



**UNIVERSIDAD
COOPERATIVA
DE COLOMBIA**

Campaña de neuromarketing para la inclusión social y laboral de personas con
discapacidad

“somos mas que una discapacidad”

Presentado por:

María del Carmen Torres Peroza

ID: 324475

Deisy Carolina Espinosa Cotrina

ID: 397859

Universidad Cooperativa De Colombia, Campus Arauca

Arauca, Arauca

Julio, 2018



UNIVERSIDAD
COOPERATIVA
DE COLOMBIA

CAMPAÑA DE NEUROMARKETING PARA LA INCLUSION SOCIAL Y LABORAL
DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

“SOMOS MAS QUE UNA DISCAPACIDAD”

Presentado por:

María del Carmen Torres Peroza
Deisy Carolina Espinosa Cotrina

Trabajo Final Diplomado en NEUROMARKETING

Universidad Cooperativa De Colombia, Campus Arauca

Arauca, Arauca

Julio, 2018

RESUMEN

La sociedad actual tiene tendencia a la discriminación debido a los prototipos generados por el grupo mayoritario, en cuanto a la percepción física y mental que debe tener una persona para poder ser aceptada dentro de un círculo social y/o laboral.

Precisamente hacia esta directriz está encaminado el presente trabajo de investigación; el cual se basa en la creación de una campaña social, enfocada al cambio de actitud en la sociedad araucana, que permita la inclusión social y laboral de personas en situación de discapacidad, implementando el Neuromarketing como herramienta fundamental, en donde se aplican las técnicas pertenecientes a la neurociencia y el marketing digital, todo lo anterior con el propósito de comprender de manera asertiva, la forma cómo se efectúa la toma de decisiones del consumidor en un nivel inconsciente de su cerebro.

Palabras claves: sociedad, discriminación, campaña social, inclusión social, discapacidad, Neuromarketing, marketing digital.

ABSTRACT

The current society has a tendency to discrimination due to the prototypes generated by the majority group, in terms of the physical and mental perception that a person must have in order to be accepted within a social and / or work circle.

It is precisely towards this directive that the present research work is directed; which is based on the creation of a social campaign, focused on the change of attitude in the Araucana society, which allows the social and labor inclusion of people in a situation of disability, implementing Neuromarketing as a fundamental tool, where the techniques belonging to neuroscience and digital marketing, all of the above with the purpose of understanding in an assertive manner, the way how the decision making of the consumer is made at an unconscious level of his brain.

Keywords: Society, Discrimination, Social Campaign, Social Inclusion, Disability, Neuromarketing, Digital Marketing.

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
1. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION PARA LA INCLUSION SOCIAL Y LABORAL DE PERSONAS EN SITUACION DE DISCAPACIDAD	7
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	7
2.1. ANTECEDENTES	7
2.1.1. Discapacidad	7
2.1.2. Tipos de Discapacidad	7
2.1.2.1. Discapacidad Física o Motora	7
2.1.3. Discapacidad Sensorial	8
2.1.4. Discapacidad Auditiva	8
2.1.4.1. Tipos de Discapacidad Auditiva	8
2.1.5. Discapacidad Visual	8
2.1.5.1. Causas.....	8
2.1.5.2. Tipos de discapacidad visual	9
2.1.6. Discapacidad intelectual	9
2.1.6.1. Tipos de discapacidad intelectual	9
2.1.7. Discapacidad Psíquica	10
2.1.7.1. Tipos de discapacidad psíquica o mental	10
2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
3. JUSTIFICACIÓN	12
4. OBJETIVOS	13
4.1. OBJETIVO GENERAL	13
4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
5. MARCO REFERENCIAL	14
6. METODOLOGIA	17
7. DESARROLLO DE PROYECTO DE PRACTICA	18
8. APORTES	21
8.1. ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO PARA EL BIEN O SERVICIO SOBRE EL CUAL SE APLICO LA CAMPAÑA	21
9. CONCLUSIONES	22
10. BIBLIOGRAFIA	23
11. APENDICE	24

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se fundamenta en la aplicación del Neuromarketing como herramienta fundamental en la elaboración de la campaña que se ha decidido implementar, particularmente en la responsabilidad con la sociedad, en la equiparación de oportunidades e inclusión social y laboral de personas en situación de discapacidad, la cual debe partir de reconocer que la discapacidad no es una limitante para impedir el desarrollo normal de la vida de las personas, sino de toda la sociedad que debe hacer un cambio de actitud frente a esta.

