

Universidad de La Sabana



Universidad de
La Sabana

UBICUO, Plataforma digital para la integración laboral de profesionales con diversidad funcional o discapacidad física en Colombia

Trabajo de grado

Diana Carolina Rey Jiménez

Chía

2021

Universidad de La Sabana



Universidad de
La Sabana

UBICUO, Plataforma digital para la integración laboral de profesionales con diversidad funcional o discapacidad física en Colombia

Trabajo de grado

Diana Carolina Rey Jiménez

Maestría en Periodismo y Comunicación Digital

Facultad de Comunicación

Chía

2021

Índice

Introducción	7
1. Antecedentes	10
1.1. Marco legal sobre la población en condición de discapacidad en Colombia.....	12
1.2. Condiciones laborales de la población en condición de discapacidad en Colombia	14
1.3. Internet y las TIC en la inclusión laboral de la población con discapacidad	18
1.4. Plataformas digitales para la búsqueda de empleo.....	19
1.5. Modelos de negocio de las plataformas de empleo.....	23
El Empleo.com.....	24
Computrabajo	27
LinkedIn.....	29
2. Justificación	33
3. Diagnóstico.....	35
4. Población.....	37
4.1. Profesionales con discapacidad física en búsqueda de empleo en Colombia	37
4.2. Las empresas más grandes de Colombia	38
5. Marco conceptual.....	43
5.1. Discapacidad.....	43
5.1.1. Tipos de discapacidades	44
5.2. Discriminación.....	46
5.2.1. Discapacidad y discriminación	46
5.3. Inclusión.....	48
5.3.1. Inclusión laboral.....	48
5.4. Internet y la web 2.0.....	50
6. Benchmarking	52
7. Objetivos	56
7.1. Pregunta problema	56
7.2. Objetivo general	56
7.3. Objetivos específicos	56
8. Modelo de negocio.....	57
9. Cronograma y presupuesto.....	61
10. Presupuesto.....	63

11. Plan de marketing y posicionamiento de marca	64
A. Análisis situacional de Ubicuo	64
b. Análisis de la competencia	65
Matriz de posicionamiento competencia.....	65
Competidores directos	66
Competidores indirectos.....	66
Sustitutos.....	66
d. Marketing mix.....	68
Producto o servicio.....	68
Precio.....	69
Plaza o canales de contacto	71
Promoción	71
e. Matriz DAFO.....	74
f. Objetivos de marketing y posicionamiento	75
g. Usuarios	76
h. Target.....	77
i. Públicos de comunicación (mapa de públicos)	78
j. Estrategias	79
k. Calendario – Diagrama de Gantt	81
m. Presupuesto de marketing.....	83
n. Medición de resultados.....	84
12. Maqueta del sitio	86
13. Metodología	95
14. Pruebas de prototipado	97
Referencias bibliográficas	100
Anexos	105

Lista de tablas

Tabla 1. Plan VIP para usuarios El Empleo.com	24
Tabla 2. Planes y paquetes para empresas de elemplo.com	25
Tabla 3. Planes y membresías para empresas de Computrabajo.com.....	28
Tabla 4. Planes Premium de LinkedIn.....	31
Tabla 5. Las empresas más grandes de Colombia	38
Tabla 6. Las mejores empresas para trabajar en Colombia	42
Tabla 7. Tipos de discapacidades.....	44
Tabla 8. Benchmarking de proyectos o plataformas similares	52
Tabla 9. Modelo de negocios Ubicuo	57
Tabla 10. Cronograma y presupuesto	61
Tabla 11. Presupuesto	63
Tabla 12. Presencia en Facebook de los competidores.....	72
Tabla 13. Presencia en Facebook de los competidores.....	72
Tabla 14. Matriz DAFO Ubicuo	74
Tabla 15. Segmentación de públicos Ubicuo.....	77
Tabla 16. Mapa de públicos	78
Tabla 17. Calendario - Diagrama de Gantt	81
Tabla 18. Presupuesto de marketing de Ubicuo.....	83
Tabla 19. Medición de resultados esperados	85
Tabla 20. proceso de evaluación de la usabilidad y experiencia de usuario de Ubicuo	98

Lista de figuras

Figura 1. Mapas de posicionamiento - Plataformas de empleo	67
Figura 2. Arquitectura de la plataforma.....	89

Introducción

El derecho al trabajo es uno de los más importantes logros y retos a la vez que tenemos como humanidad. Estos se manifestaron por primera vez como en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y fueron establecidos como derechos de segunda generación, después de los derechos civiles o fundamentales, y los derechos políticos. Así pues, los derechos de segunda generación, de acuerdo con (Mestre, 2007) tienen que ver con los derechos económicos y sociales producto de la luchas obreras de los siglos XIX y XX. Dice la Declaración en su artículo 25:

1. Toda persona tiene derecho a un nivel de vida que asegure su salud, su bienestar y los de su familia, especialmente en cuanto a su alimentación, el vestido, la vivienda, la atención médica y los necesarios servicios sociales; toda persona tiene derecho a la seguridad en caso de desocupación, enfermedad, invalidez, viudez, vejez u otros casos de pérdida de los medios de subsistencia debido a circunstancias independientes de su voluntad.

De esta manera, la sociedad en el presente siglo, se caracteriza por tener importantes avances en materia laboral como la jornada de ocho horas, la inclusión laboral de la mujer y el reconocimiento de condiciones laborales dignas en diferentes contextos y sectores. En años recientes se ha hablado de “reconocer la existencia de derechos de tercera generación, derechos colectivos, derecho a la paz, y al medio ambiente saludable. Sin embargo, aún no han sido reconocidos” (Mestre, 2007).

No obstante, en la actualidad, son muchos los retos y desafíos que aún persisten para alcanzar una verdadera inclusión y goce efectivo de derechos por parte de la ciudadanía. La inclusión, desde la perspectiva de las personas en condición de discapacidad en el contexto laboral, es entendida, según la ONU como “la participación significativa de las personas con discapacidad en toda su diversidad, la promoción e incorporación de sus derechos en la labor de la Organización, el desarrollo de programas específicos para las personas con discapacidad y la consideración de perspectivas relacionadas con la discapacidad, de conformidad con la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad” (ONU, 2019).

La población discapacitada es un sector de la sociedad que ha sido históricamente excluido de las oportunidades, ya sea por desconocimiento, subvaloración de capacidades o directamente por discriminación, este colectivo ha sido especialmente apartado de las oportunidades y el desarrollo económico, social, cultural y político del que goza la población general. Ahora bien, en los últimos años, el término discapacidad ha sido replanteado hacia una dimensión mucho más positiva e inclusiva del ser humano como lo es el término “Diversidad funcional”, el cual, alude a “una situación global, en la que una condición de salud dentro de un contexto determinado genera deficiencias en las funciones y estructuras corporales, limitaciones en la realización de las actividades o restricciones en la participación en situaciones vitales” (Generalitat Valenciana, 2018). Este concepto evoluciona hacia un modelo en donde el valor sea dado en base a la dignidad humana y no a las capacidades, pasando a una perspectiva que reconoce la diversidad en todas sus magnitudes como algo positivo dejando de lado un lenguaje en negativo sobre el colectivo en cuestión. Así, pues desde este proyecto, nos alineamos con la mirada inclusiva y positiva de la diversidad funcional, no obstante, en este documento vamos también a utilizar el término “discapacidad física” o “discapacitado/a” en la medida por ser un término universal y socialmente entendido por cualquier lector de habla hispana para no generar confusiones, tergiversaciones o enviar un mensaje erróneo.

