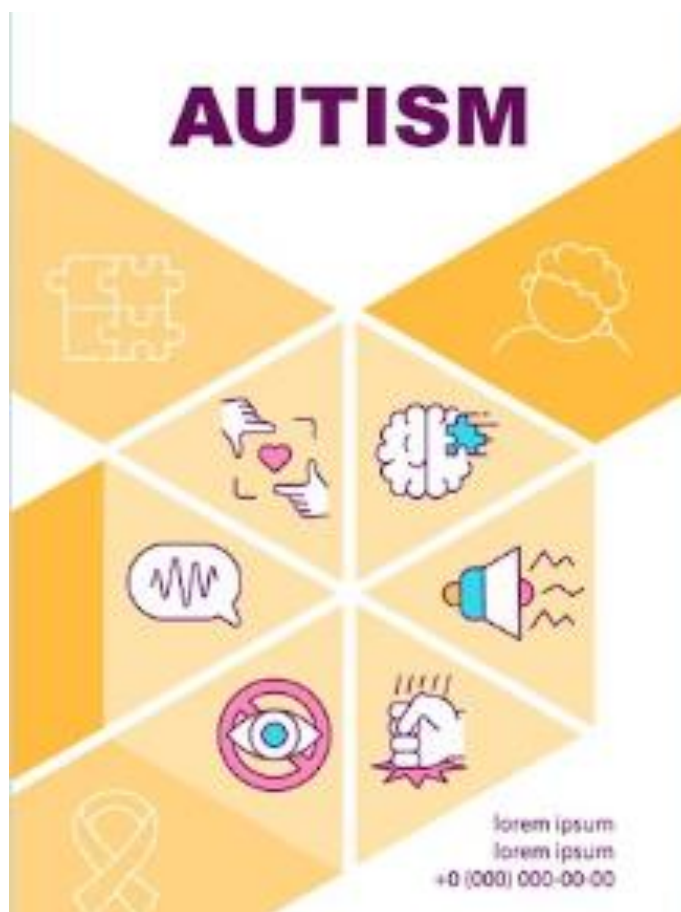
THEO PEETERS

Fuente: elaboración propia

El desarrollo de un tríptico va a permitir crear nuevas expectativas sobre la funcionalidad que debe de llevarse en un niño autista con las diversas terapias dependiendo del problema que esté presente, donde se da información relevante de cómo se reconoce el autismo y Cuáles serían las principales terapias o tratamiento que se deben de realizar para tener un ámbito comunicacional eficiente que le permita interactuar al niño.

Ilustración 6.

Afiche explicando el autismo



Fuente: (Atienza, 2021)

Es importante la elaboración de volantes o afiches que den a conocer las principales acciones que se deben de realizar para con un niño autista, donde se conozca cuáles serán las principales terapias que van a ser utilizadas para crear un aprendizaje sostenido y valedero.

3. Mensaje para difundir

Dar a conocer un mensaje muy especial que es el autismo es la prueba de que el amor no necesita palabras, donde se explica su significado y a la vez se da un criterio más amplio del trastorno espectro autista.

Ilustración 7.*Diversos mensajes del Autismo*

Fuente: (Atienza, 2021)

Los mensajes se van a difundir para todos aquellos padres que tienen a un niño autista para que conozcan que existen tratamientos y terapias que van a permitir el fortalecimiento de habilidades innatas para que sean parte de su desarrollo y que puedan sostener un mejor nivel de vida.

4. Ampliar la ayuda

Entregar la información a todas las empresas y familias vulnerables que requieran la ayuda de la fundación integración de niños con autismo.

Indicador de Gestión y control**Tabla 8.***Participación de donantes y socios estratégicos*

Indicador	Fórmula de gestión	Meta
Nivel de presencia de donantes y socios estratégicos	Nuevos socios y donantes afiliados / socios y donantes afiliados totales	20%

Fuente: elaboración propia

La propuesta referente a la imagen institucional de la fundación tiene coherencia con el trabajo realizado y la filosofía de servicio para con los niños con autismo

donde se establece un mensaje alentador a cada una de las familias para que sean partícipes de todas las acciones de ayuda y desarrollo psicomotriz para los niños con autismo dentro de las familias vulnerables a través de materiales publicitarios que señalen el mensaje y la dedicación en la ayuda a sectores vulnerables.

