

**MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL PARA
PERSONAS CON DISCAPACIDAD COGNITIVA EN LA LOCALIDAD DE SAN
CRISTÓBAL**

Edna Rocío Flórez Castaño

Ingrid Carolina Estrada Díaz

Paula Camila Galeano Melo

Sandra Catalina Garzón Álvarez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias Empresariales

Especialización en Gerencia Social

Noviembre, 2019

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

**MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL PARA
PERSONAS CON DISCAPACIDAD COGNITIVA EN LA LOCALIDAD DE SAN
CRISTÓBAL**

Edna Rocío Flórez Castaño

Ingrid Carolina Estrada Díaz

Paula Camila Galeano Melo

Sandra Catalina Garzón Álvarez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de

Especialistas en Gerencia Social

Asesora:

Olga Lucia Grisales Tinoco

Administradora de Empresas y Magíster en Mercadeo Social

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias Empresariales

Especialización en Gerencia Social

Noviembre, 2019

Contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Marco Conceptual	9
Antecedentes	9
Contextualización	11
Pregunta General	15
Justificación	16
Objetivos	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
Diseño Metodológico	20
a. Tipo de investigación:	20
b. Enfoque de Investigación:	20
c. Método de acercarse al objeto de estudio:	21
d. Pertinencia del diseño, estrategia o marco interpretativo donde se ubica la investigación:	21
e. Praxeología:	21
REVISIÓN DOCUMENTAL, CONCEPTUAL Y NORMATIVA	23
Discapacidad como fortalecimiento de la calidad de vida	23
La Discriminación como barrera para la inclusión	26
Inclusión Laboral y las Buenas Prácticas	28
Proyecto de vida como garantía del desarrollo humano:	31
Desarrollo Humano como aporte para el crecimiento económico	33
Mercadeo Social	33
Grupo Focal	34
Marco Legal	35
Internacional	35

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL	4
Nacional	36
Distrital	38
MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	39
Aspectos metodológicos:	39
a. Población objeto del estudio:	39
b. Descripción de los instrumentos de recolección de información que serán utilizados en el trabajo de campo:	40
c. Seleccionar, diseñar y elaborar el instrumento de recolección de información más importante para el trabajo de campo.	40
Conclusiones	50
Recomendaciones	52
Referencias	53

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL**Índice de Graficas**

Gráfica 1. ¿Cuáles son los principales obstáculos existentes para la inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva?.....	42
Gráfica 2. ¿Las personas con discapacidad cognitiva pueden celebrar contratos de trabajo y/o contratos de trabajo de aprendizaje?.....	43
Gráfica 3. ¿Contrataría y/o recomendaría emplear a personas con discapacidad cognitiva?.....	45

Índice de Tablas

Tabla 1. Variables	60
--------------------------	----

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Resumen

El proyecto que se presenta a continuación se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá D.C., y tuvo como objetivo promover el proceso de inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva en las microempresas a través de la estrategia de mercadeo social, quienes se enfrentan a la discriminación cuando buscan incluirse en el ámbito laboral y buscan mejorar su calidad de vida en términos personales y familiares; esto se logra a partir de la adaptación en el entorno laboral donde se realiza transformación a nivel individual y social, encaminadas a fortalecer su desarrollo humano y así mismo poder también recibir ingresos económicos.

Para el desarrollo de este estudio, se elaboró el instrumento de encuesta en línea, el cual facilitó la recolección de los datos y permitió presentar la perspectiva que tienen algunas microempresas de la ciudad de Bogotá D.C, acerca de la contratación a población con discapacidad cognitiva. Se resalta que, a partir de la aplicación de la encuesta, se identificó que la mayoría de las empresas desconocen las oportunidades laborales que se le pueden brindar a las personas con algún tipo de discapacidad, pero en especial a las personas con discapacidad cognitiva, ya que los prejuicios hacia ellos son mayores y son considerados como personas incapaces de realizar el cumplimiento de una función y/o tarea dentro de la organización.

Palabras claves: Discapacidad intelectual, inclusión laboral, desarrollo humano y mercadeo social.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Abstract

The current project developed in Bogotá DC City and it had the objective of promoting the labor inclusion process of people with cognitive handicapped in the small businesses throughout the social marketing strategy, that people face the discrimination when they try to include them in the labor range and they look for improving their Quality Life related with the personal and familial stipulations; this is possible with the adaptation in the labor environment where is possible a transformation in an individual or social level directed to strengthen the human development and in the same way get economic incomes. To the development of this study, the instrument of a survey online was made, and this one make easier the data collection and it allows to present the perspective that some small businesses from Bogota D.C have about the hiring to people with cognitive handicap. It is possible to stands out that since the application of the survey was identified that most of the companies don't know the labor opportunities that are possible to give to the people with any handicap, but in special to the people with cognitive disabilities, given that the prejudices towards them are bigger and they are considered like incompetence people for solving the compliance of a function or task in the organization.

Keywords: Intellectual disability, labor inclusion, human development and social marketing.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Introducción

El presente proyecto plantea cómo a partir de la herramienta del mercadeo social para este caso el grupo focal, se puede promover inclusión laboral de las personas con discapacidad cognitiva en las microempresas, teniendo en cuenta el abordaje de diferentes conceptos que permitirán identificar aspectos como el mejoramiento en la calidad de vida de esta población y cómo las personas logran superar aquellas barreras que se le presentan para acceder al escenario laboral.

Durante el desarrollo del documento se dará cuenta de cómo los procesos de inclusión se llevan a cabo en escenarios donde se han generado históricas situaciones de exclusión, allí se identifican las características las cuales determinan la participación de la persona con discapacidad. Así mismo, se evidenciará la necesidad de generar ajustes razonables en los procesos y que tienen como fin incidir en el cambio de actitud y transformación de imaginarios negativos asociados a la discapacidad por parte de los actores que se encuentran presentes en el contexto.

De la misma manera, se hará visible como a partir del Mercadeo Social se logra incidir con acciones positivas para la población vulnerable y como se aporta de esta forma en el reconocimiento de los derechos humanos y la equiparación de oportunidades, también minimizando los estereotipos, los prejuicios y enriqueciendo las buenas prácticas para promover la inclusión productiva de la población con discapacidad, con el fin además de generar una capacidad instalada en dichos entornos, donde cada uno asuma un rol y lo convierta en parte de su cultura organizacional y valores corporativos.

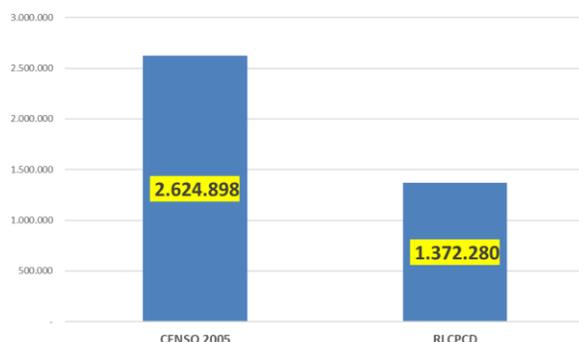
MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Marco Conceptual

Antecedentes

Las estadísticas de población con discapacidad en Colombia según el Ministerio de Salud y Protección Social en el informe de Sala Institucional de las Personas con Discapacidad (PCD) del segundo semestre del año 2018 indican que a la actualidad no se cuenta con una cifra exacta de esa población, por tanto, según el DANE (2005) se captó a 2.624.898 (6,3%) personas que refirieron tener alguna discapacidad, desde el año 2002 a través del Registro de Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad - RLCPD se han identificado 1.404.108 personas (p.19). Dicha información aporta para la formulación de planes y proyectos desde los diferentes sectores, pero interfiere con cifras reales acordes a las necesidades y número de personas con discapacidad.

Situación de la Discapacidad en Colombia



Fuente: Ministerio de Trabajo, agosto 2018, referencia MSPS - SISPRO- Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad. Corte 31 de diciembre de 2017.

Entidades del orden Nacional han realizado avances estadísticos para conocer la relación entre la población con Discapacidad y los procesos de vinculación laboral, cifras que se muestran en la siguiente gráfica:

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Tasa de Ocupación de PcD. en Colombia

Total PcD Ocupados según actividad	Total general
Trabajando	164.703
Realizando actividades de autoconsumo	33.160
Total PcD Ocupados	197.863

Tasa de Ocupación por Género Personas con discapacidad PcD

PcD ocupadas por Género			Porcentaje de PcD ocupadas por Género		
Femenino	Masculino	Total	Femenino	Masculino	Total
66.287	131.576	192.071	10.80%	23.70%	19.06%

Fuente: Ministerio de Trabajo, agosto 2018, referencia MSPS - SISPRO- Registro para la Localización y Caracterización de las Personas con Discapacidad. Corte 31 de diciembre de 2017

Se evidencia que del total de personas que refieren estar ocupadas, solamente 164.703 reportan tener un trabajo bajo garantía de ley, mientras que 33.160 se mantienen en actividades informales o de emprendimiento y donde se desconoce la situación actual del resto de la población con discapacidad.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Contextualización

En Colombia el acercamiento técnico y operativo hacia el tema de la discapacidad ha tenido gran relevancia a partir del reconocimiento de normas a nivel internacional, donde Colombia ratifica y genera acciones para aportar en la garantía de los derechos de las personas con discapacidad, tanto en el campo de la investigación como en la formulación de proyectos y servicios para esta población, siendo necesario tener claro que aún falta por avanzar en algunas temáticas que afectan a esta población.