De ahí, que se hace necesario seguir trabajando por la inclusión de este sector de la población de manera que estas brechas logren ser superadas, más aún con las posibilidades que se han abierto en la sociedad con las tecnologías digitales, capaces de generar innovación y desarrollo económico para las poblaciones. Este proyecto busca ser parte de esas iniciativas en busca de mayor bienestar para la sociedad en donde a través de una solución digital, sea posible aumentar las posibilidades laborales y profesionales de un segmento de la población con discapacidad o diversidad funcional, en este caso por razones físicas o motrices. En este sentido, el proyecto pone en valor la importancia del bienestar social bajo la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, en especial los objetivos: 8 (Trabajo decente) 10 (Reducción de las desigualdades), el objetivo 9 (Industria, innovación e infraestructuras) y finalmente, el objetivo 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

La novedad de la propuesta implica trabajar de la mano de empresas con políticas de inclusión laboral en Colombia, así como tender puentes entre diferentes actores para lograr la participación efectiva en el mercado laboral de profesionales en condición de discapacidad física, dando cumplimiento al objetivo 17 (Alianza para el logro de los objetivos) de los ODS. El modelo de negocio que se plantea proviene de las llamadas plataformas virtuales de empleo, las cuales juegan como intermediarias en el proceso de contratación de candidatos y la oferta de vacantes. Así pues, la plataforma busca ser una solución que conecte oferta y demanda de empleo para esta población, pero además brindar una serie de elementos diferenciales encaminados a desarrollar distintas dimensiones profesionales entendiendo las particularidades y necesidades de la población discapacidad en Colombia en búsqueda de empleo. De igual manera, desde la perspectiva de las organizaciones el proyecto se establecería como una oportunidad de acción en lo relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa de las compañías, es decir, como aquellos lineamientos de las empresas encaminados a generar un mayor bienestar en la sociedad como sujetos con un rol relevante en el que a partir de acciones abiertas y genuinas logren impactar desde lo social y económico como un propósito común a toda la organización.

Así pues, el proyecto busca ser un grano de arena en la solución del problema en cuestión; así como una solución necesaria para la población objetivo. En este sentido, en la propuesta se abordarán algunos conceptos como: discapacidad, diversidad funcional, discriminación e inclusión para entender el fenómeno y tener una base de partida para la formulación del proyecto. Por otro lado, se abordarán conceptos relacionados con las TIC, las plataformas digitales, la comunicación digital y el marketing, como aspectos fundamentales, pues serán claves, además de su relación con la Maestría en Periodismo y Comunicación Digital de la Universidad de La Sabana, programa donde surge la idea de creación de este proyecto.

1. Antecedentes

La discapacidad o diversidad funcional es una condición que no debe limitar las posibilidades de ninguna persona, pues forma parte de nuestra sociedad como individuos y sujetos con capacidades, valía y potencialidades para desarrollarse en un mundo igualitario. Internet y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, sin duda, son las grandes protagonistas de nuestro tiempo. En este sentido, sus características de acceso a múltiples servicios como el conocimiento, sus posibilidades para el trabajo y la conexión a nivel global, las hacen propicias para las personas con discapacidad en nuestro país para insertarse en el mercado laboral, permitiendo mayor inclusión e igualdad de oportunidades. El propósito de este apartado es presentar un panorama general de la discapacidad en Colombia y específicamente su relación con el acceso al empleo por parte de esta población que sirva como introducción para la construcción de un proyecto digital enfocado en esta temática.

La motivación para llevar a cabo este proyecto se remonta a una experiencia personal, en la que mi hermano Andrés Rey, Andrés Rey, quién es una persona con discapacidad física, se ha visto enfrentado a las dificultades que supone la búsqueda de oportunidades laborales en Colombia. Para ello, en los siguientes párrafos ofreceré una contextualización de la discapacidad en Colombia y las barreras para el acceso laboral que permita pensar en la construcción de una solución digital; específicamente un portal web enfocado en la búsqueda de empleo para profesionales en condición de discapacidad física como un aporte al conocimiento desde mi rol como estudiante de la Maestría en Periodismo y Comunicación Digital de la Universidad de La Sabana.

En ese sentido, es posible definir la discapacidad según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016), como “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”.

De acuerdo con la OMS (2016) cerca del 15% de la población mundial vive con una discapacidad, y se estima que la cifra supera los 1.000 millones de personas. En Colombia, las cifras del Departamento Nacional de Estadística (DANE, 2018) de la estimación total de personas en Colombia es de 48.258.494 de habitantes, de ellos 3.134.036, es decir, un 7.1% a nivel nacional, tiene alguna dificultad para realizar actividades diarias, de las cuales el 29,5% de las personas tienen discapacidad física o motriz.

En Colombia, la integración laboral de personas en condición de discapacidad presenta grandes desafíos, pues no todas tienen acceso a servicios, educación, empleo y tampoco cuentan con la infraestructura para poder desarrollar sus actividades. Se estima que el 11,3% accede a educación superior, el 1,6% cuenta con formación de posgrado y únicamente el 13% tiene un trabajo. (DANE, 2018).

Además de las barreras estructurales, también se pueden mencionar las barreras mentales que deben enfrentar, pues a través del prejuicio, el desconocimiento sobre la discapacidad y la visión asistencialista de la sociedad, se ven relegados, desconociendo sus conocimientos, habilidades y potencialidades para ser incluidos en el entorno laboral.

En una sociedad con altos índices de desigualdad, como la colombiana, son múltiples las barreras para poder acceder a oportunidades para cualquier persona, barreras económicas, sociales, de raza, género, orientación sexual, etc. En ese sentido, las personas con discapacidad también hacen parte de un grupo de la población que cuenta con aún mayores dificultades para integrarse a la sociedad, y más exactamente, al mercado laboral.

Según lo anterior, es pertinente hablar sobre la integración de las personas en condición de discapacidad, el cuál es definido por el Ministerio de Salud (2013) como el “adecuado acceso a bienes y servicios, procesos de elección colectiva, la garantía plena de los derechos de los ciudadanos y la eliminación de toda práctica que conlleve a marginación y segregación de cualquier tipo. Este proceso permite acceder a todos los espacios sociales, culturales, políticos y económicos en igualdad de oportunidades”. En este contexto, es pertinente preguntarse ¿La población con discapacidad en Colombia cuenta con condiciones óptimas de integración?

Uno de los primeros antecedentes en el mundo en materia de inclusión y reconocimiento de derechos para la población con diversidad funcional, fue la Convención sobre los Derechos de Personas con discapacidad donde representantes y líderes de 86 países se reunieron para acordar y presentar la convención en pro de esta población a finales de 2006 en la sede de las Naciones Unidas. La convención es un acuerdo entre muchos países que dice lo que debe hacer cada estado para que las personas con diversidad funcional tengan los mismos derechos que todo el mundo (Organización de las Naciones Unidas, 2014). Además de lo anterior, combatir la discriminación y el rechazo por parte de la sociedad y que los estados se puedan asegurar de brindar las oportunidades y posibilidades a la población con diversidad funcional con el propósito de darles herramientas para que puedan pensar su propio futuro en libertad y equidad.

En 2011, Colombia se convirtió en el país número 100 en ratificar la convención de Naciones Unidas para los Derechos de las Personas con Discapacidad. La convención establece que los estados no deben tratar a las personas de manera diferente o injusta debido a su condición. Por otro lado, éstas deben hacer parte de la sociedad y son libres de tomar sus propias decisiones, así como ser respetados, tener las mismas oportunidades y posibilidades independientemente de su género y edad.