Estrategia 3: Diseño de página *web*

Diseñar la página *web* informativa para generar un espacio interactivo que vincule a los diversos actores con la Fundación

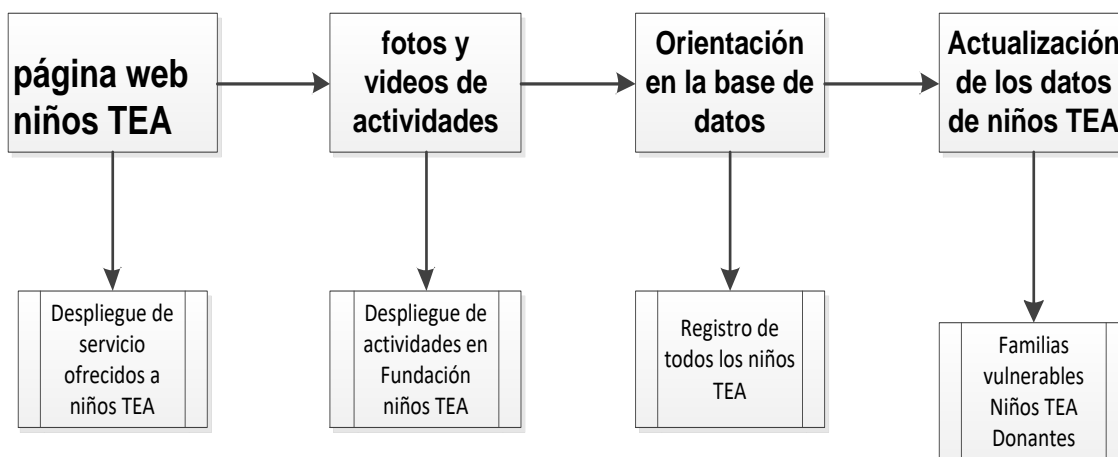
Objetivo de la estrategia: Diseñar una página *web* informativa que permita acceder a la información de los servicios que realiza la Fundación.

Responsables

Presidente de la fundación.

Gráfico 20.

Propuesta Diseño de página web



Fuente: elaboración propia

1.Elaboración de página *web* en la función de niños TEA

Dar a conocer a través de los medios convencionales y digitales que existe una página *web* que informa a todos aquellos voluntarios, socios, colaboradores y donantes de todas las actividades que se realizan en la *web* y redes sociales donde existe un cronograma de actividades a realizar en cada mes.

Ilustración 8.

Página web, Inicio y menú de la Fundación de autismo



Fuente: elaboración propia

En la página *web* se visualiza claramente las diferentes facetas de la fundación integración de niño con autismos, donde existe un mensaje muy especial que es la inclusión de un autista es amor con responsabilidad, además establece diferentes páginas que están relacionadas con las actividades de terapia y apego social que se realiza para un mejor nivel de vida del niño.

2. Ubicar fotos y videos de actividades en la *web*

La página *web* señala información relevante con fotos y videos que especifiquen las actividades de ayuda social que se realiza en las diferentes terapias para los niños con autismo.

3. Gestión y orientación en la base de datos

Manejar la página *web* para estar actualizada con todos los inscritos a formar parte de la base de datos para tener la oportunidad de también acceder a los servicios de la fundación que presta para con los niños con autismo y que son parte de un esquema de trámites para las múltiples terapias a recibir dentro de la fundación.

Ilustración 9.

Como se establece una comunicación con el niño con autismo



Fuente: elaboración propia

Se presenta información relevante de cómo se debe de hablar con un niño que tiene trastorno espectro autista, es necesario un apego de interés y motivación para la lectura del padre de familia y que se aplique las múltiples actividades que se señalan dentro de la guía para clamar un estado motivador y creativo al momento que se dan las terapias.

4. Actualización de los datos de niños TEA

En coordinación con todos los colaboradores de la fundación con los requerimientos de la página *web* para de esa forma mantener actualizada la información de las acciones que se realizan y terapias con los niños autistas.

Ilustración 10.*Guía para definir el autismo*

Fuente: elaboración propia

La elaboración de una guía va a permitir que todas las terapias aplicadas al niño tengan una mayor presencia debido a que se las realiza tanto en la fundación como en el hogar, la presente interactividad va a permitir que el niño se fortalezca en el desarrollo de habilidades motoras más eficientes y que tengan un mayor aprendizaje debido a que se fortalecen tanto en la fundación como en el hogar.

Indicador de Gestión y control**Tabla 9.***Impacto de la página web*

Indicador	Fórmula de gestión	Meta
Impacto de la página <i>web</i>	Números de visitas a la página por mes	1200

Fuente: elaboración propia

Dentro de la propuesta del diseño de una página *web* se establece el mercado objetivo donde existirán un sin número de voluntarios que son parte de los convenios que se realizan con organizaciones y universidades del sector para poder ofrecer ayuda inmediata a cada niño autista se optimiza los recursos y se amplía el espectro de servicio a toda la familia vulnerables en la ciudad de

Guayaquil.

La elaboración de un tríptico informativo va a permitir que se conozca cuáles son las pruebas relevantes del niño autista para poder interactuar con los demás, además explica qué es el trastorno del espectro autista en diferentes volantes promocionadas por la fundación integración de niños con autismo.

Ilustración 11.

Página web, Causa del TEA en la Fundación de niños con autismo

TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA (TEA)

¿Cuál es la causa?

La causa exacta no se conoce aún; se sabe que factores genéticos y del ambiente (intrauterino, extrauterino, exposición a enfermedades, fármacos, tóxicos) pueden llevar a cambios en el desarrollo cerebral, en las conexiones cerebrales.