Teniendo en cuenta lo anterior, para el presente estudio la inclusión entonces es una serie de acciones que se crean e implementan en la sociedad con el fin esencial de articular acciones a partir del intercambio de conocimientos y experiencias que se van identificando sobre fenómenos relacionados con situaciones como la discriminación o exclusión social y simultáneamente como el mercadeo social se convierte en una herramienta para dar una respuesta efectiva a corto, mediano y largo plazo a los efectos negativos de dicha circunstancia frente al desarrollo social y humano de esta población y por extensión de las personas que ejercen el rol de su cuidado.

En Colombia la inclusión ha venido incorporando los avances que a nivel internacional se han establecido, como respuesta a la evolución que el concepto mismo tiene, puesto que va en relación directa con las personas y donde actualmente se busca identificar las barreras que tienen las personas cuando interactúan en su comunidad o en un entorno específico y se les va limitando el acceso a oportunidades que inciden en su desarrollo humano, como es el caso de la formación, la recreación y el trabajo.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Así mismo, la inclusión es como lo enuncia la UNESCO (2005) “a dynamic approach of responding positively to pupil diversity and of seeing individual differences not as problems, but as opportunities for enriching learning.” (p.12), este postulado reconoce la diversidad presente en los seres humanos y ratifica que cada persona tiene unos rasgos particulares que al ser reconocidos pueden ser potencializadas para alcanzar su máxima participación, en los diferentes escenarios y roles que cada uno desempeña.

En el caso particular de la discapacidad cognitiva existen diversos mitos relacionados con el ritmo de aprendizaje y la posibilidad de ejecutar roles que impliquen instrucciones o tareas complejas, este aspecto interfiere significativamente con el acceso a oportunidades, por tanto, sus posibilidades para ser contratados o hacer parte de emprendimientos son más bajas que el promedio de la población.

Un claro ejemplo de este aspecto son las estadísticas del informe de inclusión laboral para personas con discapacidad, donde se encuentra que,

“A finales de la década del 2000, en promedio la tasa de empleo de las personas con discapacidad en los países miembros era un poco más del 40%, significativamente inferior al 75% reportado para la población sin discapacidad. Por su parte, para el mismo periodo, la tasa de desempleo promedio para las personas con discapacidad era el doble que de la población sin discapacidad” (FEDESARROLLO – ACRIP, 2018, p.4).

De la misma manera, se evidencia que de acuerdo a la información arrojada por el Censo General del año 2005 en Colombia:

“había 2,6 millones de personas con discapacidad en el país, lo que supone una tasa de prevalencia de 6,3%. Por otra parte, datos más recientes del Registro de Localización y

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD) - creado por el Ministerio de Salud y Protección Social - señalan que, con corte a febrero de 2018, hay identificadas 1,4 millones de personas con discapacidad. A pesar de lo anterior, la información del RLCPD permite hacer una caracterización de la población con discapacidad. De acuerdo con las estadísticas, el 31% de las personas registradas se encuentran incapacitadas de manera permanente para trabajar y no cuentan con una pensión, y apenas el 12% se encuentra trabajando. Adicionalmente, de las personas que se encuentran trabajando, el 80% refirieron trabajar sin contrato laboral y solo el 7% afirma tener un contrato a término fijo” (FEDESARROLLO – ACRIP, 2018, p.5).

En el marco de lo anterior, surge la necesidad y un gran interés para identificar las habilidades y potencialidades que tienen las personas con discapacidad y definir la estrategia más efectiva para aportar en la definición de un proyecto de vida, enmarcado en la generación de ingresos y por ende en el mejoramiento de la calidad de vida a nivel individual así como del grupo familiar, para el caso del presente proyecto integrador se hará énfasis en la discapacidad cognitiva, ubicando espacios específicos en relación con la ejecución de diferentes funciones en el entorno productivo, retomando la experiencia que ha venido desarrollando la Comercializadora M&M ubicada en la localidad cuatro (4) de San Cristóbal de la ciudad de Bogotá, la cual está dedicada a la fabricación de estopas.

Cuando se define el escenario para desarrollar el proyecto de investigación, se identifica la microempresa como el contexto que a partir de su configuración presenta mayor posibilidad de generar acciones de inclusión para la población con discapacidad cognitiva, puesto que si bien se consideran empresas en expansión, también en su configuración con escenarios que favorecen la incorporación de ajustes sin afectar la productividad de la misma, siendo el caso de horarios,

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

rutinas y roles asignados dentro de la cadena de producción. Así mismo al desarrollar procesos de inclusión, se puede acceder más fácilmente a incentivos tributarios y de fortalecimiento técnico y operativo desde diferentes entidades o sectores distritales y nacionales.

Para abordar este proceso de investigación es importante retomar algunas barreras identificadas por Rodríguez (2010) que se encuentran inmersas en la cotidianidad de esta población y que interfiere con su participación en la sociedad, dichas barreras son mencionadas a continuación:

- En algunos empresarios y colaboradores se evidencian imaginarios distorsionados frente a lo que es y significa la inclusión laboral de las personas con discapacidad.
- El desconocimiento se presenta como una barrera junto con la falta de experiencia, factores que sustentan y alimentan los diversos prejuicios respecto de esta población.
- Por los mitos frente a la discapacidad cognitiva, hay mayor rechazo, percepción de que sus capacidades están limitadas a ocupaciones no calificadas, es más fácil cumplir con lo estipulado por la ley de discapacidad sensorial o física que apostarle a la discapacidad cognitiva.
- Existe desconocimiento sobre el marco normativo y la legislación vigente relacionada con la inclusión laboral de personas con discapacidad, aspecto que ocasiona temores y dudas en los empresarios y sus dependencias de Talento Humano para vincular personas con discapacidad en su fuerza laboral.
- Existen imaginarios negativos relacionados con las habilidades y capacidades de la población con discapacidad, aspecto que incide en ofertas de trabajo estables, siendo contratados por formas que no permiten estabilidad en el tipo de contratación.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

- A partir de la revisión realizada no se encuentran antecedentes específicos en temas de microempresa y discapacidad cognitiva, se referencian aspectos socio demográficos más no del tema de investigación y el aporte del mercadeo social ante la situación problema abordada.

Pregunta General

¿Pueden las microempresas desarrollar un modelo de Mercadeo social a través de los procesos de inclusión de personas con discapacidad en diferentes áreas de producción?

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Justificación

El presente trabajo deja planteada la realidad actual de la inclusión laboral de las personas con discapacidad cognitiva, desde la estrategia de mercadeo social donde a partir de la aplicación de un instrumento de encuesta se identifican aquellos aspectos que el sector productivo, en este caso las microempresas pueden incorporar para que se promueva la vinculación de personas con discapacidad cognitiva de la Localidad de San Cristóbal.

Para el caso de la población con discapacidad, esta acción surge como respuesta a las acciones históricas de exclusión, retomando las estadísticas del Censo 2005 en Colombia, donde se evidencia que:

“había 2,6 millones de personas con discapacidad en el país, lo que supone una tasa de prevalencia de 6,3%. (...) datos más recientes del Registro de Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD) - creado por el Ministerio de Salud y Protección Social - señalan que, con corte a febrero de 2018, hay identificadas 1,4 millones de personas con discapacidad. (...). Adicionalmente, de las personas que se encuentran trabajando, el 80% refirieron trabajar sin contrato laboral y solo el 7% afirma tener un contrato a término fijo” (FEDESARROLLO – ACRIP, 2018, p.5).

Con lo anterior, se evidencia que las oportunidades laborales que benefician a dicha población, tanto en el sector público como en el privado, aún desconocen las capacidades y habilidades de las personas con discapacidad para desempeñarse en el campo laboral. Esta situación conlleva a que a esta población se le excluya y no tenga un reconocimiento significativo en la sociedad, permitiendo que se presente mayor vulneración en sus derechos, asumiendo el imaginario que no

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

pueden realizar cualquier tipo de actividad, particularmente actividades enmarcadas en el área laboral.

En el sector privado, organizaciones como Best Buddies, Organización Internacional Seguridad Social (OISS) y Fundación Arcángeles, han brindado apoyo a empresas como Grupo Bimbo, Juan Valdez, Alkosto, Grupo Nutresa, Centro Comercial Gran Estación para realizar diferentes estrategias de vinculación laboral de población vulnerable en especial personas con discapacidad.

Por tanto, se considera pertinente para este proyecto plantear una estrategia del mercadeo social que permita potencializar a las microempresas de la Localidad de San Cristobal, en el apoyo a la vinculación de personas con discapacidad cognitiva, ya que este sector no cuenta con grandes reconocimientos de marca y no tienen establecidos procesos de redes y alianzas que apadrinen la inclusión de esta población en su sector productivo.

Es así, que al generar procesos de inclusión desde las microempresas se incide en la mitigación en la vulneración de los derechos, rompiendo barreras y paradigmas sociales frente a la oportunidad de la inclusión laboral para la población con discapacidad; esto teniendo en cuenta que representa un importante avance al desarrollo personal de esta población, y permite generar en ellos independencia y autonomía, así como también, facilita el acceso a canales de participación y responsabilidad social.

Durante el desarrollo de este proyecto se contemplan factores implícitos dentro de los objetivos de desarrollo sostenible para el caso del objetivo 1 Fin de la Pobreza este proyecto propone disminuir los factores de riesgo económico y aportar de manera significativa a potencializar el proyecto de vida de las personas con discapacidad es así como dentro de la definición de este objetivo según la PNUD (2019) encontramos que “erradicar la pobreza en

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

todas sus formas sigue siendo uno de los principales desafíos que enfrenta la humanidad, ya que aún existen familias buscando satisfacer sus necesidades básicas”.