1.1. Marco legal sobre la población en condición de discapacidad en Colombia

En Colombia una de las primeras iniciativas en pro de la integración de las personas en condición de discapacidad es la Ley 361 de 1997, proyecto que reconoce por primera vez ante el estado y la constitución a las personas en condición de discapacidad en el país, además establece los mecanismos de integración social de las personas con diversidad funcional, esta ley, de autoría del exsenador y Consejero para Discapacidad de la Presidencia de la Republica Jairo Clopatofsky para el Gobierno de Iván Duque (2018 – 2011), sentó las bases para la construcción de políticas públicas para dicha población en el país. No obstante, hay un antecedente anterior con la Ley 12 de 1987 la cual establece que las edificaciones y construcciones permitan el fácil acceso de las personas con discapacidad en sus instalaciones, no obstante, es la Ley 361 de 1997 la que establece de forma más integral su integración más allá del acceso físico a edificios.

Esta ley, establece mecanismos de integración para las personas con discapacidad. Dicta normas para facilitar la accesibilidad a las personas con movilidad reducida, sea ésta temporal o permanente, o cuya capacidad de orientación se encuentre disminuida por la edad, analfabetismo, limitación o enfermedad, al igual que para suprimir y evitar toda clase de barreras físicas en el diseño y ejecución de las vías y espacios públicos y del mobiliario urbano, así como en la construcción o reestructuración de edificios de propiedad pública o privada. (Alcaldía de Bogotá, n.d.). En el 2007 se adopta la Ley 1145 la cual establece el Sistema Nacional de Discapacidad.

Otro antecedente en materia de legislación para la población con discapacidad en Colombia es la Ley 1145 de 2017, por medio de la cual se organiza el Sistema Nacional de Discapacidad y se dictan otras disposiciones. Impulsar la formulación e implementación de la política pública en discapacidad, en forma coordinada entre las entidades públicas del orden nacional, regional y local, las organizaciones de personas con y en situación de discapacidad y la sociedad civil, con el fin de promocionar y garantizar sus derechos fundamentales, en el marco de los Derechos Humanos.

Así mismo, en el 2019, se adopta la Ley 1346 según la cual se aprueba la “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad”, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006. Esto es importante ya que por primera vez el país se alinea con un ente internacional en pro de la población discapacitada.

Por su parte, en el 2013, se adopta la Ley 1618 o Ley Estatutaria de Discapacidad, “Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad” propone una serie de medidas y acciones afirmativas que permiten a las personas con discapacidad, bajo un marco de corresponsabilidad, ejercer sus derechos en igualdad de condiciones con las demás personas. (Ministerio de Salud, 2017).c

Además de estos antecedentes en el aspecto legislativo en pro de la población, Colombia cuenta con la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social adoptada mediante el Conpes Social 166 de 2013, el cual rediseña la política actual de discapacidad, trascendiendo las políticas de asistencia o protección, hacia políticas de desarrollo humano con un enfoque de derechos (Parra Dussan, 2013).

Este es un antecedente importante, teniendo en cuenta el enfoque al cual se estaban dirigiendo las políticas hacia la población discapacitada por uno más enfocado desde su

perspectiva como sujetos de derechos. A su vez, el Documento Conpes 133 de 2013 contempla el modelo social de discapacidad, que centra las barreras de la discapacidad en la sociedad, no en el individuo. (Parra Dussan, 2013).

1.2. Condiciones laborales de la población en condición de discapacidad en Colombia

En materia laboral específicamente, una de las iniciativas más destacadas en pro de la población con discapacidad es el Decreto 2011 del 30 de noviembre de 2017, el cual establece el porcentaje de vinculación laboral de personas con discapacidad en las entidades del sector público. (Ministerio de Justicia, 2017). Dicho mandato ha sido a su vez objeto de críticas, pues las cuotas han dado paso a un enfoque asistencialista que no permite integrar a las personas con discapacidad desde su mérito sino sólo por su condición.

Por su parte, en el Gobierno Nacional, en cabeza del Presidente de la República Iván Duque, de acuerdo con Jairo Clopatofsky - Consejero para la Discapacidad - se han generado aproximadamente 4.384 empleos en el sector público (J. Clopatofsky, Comunicación personal, 24 de junio de 2020). Así mismo, otras de las iniciativas llevadas a cabo por el gobierno en pro de la integración laboral de la población discapacitada son las alianzas con instituciones como el SENA, Innpulsa, Función Pública del Ministerio de Trabajo y la Agencia Nacional de Empleo; las cuales prestan servicios de capacitación y empleabilidad, tanto para el sector público como el privado, en el que se han generado alrededor de 3.000 empleos y que de acuerdo con Clopatofsky (2020): se han logrado generar convenios como el de las empresas de seguridad privada, de las cuales el 2% de los 350.000 empleos que generan van dirigidos a población con discapacidad, por ejemplo: pilotos parecidos han sido el del Centro Comercial Gran Estación. En esa medida, la meta del gobierno del presidente Iván Duque es pasar del 2% en generación de empleo para la población discapacitada en Colombia en el sector público al 4%. Aun así, a pesar de estos avances en materia legislativa y gubernamental de creación de empleos, según datos del Censo de Población del DANE (2018), estas personas enfrentan diariamente diversas dificultades para conseguir empleo, ya que las barreras son de tipo cultural y los estereotipos o miedos por parte de las empresas para contratar personas con discapacidad prevalecen.

Con todo, se hace necesario pensar en nuevas alternativas que ayuden a ampliar el espectro laboral para las personas con discapacidad en nuestro país, por otro lado, a pesar de los avances durante las últimas décadas en materia de reconocimiento de derechos y legislación en favor de la población con discapacidad en Colombia, en la materialidad se ha visto corto, pues en la implementación de leyes, la desarticulación entre las instituciones ha sido la norma y los esfuerzos han sido insuficientes para aterrizar la política pública en las regiones y municipios del país. No obstante, Colombia es uno de los países de América Latina más avanzados en materia de legislación de acuerdo con J. Clopatofsky (Comunicación personal, 24 de junio del 2020). Aun así, el Ministerio de Trabajo tiene un normativo que ha venido desarrollando, en el cual, se contemplan actividades para: “a). Sensibilizar a las empresas sobre la promoción del empleo de las personas con discapacidad y b). Proceso de reglamentación de los derechos y garantías de las personas con discapacidad y de la Reglamentación para la conformación y funcionamiento del Consejo para la Inclusión de la Discapacidad” (Ministerio de Trabajo - República de Colombia, 2019).

También es importante mencionar que a partir de la Ley 361 de 1997, se estableció que a cambio de contratar personas en condición de discapacidad, las empresas pueden acceder a beneficios legales y tributarios. Es decir, desde el punto de vista de los beneficios para las empresas, éstas tendrán preferencia en licitaciones, adjudicaciones y celebración de contratación pública cuando tengan al menos el 10 % de sus empleados en dicha condición. (Actualícese, 2018). Además, desde la perspectiva tributaria, el gobierno ofrece a las empresas exenciones como la del artículo 31 de la Ley 361, el cual establece una deducción del impuesto de renta del 200 % del valor de los salarios pagados durante el año o período gravable a los trabajadores con pérdida de capacidad laboral superior al 25 %, siempre que la vinculación del trabajador se encuentre vigente (Actualícese, 2019), por si fuera poco, también se contemplan “beneficios en las tasas arancelarias de la importación de maquinaria y equipo”, así como una “disminución de 50% en la cuota de aprendices que está obligado a contratar el empleador”. (La República, 2016). Pero, más allá del carácter benéfico que este tipo de medidas puedan generar en la población en cuestión, se hace necesario preguntarse si realmente aportan a su integración y a cambiar la visión que se tiene sobre ellos en la sociedad, o si, por el contrario, la motivación por contratar de las empresas se encuentra más ligada a los beneficios legales y tributarios que a una verdadera cultura de la inclusión y reconocimiento de la diversidad.