¿Cuáles son los síntomas?

El TEA se manifiesta por una serie de dificultades en las siguientes áreas del desarrollo:

- Interacción social
- Comunicación (lenguaje verbal y no verbal)
- Falta de flexibilidad en el razonamiento y
- comportamientos (conductas repetitivas e intereses restringidos)



¿Cuándo y cómo pueden detectarse?

En algunos niños, desde el primer año de vida, pueden detectarse algunas señales de alerta, que se tornan más evidentes entre los 18 y los 36 meses.

Meses de vida	Señales de Alerta
6 meses o desde entonces	No sonreír o manifestar expresiones felices y de alegría.
9 meses o desde entonces	No compartir sonidos, sonrisas y otros expresiones faciales espontáneas.
10 meses	No responde cuando se lo llaman por su nombre.
16 meses	No balbucea ni hace gestos como señalar, mostrar, alcanzar o señalar.
18 meses	No dice palabras.
24 meses	No formula frases de dos palabras con significado (con imitación o repetición).
Cualquier edad	Cualquier pérdida del habla, balbuceo o habilidades sociales.

Fuente: elaboración propia

Ilustración 12.

Página web, Formato de inscripción de la Fundación de autismo.

¿Cómo ayudar?

Si deseas contactar con nosotros puedes escribirnos desde el formulario de contacto o bien llamar por teléfono al número que aparece a continuación. Nos pondremos en contacto en el menor tiempo posible.

Utiliza las siguientes vías de contacto, o rellena el formulario.

Vía E-mail
fundacionintegraciontea@hotmail.com

En nuestras redes sociales

Por teléfono

Escribe tu nombre

Escribe tu e-mail

Escribe tu teléfono (Opcional)

Escribe tu mensaje

ENVIAR MENSAJE

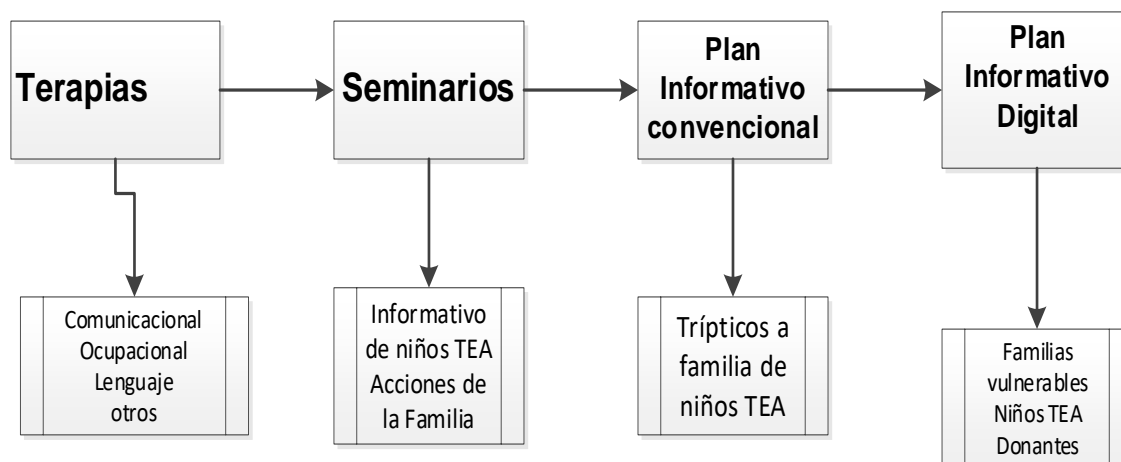
Fuente: elaboración propia

Estrategia 4: Capacitación

Realizar capacitación del TEA a la comunidad para generar conocimiento sobre el espectro autista.

Objetivo de la estrategia: capacitar a familiares y colaboradores con un programa de comunicación sobre el manejo y cuidado del espectro autista.

Responsables: Directora

Gráfico 21.*Propuesta de capacitación*

Fuente: elaboración propia

1. Participación de terapias

Establecer un claro contexto de la información referente al TEA y su participación en las diferentes terapias y familias vulnerables que requieren más información al tema. Entre las principales terapias existe la de crear habilidades de interacción donde el niño autista participa en diferentes acciones relacionadas con instrumentos que van a permitir su entretenimiento y creación de destreza y habilidades.

El juego es uno de los principales ejes de aprendizaje del niño autista donde se vinculan instrumentos que van a permitir una cabida muy importante al intelecto para que resuelva problemas y acciones presentadas en las diversas terapias donde la habilidad y la creatividad juega un papel muy importante para el aprendizaje y un mejor nivel de vida en el niño autista.

La guía de un tutor o docente que tenga claro conocimiento de terapias interactivas para el niño autista va a ser uno de los principales esquemas de acción dentro de la fundación integración de niños con autismo, donde cada profesional va a constar con las herramientas necesarias para impulsar la interactividad social, apego e intelecto para fortalecer sus habilidades motora y desarrollo del pensamiento. Los tipos de terapias son relacionadas al lenguaje, ocupacional, psicopedagogía, psicología, artística, hidroterapia, equino terapia, entre otras.