Por otro lado, el objetivo 8 que se refiere a Trabajo decente y crecimiento económico donde se pretende incentivar el crecimiento económico y aumento de la productividad en la comercializadora M&M durante el segundo semestre del 2019 estimulando la creación de empleo, dirigido a las personas con discapacidad, así mismo erradicar el trabajo forzoso y el tráfico humano con este tipo de población, el objetivo es “lograr empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos los hombres y mujeres para el 2030”.

Por último, el objetivo 10 enfocado en la Reducción de las desigualdades donde el proyecto contempla una inclusión económica de todos y todas, independientemente de su género, raza, etnia o grupo poblacional en general la desigualdad de ingresos es un problema mundial que requiere soluciones globales. “Estas incluyen mejorar la regulación y el control de los mercados de las instituciones financieras, fomentar la asistencia para el desarrollo y la inversión extranjera directa para las regiones que más lo necesiten”

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Objetivos

Objetivo General

Promover el proceso de inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva en las microempresas a través de la estrategia de mercadeo social

Objetivos Específicos

1. Identificar el impacto de la inclusión laboral en las personas con discapacidad cognitiva.
2. Reconocer el potencial que tiene el mercadeo social en los procesos de inclusión de personas con discapacidad cognitiva en las microempresas.
3. Aplicar un instrumento de mercadeo social para promover la inclusión laboral de personas con discapacidad en la microempresa.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Diseño Metodológico

a. Tipo de investigación:

El tipo de investigación a desarrollar en el presente proyecto es la descriptiva, la cual es entendida por Namakforoosh (2005) “como una forma de estudio para saber quién, donde, cuando, cómo y porqué del sujeto de estudio” (p.91). Lo que se pretende es describir la realidad de la población con discapacidad cognitiva, donde se pueda identificar factores de exclusión y discriminación laboral.

Las posibilidades que entrega este enfoque descriptivo es que permite analizar el panorama de una manera más precisa acerca del fenómeno y así evidenciar las diferentes perspectivas que tienen las microempresas en cuanto a la vinculación de esta población y el aporte que se realizaría a la transformación social en las vidas de cada una de estas personas.

b. Enfoque de Investigación:

Metodológicamente este proyecto tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, sin embargo, teniendo en cuenta el alcance del proyecto se desarrolló únicamente mediante el enfoque cualitativo el cual es entendido por Hernández (2014) como aquel que “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p. 7). Este tipo de enfoque permitió a este proyecto que, mediante la recolección de datos de 9 microempresas que voluntariamente decidieron participar de la encuesta en línea, se realizara un análisis que orientado a desarrollar la pregunta orientadora y así poder dar alcance al cumplimiento de los objetivos propuestos.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

c. Método de acercarse al objeto de estudio:

Este proyecto se realiza mediante el método inductivo ya que este es interpretado por Hernández, Fernández y Baptista (2004) como aquel que “explora y describe, y luego generan perspectivas teóricas” (p. 16). Este método permitió ha este proyecto mediante el trabajo de campo explorar una problemática poco visible en la localidad de San Cristobal, en la ciudad de Bogotá D.C. posteriormente generar un análisis cualitativo de la problemática de la vinculación laboral para personas con discapacidad cognitiva, la cual puede ser interpretada mediante los datos recolectados en la encuesta realizada a las microempresas.

d. Pertinencia del diseño, estrategia o marco interpretativo donde se ubica la investigación:

Investigación cuantitativa - no experimental es según Hernández (2003) “el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149), es decir que este proyecto está inclinado a observar situaciones latentes en esta comunidad, mas no son provocadas de forma intencional por el equipo de trabajo.

Es así que para este proyecto no se pretende generar manipulación en los datos existentes, sino por el contrario pretende analizarlos a fin de identificar las posibles causas que conllevan a la permanencia constante de la exclusión laboral de las personas con discapacidad.

e. Praxeología:

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Para efectos de proyecto se aplicará el enfoque Praxeológico el cual es entendido por Juliao (2002) como “una disciplina sobre los diferentes modos de actuar: una teoría, un discurso reflexivo y crítico, sobre la práctica, sobre la acción sensata, de la cual se busca el mejoramiento en términos de transformación, pertinencia, coherencia y eficiencia”(p.46), es así, que se puede identificar que con este proyecto podemos realizar una transformación social a partir del ejercicio reflexivo de interpretación de las perspectivas de la microempresas.

Así mismo, se evidencia que el enfoque praxeológico cuenta con una metodología conformado por cuatro etapas el ver, el juzgar, el actuar y la devolución creativa, aplicadas detalladamente en el presente proyecto, ya que desde el inicio se realizó una observación directa de las problemáticas sociales latentes en la localidad de San Cristóbal, destacando la exclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva y ubicándola como el objeto de estudio del proyecto, teniendo en cuenta que en esta localidad existen esta población de personas con discapacidad flotantes y presentan abundantes inconvenientes a la hora de intentar ubicarse en el mundo laboral.

Por ende, se ha desarrollado un instrumento de recolección de información de encuesta en línea el cual ha permitido identificar la existencia de factibilidad y aceptación por parte de las empresas a la hora de generar una contratación e incluir laboralmente a personas con discapacidad cognitiva y finalmente se pretende dejar como devolución creativa un documento con la intervención de la gerencia social a través de la aplicación del instrumento de mercadeo social.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

REVISIÓN DOCUMENTAL, CONCEPTUAL Y NORMATIVA

Para realizar la ejecución del presente proyecto se deben tener en cuenta diferentes categorías las cuales permiten generar una mirada integral de las condiciones actuales de las personas en condición de discapacidad.

Discapacidad como fortalecimiento de la calidad de vida

Utilizar un único concepto o definición del concepto de discapacidad depende del lente u orientación académica del lector, puesto que puede ser abordado desde el enfoque clínico donde se analice aquello que no funciona o no tiene, o desde el enfoque social donde se establece una relación entre un diagnóstico individual y un ambiente que permite o no la participación de las personas; para el caso de la presente investigación y como se asocia a seres humanos, seres en constante evolución, su orientación será dese el modelo social.

Desde la Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Discapacidad y de la Salud (CIF), desarrollada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), utiliza un enfoque biopsicosocial, define la discapacidad, como el resultado de interacciones entre las limitaciones funcionales (físicas, intelectuales o mentales) de la persona y del ambiente social y físico que representan las circunstancias en las que vive esa persona.

La normatividad nacional, la Ley 1346 de 2009, define la discapacidad como “concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”(p.1), de esta forma el diagnóstico no determina la capacidad de la persona y sus posibilidades de participación, ya que es algo más complejo en

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

donde se conjugan diferentes aspectos entre ellos la diferencia, la diversidad y la desigualdad las cuales están basadas en el reconocimiento de las capacidades y habilidades, y la interacción con su entorno.

El CONPES 166 de 2013, también aporta en la definición y menciona que

“El concepto de discapacidad ha evolucionado a través del tiempo, trascendiendo en diferentes modelos que han caracterizado y determinado visiones y marcos de actuación frente a la población con discapacidad. Es así como se identifica un primer modelo médico biológico, determinado por la consideración de la Persona con Discapacidad, como una persona con un problema individual centrado en una alteración corporal que requiere cuidados médicos y que la lleva a asumir un papel de paciente”. (COMPES 116. p.14).

Desde la Política Pública de Discapacidad en la ciudad Bogotá (2007), se menciona que la discapacidad es “un elemento complejo y multicausal cuya comprensión requiere la adopción de diversas posturas científicas, puesto que es un concepto dinámico que resulta de la interacción entre la persona y el ambiente en que vive” (Art. 3).

Es a partir del Decreto 558 (2015), que además del concepto global, se definen siete tipos de discapacidad, los cuales además tienen sus representantes ante diferentes instancias de participación distrital, teniendo como referentes conceptuales La Clasificación Internacional de Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud, la Ley 1145 del 2007 y el acuerdo 505 de 2012.

Los siete tipos de discapacidad reconocidas son:

1. **Discapacidad Física.**

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

- 2. Discapacidad Auditiva.**
- 3. Discapacidad Visual.**
- 4. Discapacidad Cognitiva.**
- 5. Discapacidad Mental.**
- 6. Discapacidad Múltiple.**
- 7. Discapacidad Sordoceguera.**

Para el caso del presente documento se abordará la discapacidad de tipo cognitiva, desde el planteamiento de diferentes autores donde se revisan aspectos relevantes con el desarrollo y las particularidades de esta. Antequera, et al (2008) expone que:

La discapacidad intelectual se relaciona con el concepto de retraso mental, este término se utiliza cuando un sujeto tiene una forma diferente aprendizaje en su vida cotidiana, esta discapacidad puede resultar de un problema que empieza desde que el niño nace hasta que llegue a los 18 años de edad, a causa de una lesión, enfermedad o una dificultad en el cerebro, es relevante mencionar que esto no se presenta en todos los niños; en relación a esto algunas de las causas de la discapacidad intelectual, como el síndrome de Down, el síndrome alcohólico fetal, afecciones genéticas e infecciones se presentan antes del nacimiento, como también es el caso que este tipo de discapacidad se presenta durante el parto, poco después del nacimiento o cuando se es mayor y se ocasiona una lesión en la cabeza o en accidentes cerebrovasculares. (Antequera, et al (2008), p.7)

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

La Discriminación como barrera para la inclusión

La discriminación es una práctica cotidiana de todos los seres humanos y que en ocasiones no percibimos, pero es innegable que en algún momento la hemos causado o recibido, existen diferentes grupos poblacionales que son víctimas de la discriminación día a día por alguna característica particular como, por ejemplo: rasgos físicos, estilos de vida, origen étnico, sexo, edad, lengua, religión y preferencias sexuales, etc.