En este contexto, una de las iniciativas más destacadas que se han desarrollado en el país en pro de la inclusión laboral de las personas con discapacidad en nuestro país, es el **Programa Pacto de Productividad**, iniciativa empresarial de promoción laboral para personas con discapacidad del Banco Interamericano de Desarrollo en alianza con la Fundación Corona para trabajar por la inclusión económica y social de las personas con discapacidad en el país, a la iniciativa también se unieron entidades públicas como el SENA, la Agencia Presidencial para la Cooperación Internacional de Colombia – APC y la Fundación Concha Saldarriaga, programa que arranca en el año 2008 y al que se unen las principales cajas de compensación del país. El programa se creó con el propósito de mejorar las oportunidades de empleo y formación para las personas con discapacidad, y hasta el momento ha logrado: 1.116 personas con discapacidad inscritas en cursos de formación, 1.632 empresas informadas, 1.231 vacantes ofrecidas por las empresas, 192 empresas han vinculado al Programa, reciben asesoría y 142 de ellas generan oportunidades de trabajo, 948 gerentes + 2.394 colaboradores capacitados, 606 personas vinculadas al ámbito laboral mediante contratos de trabajo o contratos de aprendizaje, 55 instituciones aprenden y más que eso, reciben fortalecimiento técnico) para trabajar en inclusión laboral de personas con discapacidad, 106 Cursos Técnicos del SENA revisados y ajustados para la formación de personas con discapacidad para el trabajo, 525 profesionales formados como parte del fortalecimiento de instituciones de inclusión laboral, 488 docentes y funcionarios administrativos del SENA y otras entidades de formación para el trabajo, capacitados para formar personas con discapacidad, entre otras acciones. (Pacto de productividad, n.d.). De hecho, es a través del mismo programa que se creó el **Modelo de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad**, una hoja de ruta que busca la articulación y el fortalecimiento en alianza con el sector empresarial, los servicios de formación y empleo con entidades públicas y privadas.

En esa misma línea, a partir de 2011, la Fundación Saldarriaga Concha en alianza con el ICETEX ha venido construyendo un fondo financiero para el acceso a la educación superior de estudiantes con discapacidad que ha beneficiado a 330 personas en todo el país. Uno de esos beneficiados es J.J.S. Betancourt (Comunicación personal, 30 de mayo 2020) (Comunicación personal, 30 de mayo del 2020), beneficiario del programa de becas de la Fundación Saldarriaga Concha para cursar estudios de posgrado en Negocios Internacionales en la Miami International University y en donde tuvo la oportunidad de hacer una pasantía durante año y medio, no obstante,

al llegar al país, se encontró de nuevo con las barreras para la inclusión laboral que persisten en el país:

No fue fácil conseguir trabajo, independiente que yo tenga el cartón de la universidad más top, puede ser Harvard o el MIT, independientemente de que tu tengas un cartón así, no te asegura nada. Estuve en varias entrevistas y llegó un punto en donde dije: «bueno, no sé si el tema de la discapacidad sea un estereotipo o que de pronto me juzguen por el tema de la discapacidad y no por mi mente», entonces decidí hacer o crear mi propio trabajo, una empresa enfocada en la accesibilidad e inclusión rentable y sostenible, desde un punto de vista de negocio y no desde como algo bonito o de lástima. (J.S. Betancourt, Comunicación personal, 30 de mayo de 2020).

De acuerdo con datos de la Fundación Saldarriaga Concha, para 2019 del total de los estudiantes beneficiados, el 52% cuenta con discapacidad física, el 22% visual, el 18% auditiva, el 3% intelectual, el 3% psicosocial y el 2% múltiple. Así mismo, de los 330 beneficiados el 44 % son mujeres y el 56 % hombres. Por estratos, la mayoría (61 %) pertenecen a estrato 2, mientras que el 14 % es estrato 1 y el 25 % es estrato 3. En la actualidad, 146 han logrado graduarse, 132 se encuentran estudiando, 46 han desertado y 6 estudiantes han fallecido. (Fundación Saldarriaga Concha, 2019).

A pesar de estas iniciativas de inclusión en el ámbito educativo, aún persisten las barreras para contratar personas en condición de discapacidad, para 2016 el porcentaje de desempleados en esta condición era del 65%. (Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social - CONPES 166, 2013). Estas barreras en algunos casos tienen que ver con la normativa y el miedo de las empresas. Por ejemplo, en 1997 se aprobó la Ley Clopatofsky, que impide a las empresas despedir a sus trabajadores por el hecho de que estén bajo alguna discapacidad. “Y aunque la normativa estaba bien fundamentada en el papel, esto alarmó a las empresas” (La República, 2017).

“Se generó el temor de que al contratar una persona haya problemas cuando se termine su contrato. Por eso muchas prefieren no incluir en la nómina antes de tener inconvenientes con la ley”, aseguró Alejandra Arenas, directora de Best Buddies. (La República, 2017).

Por todo ello, para personas como J.S. Betancourt (Comunicación personal, 30 de mayo del 2020), profesional, con titulación de posgrado en el exterior, quién es una muestra de la preparación y capacidades de esta población, debe haber un cambio cultural, pues de nada sirve la voluntad de los dirigentes, sin un cambio cultural y en la forma de pensar: «Puede que hayan leyes, pero eso no se ve. Bogotá es una ciudad muy limitante y la mentalidad de nuestros dirigentes no está tan enfocada a eso» se lamenta J.S. Betancourt (Comunicación personal, 30 de mayo del 2020).

Finalmente, otro referente en materia de inclusión laboral para personas con discapacidad en el país, es la iniciativa **Best Buddies Colombia** que parte de una organización internacional con presencia en el país. Genera acciones encaminadas a la promoción de la inclusión y mejora de oportunidades para la población con discapacidad intelectual a través de programas de voluntariado y oportunidades en la que se busca transformar la percepción de esta discapacidad en la comunidad. *Best Buddies* ha logrado incluir más de 600 personas con discapacidad intelectual en más de 60 empresas ubicadas en 35 ciudades y municipios. (La República, 2017).

1.3. Internet y las TIC en la inclusión laboral de la población con discapacidad

Aunque resulte positivo y partan de buena fe este tipo de iniciativas, es importante tener en cuenta, que a pesar de que las discapacidades en algunos casos puedan suponer una barrera para el acceso a ciertos oficios, servicios o productos, sin duda esto no limita ni demerita a una persona con discapacidad, pues en muchas ocasiones cuentan con las condiciones de actitud y aptitud para desempeñarse de forma exitosa en el mundo laboral, diversos son los ejemplos así como los avances que durante las últimas décadas la humanidad ha alcanzado, específicamente con la revolución tecnológica a la que asistimos hoy en día.

En consecuencia, resulta importante seguir trabajando por un cambio de actitud hacia las personas con discapacidad, en el reconocimiento como sujetos de derechos y capacidades físicas, emocionales y cognitivas para desempeñarse con éxito en el entorno laboral. Esto se puede evidenciar en el caso de las personas con discapacidad que también son profesionales, y que se han preparado y accedido a la educación superior, muchas veces en condiciones de igualdad frente

a los no discapacitados y que demuestra su capacidad, la cual debe ser valorada, no por su condición física, sino por sus capacidades laborales e intelectuales.

Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y más específicamente Internet, juegan un papel esencial en ese sentido, ya que posibilitan ampliar el alcance teniendo en cuenta el potencial de estas herramientas para conectar oferta y demanda de empleo, como parte del ecosistema digital de hoy. En este contexto, los servicios de empleo a través de Internet son una herramienta que ha crecido y se ha consolidado en las últimas décadas. De acuerdo con el informe Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España, las empresas utilizan plataformas digitales como redes sociales para buscar candidatos en línea, siendo LinkedIn (74%), Facebook (40%) y Twitter (22%) las más utilizadas para reclutar talento. (Adecco, 2016). Además, de acuerdo al mismo estudio, se afirma que los portales web de empleo siguen siendo el medio mejor valorado por los responsables de Recursos Humanos para reclutar talento. El 97% considera satisfactoria su experiencia en la contratación de personal a través de ellos. Así mismo, llama la atención que en el top cinco de medios para reclutar, se encuentran dos canales digitales más para el reclutamiento como medio preferido por las empresas como las redes sociales (92%) y los sitios web corporativos (87%).

Por lo anterior, se evidencia la preeminencia de los canales digitales para el reclutamiento frente a candidatos por encima de los más tradicionales, los cuales han ido quedando cada vez más relegados. De igual modo, así como han llegado nuevos medios de captación de talento, otros más tradicionales van reduciendo su presencia y efectividad de manera considerable: anuncios en prensa, SEPE, foros de empleo, etc. (Adecco, 2016).

1.4. Plataformas digitales para la búsqueda de empleo

Ahora bien, los canales de búsqueda de empleo por parte de personas y de talento humano desde las mismas empresas en Internet se conocen como plataformas digitales para la búsqueda de empleo, pero, antes de entrar a hablar sobre ellas, es importante entender a qué nos referimos al hablar sobre el concepto de plataforma. De acuerdo con Srnicek (2018) está se puede definir en el nivel más general como:

Infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen...se posicionan como intermediarias que reúnen a diferentes usuarios: clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores e incluso objetivos físicos. Casi siempre, estas plataformas también vienen con una serie de herramientas que permiten a los usuarios construir sus propios productos, servicios y espacios de interacciones. (p. 45).

En ese orden de ideas, en la categoría de plataformas, se podría encontrar algunas de las empresas más conocidas en el ámbito digital como: redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, etc.), así mismo, plataformas de transporte (Uber, Cabify o Didi), plataformas de entretenimiento (Netflix, Spotify, Deezer) y plataformas de servicios como Airbnb y Amazon, entre otras. Sumado a esto, los sectores y servicios pueden ser muy variados, pero lo que tienen en común es que funcionan bajo un modelo de negocios de plataforma en donde ejercen como intermediarias entre un producto/servicio y los usuarios. Además, los datos se convierten en el insumo principal para su funcionamiento, pues entre más utilizadas son por los usuarios, más capacidad tiene para conocerlos, ofrecerles nuevos servicios y satisfacerlos, así como generar ingresos. En ese sentido, las plataformas suelen tener un modelo de negocio claro para su sostenimiento.

En el caso de las plataformas de búsqueda de empleo, éstas serían infraestructuras basadas en la web que permiten el intercambio de ofertas de empleo entre usuarios y empresas, así como múltiples tipos de interacciones. De acuerdo con Gómez-Jiménez (2018), el nacimiento de estas plataformas data de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI en Europa y Estados Unidos principalmente, y sus inmediatos predecesores fueron los tradicionales clasificados de los periódicos. Según el autor, el principal camino para encontrar trabajo antes de Internet, eran los clasificados, y especialmente la edición dominical de los diarios más importantes de Colombia: El Tiempo y El Espectador. Precisamente, con la masificación de Internet y el acceso generalizado de casi cualquier persona a la red, pronto se convirtió en una posibilidad para innovar y mirar posibilidades de crecimiento, de esta manera, siguiendo a Gómez-Jiménez (2018).

“La tecnología digital ofrece romper con un intermediario monopólico para realizar una tarea. Así, Internet elimina esa exclusividad que tenían los periódicos para llegarles a los ciudadanos y ahora son estos quienes crean sus propios contenidos, forman sus propias

redes y contactos, y logran un modelo de autoservicio y autogestión de la información”. (p. 51).

El proceso de migración del negocio de los clasificados en los periódicos a los anuncios por Internet de El Tiempo se da con la creación de su propia plataforma de búsqueda de empleo, la cual, según Gómez-Jiménez (2018), fue inspirado en *Monster*, el buscador líder en los Estados Unidos. La plataforma le ofrecía a las empresas y a los usuarios facilitarle la vida a la hora de ofrecer vacantes y aplicar para un trabajo, pues era un proceso tradicional que podría ser bastante extenuante y demorado. Antes el proceso de publicación y búsqueda de empleo podía durar días y hasta semanas entre la publicación de la oferta y la recepción de candidaturas en las empresas, ser revisadas de forma manual e ir filtrando hasta encontrar candidatos ideales. Según Gómez-Jiménez (2018):

Normalmente el 10% de las solicitudes se ajustan al perfil...tampoco se podía hacer un seguimiento preciso...Esto era justamente la solución que ofrecía Internet: seguimiento, servicio y acompañamiento...el sistema clasifica y muestra las que cumplen los requisitos, o las de quienes efectivamente se encuentran en la ciudad de la oferta o tienen los estudios, o los años de experiencia requeridos. (p.54-55).

En cualquier caso, el modelo de negocio que creó ElEmpleo.com, consiste en que los usuarios crean sus perfiles con sus hojas de vida y las empresas pagan por reclutar a través de una plataforma. Así mismo, el portal combina el servicio de buscar empleo o empleados junto con contenidos editoriales sobre el mundo laboral. En otras palabras, la plataforma amasa una cantidad considerable de datos de los usuarios, los cuales son ofrecidos a las empresas reclutadoras con el fin de que estas paguen por que sus ofertas aparezcan en los resultados y las personas puedan aplicar, es la parte básica, obtienen sus ingresos de las empresas y el insumo de los usuarios, pero además, el modelo de ingresos se complementa con múltiples fuentes de ingresos como: contenidos, cursos y servicios Premium, entre otros, que veremos a detalle en el apartado de modelos de negocio de las plataformas consideradas como referentes.

Así pues, la plataforma líder en el mundo para búsqueda de empleo es LinkedIn. Al momento de desarrollar este trabajo, según datos de Statista (2021) la red social para profesionales cuenta con alrededor de 643 millones de usuarios reportados, un valor de marca estimado en 4,84

billones de dólares, un retorno anual de 8,05 billones de dólares. Además, es propiedad de Microsoft, quien la adquirió por un valor de 26,2 billones de dólares. LinkedIn, se describe como una red para conectar profesionales, sin embargo, entre sus diferentes servicios se encuentra el reclutamiento de talento y la educación a través de cursos virtuales dentro de la plataforma.

Por otro lado, Por otro lado, o una de las plataformas referentes en la búsqueda de empleo online en Colombia es Computrabajo, la cual se puede considerar como una plataforma generalista, pues no se enfoca ni en un sector en especial, ni en un tipo específico de público, cualquier persona puede crear un perfil para aplicar a ofertas y así mismo, cualquier empresa puede acceder al servicio para ofrecer vacantes en su mayoría pagando, aunque en su modelo de negocio ofrecen una cantidad limitada de ofertas gratuitas al mes, esta modalidad haría parte de un modelo *fremium*, donde cierta cantidad de opciones básicas de la plataformas son gratuitas para los usuarios. Sin embargo, para poder acceder a mayores funcionalidades, se ofrecen diversas modalidades o membresías a través de los llamados planes.