2.Seminarios para dar a conocer el TEA

Presentar las causas por lo que se presenta el autismo y cuáles son los síntomas para reconocer su espectro y a la vez cuantificar los métodos necesarios para valorar al niño y de esa manera garantizar una participación abierta con la fundación integración de niños con autismo.

La importancia de capacitación dentro de la fundación integración del niño con autismo para con aquella persona que prestan servicios de terapias tiene que ser constante y continua para que exista una mayor presencia de acciones que fortalezcan el desarrollo del lenguaje y de habilidades para con el niño con autismo.

3.Plan Informativo del TEA

Ejecutar un plan de acción informativo en los diferentes medios de comunicación para ser relevante en la información referente al trastorno espectro autista. Entre las principales terapias que se planifican en la fundación de niños con autismo es la de fortalecer las emociones a través de la comunicación de un lenguaje claro y significativo que va a reflejar un aprendizaje sostenido en el niño con autismo además de una comunicación eficiente con sus padres que va a permitir la interacción y apego.

Ilustración 13.

Tríptico informativo de la Fundación Integración de niños con autismo.

Trastorno del Espectro Autista (TEA)

- Es un trastorno del neurodesarrollo infantil que se hace evidente antes de los 36 meses.
- Se caracteriza por diferentes grados de afectación del lenguaje y la comunicación.
- Afecta también la forma de relacionarse con otras personas.
- Presenta conductas rígidas y repetitivas como movimientos del cuerpo, rutinas e intereses (estos comportamientos están asociados en muchos casos a dificultades en el procesamiento sensorial)
- Es una condición duradera, pero de acuerdo a su gravedad y con una intervención temprana, la mayoría de los niños y niñas manifiestan avances y mejorías.



EL AUTISMO ES LA PRUEBA DE QUE EL AMOR NO NECESITA PALABRAS.



FUNDACIÓN INTEGRACIÓN DE NIÑOS CON AUTISMO
La inclusión de un autista es Amor con responsabilidad.

¿Qué es el
TRASTORNO
del **ESPECTRO**
AUTISTA?



FUNDACIÓN INTEGRACIÓN DE NIÑOS CON AUTISMO
La inclusión de un autista es Amor con responsabilidad.

Fuente: elaboración propia

4. Plan informativo en redes sociales del TEA

Mantener información perenne en las diferentes redes sociales para que se establezca un enlace directo con la página *web* de la fundación y garantizar la participación de nuevos integrantes socios, voluntarios, y familia de niños con autismo.

Indicador de gestión y control

Tabla 10.

Aprendizaje de niños TEA

Indicador	Fórmula de gestión	Meta
Gestión de aprendizaje de niños TEA	Número de participantes en la capacitación / Número de familiares atendidos	80%

Fuente: elaboración propia

La propuesta de un plan informativo permitiría la optimización de los recursos que está vinculada a las estrategias que se van a impulsar en cada uno de los talleres para fortalecer el rendimiento de los niños autistas además del manejo de la tecnología y nuevos esquemas de aprendizaje para fortalecer el intelecto y a la vez garantizar el desarrollo de las terapias que se realizan a los niños autistas.

Estrategia 5: Participación de socios y donantes

Promover la participación de socios, donantes y voluntarios en las actividades de la Fundación.

Objetivo de la estrategia: incentivar la participación de socios, donantes y voluntarios en las diferentes actividades para la correcta ejecución de los servicios de la Fundación.