En algunos de los casos, las personas en situación de discapacidad se les condiciona y restringe la participación social y laboral, impidiéndoseles la realización de muchas actividades generales dentro de una sociedad. A esto se le suma también, las estigmatizaciones que los han marcado de por vida por el solo hecho de ser diferentes y colocados en una posición de inferioridad, lo que conduce a tratarlos como personas incapaces de valerse por sí mismas, potenciarse y desarrollarse.

Así que, para incitar una inclusión en la sociedad de este grupo, se decidió crear una campaña que genere de manera consciente en el cerebro de la persona un cambio participativo de actitud, en el cual un estímulo, como una experiencia o sonido, presentado pueda influir en la respuesta que se desea dar, por medio de la detección e identificación de estímulos del pasado o en un vínculo sentimental, todo esto creado en base al Neuromarketing

1. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION PARA LA INCLUSION SOCIAL Y LABORAL DE PERSONAS EN SITUACION DE DISCAPACIDAD

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Discapacidad

Es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales.

Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive (OMS, s.f.).

2.1.2. Tipos de Discapacidad (Rose, s.f.)

2.1.2.1. Discapacidad Física o Motora

- Anomalías orgánicas: Éstas se encuentran en Cabeza, columna vertebral, piernas o brazos.
- Deficiencias del Sistema nervioso: son las parálisis de las extremidades inferiores y superiores, paraplejia, tetraplejia y a los trastornos que afectan la coordinación de los movimientos.
- Alteraciones viscerales: son los que afectan los aparatos respiratorio, cardiovascular, digestivo, urinario, Sistema metabólico y Sistema inmunológico.

2.1.3. Discapacidad Sensorial

Corresponde al tipo de personas que han perdido su capacidad visual o auditiva y quienes presentan problemas al momento de comunicarse o utilizar el lenguaje.

2.1.4. Discapacidad Auditiva

Es el déficit total o parcial de la percepción que se evalúa de la pérdida del audio en cada oído.

2.1.4.1. Tipos de Discapacidad Auditiva

Se clasifica por la causa:

- Genética: Cuando se hereda
- Adquirida: Cuando algo lo ocasiona
- Congénita: que puede ser prenatal por enfermedad de la madre en el embarazo como sarampión o rubéola o perinatal por complicaciones en el parto.

2.1.5. Discapacidad Visual

Es la disminución parcial o total de la vista. Se debe tomar en cuenta el campo visual que es el espacio visible con la mirada fija en un punto y la agudeza visual que es la capacidad del ojo para percibir objetos.

2.1.5.1. Causas

- De Nacimiento: Aquí se encuentran las personas que nacieron sin información visual, sin distinguir colores y detalles que solo pueden ser notados con el sentido de la vista.

- De forma adquirida: Aquí se encuentran las personas que ya tuvieron en algún momento información visual, pero la pudieron haber perdido por alguna enfermedad, accidente o negligencia.

2.1.5.2. Tipos de discapacidad visual

- Ceguera: Es la pérdida total de la información visual, en algunos casos puede ser reversible, pero en la mayoría de casos no lo es.
- Baja visión: Es el estado en el que la persona aún tiene un campo de luz denominado resto visual.

2.1.6. Discapacidad intelectual

Es aquella que presenta una serie de limitaciones en las habilidades diarias que una persona aprende y le sirven para responder a distintas situaciones en la vida.

Causas de la discapacidad intelectual

La discapacidad intelectual ocurre antes de ser adultos o cumplir la mayoría de edad, a veces puede ser por enfermedad de la madre en el embarazo, complicaciones en el parto y enfermedades en la niñez.

2.1.6.1. Tipos de discapacidad intelectual

- Discapacidad Intelectual Leve

Se considera discapacidad intelectual leve o ligera a las personas cuyo coeficiente intelectual es entre 50 y 70, correspondiente a 2 niveles por debajo de la media, la mayoría de personas con discapacidad intelectual, aproximadamente un 85% están en este grupo.

- Discapacidad Intelectual Moderado

En este tipo de discapacidad intelectual las dificultades son mayores, en el aspecto académico los trabajos asignados son poco calificados y bajo supervisión.