En este caso la discriminación se convierte en una barrera de tipo actitudinal donde se evidencian conductas, palabras, frases, sentimientos, preconcepciones, estigmas, que impiden u obstaculizan el acceso en condiciones de igualdad de las personas con discapacidad a los espacios, objetos, servicios y en general a las posibilidades que ofrece la sociedad.

Ser diferentes no significa ser una persona inferior, es por eso por lo que la discriminación constituye una gran barrera en el proceso de la inclusión laboral, especialmente en las personas con discapacidad en las diferentes organizaciones, de tal manera que logre afectar su integración a diferentes grupos de trabajo y su desempeño laboral. Como lo establece el Ministerio de Trabajo en la Ley Estatutaria No. 1618 de 2013 que se refiere a Garantiza y “asegura el ejercicio efectivo de los derechos de las personas en situación de discapacidad, mediante la adopción de medidas de inclusión, acciones afirmativas y ajustes razonables, eliminando toda forma de discriminación a personas por razón de su discapacidad”.

Según la Real Academia Española la Discriminación, proviene del latín y significa separar, distinguir, diferenciar una cosa de la otra. Teniendo en cuenta lo anterior, la discriminación laboral es entendida por Carmona y Veliz (2005) como aquella que “comprende

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

el trato de inferioridad dado a personas por motivos ajenos a su capacidad dentro del ámbito de la libertad de trabajo y derecho al mismo”. (p.9)

La guía e inclusión laboral Corradi, Sucarrat (2015) de personas con discapacidad para empresas define la discriminación por motivos de discapacidad como cualquier

“distinción, exclusión o restricción por motivos de discapacidad que tenga el propósito o el efecto de obstaculizar o dejar sin efecto el reconocimiento, goce o ejercicio, en igualdad de condiciones, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en los ámbitos político, económico, social, cultural, civil o de otro tipo. Incluye todas las formas de discriminación, entre ellas, la denegación de ajustes razonables”. (Corradi, Sucarrat, 2015, p.24)

Igualmente, esta guía presenta las diversas manifestaciones de la discriminación hacia las personas con discapacidad, entre ellas menciona:

- **Discriminación directa o nociva:** “actitud deliberada y de carácter intencional que se manifiesta a través de prácticas o trato “inferior” dirigidos a Personas con discapacidad, estigmatizando o excluyendo a una persona o un grupo de personas. Con la discriminación directa se incurre en un acto discriminatorio y, por ende, susceptible de ser denunciado”.
- **Discriminación sobreprotectora:** hace referencia a acciones de sobreprotección o de carácter paternalista dirigidas a las PCD. Por ejemplo, puede pasar que los equipos de trabajo asuman responsabilidades o tareas que le son asignadas al trabajador con discapacidad para evitar que la PCD “se exponga” a situaciones negativas en el ambiente en el que se desempeña, o porque pueden pensar que no es capaz de aprender, realizar una tarea o de asumir

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

una responsabilidad. Estas actitudes contribuyen a la marginación de las PCD, y perjudican su inclusión social y laboral.

- **Discriminación indirecta:** “hace referencia a prácticas o reglas aparentemente justas o neutrales, pero que, en realidad, excluyen a algunas personas o favorecen de manera especial a otras. Por ejemplo, la inadecuación del entorno o las técnicas de ciertos procesos de reclutamiento, como entrevistas orales o exámenes escritos, pueden perjudicar a personas con determinadas discapacidades, en estos casos, específicamente con discapacidad auditiva y motriz.”

Es así cuando la discriminación es otra forma de violencia que puede llegar a ser física o extrema. las personas que discriminan pueden llegar a tener una visión distorsionada del ser humano, pueden considerar que son personas perfectas a diferencia de otras; este rechazo a otras personas se da en la vida cotidiana como a nivel de sociedad.

Inclusión Laboral y las Buenas Prácticas

Las Personas con Discapacidad son un grupo poblacional que en la actualidad son vulnerados y a quienes la sociedad debe ofrecerles equiparación de oportunidades, para poder cumplir con estas condiciones de igualdad, las empresas deben adquirir grandes compromisos en diferentes ámbitos, en especial con el vínculo de la inclusión laboral, donde se brinde una autonomía y dignidad. Es importante que las empresas generen estrategias y buenas prácticas hacia la comunidad que aportarían positivamente la inclusión. De acuerdo con Corradi (2015) se establecen algunas a tener en cuenta:

- **Adoptar la diversidad como estrategia paraguas:** “las políticas y programas de inclusión laboral de personas con discapacidad pueden anclarse en la estrategia de

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

diversidad de la organización, siendo esta más amplia al contemplar todas las individualidades de las personas que son parte de una compañía. A la vez, posibilita la difusión de oportunidades de empleo digno, y oportunidades de trabajos en entornos accesibles, inclusivos, y respetuosos, contribuyendo a una cultura organizacional más inclusiva. Resulta de suma importancia que estas políticas y programas estén alineados con los valores de la organización”.

- **Buscar el apoyo de los directivos:** “Para generar una cultura organizacional más inclusiva, es importante contar con el compromiso y apoyo de los directivos. Asimismo, para que los programas de diversidad sean sostenibles, la empresa inicialmente puede trabajar sobre los modelos mentales, y luego plantear la inserción laboral de PCD con conocimiento e información sobre el tema a los cargos directivos de la empresa”.
- **Sensibilizar y capacitar:** “la sensibilización y la capacitación de la mayor cantidad de colaboradores posibles resultan claves para trabajar preconceptos y generar mayor adhesión a los programas de inclusión. Para ello, la empresa puede desarrollar varias actividades como talleres, e-learning, charlas de sensibilización con testimonios de la experiencia laboral de PCD, para contribuir al mejor desarrollo de las relaciones interpersonales. En caso de contar con una persona con discapacidad auditiva, se puede brindar capacitación en lengua de señas para mejorar la comunicación entre el equipo”.
- **Comunicar de forma inclusiva:** “Durante todo el proceso de reclutamiento y selección, la comunicación debiera estar formulada de manera inclusiva. Es importante que la información acerca de la apertura que mantiene la empresa hacia la

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

diversidad en general, y la discapacidad en particular, sea difundida. Por ejemplo, la empresa puede redactar las búsquedas de manera inclusiva, aclarando que está abierta a todas las personas sin discriminación, puede informar sobre los programas de inclusión de la empresa, o también puede aclarar que la empresa es accesible”.

- **Hacer foco en las competencias y habilidades:** “Durante el proceso de selección, no debiera asociarse directamente el tipo de discapacidad que tiene la persona con los tipos de trabajos o roles que podría realizar. Para contrarrestar los prejuicios que pueden surgir basados en el desconocimiento, se debe seleccionar a la persona adecuada conforme a sus competencias, capacidades y habilidades para el puesto, al igual que cualquier potencial colaborador que se postula para un determinado puesto de trabajo”.
- **Rediseñar ante discapacidades adquiridas:** “Con respecto a las discapacidades adquiridas en el puesto de trabajo o durante la relación laboral, en algunos casos, la persona podrá reincorporarse al mismo puesto de trabajo, sin necesidad de ajustes. En otros casos, serán necesarios algunos como el uso de apoyos técnicos (dispositivos tecnológicos y herramientas). También se puede considerar una rotación a otra área y a un puesto conforme a su nueva condición. La persona puede re-incorporarse gradualmente al trabajo, y también se puede ofrecer acompañamiento con un terapeuta ocupacional durante la reinserción”.
- **Promover el trabajo remoto y el horario flexible:** “La empresa puede adaptar la carga horaria y la distribución de la jornada laboral, ya sea mediante la implementación de horarios flexibles o permitiendo el trabajo remoto. Esta práctica

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

también se puede aplicar a personas empleadas que están al cuidado de familiares con discapacidad”.

- **Garantizar un trato igualitario:** “Las empresas que exigen un alto rendimiento por parte de colaboradores pueden encontrarse con una disyuntiva respecto del trato igualitario, es decir, entre el nivel de exigencia que requiere la empresa y el trato diferencial que se le puede otorgar a una PCD por su condición. En este sentido, se debe recordar que las PCD deben gozar de los mismos derechos, pero también las mismas obligaciones que todos los empleados de la compañía, siempre según los criterios de la igualdad de condiciones. También deben gozar de los mismos derechos a las licencias médicas”.
- **Promover la inclusión en la comunidad corporativa:** “Las experiencias en inclusión de PCD de la empresa y los aprendizajes se pueden difundir hacia la comunidad corporativa para nutrirse de las experiencias y las lecciones aprendidas, y así motivar a otras organizaciones a implementar políticas e iniciativas de inclusión de personas con discapacidad”.

Proyecto de vida como garantía del desarrollo humano:

Tal como propone Benavent citado por Martínez y Planella, (2010) es “la necesidad de sentirse autor y protagonista del propio proyecto de vida está muy ligada al ejercicio de la libertad, a la no renuncia de la libertad interior. La dignidad de la persona pasa por poder crear y vivir el propio camino de la autonomía, sentirse reconocido como tal por el otro” (p.105)

Según lo planteado por el autor, en ocasiones las personas con discapacidad cognitiva pierden el deseo o se desmotivan en alcanzar sus objetivos, es por eso, que se debe buscar que los proyectos de vida o los objetivos propuestos puedan ser construidos de forma que puedan ser

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

alcanzados paulatinamente y se mejore la calidad de vida que si es posible le permita tener un reconocimiento a su superación personal.