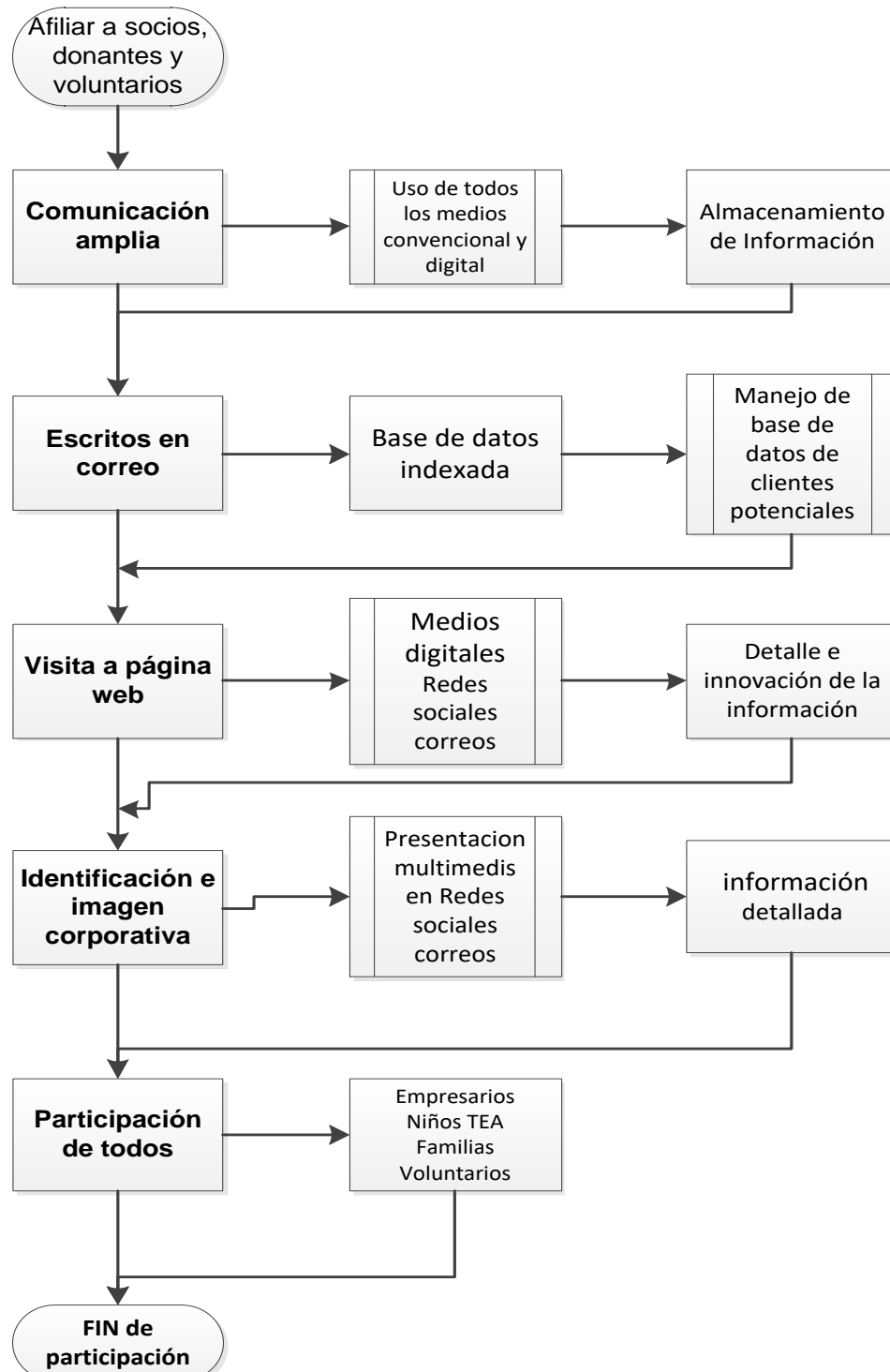
Responsables

Presidente de la fundación

Propuesta de participación de socios y donantes

Gráfico 22.

Procesos de afiliación de socios



Fuente: elaboración propia

1.Comunicación amplia

Comunicar a todos los miembros de la fundación integración de niños con autismo la amplitud en expansión de todos los socios voluntarios y donantes a través de la inscripción en la página web.

2.Escritos en correo

Realizar la gestión de comunicación a través de escrito por correo directo o electrónico para solicitar la participación en la fundación.

3.Visita a página web

Establecer una visita directa al donante, voluntario o participante en la página *web* para de esa manera entregar la información relevante referente a las terapias y acciones solidarias para los niños con autismo.

4.Identificación e imagen corporativa

Entregar la identificación a todos aquellos socios, donantes o voluntarios que demuestren que son parte activa de las múltiples actividades que se realizan en la fundación de integración de niños con autismo.

5.Participación de todos

Coordinar una comunicación eficaz para hacer partícipe a cada uno de los miembros de las actividades que se realizan dentro de la fundación.

Indicador de Gestión y control

Tabla 11.

Afiliación de socios y donantes

Indicador	Fórmula de gestión	Meta
Participación de los miembros de la fundación	Número de participantes en actividades/ Número de donantes, voluntarios y trabajadores	50%

Fuente: elaboración propia

La propuesta de una comunicación eficiente es la principal herramienta de gestión que va a permitir que los socios conozcan todo el desenvolvimiento de los programas y proyectos realizados y que coordinen con determinados que participen en cada una de la gestión que se realizan dentro de la fundación a la vez también informar a todos aquellos empresarios para que puedan auspiciar proyectos que beneficien el intelecto emocional de los niños autistas.

Resumen de Propuestas y estrategias para la Fundación

Tabla 12.

Estrategias para la Fundación

Estrategia	Propuestas	Indicador
Rediseñar la imagen corporativa para tener un vínculo cercano con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de canales de comunicación • Uso de redes sociales • Videos ilustrativos • Presencia online 	Impacto de imagen corporativa
Promocionar la Fundación a través de medios tradicionales para que el público posea información de la institución.	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución de la información • Información digital y trípticos • Mensaje por difundir • Ampliar la ayuda 	Nivel de Presencia de donantes y socios estratégicos
Diseñar la página <i>web</i> informativa para generar un espacio interactivo que vincule a los diversos actores con la Fundación	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web</i> de la función de niños TEA • Fotos y videos en la <i>web</i> • Base de datos • Datos de niños TEA 	Impacto de la página <i>web</i>
Realizar capacitación del TEA a la comunidad para generar conocimiento sobre el espectro autística	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de terapias • Seminarios para dar a conocer el TEA • Plan Informativo del TEA • Plan informativo en redes sociales del TEA 	Gestión de aprendizaje de niños TEA
Promover la participación de socios, donantes y voluntarios en las actividades de la Fundación.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación amplia • Escritos en correo • Visita a página web • Identificación e imagen corporativa • Participación de todos 	Participación de los miembros de la fundación

Fuente: elaboración propia

Presupuesto de la propuesta

Tabla 13.

