

Número y nombre de la categoría a inscribirse: CAT 2,5 (Sustentabilidad en cultural)

Capítulo: General

Título del caso: #EspacioAmigable

Nombre compañía: Open Plaza

Área(s): PR

Personas responsables: Carmen González, Lorena Olivares.

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

En el 2023, y como parte de su compromiso de campaña, el gobierno promulgó la denominada LEY TEA, la cual promueve que se generen las condiciones necesarias para el acceso, participación, permanencia y progreso de niños, niñas, jóvenes y adultos autistas a lo largo de sus trayectorias educativas, tanto en establecimientos de dependencia pública como privada.

Según la última datos de la Encuesta Nacional de Discapacidad y Dependencia (ENDIDE) de 2022, en la población adulta más 44 mil personas tienen algún grado de Trastorno del Espectro Autista, mientras que se estima que más de 18 mil niños también son parte de dicho sector de la población. Bajo este contexto, la normativa busca entregar condiciones que permitan el desenvolvimiento de las personas en distintas situaciones cotidianas como asistir a un centro médico, educarse e incluso actividades recreativas como ir a un mall.

¿Cuántas personas con TEA hay en Chile?

La Encuesta Nacional de Discapacidad y Dependencia (ENDIDE) de 2022, arrojó, respecto de la población adulta (mayores de 18 años), que las personas con TEA son 44.594, de las cuales, 22.100 son personas con TEA y discapacidad; y 22.494 son personas con TEA sin discapacidad. Entonces, del 100% de personas con TEA, el 49,56% tiene discapacidad, versus un 50,44% que no presenta discapacidad.

Datos internacionales dicen que:

- Aproximadamente 1 de cada 36 niños y niñas de 8 años en los EE. UU (2,8%) durante el año 2022 tenía diagnóstico de TEA (datos Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de Estados Unidos 2022).
- Los niños tienen cuatro veces más probabilidades de ser diagnosticados con TEA que las niñas. 1 de cada 27 niños y 1 de cada 116 niñas son identificadas con TEA Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de Estados Unidos (2018).
- Según datos 2022 y 2023 existen 46.798 personas autistas en el sistema educativo, 42.945 en escuelas regulares con programas de integración, 2.286 en escuelas especiales de discapacidad y 1.567 en jardines JUNJI (considerar que estos datos se pueden capturar solo asociando a subvención por diagnóstico en el caso de los dos primeros y por levantamiento interno en el caso de JUNJI, el Ministerio de Educación no cuenta con datos de estudiantes o párvulos que se encuentren en otro tipo de establecimientos diferentes a los mencionados).

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Bajo la premisa de ser un espacio abierto para todos, y siguiendo sus valores como empresa, Open Plaza, en alianza con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), crearon #EspacioAmigable, convirtiéndose en el primer centro comercial que garantiza un entorno seguro y confortable para las personas autistas.

De esta manera, a través de una franja horaria, los estímulos sensoriales del centro comercial se disminuyen al mínimo, evitando así que las personas durante su estancia se sientan estresadas o alteradas. Junto a esto, también se capacitaron tanto a operadores como colaboradores, en materia de trato digno y cómo reaccionar ante eventuales crisis.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Para dar a conocer la campaña, y llegar al público de interés, se ejecutó un plan comunicacional que incluyó una ceremonia de presentación, en la que además de contar con los colaboradores y principales operadores de Open, se difundió el contenido en los principales medios.

Apelando a la inclusión, y la importancia de brindar un espacio seguro para las personas con TEA, la comunicación se enfocó en resaltar el valor de Open como una cadena de centros comerciales abierta a la convivencia con todas las personas “sin importar las diferencias” de cada uno.

Los objetivos de la campaña fueron:

- generar awareness de que Open Plaza es una cadena de malls inclusiva y abierta a todos.
- destacar la importancia de brindar espacios de convivencia para las personas con TEA.

4) Resultados y evaluación

Con esta acción más de 40 mil personas podrán visitar cualquiera de los centros comerciales de Open a lo largo de país, sintiéndose seguros y confiados que su experiencia de visita será acorde a sus necesidades.

En los días de lanzamiento de campaña se generaron 40 publicaciones, con un alcance de más de 26 millones de reach.

El desglose a continuación:

Publicaciones: 45

Reach:26.079.846

AD Value PR: USD \$111.606