En este mismo sentido, se hace referencia a la definición que la Organización Mundial de la Salud (2011) quien expone que la percepción del individuo con respecto a su posición en la vida, hace que las personas busquen construir o mejorar su calidad de vida y este mismo, genera una competencia en las personas, para que cada uno cumpla con sus objetivos y expectativas; las personas con discapacidad cognitiva al incluirse en un entorno laboral también crean sus propios retos, logros y objetivos para satisfacer su proyecto de vida.

Schalock y Verdugo citado por Rey y Sanz, (2018) plantean “la calidad de vida como el movimiento de avance, innovación y cambio en las prácticas profesionales y en los servicios, permitiendo promover actuaciones a nivel de la persona, de la organización y del sistema social” (p.416). Esto quiere decir, que las personas con discapacidad cognitiva al permitírsele una vinculación en el ámbito laboral, su visión le permiten mejorar la calidad de vida, incluyendo la de sus familias y la de su entorno social.

Por otro lado, es importante que todos los seres humanos elaboremos un plan de vida, sin importar los límites (barreras física, psicológica o social), teniendo en cuenta a Lobato (2002) nos indica que:

La construcción de la propia identidad se desarrolla de forma simultánea con el proceso ocupacional y convergen en la elaboración y desarrollo de un proyecto de vida y, en consecuencia, de un proyecto profesional que van realizándose a lo largo de la existencia. El horizonte y objetivo último del asesoramiento vocacional es la elaboración y realización, por parte de cada sujeto, del propio proyecto personal del que surgiría el

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

proyecto profesional siempre en permanente reconstrucción a la luz del cambio que va percibiendo. (p.8)

Desarrollo Humano como aporte para el crecimiento económico

Todos los seres humanos hacen parte de un proceso evolutivo llamado desarrollo humano el cual es definido por Delvar (1994) como “Proceso que experimenta un organismo que cambia en el tiempo hasta alcanzar un estado de equilibrio” (p.21). Lo que significa que, los seres humanos en su generalidad atraviesan por diferentes momentos los cuales permiten que se obtenga una capacidad propia de él y que logre alcanzar un estado de confort direccionado al cumplimiento de un proyecto de vida.

Claramente, para que este sea posible se requiere según Delvar (1994) “Existencia de un medio social, que resulta indispensable para el desarrollo de un ser tan frágil cuando llega al mundo, y que no podría sobrevivir sin que los otros le prestaran una continua atención durante muchos años”. (p. 23). Es así, como todos los seres humanos hacen parte de un entorno social que lo apoyan durante el desarrollo, involucrándose permanente para en diferentes escenarios que le exigen una independencia y autorreflexión de crecimiento personal.

Por lo cual, es importante señalar que los seres humanos deben generar un pensamiento de crecimiento económico el cual es entendido según Ocegueda (2000) como “un proceso endógeno que se retroalimenta de las inversiones que la sociedad hace en la producción de conocimiento y en la formación del capital humano” (p.10).

Mercadeo Social

En línea con este proyecto integrador la gerencia social se realizará desde la intervención del mercadeo social, por lo cual es fundamental entender que el mercadeo según Rendueles

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

(2010) es una “disciplina que ya excede del ámbito comercial, puesto que su metodología para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, también resulta útil para detectar y satisfacer necesidades de tipo social, humanitarias y espirituales” (p.30), es así que, el mercadeo social se refiere según Rendueles (2010) a “aquellas acciones realizadas por una empresa en beneficio de una determinada causa social, a la vez que se vincula dicha causa con la marca de los productos o servicios y el nombre de la empresa” (p.32)

Por esta razón el mercadeo social, para el caso del presente estudio de investigación, se convierte en el puente articulador entre dos actores o elementos que pueden a partir de la relación establecida alcanzar sus objetivos tanto de rendimiento como de mejoramiento de su calidad de vida. Lo anterior se sustenta en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial que según Cacino y Morales (2008) citando el World Business Council for Sustainable Development (2000), es entendido como “el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general” (p.11)

Grupo Focal

Para el desarrollo de este proyecto se propone como estrategia del mercadeo social la realización de un grupo focal, a fin de conocer las diferentes perspectivas de las microempresas en cuanto a la vinculación laboral de la población con discapacidad cognitiva, por ello se toma como referencia la definición de Hamui y Varela (2013) donde plantea que un grupo focal es “espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. (p. 56).

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Marco Legal

Para dar cuenta de la normatividad existente y relacionada tanto con los derechos para la población con discapacidad como con las acciones que dan garantía a los mismos, desde el proyecto se realizará una revisión de la legislación vigente a nivel Internacional, Nacional y Distrital.

Internacional

Reconocidos organismos internacionales han creado documentos importantes con el fin de exigir los derechos de las personas con discapacidad. La Asamblea General de la ONU aprobó la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas, donde Colombia adopta mediante la Ley 1346 de 2009

“La Convención de Naciones Unidas promulgada por la Asamblea de Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006, la cual reafirma la responsabilidad del Estado de establecer mecanismos y sistemas de garantía del ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, sin discriminación por motivo de su condición. El artículo 27° establece que los Estados Parte reconocen el derecho de las personas con discapacidad las personas con discapacidad a trabajar, en igualdad de condiciones con los demás (Ley 1346 de 2009)”.

Igualmente, la falta de recursos económicos permite profundizar en las barreras que se presentan para las personas con discapacidad, en este caso las personas con discapacidad cognitiva al poder desempeñarse en el ámbito laboral, para poder superar los obstáculos presentados en el proceso de inclusión. La mayoría de las familias presentan carencia de recursos económicos, lo cual influye a la hora de brindar un adecuado nivel de vida a esta población, de igual manera, se evidencia que la falta de dinero en los núcleos familiares impide que las

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

personas con discapacidad cognitiva ingresen a centros integrales que potencien las habilidades y capacidades que empíricamente ellos poseen.

En el artículo 27 de la Ley 1346 de 2009 se menciona que “las personas con discapacidad tienen derecho a la oportunidad tener un ingreso económico, a través de la elección de un trabajo libremente elegido o aceptado en un mercado en entorno laborales que sean abiertos, inclusivos y accesibles”. Teniendo en cuenta lo anterior, cuando una persona con discapacidad logra obtener un empleo remunerado en el marco de la ley, mejora la calidad de vida de su entorno familiar, permitiendo que sus cuidadores retomen su vida normal, por ejemplo en su campo laboral y así mejorar la calidad de vida no solo de la persona con discapacidad sino de sus familiares, mejora sus relaciones afectivas, alto grado de independencia, autoestima, crecer como ser humano, adquieren un grado de participación y de responsabilidad social.

Nacional

En la actualidad sabemos que todas las personas con discapacidad tienen las mismas necesidades, derechos y deberes que cualquier ser humano convencional, tal y como lo expresa la Constitución Política de Colombia de 1991, donde consagra los derechos y deberes en su artículo 13.

“Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica. El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados. El Estado protegerá especialmente a aquellas personas que, por su condición

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

económica, física o mental, se encuentren en circunstancia de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan (Const. 91)”.

Al igual señala en su artículo 54 la obligatoriedad del estado en la Inclusión laboral de las personas con discapacidad

“Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud (Const. 91)”.

De la misma manera la Ley Estatutaria 1618 de 2013 evidencia las disposiciones que garantizan el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, aspecto que permite que esta población pueda desenvolverse en una sociedad inclusiva, entendiendo la inclusión desde los conceptos de la Ley Estatutaria 1618 de 2013 como un “proceso que asegura que las personas tengan igualdad de oportunidades, sin limitaciones o restricciones por motivo de la discapacidad, conllevando a generar acciones concretas que mejoren su calidad de vida” (p.9).

Hay que mencionar, que las barreras marcadas por la sociedad han generado un gran impacto en las empresas y por ende en cualquier campo laboral, donde hay poco reconocimiento de sus capacidades y falta de información sobre la discapacidad. Es una realidad que existen características particulares de la inclusión de personas con discapacidad cognitiva, ente ellas la falta de oportunidades, al no cumplir con los estándares sociales que se requieren para una dependencia personal y la responsabilidad social. Sin embargo, las personas con discapacidad cognitiva pueden llegar a ser excelentes trabajadores si cuentan con los apoyos necesarios que

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

les permitan demostrar y desarrollar sus capacidades de manera plena y aceptadas en la sociedad a la cual pertenecen, en condiciones de igualdad de sus derechos fundamentales.

Distrital

Obedeciendo las leyes jurídicas a nivel Internacional y Nacional, Bogotá ha avanzado objetivamente en la tarea de concretar acciones que le permitan a la población con discapacidad incluirse y que la sociedad apoye la garantía de sus derechos en igualdad de condiciones. En armonía con este crecimiento, se establece el Decreto 470 de 2007 “Por el cual se adopta la Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital”, el cual persigue dos propósitos claros: la inclusión social y la calidad de vida con dignidad. La Política Pública que termina su vigencia en 2020 y requerirá una reformulación orientada a la potenciación y desarrollo de las capacidades de las personas con discapacidad.

MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**Aspectos metodológicos:****a. Población objeto del estudio:**

La Comercializadora M&M SAS desarrolla sus actividades en la localidad de San Cristóbal, está operando en la ciudad de Bogotá alrededor de seis (6) años y sus principales clientes es la industria automotriz.

Al dar inicio al proyecto integrador se evidencio que esta microempresa no cuenta con una estructura organizacional definida, por ello el equipo de trabajo junto con la Gerente elaboro la misión y la visión a fin de impulsar la creación de una estructura normativa, sin embargo, la organización no cuenta con un portafolio de servicios establecido y no tiene identificado su sector socioeconómico.