Presupuesto de la propuesta

Estrategia	Monto	Plan de medios
Rediseñar la imagen corporativa para tener un vínculo cercano con la comunidad	12500	Participación de empresas promotor de imagen corporativa Diseño de logotipos, volantes, trípticos, souvenir, entre otros. Estructura digital. Presentaciones y exhibiciones de niños TEA
Promocionar la Fundación a través de medios tradicionales para que el público posea información de la institución.	5500	Participación de empresa de medios de publicidad convencional Convenios en medios de radio y televisión Revistas televisivas Revistas radiales Promoción en medios de prensa Boletines de prensa en actividades con niño TEA
Diseñar la página web informativa para generar un espacio interactivo que vincule a los diversos actores con la Fundación	3500	Participación de empresa asesora en web y medios Diseño de web Gestión de CRM Información por Correos electrónicos masivos
Realizar capacitación del TEA a la comunidad para generar conocimiento sobre el espectro autística	8500	Empresa de capacitación y asesoría e inducción Capacitación a padres de familia sobre el Autismo Gestión de trabajo en equipo Información impreso y digital sobre el autismo
Promover la participación de socios, donantes y voluntarios en las actividades de la Fundación.	500	Trabajo interno en manejo de medios Presentación de informes posibles socios y donantes
TOTAL	30.500	Montos destinados a las diferentes organizaciones y medios contratados acorde a su competencia y perfil

Fuente: elaboración propia

La inversión total de la propuesta de marketing y comunicación a realizar para mejorar la imagen de la fundación de niños autista es de un monto de 30.500 dólares, cifra que permite ampliar la cobertura de servicio y las actividades planificadas en el desarrollo de un plan de comunicación que permita justificar el respaldo a los niños con autismo en las múltiples actividades que realizar dentro de la fundación donde la tecnología, el voluntariado y la participación de los padres de familia permite tener un flujo de ingreso y egreso dinámico.

El flujo del efectivo refleja proactividad y a la vez genera opciones de vínculos con los servicios ofrecidos a la comunidad de niño TEA. El plan de mejoras para una comunicación eficiente y proactiva en la fundación integración de niños con autismo, amerita la aplicación de una inversión y el alcance de los objetivos trazados en un plan de gestión comunicacional en el servicio de ayuda a los niños con autismo.

Cronograma de actividades propuestas en las estrategias

Tabla 14.

Cronogramas de Actividades propuestas

N	Estrategia	Tiempo de ejecución	Tarea que precede
1	Rediseñar la imagen corporativa para tener un vínculo cercano con la comunidad	6 meses	Estrategia 1
2	Promocionar la Fundación a través de medios tradicionales para que el público posea información de la institución.	11 meses	Estrategia 1
3	Diseñar la página <i>web</i> informativa para generar un espacio interactivo que vincule a los diversos actores con la Fundación	12 meses	Estrategia 1
4	Realizar capacitación del TEA a la comunidad para generar conocimiento sobre el espectro autística	6 meses	Estrategia 2 y 3
5	Promover la participación de socios, donantes y voluntarios en las actividades de la Fundación.	8 meses	Estrategia 1

Fuente: elaboración propia

Responsable de ejecución de la propuesta

Se considera como pilares de la ejecución del plan al personal y voluntarios que están inmersos en los canales de comunicación y las redes sociales con la elaboración de videos y la presencia *online* para todos aquellos familiares vinculados con un niño TEA. Dentro de la estrategia de despliegue de información en medios tradicionales se involucran los empresarios que son donantes voluntarios para poder cumplir con todos los talleres y requerimientos de la fundación para el servicio óptimo y de calidad a los niños tea.

Se considera que la ejecución de las actividades será responsabilidad del director de la Fundación y es recomendable que se incluya en parte de las funciones de este y que sean informados del avance en los informes anuales de gestión.