Aunque es meritorio el servicio que estas plataformas le prestan a las personas sin empleo y la facilidad que le dan a las empresas para optimizar sus de contratación, no obstante, hay aspectos que pueden ser bastante inconveniente de cara a los usuarios que buscan empleo por dichas plataformas. De acuerdo con un artículo publicado por el periódico El Mundo en 2015, hay varios puntos a cuestionar sobre la efectividad de estos espacios en la búsqueda de empleo. En primer lugar “el 80% de las ofertas están ocultas: ¿Qué quiere decir esto? Que dichas ofertas no salen a la luz en ningún portal ni muro visible de empleo, sino que permanecen en una especie de mercado oculto y son cubiertas por las empresas de manera interna”. (Otto, 2015).

En segundo lugar, la calidad de las ofertas no está asegurada. De acuerdo con El Mundo (2015) es frecuente encontrar ofertas fantasmas y de baja calidad, las empresas pagan y es lo que al final le importa a la plataforma: cuántas más ofertas haya, más ingresos recibe el portal. A esto se suma a un contexto en el que, por el afán de recolectar datos reales de usuarios, aparecen paginas agregadoras disfrazadas de portales de empleo que ofrecen y publican ofertas caducas o directamente falsas en portales como LinkedIn, como lo asegura una publicación de El País de España (2020) “No quieren darte trabajo, quieren tener tus datos... Buscan, agregan y postean las mismas ofertas una y otra vez porque las ofertas son limitadas” (Alpañes, 2020). Un problema al que se pueden ver sometidas muchas personas sin saberlo, ya que no solamente no tienen validez

sus postulaciones, sino que sus datos son entregados a terceros con intenciones desconocidas sin ningún beneficio, algo que, aunque puede ser legal, no es ético.

En tercer lugar, un problema no asociado directamente a las plataformas pero que en el contexto de Internet puede generar mayores dificultades para encontrar trabajo, es la cantidad de candidatos que aplican, lo que complica llegar a ser seleccionado, “hasta más de 300 personas se pueden apuntar a una oferta” (Alpañes, 2020). Del cual, sólo un pequeño porcentaje es tenido en cuenta, por lo tanto, encontrar empleo a través de una plataforma generalista puede llegar a ser bastante difícil para una persona, más si ésta es discapacitada.

Finalmente, un aspecto final mencionado por El Mundo, son los llamados planes Premium: “mediante el pago de una cantidad, el usuario puede mejorar la posición de su candidatura dentro de la marabunta o saber quién ha consultado su CV” (Otto, 2015). El debate estaría en si este tipo de practicas no estaría generando discriminación y desventajas hacia aquellas personas que no pueden permitirse pagar por aparecer “destacados” en las plataformas de empleo aún teniendo las capacidades y la experiencia.

Siendo así, queda claro que a partir de los avances tecnológicos de las últimas décadas, más exactamente con lo que tiene que ver con Internet, nuevos servicios basados en la web han ido apareciendo para satisfacer las necesidades del mercado, en este caso, la búsqueda de empleo y el reclutamiento a través de plataformas digitales. En ese orden de ideas, la web, por sus características ya mencionadas, se establece como un medio idóneo para la búsqueda y la contratación de personas en condición de discapacidad física, es por ello que el presente trabajo de profundización busca aportar a la inclusión laboral de este colectivo a través de una solución digital, cuestión que se detallará en el desarrollo de este documento.

1.5. Modelos de negocio de las plataformas de empleo

Para entender mejor el funcionamiento del modelo de negocio de las plataformas de búsqueda de empleo, hemos seleccionado algunos de las plataformas referentes para este proyecto, y así poder proyectar el modelo para la plataforma de búsqueda de empleo para profesionales en condición de discapacidad física en Colombia. El análisis permitirá identificar prácticas y elementos a adoptar para el diseño de la plataforma en coherencia con su propósito y objetivos. Al mismo tiempo,

deberá aportar al reconocimiento sobre cómo funcionan estas plataformas desde el punto de vista de negocio e identificar las fortalezas y debilidades del proyecto de cara a generar una oferta de valor competitiva para el público objetivo.

El Empleo.com

El primer modelo de negocio a analizar, es elempleo.com. Como se comentó en el apartado anterior, elempleo.com es la evolución hacia los clasificados en la web de uno de los medios de comunicación más importantes de Colombia, El Tiempo. Aunque si bien surge como una evolución del tradicional negocio de los clasificados, el modelo de negocio es diferente, aun así algunas de sus características se mantienen, por ejemplo, los ingresos provienen principalmente de las empresas en búsqueda de talento, pero también de empresas que buscan pautar en la plataforma, entonces vendrían siendo dos fuentes de ingresos importantes, como novedad, los ingresos por parte de los usuarios en búsqueda en lo que sería un servicio premium llamado: “El Empleo VIP”, el cual incluye un plan de cinco beneficios para mejorar el perfil de los usuarios que lo deseen y así aumentar sus posibilidades de ser contactados por las empresas. La tabla 1 resume el plan con información tomada de la plataforma El Empleo (2021):

Tabla 1. Plan VIP para usuarios El Empleo.com

Beneficio	Descripción	Valor
1. Destaca tu hoja de vida en las búsquedas.	Durante un año tu hoja de vida aparecerá en un lugar preferencial cuando las empresas busquen perfiles como el tuyo.	Valor plan VIP: \$182.063
2. Prueba conductual PDA	Presenta la reconocida prueba PDA (Análisis de desarrollo personal, por sus siglas en inglés), y recibe un informe completo con tus fortalezas y puntos a mejorar.	Impuestos: \$34.782 Total: 217.845

3. Consulta salarios de interés	Conoce cuanto pagan las empresas por el cargo al que aspiras.
4. Asesoría de hoja de vida	Recibe asesoría personalizada de un experto en redacción de hojas de vida.
5. Acceso a contenido exclusivo	Cursos y contenidos que te ayudarán a prepararte, destacarte y encontrar el empleo que estás buscando. Cursos y consejos. Descuento en cursos de El Tiempo.

Fuente: Elaboración propia con información de empleo.com

Por el lado de las empresas, el portal también ofrece una modalidad de planes para publicar ofertas que van desde el plan básico al avanzado, así como una serie de paquetes empresariales, según las necesidades de las organizaciones, los cuales se pueden visualizar a detalle en la tabla 2. La plataforma permite publicar de forma gratuita la primera oferta a una empresa nueva.

Tabla 2. Planes y paquetes para empresas de empleo.com

Plan o paquete	Servicios	Valor	Vigencia
Oferta full	Permite la publicación de una oferta, donde podrá visualizar todas las HV de los aplicantes. Tiene la posibilidad de replicarse en las BU, EE y SE. Se tiene la opción que la oferta pueda ser publicada como confidencial.	\$379.000	30 días
Paquete 3 ofertas	Permite la publicación de tres ofertas full, donde podrás hacer uso de todos los beneficios de este producto.	\$669.000	30 días

Paquete 5 ofertas	Permite la publicación de cinco ofertas full, donde podrás hacer uso de todos los beneficios de este producto.	\$1.059.000	30 días
Paquete flexi	Permite hacer uso de 16 oferta Full, 85 hojas de vida, 2 consultas salariales.	\$3.490.000	30 días
Plan básico	<ul style="list-style-type: none"> • Crear tu oferta y accede a las mejores bases de datos de candidatos en Colombia. Usa nuestra calculadora salarial, el administrador de selección, conoce información laboral especializada. • Ofertas de empleo ilimitadas, hojas de vida ilimitadas. • Los candidatos podrán conocer tu empresa y aplicar a ofertas de empleo desde un propio espacio personalizado en el empleo.com 	\$8.900.000 + iva	12 meses
Plan destacada	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina exclusiva de empleo • Base propia • Campaña de <i>mailing</i> segmentada • Resultados exclusivos • Ofertas de empleo - Hojas de vida. • Consolida tu marca empleadora y atrae el mejor talento a través de una pagina personalizada de el empleo en el sitio web de tu compañía. 	\$14.090.000 + iva	12 meses
Plan marca empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina exclusiva de empleo • Campaña de lanzamiento • Base propia • Campaña de envío masivo de correo segmentado • Resultados exclusivos - Hojas de vida 	\$21.375.000 + IVA	12 meses

Fuente: Elaboración propia con información de El Empleo, n.d.)