Misión: es la fabricación y comercialización de una amplia variedad de productos y utensilios de aseo para la venta del mayor por de tal, con el fin de propiciar a nuestros clientes productos con calidad que permitan la satisfacción de sus necesidades y así también aportar significativamente al medio ambiente.

Visión: para el año 2025 la comercializadora M&M SAS será reconocida como una organización líder en la fabricación y comercialización de una amplia variedad de productos y utensilios de aseo para la venta al por mayor por detal, destacándose en la protección y mejoramiento del medio ambiente.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Objetivo global de la organización: Nuestro compromiso global es contribuir a la reparación del medio ambiente, implementando política de ahorro y energía.

Cultura de la organización: contamos con una cultura organizacional basada en los sistemas complicados ya que por medio de las funciones específicas con las que cuenta cada uno de nuestros colaboradores se pueden especificar las reglas y así dar cumplimiento a cada uno de los procesos.

b. Descripción de los instrumentos de recolección de información que serán utilizados en el trabajo de campo:

El instrumento que se implementó en la investigación del presente trabajo es la encuesta en línea, teniendo en cuenta que es un procedimiento que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz; la encuesta fue remitida a 15 microempresas de la Localidad de San Cristóbal de las cuales 9 de ellas voluntariamente dieron respuesta a las preguntas planteadas.

c. Seleccionar, diseñar y elaborar el instrumento de recolección de información más importante para el trabajo de campo.

Encuesta en Línea

“La Percepción de las Empresas sobre las Personas con Discapacidad Cognitiva en el Entorno Laboral”

Microempresas ubicadas en las diferentes localidades de la ciudad de Bogotá, dedicadas al comercio de diferentes servicios y productos, con el fin de conocer las diferentes percepciones que se tienen al momento de emplear a personas con discapacidad cognitiva.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Este análisis tiene como objetivo presentar la perspectiva que tienen algunas microempresas de la ciudad de Bogotá D.C, acerca de la contratación a población con discapacidad cognitiva, para ello se realizó una encuesta en línea, donde se indagó sobre generalidades de las microempresas y datos específicos de su estado de contratación con esta población.

La encuesta fue desarrollada de manera voluntaria por nueve (9) microempresas las cuales se relacionan en el siguiente listado:

- Millenium bpo
- Bio bolsa sas
- Industrias alimenticias san Nicolás
- Atento Colombia S. A.
- Hard Body
- Europa fashion
- Kelly García
- G&M Eventos Servicios
- Eduxi ONG

Caracterización de las microempresas

En el presente proyecto participaron 9 microempresas de la ciudad de Bogotá D.C, para lo cual es necesario identificar su ubicación, la línea de producto que distribuyen y la perspectiva que tienen frente a la rentabilidad de su producto, de acuerdo a ello se puede analizar la siguiente información:

- **Estado de contratación población con Discapacidad**

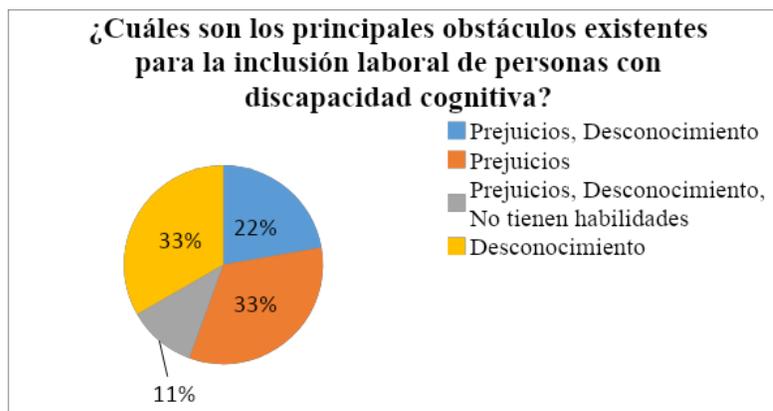
MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Ahora bien, para la finalidad de este proyecto integrador se considera necesario reconocer la perspectiva que tienen estas microempresas frente a la población con discapacidad cognitiva y en cuanto a su empleabilidad; por ello, en primera instancia es importante saber si tienen conocimiento definido de qué es la discapacidad cognitiva, así pues, se evidencio que el 89% lo conocen y el 11% no reconocen que es una discapacidad cognitiva.

¿Cuáles son los principales obstáculos existentes para la inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva?

Se evidencia que el 34% de las microempresas refieren que existen prejuicios frente a las habilidades que esta población puede desarrollar, pero no solo este es un factor de exclusión, también se identificó que el 33% desconocen la capacidad física con la que cuenta esta población, pero el 22% manifiesta que son estos dos factores con mayor incidencia y el 11% indica que no solo existen prejuicios, desconocimiento, si no que realmente no tiene capacidades para poder ejecutar una función y es debido a ello que se generan barreras de acceso al campo laboral, tal y como se presenta en muestra a continuación. (Ver gráfica No.1)

Gráfica No. 1



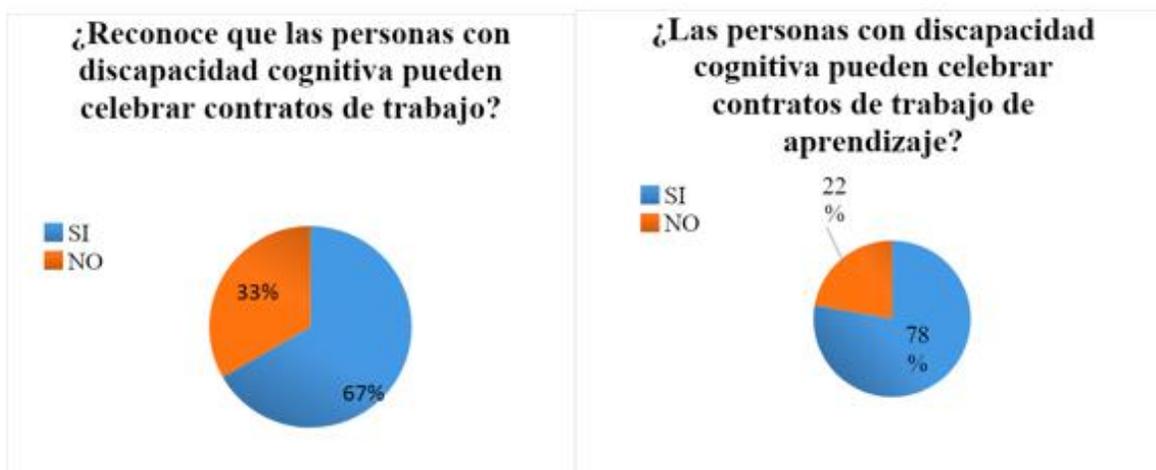
Gráfica 1. ¿Cuáles son los principales obstáculos existentes para la inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva?

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

¿Reconoce que las personas con discapacidad cognitiva pueden celebrar contratos de trabajo?

De esta manera, se encontró que el 67% de las microempresas encuestadas reconocen que una personas con discapacidad cognitiva están en capacidad de celebrar un contrato laboral, pero el 33% no lo reconoce, el 78% identifica que esta población puede celebrar un contrato de aprendizaje y el 22% no lo tiene en cuenta, lo cual es un porcentaje elevado en esta sociedad actual, ya que permanentemente se incentiva y se premia la inclusión social, especialmente en el ámbito comercial, dicha diferencia se puede observar más claramente en las gráficas presentadas. Aun así, se evidencio que las microempresas identifican que el contrato celebrado con una persona con discapacidad cognitiva debe tener algunas características principales, a lo que el 34% de la población encuestada refieren que debe ser flexible en horarios, asistencia, cumplimiento de las normas y pautas de seguridad e higiene. (Ver gráfica No.2)

Gráfica No.2



Gráfica 2. ¿Las personas con discapacidad cognitiva pueden celebrar contratos de trabajo y/o contratos de trabajo de aprendizaje?

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

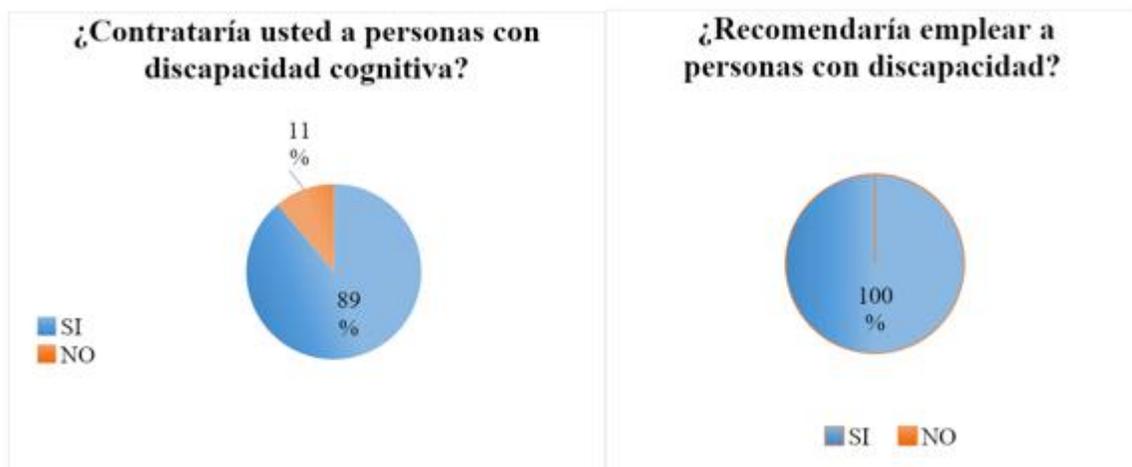
Por otro lado, se indago con las microempresas encuestadas cuál es su preferencia a la hora de contratar una persona con discapacidad, para que ejecute las diferentes funciones que su línea comercial desarrolla, para ello se presenta la siguiente tabla donde se exponen los 7 tipos de discapacidad concurrentes y se les solicitó que en la escala de 1 a 5 siendo 1 el menor y 5 el mayor calificarse su preferencia. A partir, de la tabla se puede observar que el 45% de las microempresas manifiestan tener mayor preferencia con la discapacidad física, pero el mayor porcentaje se presenta en el rango 1 de la discapacidad Psicosocial o menta ya que esta obtuvo el 78% de calificación, lo que podría interpretarse como la existencia del desconocimiento de las capacidades intelectuales de esta población, así mismo, se identifica que los mayores porcentajes de calificación están ubicados en el rango 1 de las discapacidades, debido a esto es importante que las microempresas inicien a reconocer la inclusión laboral como principio ético de sus organizaciones, lo cual generaría mayor vinculación a esta población y se aportaría al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos. (Ver tabla No. 1)

¿Contrataría usted a personas con discapacidad cognitiva? ¿Recomendaría emplear a personas con discapacidad?