- Discapacidad Intelectual Grave

Las personas con discapacidad intelectual grave tienen un coeficiente de 30 a 35, muchos presentan problemas neurológicos, comprenden de forma precaria la lectura y los números, su lenguaje es limitado, además comprenden gestos simples y de cariño, por eso su familia es el centro de su atención.

- Discapacidad Intelectual Profundo

Es el tipo de discapacidad intelectual más grave, con un coeficiente menor de 20.

2.1.7. Discapacidad Psíquica

La discapacidad psíquica es aquella que está directamente relacionada con el comportamiento del individuo.

Probables causas:

Sus causas son la depresión mayor, la esquizofrenia, la bipolaridad, trastornos de pánico, trastorno esquizomorfo, síndrome orgánico, autismo y síndrome de Asperger.

2.1.7.1. Tipos de discapacidad psíquica o mental

- Retraso mental
- Discapacidad psíquica profunda, severa, severa límite y media.

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como seres humanos adquirimos un pensamiento erróneo de las personas con discapacidad, creemos que dependen de un cuidado o están condenados a pasar el resto de su vida en casa, siendo cuidadas por sus padres o seres queridos, por ende, esto ocasiona un choque de impacto social frente a aquellas personas que padecen de esta condición, debido a la falta de información y entendimiento que tenemos sobre ellos.

Por consiguiente las personas con discapacidad no pueden llevar una vida corriente, ya que no es posible el acceso a la integración social, educativa y laboral, debido a que los seres humanos creamos una base de estereotipos para relacionarnos con los demás, el más común de estos es la apariencia física lo cual se percibe a simple vista como un rasgo característico de las personas que nacen con algún tipo de discapacidad física, estas diferencias causan una actitud errónea del grupo mayoritario de personas sin ninguna limitación física.

En conclusión, se debe a un problema de actitud en el que se involucra a la población araucana, puesto que, genera un rechazo o estigmatización social frente a las personas con discapacidad creando una barrera de acceso en el sector laboral o cotidiano como parte importante de una sociedad.

2.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las estrategias adecuadas que se pueden diseñar para sensibilizar a la población del municipio de Arauca para la inclusión social y laboral de las personas en condición de discapacidad?

3. JUSTIFICACIÓN

Dentro de nuestra campaña social, se pretende lograr en la sociedad Araucana un cambio de actitud que permita la inclusión social y laboral de personas en condición de discapacidad, de esta manera conseguir que el empresario araucano y la sociedad en general entiendan que la palabra discapacidad no es impedimento para que las personas que lo padecen puedan cumplir adecuadamente un cargo laboral, y cuando lo hace, lo realiza apropiadamente y de igual manera de quien no tiene discapacidad.

Creando de manera positiva y consciente un cambio de actitud en el sector empresarial araucano, donde se pueda incentivar la responsabilidad social empresarial incorporando la inclusión como objetivo primordial de actuar como un enlace para brindar la oportunidad de obtener una experiencia de trabajo en aquellas personas con discapacidad.

4. OBJETIVOS

4.1.OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una campaña de Neuromarketing enfocada a la inclusión social y laboral de personas en condición de discapacidad en la sociedad Araucana, que permita el cambio de actitud frente a las diferencias fisiológicas y mentales de estas personas.

4.2.OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer las estrategias necesarias que incentive a la inclusión social y laboral de personas en condición de discapacidad.
- Sensibilizar y concientizar a la población araucana al cambio de actitud frente a las personas en condición de discapacidad.
- Incrementar el compromiso social del empresario y la sociedad araucana.

5. MARCO REFERENCIAL

Durante los últimos años, Colombia ha presentado avances significativos en torno de la discapacidad. Estos avances incluyen acciones de política pública desde la institucionalidad gubernamental, la sociedad civil representada en organizaciones de discapacidad y en el sector privado. De acuerdo a los distintos enfoques planteados en la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas. Dicha convención tuvo como propósito —promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los Derechos Humanos y libertades fundamentales de todas las personas con discapacidad y promover el respeto de su dignidad inherente (ONU, 2007).