CONCLUSIONES

- Se ha generado el plan estratégico de la Fundación Integración Niños con Autismo en la ciudad de Guayaquil acorde a las necesidades de los usuarios, para ello se actuó con la participación de los diversos actores de la Fundación en el diagnóstico y demás fases del plan.
- Se ha revisado las bases teóricas que orientan la generación del plan estratégico con ello se ha obtenido el camino a seguir para la generación de un plan estratégico que sea acorde a la Fundación.
- En el diagnóstico de la Fundación se encuentra que es necesario promover la ayuda social a las personas de escasos recursos económicos principalmente en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil cuyos residentes poseen altos niveles de pobreza y están inmersos en el espectro autista.
- Se han establecido estrategias que promueven la atención del niño TEA de escasos recursos, por medio de charlas, conferencias y seminarios de manera gratuita, impartidos por profesionales de buena voluntad. Además, se planifica realizar actividades vinculadas con el desarrollo integral de las personas que necesiten ayuda social y que poseen un niño con capacidades especial a fin de mejorar sus condiciones de vida.

RECOMENDACIONES

- Incrementar el espectro de trabajo de la fundación para apoyar a las madres solteras y a sus hijos tienen necesidades sociales, se canalizan las donaciones, con el objeto de utilizarlos en el cumplimiento de los programas de ayuda social.
- Captar nuevos patrocinadores que permitan incrementar el flujo de recursos en la fundación, siempre que no implique condicionamientos políticos ni tecnológicos, ni limiten la autonomía administrativa, organizativa, ni financiera de la fundación.
- Promover y auspiciar centros de capacitación, realizar charlas, conferencias que impliquen ilustración en el campo social para una vida mejor. Además, Construir, equipar y administrar centros de atención integral, para niños especiales, previa coordinación y cumplimiento de lo establecido en la Ley y autoridades competentes, además de ejecutar proyectos acordes con sus fines sociales.
- Coordinar con otras instituciones del sector público y privado nacionales y extranjeras para ayudar a las personas con escasos recursos económicos. Y, Administrar los fondos patrimoniales y los recursos que reciba de otras instituciones nacionales o extranjeras para el cumplimiento de sus proyectos específicos.
- Conformar equipos multidisciplinarios de técnicos para proporcionar asesoría y apoyo a las personas de escasos recursos económicos, en este caso a las madres solteras y sus hijos con capacidades especiales, de la Parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, S., & Salguero, R. (2018). Comunicación e imagen Corporativa. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12502/1/Comunicacion-e-elmagenCorporativa.pdf>.
- Aguirre, M. (2018). Ensayo de una imagen corporativa. Platel Teófilo Borunda. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Ensayo-Sobre-Imagen-Corporativa-F35CL4CBZ>
- Albarracin, A. (2021). Modelo de Administración de anticipo de IVA en la planificación estratégica. Universidad Valle del Momboy. Obtenido de <https://repositorio.uvm.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/741/Anthony%2c%20J.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Altamirano, Y. (2021). Imagen institucional y su relación con la lealtad de los clientes de la empresa Motors Pinedo S.A.C., Jaén, 2021. Universidad de Jaén. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72062/Altamirano_AYR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arnau, P. A. (2022). LA CONTABILIDAD DE LAS ENTIDADES SIN FINALIDAD LUCRATIVA:. En D. J. Bargues, Contbilidd en ls fundaciones (pág. 24). <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10579/arnau2.pdf>.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). La educación en el Ecuador. Quito Ecuador.
- Atienza, R. N. (2021). Influencia de la actividad física en niños y niñas con Trastorno del Espectro Autista (TEA). Obtenido de <https://eugdspace.eug.es/bitstream/handle/20.500.13002/781/Influencia%20de%20la%20actividad%20fisica%20en%20ni%c3%b1os%20y%20ni%c3%b1as%20con%20Trastorno%20Autista.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Buele, B. I. (2020). Comunicación Interna en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista y su incidencia en la Imagen Corporativa en la sede Machala I 2020.
- Cañar, M. (2021). Análisis de casos, Caracterización de las habilidades en niños TEA. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55463/1/An%c3%a1lisis%20de%20Caso%20-%20Ca%c3%b1ar%20-%20Mero%20-%20Caracterizaci%c3%b3n%20de%20las%20habilidades%20sociales%20en%20ni%c3%b1os%20con%20trasto.pdf>
- Cedeño, Z. C., & Zambrano, Z. J. (2022). Planificación estratégica para la empresa pública 2021-2025. Obtenido de https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1988/1/TIC_AE16D.pdf
- Celi, P. J., & Garay, C. V. (2022). Planificación estratégica aplicada en el sector transporte. Obtenido de file:///C:/Users/Herman/Downloads/2630-13440-4-PB.pdf
- Cevallos, K. (2021). Planificación estratégica de una empresa MAKAMBA JEANS. Epoch. Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/15244/1/22T0648.pdf>
- Cherres, P. K. (2021). Planificación estratégica para la cooperativa de ahorro y crédito . Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/14845/1/22T0601.pdf>
- Culqui, I. (2022). Estrategia comunicacional corporativa de la imagen institucional de Unidad Educativa Luz del Mundo. Epoch. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5696/1/T-ULVR-4645.pdf>