Como propuesta de valor, elemplo.com afirma tener la mejor base de datos de candidatos en Colombia. Al tener el respaldo de la Casa Editorial El Tiempo, esto le permite tener un gran alcance. Así mismo, la plataforma le ofrece a las empresas servicios a la medida como espacios

personalizados en empleo.com, e incluso una página personalizada dentro de los sitios web de las compañías.

Por otro lado, como canales de promoción, empleo.com utiliza principalmente su sitio web, pero también redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube. Al ser una plataforma generalista, el empleo.com no se dirige a un público específico de la población y ofrece sus servicios a todo tipo de empresas, así como ofertas de todo nivel para cualquier usuario. No obstante, si ofrece paquetes según las necesidades de cada empresa, lo que de alguna manera cabe como un tipo de segmentación. Como socios clave, según información de la plataforma, cuenta con los portales web de la Casa Editorial El Tiempo como: Cursos El Tiempo, Metrocuadrado, E-hunters.com, Carro Ya y la Unidad de Servicio de Empleo adscrita al Ministerio de Trabajo. Por otro lado, como recursos clave se puede resaltar la parte comercial, tecnológica para el sitio web. Se desconoce que otros recursos utilicen de forma interna para el funcionamiento del portal, así mismo la relación con clientes y la estructura de costes.

En conclusión, empleo.com tiene un modelo de negocios basado en la obtención de ingresos de parte de usuarios, empresas y anunciantes. A través de diferentes planes y ofertas Premium atrae empresas, así mismo, a través de su robusta base de datos atrae anunciantes, y aunque los usuarios pueden hacer uso del servicio búsqueda gratis, solamente los que estén dispuestos a pagar, pueden tener una ventaja competitiva para encontrar trabajo más fácil, por lo que se convierte en una fuente de ingresos importante para su sostenimiento. Al ser una plataforma generalista, puede reunir una amplia masa de usuarios y empresas, pero precisamente por la cantidad de usuarios, desde el punto de vista de la obtención de empleo, su efectividad puede verse reducida a menos de que puedan pagar, lo cual puede desestimular su uso. Los múltiples servicios y planes que ofrece a las empresas pueden ser atractivas para muchas que no poseen un tamaño considerable, ya que hay planes que se ajustan a casi cualquier tipo de organización, pequeña, mediana o grande.

Computrabajo

Computrabajo por su parte, es una plataforma de búsqueda de empleo bastante popular en Colombia. Tiene presencia en varios países y según información publicada en el sitio web, es el portal de empleo líder en Latinoamérica. Cuenta con aproximadamente 12 millones de hojas de

vida registradas en campos como la ingeniería, la administración, las ventas y para cargos directivos, además aseguran contar con más de 55.000 empresas que contratan a través de la plataforma de forma fácil y rápida.

Al igual que elemplo.com, cuenta con un servicio Premium o pago para usuarios con el fin de aumentar sus posibilidades de ser contratado. Entre sus servicios ofrece: mayor visibilidad de la hoja de vida, volver a aplicar a ofertas, evaluación DISC de Thomas, test de idiomas, saber quién ha visto mi perfil, carta de presentación, video de presentación y teléfono verificado. Normalmente el valor de la membresía es de \$169.000 IVA incluido con una duración de tres meses renovables de forma automática, es el tiempo mínimo de contratación. No ofrece variedad de planes según tipología de servicios con diferentes tarifas que se acerquen a la necesidad de los usuarios, sino un único plan.

Por el lado de las empresas, Computrabajo maneja planes según las necesidades de los cazatalentos, los cuales se pueden apreciar en la tabla 3.

Tabla 3. Planes y membresías para empresas de Computrabajo.com

Plan	Servicio	Valor
Oferta Básica	<ul style="list-style-type: none"> • 1 oferta gratis al mes • 10 primeras hojas de vida • Acceso a hojas de vida en oferta archivada por 30 días 	Gratis
Oferta Standard	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de vida postulantes ilimitadas • Publicación por 60 días • Filtro de candidatos • Acceso a hojas de vida en oferta archivada por 30 días 	\$97.830
Oferta Advance	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de vida postulantes ilimitadas • Publicación por 60 días • Filtro de candidatos • Acceso a hojas de vida en oferta archivada por 30 días • Oferta destacada y urgente • Oferta renovable y actualizable 	\$118.810

Oferta Premium	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de vida postulantes ilimitadas • Publicación por 60 días • Filtro de candidatos • Acceso a hojas de vida en oferta archivada por 30 días • Oferta destacada y urgente • Oferta renovable y actualizable. • Ofertas confidenciales • Preguntas de filtrado automático • Acceso a buscador de hojas de vida (10 por oferta). • Empresa verificada 	\$147.150
----------------	--	-----------

Fuente: Elaboración propia con información de Computrabajo Colombia (2014).

A diferencia de *empleo.com*, Computrabajo ofrece una oferta básica, aunque limitada en opciones para empresas. No obstante, las opciones son tan limitadas en relación con los demás planes que obliga a las empresas a pagar si quieren tener más alcance. Aun así, los precios de los planes pagos son considerablemente menores a los de *empleo.com*, y las opciones que ofrece son diferentes como: el filtro de candidatos, la posibilidad de marcar la oferta como destacada o urgente y hacerla visible a los usuarios, y la insignia de empresa verificada bajo la oferta Premium.

LinkedIn

LinkedIn por su parte, es conocida por ser una red social para empresas y profesionales con la finalidad de generar contactos y “networking”. Su finalidad es ser un espacio para aquellos profesionales que deseen incrementar su visibilidad y gestionar su marca personal, aunque también, entre sus opciones se encuentra la búsqueda de empleo. En entrevista con el diario *El País*, Sarah Harmon, directora de LinkedIn España, afirma que como modelo de negocio LinkedIn es una empresa de *Big data* (Blanco, 2018) en este sentido, es una plataforma donde su principal materia prima es la extracción y análisis de grandes bases de datos. En la plataforma, los usuarios tienen la posibilidad de gestionar contactos, publicar contenido como cualquier red social tradicional, así como para buscar empleo de forma gratuita. Así mismo, las empresas pueden publicar ofertas laborales, así como la comercialización de un conjunto de herramientas para la segmentación y búsqueda de candidatos.

Por otro lado, las empresas pueden hacer uso de herramientas publicitarias y de marketing, todo sin salir de la plataforma. De acuerdo con Harmon (2018), el 60% de los ingresos provienen de *LinkedIn Talent Solutions*, la herramienta de LinkedIn para búsqueda de empleo y el restante 40% proviene de las otras líneas de negocio de la red social:

LinkedIn Marketing Solutions, herramientas destinadas a aumentar la visibilidad de las empresas y asistirles en su labor de promoción; *LinkedIn Sales Solutions*, orientado a agilizar las ventas y cerrar tratos comerciales; y, más recientemente, *LinkedIn Learning Solutions*, un abanico de cursos digitales para que los profesionales adquieran habilidades que van desde cuestiones muy concretas (el manejo de Instagram o YouTube con fines comerciales) a otras más abiertas (mejorar en liderazgo o superar la procrastinación). (Harmon, 2018).