En Colombia en el marco legal Nacional: (DANE, s.f.) DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES: En la Constitución Política de 1991 se encuentran una serie de artículos que hacen mención expresa a la protección, atención, apoyo e integración social de las personas con discapacidad como los siguientes:

ARTICULO 13: “El Estado protegerá especialmente a aquellas personas que, por su condición económica, física o mental, se encuentren en circunstancia de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan”

ARTICULO 47: “El Estado adelantará una política de previsión, rehabilitación e integración social para los disminuidos físicos, sensoriales y psíquicos, a quienes se prestará la atención especializada que requieran”

ARTICULO 54: “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”

ARTICULO 68: “...La erradicación del analfabetismo y la educación de personas con limitaciones físicas o mentales, o con capacidades excepcionales, son obligaciones especiales del Estado”.

En el Departamento de Arauca **la política pública Departamental para las personas con Discapacidad e inclusion social 2018-2028** (Arauca, s.f.), se regira bajo los siguientes enfoques:

- Enfoque de Derecho
- Enfoque Diferencial
- Enfoque territorial
- Enfoque de desarrollo Humano

Esta Ordenanza tiene como objetivo principal garantizar la protección, inclusión y restitución de los derechos de las personas en situación de discapacidad del departamento de Arauca, a través de acciones que permitan el mejoramiento de las condiciones de vida de esta población. Construyendo desde el entorno familiar, la sociedad civil y las autoridades institucionales, las condiciones actitudinales, materiales, sociales que permitan disfrutar de todos sus derechos.

A nivel internacional las normas uniformes “**Sobre la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad**” (ONU, s.f.) reconoce la Discapacidad en sus causas, consecuencias y en la forma como se asumen las condiciones de índole económica, social, cultural y laboral; y señala además que “la finalidad de estas normas es garantizar que niños, niñas, mujeres y hombres con discapacidad, en su calidad de miembros de sus respectivas sociedades, puedan tener los mismos derechos y obligaciones que los demás” (numeral 15). En consecuencia y destacando la responsabilidad de los estados, las naciones y la necesidad de la participación de todas las personas con discapacidad, así como

también las organizaciones que las representan, se señalan recomendaciones que conducen a la igualdad en la participación y en las oportunidades para las personas con discapacidad en el conjunto de las actividades de la vida social dentro del contexto en el que se vive.

Según el Informe Mundial sobre la Discapacidad de la OMS y el Banco Mundial publicado en el año 2011, más de 1.000 millones de personas en el mundo viven con alguna discapacidad, lo que se traduce aproximadamente en el 15% de la población mundial. De estas, casi 200 millones experimentan dificultades considerables en su vida diaria ya sean físicas, motoras o múltiples (OMS y Banco Mundial, 2011). Según estimaciones sobre el crecimiento de la población, el número de personas con discapacidad aumentará en un 120%, en los próximos 30 años en los países de América del Sur. Mientras que el índice de crecimiento de las personas con discapacidad en los países del norte será del 40% durante ese mismo período (Berman, 2005).

6. METODOLOGIA

Como metodología el Neuromarketing, involucra el empleo de tecnología para motivar al consumidor en las decisiones de compra dentro de su actividad cerebral, para que sea activada generando un deseo de consumo o estimulación sensorial en un cliente potencial.

El efecto priming o también llamado “primado” en español es una modalidad de memoria implícita a largo plazo, es decir aquella que no puede examinarse de una manera consciente y que luego utilizamos de manera inconsciente, en el cual un estímulo, como una imagen, experiencia, sonido u olor presentado con anterioridad puede influir en la respuesta que se va a dar posteriormente, gracias a un efecto facilitador en la detección e identificación de estímulos del pasado (Platas, s.f.).

Depende de lo que se propone en la estrategia de comunicación, y sobre todo, en la propuesta, pues una dirección vaga de esta metodología estimularía una reacción negativa en el cliente, causando una pérdida en el mensaje que se desea dar, por eso, se debe analizar y crear estrategias basadas en el consciente del consumidor y no desde la perspectiva o pensamiento propio por el simple hecho de creer que tal vez piensen de la misma manera de quien está enviando el mensaje.

7. DESARROLLO DE PROYECTO DE PRACTICA

La campaña para la inclusión social y laboral de personas en situación de discapacidad propuesta “Somos más que una discapacidad” está basada en historias y experiencias reales e instrumentos desarrollados directamente en sus actividades cotidianas laborales y la interacción con la sociedad en general. Llevamos a cabo las entrevistas en la Unidad Administrativa de Salud de Arauca, donde contamos con la colaboración del Dr. Leonardo Forero Director de la misma y con la participación de 3 personas en condición de Discapacidad que nos cuentan sus historias y el desempeño que cumplen en la unidad Administrativa de salud, cada historia decidimos etiquetarla con un hashtag diferente para definirlas y así con esta herramienta implementarlas en medios digitales como Facebook o Instagram, esto con el fin de que se pueda compartir llegando a más personas y que ellos se hagan partícipes de esta dinámica con una foto de la persona que consideren también sean denominados según cada etiqueta lanzada como los denominamos comienza, sin límites y superación; estas palabras generan empatía y positivismo para el cerebro humano, y es esto lo que queremos ocasionar, que se llegue de manera positiva al consciente humano.