Finalmente, se considera que la población con discapacidad cognitiva es competentemente hábil para realizar actividades laborales, ya que al vincularlos en el campo laboral no solo aporta al mejoramiento de su calidad de vida, sino que también repercute en el fortalecimiento del vínculo familiar, por ello se les pregunto a las microempresas si contratarían personas con discapacidad cognitiva y si recomendaría a otras empresas a realizar este proceso, respuestas representadas en las siguientes gráficas. (Ver gráfica No.3)

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Gráfica No.3



Gráfica 3. ¿Contrataría y/o recomendaría emplear a personas con discapacidad cognitiva?

Como se indica en la gráfica, el 89% de las microempresas señalan que sí contratarían personas con discapacidad cognitiva y el 11% manifiesta que no, pero cabe resaltar que la microempresa que no contrataría a esta población, cuando se les pidió que indicaran ¿Cuáles son los principales obstáculos existentes para la inclusión laboral de personas con discapacidad cognitiva? señaló que sus principales obstáculos para la inclusión laboral es la presencia de prejuicios y desconocimiento frente a las habilidades que las personas con discapacidad cognitiva tienen, lo que indica que como ellos muchas empresas y microempresas no brindan oportunidades laborales a esta población por miedo afectar su actividad comercial; pero aun así, se obtiene que el 100% de las microempresas recomendarían a otras a contratar a esta población. (Ver gráfica No.3)

Posterior al análisis de los resultados obtenidos con la encuesta planteada en el marco del mercadeo social, se define que es necesario que las microempresas sean abordadas desde una

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

perspectiva lúdica y reflexiva, donde los actores inmersos en el contexto puedan involucrarse activamente y visibilizar como los procesos de inclusión de personas con discapacidad cognitiva le aportan al capital productivo de sus empresas y no se convierten en una carga desproporcionada o en una acción de lastima hacia otras personas.

En este sentido, se plantea una estrategia de Grupo Focal, como uno de los instrumentos a desarrollar para conocer las percepciones de los microempresarios y lograr realizar un diagnóstico de la empleabilidad de la población con discapacidad cognitiva.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Grupo Focal

Objetivo

Determinar las barreras que se tiene frente a la población con discapacidad cognitiva en los procesos de inclusión laboral, en microempresarios de la Localidad de San Cristobal.

Justificación

Este ejercicio tiene como propósito realizar acciones que aporten a generar a mediano plazo la transformación de las condiciones y vinculación laboral de personas con discapacidad cognitiva, teniendo como referente el resultado de la encuesta elaborada mediante y a partir de la cual se pretende desarrollar ejercicios que permitan conocer las percepciones de los microempresarios frente a la empleabilidad de esta población e incidir en la transformación de sus prácticas hacia unas más inclusivas, donde se valide la heterogeneidad y la necesidad de construir una sociedad más incluyente, donde todas las personas puedan participar desde su capacidad y diversidad.

Dichas acciones, permitirán determinar las barreras que los micrempresarios tienen a la hora de contratar personas con discapacidad cognitiva, las cuales en algunas ocasiones se presentan involuntariamente, por la falta de conocimiento y exploración de las capacidades con las que cuenta esta población y las cuales deben ser eliminadas periódicamente de las microempresas para orientarlas a ser socialmente incluyentes.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Metodología

El grupo focal se desarrollará con los microempresarios de la Localidad de San Cristóbal, donde inicialmente se realizará la socialización del objetivo principal de la actividad, posteriormente se permitirá a cada microempresario presentar de manera breve su sector productivo, es decir, a que se dedica su empresa, ¿Cuál es su estructura organizacional?, ¿cuál es su principal mercado laboral?, y ¿Cuáles son sus procesos de selección?

Una vez identificada esta información se generará un espacio de diálogo donde mediante una serie de preguntas se logren identificar las percepciones que cada uno de ellos tiene a la hora de vincular personas con discapacidad cognitiva, este diálogo debe permitir a su vez y de forma discreta identificar las barreras y obstáculos que se presentan en estos procesos, a continuación, se relacionan las preguntas orientadoras.

- ¿Conoce usted que es la Discapacidad?
- ¿Qué tipos de discapacidad conoce?
- ¿Qué conoce usted por discapacidad cognitiva?
- ¿Sabía usted que las personas con discapacidad cognitiva cuentan con capacidades que los permite ubicarse en el sector laboral?
- ¿Contrataría personas con discapacidad cognitiva en su organización? ¿Por qué?
- Teniendo en cuenta su sector comercial ¿Cómo considera usted que una persona con discapacidad cognitiva le puede colaborar en su organización?

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Una vez realizadas las preguntas se debe generar una retroalimentación donde los microempresarios puedan expresar su sensación a la hora de contestar las preguntas y así mismo se pueda exponer la importancia que tiene esta población y la necesidad de acabar con los paradigmas sociales a la hora de vincular laboral de esta población.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Conclusiones

Se pudo identificar a través de la encuesta en línea que las microempresas de la localidad de san Cristóbal tienen prejuicios frente a las habilidades y la capacidad física que esta población puede desarrollar, desencadenando estas barreras de acceso al campo laboral.

Del mismo modo, en la encuesta en línea se puede evidenciar que las microempresas reconocen que unas personas con discapacidad cognitiva están en capacidad de celebrar un contrato laboral y/o de aprendizaje, pero esto no se da con las microempresas, dado que está latente los prejuicios por parte de las microempresas, siendo un factor de exclusión laboral.

Dado el caso que ninguna de las microempresas encuestadas contrataría una persona con discapacidad cognitiva, pero, el 100% si lo recomienda, de acuerdo a lo anterior se sigue viendo latente los prejuicios frente a esta población, por lo cual se desea implementar la herramienta de Grupo Focal como estrategia de Mercadeo social para cambiar imaginarios y paradigmas frente a la contratación con este tipo de población.

Se puede establecer que la solución para promover la inclusión de las personas con discapacidad cognitiva en el mercado laboral colombiano, es responsabilidad de la sociedad, ya que como sujetos políticos debemos participar activamente en la construcción de acciones a implementar en el marco de planes y programas gubernamentales.

Por último, se puede establecer que aunque se han logrado avances significativos en términos de las estrategias para la inclusión laboral para personas con discapacidad cognitiva, estos no son suficientes y se requiere una acción conjunta que involucre de manera real y efectiva al Estado, las personas con discapacidad, sus familias, los empleadores y la sociedad civil, para establecer acuerdos que generen un mayor compromiso con las problemáticas que

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

afectan el acceso al entorno laboral y el ejercicio de diferentes derechos como el trabajo, la salud y la recreación, entre otros.

Mediante las búsquedas de referencias bibliográficas realizadas para este trabajo, se pudo evidenciar que aún no se han sistematizado todas las experiencias ni documentos técnicos relativos a las estrategias y los programas de inclusión laboral de las personas con discapacidad cognitiva que se han dado a nivel nacional.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Recomendaciones

Se recomienda promover acciones con el sector laboral para que reconozcan las capacidades que posee la población con discapacidad cognitiva, lo cual permita que al identificarlas pueden generar espacios de vinculación laboral y así lograr disminuir la exclusión laboral de esta población.

Se sugiere la actualización de las políticas para incentivar la inclusión de los diferentes grupos poblacionales, donde se tengan en cuenta los avances tecnológicos, así como el uso de un lenguaje incluyente para la población en este caso aquella con discapacidad, entre los que se encuentran la discapacidad cognitiva, quienes históricamente han sido excluidas y a quienes se les han vulnerado sus derechos.

Se recomienda la creación de programas puntuales desde la sociedad civil y las poblaciones directamente interesadas, que motiven y exijan la intervención del Estado, con el fin de lograr resultados en términos de las realidades de los territorios y las personas con discapacidad cognitiva, en los diferentes ámbitos de desarrollo laboral, social, cultural, político y educativo, entre otros. Partiendo de esta lógica es necesario articular las rutas de los diferentes sectores en pro de la prestación integral de los servicios a que tienen derecho las personas con discapacidad

Es importante que la inclusión laboral para las personas con discapacidad en especial la investigada en el presente trabajo “Discapacidad Cognitiva”, a través de diferentes estrategias, se pueda convertir en la principal herramienta para mitigar el impacto de la relación que se establece entre la discapacidad y la pobreza.