- Díaz, C. (2021). Efecto de intervenciones medianas con ejercicio físico con TEA. Escuela Colombiana de Rehabilitación. Obtenido de <https://repositorio.ecr.edu.co/bitstream/001/382/3/EFFECTO%20DE%20INTERVENCIONES%20MEDIADAS%20CON%20EJERCICIO%20F%c3%8dSICO%20PARA%20PERSONAS%20CON%20TRASTORNO%20DEL%20ESPECTRO%20AUTISTA.%20REVISI%c3%93N.pdf>
- Gamboa, M. (2019). Propuesta de manual de identidad corporativa. Panamá: Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología. doi:<http://www.idi-unicyt.org/wp-content/uploads/2020/02/TG-Angel-Carrion.pdf>
- García, G., & Durán, S. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. Revista Espacios. Obtenido de <http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/1764/Proceso%20de%20planificacion%20estrategica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, S. P. (2019). Planificación estratégica para la cooperativa de ahorro y crédito Salinas LTDA., parroquia Salinas, cantón Guaranda periodo 2020-2022. Epoch.
- Gavilanes, S. (2022). Planificación estratégica para mejorar la competitividad y eficiencia de la compañía de Taxi. Epoch. Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/16553/1/22T0816.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). Metodología de la investigación. McGraw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- León, P. (2020). Calidad de servicio e imagen Institucional. Universidad Estatal de Bolívar. Obtenido de <file:///C:/Users/Herman/Downloads/130-Texto%20del%20art%C3%ADculo-375-1-10-20201021.pdf>

- Márquez, J., & Molina, B. (2017). La gestión del municipio de Montecristi y su influencia en la imagen institucional. Universidad de La Rioja. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rehuso/v2n1/2550-6587-rehuso-2-01-00034.pdf>
- Nunura, R. (2020). Marketing Social para fortalecimiento de la imagen institucional. Universidad de La Rioja.
- Páez, D., & Ayala, V. (2012). Rompecabezas por tu pieza por el autismo. Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5135/1/106627.pdf>
- Paredes, T. (2021). Análisis de la gestión comunicacional del Ejército y establecimiento de estrategias para fortalecer la imagen institucional. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Quintinero, M. a. (2020). Curso Experto en Contabilidad y Fiscalidad de Asociaciones y Fundaciones. Cladea: Instituto Europeo de asesoría Fiscal. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/curso-contabilidad-fiscalidad-fundaciones-asociaciones#seccion-titulacion>
- Rincón, Y., & Hidalgo, R. (2020). Comunicar: de la táctica a la estrategia. Cuadernos de Artesanos. Obtenido de <http://www.cuadernosartesanos.org/2020/cac178.pdf#page=29>
- Robles, D., & Carreño, N. (2020). Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar. Universidad de La Rioja.
- Rodríguez, J. (2018). Planificación territorial y urbanismo. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Obtenido de http://www.geografia.us.es/web/contenidos/profesores/materiales/archivos/PLANIFICACION_TERRITORIAL_Y_URBANISMO.pdf
- Rojas, C. (2019). Imagen corporativa y satisfacción de los clientes. Universidad César Vallejo.

- Rojas, J., & Farez, B. (2021). La planificación patrimonial preventiva como forma de evitar problemas post mortem en tiempos de pandemia. Instituto Jubones. Obtenido de <http://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/160/448>
- Sánchez, V. (2017). Planificación estratégica al sindicato de chofeeeres profesionales del canton Patate, de la provincia de Tungurahua, periodo 2016-2020. Espoch.
- Senplades. (2018). Plan Nacional de desarrollo 2017-2021. "Toda una vida". Quito Ecuador.: Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo.
- Ships2B, F. (2021). inversión de impacto. <https://www.ship2b.org/actualidad/que-es-la-inversion-de-impacto/>.
- Sir Thoma More. (2018). Unidad educativa, planificacion de actividades. Daule: Blog Thomas More.
- Soldan, C., & Díaz, S. (2021). Efectos de la actividad física y ejercicio físico, como experiencia motora en niños/as y adolescentes con trastorno del espectro autista; una revisión sistemática. Espoch. Obtenido de <http://revistahorizonte.ulagos.cl/index.php/horizonte/article/view/192/163>
- Vargas, C. Y. (2018). Aprovechamiento de residuos agroindustriales en el mejoramiento de la calidad del ambiente. Fundación universitaria de San Gil- Unisangi: <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfcb/article/view/3108>.
- Vázquez, T., & Garcia, D. (2020). Estrategias didácticas para trabajar con niños con Trastorno del Espectro Autista (TEA). Universidad de La Rioja. Obtenido de <file:///C:/Users/Herman/Downloads/Dialnet-EstrategiasDidacticasParaTrabajarConNinosConTrasto-7610724.pdf>

ANEXOS

Ilustración 14.

Terapias activa del niño autista



Fuente: elaboración propia

Ilustración 15.

Instrumentos utilizados por el niño con autismo



Fuente: elaboración propia

Ilustración 16.

Importancia del tutor de los niños con autismo



Fuente: elaboración propia

Ilustración 17.

Tutores y experto de niños con autismo



Fuente: elaboración propia

Ilustración 18.

Principales terapias a aplicar dentro de la fundación