- Dolly Fernández Rojas, profesional en Comunicación Social y Periodismo, se desempeña como jefe de prensa y comunicaciones en la unidad administrativa de salud, bajo el hashtag #comienza decidimos etiquetar su historia su actividad laboral empezó en el año 2005, su discapacidad es múltiple, ya que, nació a los 6 meses, lo que le ocasiono hipoxia (deficiencia de oxígeno en la sangre, células y tejidos del organismo), afectando su lóbulo izquierdo en el cerebro y también el aparato que permite reconocer el rostro de las personas, también padeció de poliomielitis (enfermedad infecciosa producida por un virus que ataca la médula espinal y provoca atrofia muscular y parálisis), lo cual le dificulta la marcha en su motricidad y muy poco control en sus extremidades,

ella nos cuenta que la manera en que percibe como la ve las demás personas, no lo puede catalogar sin embargo siente que la humanidad por naturaleza es injusta con los ojos, los sentimientos y las percepciones con quienes son diferentes, se define como una persona exigente, perfeccionista y enemiga de la mediocridad, por ende dice que con esto demuestra a las personas que laboran con ella que las personas en situación de discapacidad son tan iguales o mejores de funcionales que las personas que cuentan con todas sus facultades, por ultimo deja un mensaje en donde desea que las personas conozcan un poco más, crean y tengan confianza en aquellas en situación de discapacidad.

- Nathalia Sarmiento, Profesional en Bacteriología y especialista en epidemiología lidera el programa de tuberculosis y lepra en la unidad administrativa de salud, bajo el hashtag #SinLimites decidimos etiquetar su historia, nos cuenta que tiene una discapacidad de nacimiento adquirida por una parálisis cerebral, denominada hemiparesia izquierda (caracterizada por debilidad en un lado del cuerpo), lo que le dificulta en la hora de realizar sus tareas diarias como el aseo personal, la cocción de los alimentos, el acceso a lugares altos y a la hora de realizar sus actividades laborales en el computador solo puede hacerlas con una sola mano para escribir en el teclado, ella nos cuenta que la manera en que percibe como la ve las demás personas, es que normalmente no se dan de cuenta que ella cuenta con esta discapacidad pero que a la hora de convivir con ella durante determinado tiempo es donde se fijan de su discapacidad y es allí donde le preguntan si necesita ayuda, y ella les hace saber que en el momento que necesite de su apoyo se los hará saber, se considera una persona responsable y comprometida con la labor que desempeña, para ella su discapacidad no representa ninguna limitación.

- Adriana Paola Sánchez, es estudiante de la ESAP de la carrera Administración Pública , se desempeña como auxiliar técnico en talento humano en la unidad administrativa de salud, bajo el hashtag #superación decidimos etiquetar su historia, nos cuenta que su discapacidad es física y su evolución ha sido difícil pero ella ha ido superando poco a poco esta limitante, sus compañeros la tratan con respeto y cariño, se considera una persona responsable y dedicada, por ultimo nos deja en claro que su discapacidad no es ninguna limitante para cumplir con sus actividades.

El método de Neuromarketing y los instrumentos que activen el efecto priming en el consciente del ser humano han sido adaptados, a fin de que puedan servir de estímulos que inciten a una identificación del cliente potencial con la campaña directamente.

El método de trabajo propuesto consta de estos tres videos, que deberán ser subidos a los medios digitales cada dos semanas, para que el público asimile cada historia y no se sature de tanta información a la misma vez con el efecto Priming se deberá generar una impresión sensorial en la mente de las personas, es decir, que se logre vincular cada historia de estas personas en situación de discapacidad, ya sea por que quien lo ve cuente en su vínculo social con alguien muy cercano en esta misma condición o algún ser querido dentro de su grupo familiar, las relaciones dentro del consciente de cada individuo pueden ser diferentes, dependiendo del contexto, cultura u otra variable que intervenga en los significados que se les den individualmente, es por ello que se trata de homogeneizar en un campo semántico de palabras positivas y de un gran reconocimiento para el cerebro, ya que, tienen una gran connotación de empoderamiento las cuales fueron comienzo, sin límites y superación, para que puedan influir en las decisión de un cambio y sensibilización de actitud frente a las persona en situación de discapacidad.