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Referencias

ACRIP, (2018). Inclusión laboral de las personas con discapacidad. Recuperado de <https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/5imlmayo2018web.pdf>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2015). Decreto 558 del 21 de diciembre de 2015. Bogotá. D.C. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=64211>

Antequera, M. Bachiiler & B. Calderón, M. (2008). Discapacidad Intelectual. Manual de atención al alumno con necesidades específicas. Consejería de educación. Junta de Andalucía. Recuperado de; http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO23846/apoyo_educativo_discap_intelectual.pdf

Cacino, Ch. y Morales, M. (2008) RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Recuperado de: <https://carec.com.pe/biblioteca/biblio/5/19/RSE%20004%20Universidad%20de%20Chile.pdf>

Congreso de Colombia. (2007) LEY 1145 DEL 2007. Por medio de la cual se organiza el sistema nacional de discapacidad y se dictan otras disposiciones. Bogotá. D,C, Colombia Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%201145%20DE%202007.pdf

Constitución Política de Colombia. (1991). Recuperado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Carmona & Véliz (2005) Discriminación Laboral, aspectos doctrinarios y situación en Chile. Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/carmona_k/sources/carmona_k.pdf

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Correa, L. y Martínez, M. (2016). Discapacidad e inclusión social en Colombia. Informe alternativo de la Fundación Saldarriaga Concha al Comité de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad. Fundación Saldarriaga Concha. Recuperado del sitio de Fundación Saldarriaga Concha: https://www.saldarriagaconcha.org/wp-content/uploads/2019/01/pcd_discapacidad_inclusion_social.pdf

Corradi Bracco, C. (2015). Guía de inclusión laboral de personas con discapacidad para empresas: actores y procesos. Universidad Torcuato Di Tella. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado de: [http://ciapat.org/biblioteca/pdf/1219-Guia de inclusion laboral de personas discap para empresas.pdf](http://ciapat.org/biblioteca/pdf/1219-Guia_de_inclusion_laboral_de_personas_discap_para_empresas.pdf)

Delvar, J. (1994) Desarrollo Humano. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WCr6oxkZP-EC&oi=fnd&pg=PA23&dq=desarrollo+humano&ots=DiE0bF7uiG&sig=vj8cpFem5Co9w6Im3OxCXxuf8mQ#v=onepage&q=desarrollo%20humano&f=false>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). (2006). (Censo General 2005, Discapacidad con limitaciones permanentes) Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/discapacidad.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2013). Compes Social 166. Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia Bogotá. D.C. Colombia Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/CONPES166.pdf>

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Equipo Editorial (2019). Más empresas se unen a la iniciativa de la inserción laboral con empleados con discapacidad cognitiva. REPORTEDIGITAL. Recuperado de:

<https://reportedigital.com/transformacion-digital/discapacidad-cognitiva/>

Hamui, A., y Varela, M. (2013). Metodología de investigación en educación media.

La técnica de grupos focales. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n5/v2n5a9.pdf>

Hernández, S. R. (2003). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. Recuperado de: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hernández, S. R. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L.. (2004). Metodología de la Investigación. Recuperado de: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191201%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20191201T063645Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=7d4e7fccfb92d93097424b926a33e0fff80f9ca84f6bd62f9fc8b50de556dfcd

Informe Mensual de Mercado Laboral, Inclusión Laboral de las Personas con Discapacidad (2018) Recuperado de:

<https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/5imlmayo2018web.pdf>

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Juliao V. C. (2002). LA Praxeología: Una Teoría de la Práctica. Recuperado de;

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/649/Libro_Praxeolog%c3%ada%3a%20Una%20teoria%20de%20la%20practica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ley 1346 de 2009. Por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre los Derechos de las personas con Discapacidad", adoptada por la Asamblea General de la Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006. Congreso de la Republica. Recuperado de:

http://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013_html/Normas/Ley_1346_2009.pdf

Ley Estatutaria 1618 de 2013. (2017). Por Medio De La Cual Se Establecen Las Disposiciones Para Garantizar El Pleno Ejercicio De Los Derechos De Las Personas Con Discapacidad. Ministerio de Salud. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/documento-balance-1618-2013-240517.pdf>

Lobato. C. (2002, enero-junio). Revista de Psicodidáctica. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/175/17501308.pdf>

Martínez. O. y Planella. J. (2010) Alterando la discapacidad: manifiesto a favor de las personas. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=3_S2DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=alterando+la+discapacidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiqmfzrpPTIAhUDnFkKHS5EBnAQ6AEIKDAA#v=onepage&q=alterando%20la%20discapacidad&f=false

Ministerio de Trabajo. Inclusión Laboral de personas con Discapacidad. Recuperado de:
<http://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/derechos-fundamentales-del-trabajo/inclusion-laboral-de-personas-con-discapacidad>

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Ministerio de Trabajo. (2013) Ley 1618 del 27 de febrero de 2013. Inclusión Laboral de personas con Discapacidad. Bogotá. D.C Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1685302>

Montero. D.y Fernández. P. (2012). Calidad de vida, inclusión social y procesos de intervención. Editorial: Publicaciones de la Universidad de Deusto. Bilbao. Recuperado de: <https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788498303513&li=1&idsource=3001>

Naciones Unidas (2006). Convención sobre los derechos de las personas con Discapacidad. Departamento de asuntos económicos y sociales. Recuperado de <https://www.un.org/development/desa/disabilities-es/convencion-sobre-los-derechos-de-las-personas-con-discapacidad-2.html>

Namakforoosh, N (2005). Metodología de la Investigación. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=investigacion+descriptiva&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjFzIyRwvLlAhXEmVkKHTdGDqIQ6AEILTAB#v=onepage&q=investigacion%20descriptiva&f=false>

Ocegueda, J. M. (2000). Crecimiento y desarrollo económico-el estado actual del debate. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=y5fGeXERg1UC&printsec=frontcover&dq=Crecimiento+y+desarrollo+econ%C3%B3mico--el+estado+actual+del+debate&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwIU76qJofXlAhVozlkKHxVxCRwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Crecimiento%20y%20desarrollo%20econ%C3%B3mico--el%20estado%20actual%20del%20debate&f=false>

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Ordoñez-Matamoros, G. (2013). Manual de análisis y diseño de políticas públicas. Primera edición. Bogotá, D.C.: Universidad Externado de Colombia. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/281523518_Manual_de_Analisis_y_Disenio_de_Policic as_Publicas/link/55ec25bf08ae21d099c5f4b6/download

Organización Mundial de la Salud - OMS (2011). Informe mundial sobre la Discapacidad. Banco Mundial. Recuperado de file:///C:/Users/Equipo7/Downloads/9789240688230_spa.pdf.

Organización Mundial de la Salud -OMS. (2001). Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud Versión abreviada. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Recuperado de http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/43360/1/9241545445_spa.pdf.

PNUN (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. Recuperado de: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-10-reduced-inequalities.html>

Red de Empresa por la Diversidad (RED). (2015). Guía de inclusión laboral de personas con discapacidad para empresas: actores y procesos. Universidad Torcuato Di Tella. Buenos Aires. Argentina. Recuperado de: http://ciapat.org/biblioteca/pdf/1219-Guia_de_inclusion_laboral_de_personas_discap_para_empresas.pdf

Rey y Sanz (2018). El empleo de las personas con discapacidad: oportunidades y desafíos. Recuperado de:

<https://books.google.com.co/books?id=ZgCCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=El+empleo+de+las+personas+con+discapacidad:+oportunidades+y+desaf%C3%ADos.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwii7NqQnfXIAhWBwFkKHdxvA70Q6AEIKDAA#v=onepage&q=El%20empleo%2>

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

[0de%20las%20personas%20con%20discapacidad%3A%20oportunidades%20y%20desaf%C3%ADos.&f=false](#)

Rodríguez, F. (2010). Estudio diagnóstico sobre barreras para la inclusión laboral.

Recuperado de:

<http://www.pactodeproductividad.com/pdf/documentodiagnosticopactodeproductividad.pdf>

Rendueles, M. (2010). Mercadeo social, responsabilidad social y balance social: conceptos a desarrollar por instituciones universitarias. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/993/99312518003.pdf>

Secretaria de Salud Distrital (2007). Política Pública Distrital de Discapacidad, Decreto 470 de 2007. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<https://www.un.org/development/desa/disabilities-es/convencion-sobre-los-derechos-de-las-personas-con-discapacidad-2.html>

Shum, C & Portillo M (2004) Discapacidad y Empleo: Una perspectiva de Género.

Universidad de Huelva, Huelva, España. Recuperado de:

<http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6130>

UNESCO (2005). Guidelines for inclusion: ensuring access to education for all. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. France. Recuperado de:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000140224>

UNIDEP, Clasificación de la Investigación. Recuperado de:

https://selinea.unidep.edu.mx/files/528to832_r649220160427120000289061.pdf

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

ANEXOS

Tabla 1. Variables

Variables		Frecuencia	Porcentaje
Discapacidad Auditiva	1	3	34%
	2	2	22%
	3	1	11%
	4	2	22%
	5	1	11%
Discapacidad intelectual – cognitiva	1	4	45%
	2	3	33%
	3	0	0%
	4	2	22%
	5	0	0%
Discapacidad Psicosocial – mental	1	7	78%
	2	1	11%
	3	0	0%
	4	1	11%
	5	0	0%
Discapacidad física	1	1	11%
	2	2	22%
	3	1	11%
	4	1	11%
	5	4	45%

MERCADEO SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN LABORAL

Discapacidad visual	1	3	34%
	2	2	22%
	3	1	11%
	4	3	33%
	5	0	0%
Discapacidad múltiple	1	4	45%
	2	2	22%
	3	0	0%
	4	3	33%
	5	0	0%
Discapacidad Sordo ceguera	1	5	56%
	2	2	22%
	3	1	11%
	4	1	11%
	5	0	0%