8. APORTES

8.1. ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO PARA EL BIEN O SERVICIO SOBRE EL CUAL SE APLICÓ LA CAMPAÑA

Para generar un cambio de actitud dentro de los grupos familiares, sociales y laborales se debe establecer una dinámica de comunicación con los distintos actores, en donde se les vincule y creen enlaces participativos, mediante lineamientos como:

- identificar en la comunidad qué es lo que más les genera un rechazo o limitante para generar lazos de relaciones sociales y/o laborales con las personas en situación de discapacidad.
- Describir el problema es un aspecto crucial e importante para organizar efectivamente una estrategia que permita ser claro en lo que se desea comunicar.
- Generar y crear un poder dentro de la sociedad, es decir, que ellos se sientan partícipes y autónomos de romper las barreras de la estigmatización con lo cual pueden romper barreras y dar el primer paso hacia un cambio de actitud.
- Crear acciones con un propósito, ya que, esto es lo que persigue algunas personas en estos tiempos de globalización, una causa en la que se pueda generar una lucha en donde otros participan activamente de un cambio integral y cultural.
- Comunicarse con la sociedad, existen muchas maneras de transmitir un mensaje efectivamente, ya sea, por medio de redes sociales las cuales son utilizadas por una gran cantidad de personas, en donde cada día se vinculan más y los mensajes se pueden compartir en grandes masas.

9. CONCLUSIONES

El ejercicio realizado en la elaboración del presente trabajo, permite sostener que el proceso de inclusión laboral de personas con discapacidad encuentra su verdadero significado a partir de sentir esa discapacidad como propia, de tal manera que no exista duda alguna sobre la urgente necesidad de abrir mayores espacios para que a la vida personal de los discapacitados, de por sí ya difícil, no se le sumen situaciones de rechazo, indiferencia y no inclusión en todos los espacios de la vida cotidiana de un ser humano.

La aplicación de las técnicas del neuromarketing cumplió con el objetivo de hacer conocer y comprender la importancia del tema tratado, a través de los diferentes niveles de atención que se lograron entre el estudiantado participante ante los estímulos manejados.

Y desde el comportamiento de las personas ante los estímulos aplicados, que iban encaminados a hacerles sentir lo que vive una persona con discapacidad, se pudo dejar ver cómo el darle a una persona con discapacidad la oportunidad de un empleo, se constituye como el mejor instrumento para garantizarle un mejor nivel de vida no solo desde el punto de vista económico, sino desde su motivación emocional cuando se entiende que el trabajo es una necesidad existencial y un derecho constitucional.

Desde la educación preescolar se debe iniciar un trabajo de inclusión y aceptación de las personas con discapacidad, de tal manera que, a futuro, esos niños y niñas que llegarán a ocupar el mercado laboral del país, tengan claro que sus empresas, sus negocios deben estar abiertos para aquellos compañeros de estudio, promoviendo la igualdad de condiciones.

10. BIBLIOGRAFIA

- Gobernación de Arauca. Recuperado de: Ordenanza No. 01 de 2018.
- Organización de las Naciones Unidas- ONU. Recuperado de: Resolución 48/96 de 1993
- Organización Mundial de la Salud- OMS (s/f). Recuperado de <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Plan nacional de atención a las personas con discapacidad. MANUAL OPERATIVO. Consejería Presidencial para la Política Social. (2002)
- Platas. (2017). NeuroMarketing: El efecto priming. Recuperado de <https://gaboplatas.wordpress.com/2017/01/05/neuromarketing-el-efecto-priming/>
- Tipos de Discapacidad que Existen y Clasificación. (2017). Recuperado de <https://disiswork.com/blog/tipos-de-discapacidad/>

11. APENDICE

Video de Promoción social “somos más que discapacidad”, las imágenes a continuación mostradas son tomadas del video realizado por nosotras mismas:



Dolly Fernández Rojas



Nathalia Sarmiento



Adriana Paola Sánchez