Esencialmente, LinkedIn, se enfoca desde la perspectiva B2B o Business to Business (negocios entre empresas) y no directamente de los usuarios.

Nuestro objetivo principal no pasa por ganar dinero con los perfiles de los usuarios. Aun así, lo más importante es que ellos no vean comprometida su experiencia dentro de la plataforma. Nosotros entendemos que nuestros miembros no ‘pasan’ el tiempo en LinkedIn, como ocurre con otras redes sociales de carácter personal, sino que lo invierten. Y, precisamente por eso, no queremos machacarlos a anuncios. (Harmon, 2018).

Aun así, LinkedIn ofrece paquetes Premium para los usuarios que deseen hacer más visible su perfil ante los reclutadores de talento, pero además la posibilidad de mejorar su red de contactos, vender y reclutar por parte de las empresas, y que incluye cuatro planes: *Career* (carrera), Business (negocios), sales (ventas) y reclutamiento (*recruiter*), los cuales pueden verse en detalle en la tabla 4.

Tabla 4. Planes Premium de LinkedIn

Plan	Servicios	Valor	Vigencia
Career	<ul style="list-style-type: none"> • Destaca y ponte en contacto con responsables de contratación. • Ve una comparación con otros solicitantes. • Adquiere nuevas actitudes para avanzar en tu carrera. 	\$101.596 pesos	Al mes (primer mes gratis).
Business	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentra y conecta con las personas adecuadas • Promociona y amplía tu negocio • Adquiere nuevas actitudes para mejorar tu marca personal 	\$162.521 pesos	Al mes, sí se factura anualmente. (primer mes gratis).
Sales	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentra posibles clientes y cuentas en tu mercado objetivo. • Información en tiempo real para una comunicación más personalizada. • Forjar relaciones de confianza con clientes y posibles clientes. 	\$220.168 pesos	Al mes, sí se factura anualmente. (primer mes gratis).
Recruiter	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentra a candidatos cualificados más rápido. • Comunícate con los mejores candidatos directamente • Forjar relaciones con empleados potenciales 	\$338.571 pesos	Al mes, sí se factura anualmente. (primer mes gratis).

Fuente: elaboración propia

A diferencia de El Empleo y Computrabajo, LinkedIn, en primer lugar, tiene una estructura de red social, en segundo lugar es una red especializada para profesionales y en tercer lugar, es una plataforma de alcance mundial que acumula datos y generar valor con ellos, lo que le permite tener poderosas herramientas de segmentación que la hacen muy atractiva para las empresas y anunciantes. Analizamos esta plataforma porque principalmente se enfoca a un nicho específico, que son los profesionales, así como por la diversidad de servicios que ofrece a los usuarios y a su modelo de ingresos diversificado, es decir, no cuenta con una sola fuente, sino con varias.

Algo adicional que ofrece LinkedIn, es que en todos sus planes de membresía o Premium, ofrece el primer mes gratis, a diferencia de las otras plataformas analizadas, esto es claramente una estrategia de atracción que tiene sentido ya que la plataforma no solamente sirve para buscar empleo, sino que tienen múltiples uso dentro de una gama de intereses para usuarios y empresas muy específicos, además de funcionar a nivel mundial, por lo tanto el valor que le está generando es mucho mayor.

2. Justificación

Uno de los principales problemas para las personas en situación de discapacidad ha sido su inclusión a la vida laboral. En ocasiones, se cierran las oportunidades porque los empleadores piensan que “el trabajador no será capaz de asumir las responsabilidades del cargo”, o porque relacionan discapacidad con enfermedad, lo que se traduce en incapacidades, ausencias y carga prestacional para la empresa. Otras veces, por más de que el empleador tenga la voluntad y el interés de contratar, las barreras arquitectónicas de las instalaciones de la empresa hacen inviable la asistencia del empleado al lugar de trabajo. También ocurre que por desconocimiento de la discapacidad del aspirante a un cargo o por no tener protocolos adecuados en el lugar de trabajo, el empleador simplemente descarta la idea de contratar.

Por consiguiente, es importante desarrollar este proyecto y dar a conocer las capacidades que tienen las personas con discapacidad física o motriz para desarrollar un rol dentro de una empresa; lo que se busca con la creación de esta página web es que sea un puente entre grandes compañías del país y profesionales, técnicos o tecnólogos para lograr que ese 13% de personas que tienen un trabajo, aumente.

El diseño de un sitio web con esta temática es poco concurrente en Colombia debido a su bajo porcentaje de inclusión de personas en situación de discapacidad. Por ello, también es una forma de generar innovación e inclusión en la medida en que es un espacio mediado por la tecnología que posibilita el acceso a oportunidades de carácter laboral a un segmento de la población, como lo son los profesionales en esta condición a los cuales les es difícil competir en igualdad de condiciones por las deficiencias estructurales, sociales y culturales que prevalecen en el entorno y en nuestra sociedad.

La finalidad de este proyecto es generar una solución digital encaminada a mejorar las posibilidades de empleo de personas en condición de discapacidad. De acuerdo con el Departamento Nacional de Estadística (DANE), existen alrededor 3.134.036 de personas en condición de discapacidad en Colombia. Según datos del Censo de Nacional de Población y Vivienda (DANE, 2018) éstas personas enfrentan diariamente en el país diversas dificultades para conseguir empleo. Se busca aportar al cambio de mentalidad en relación con la contratación de personas en situación de discapacidad, ya que bajo esta modalidad es posible eliminar de manera natural las barreras sociales y estructurales que limitan las oportunidades de esta población permitiendo, a su vez, un avance en su integración económica y social a la sociedad.

Así pues, la población de profesionales en condición de discapacidad, se establecen como un capital humano con todas las condiciones necesarias para desempeñarse y destacarse en el mercado laboral. En plena sociedad de la información, donde este el conocimiento circula de manera ágil para generar valor, la discapacidad física no es ningún obstáculo, más si se cuenta con el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como aliadas en un mundo cada vez más digital, aportando así a los índices de competitividad del país.

Desde la perspectiva de la comunicación, este proyecto permite a partir de la construcción del sitio web, establecerse como un canal de interacción y visibilidad para la población profesional con discapacidad física en Colombia, pues permitirá ser un puente entre candidatos y cazatalentos, y de igual manera, convertirse en un espacio integrador para este colectivo donde puedan además, encontrar información de especial interés para ellos de la mano de los lenguajes que permite la red.

De manera análoga, este proyecto, como una propuesta orientada a contribuir a la equidad laboral y a cerrar brechas en la sociedad, se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente con el de **trabajo decente y desarrollo económico**, y **reducción de las desigualdades**. Estos objetivos fueron establecidos por la ONU como “una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás” (Naciones Unidas, 2015). En ese sentido, creemos aquí, que la finalidad del producto digital a crear, contribuye de manera relevante y pertinente al cumplimiento de estos objetivos. En definitiva, el proyecto busca generar un aporte para la población profesional con discapacidad física en Colombia en cuanto a mejorar sus oportunidades de inclusión laboral que les permita su plena integración económica y social a través de una solución soportada por la tecnología digital como lo es una plataforma de búsqueda de empleo especializada para este segmento de la población, generando valor e innovación teniendo como propósito de largo alcance un avance en la igualdad de oportunidades en Colombia.

3. Diagnóstico

Las personas en situación de discapacidad son quienes se ven más afectadas a la hora de vincularse laboralmente, en especial, quienes pertenecen al estrato 1 y 2. Según un análisis de la línea base Observatorio Nacional de Discapacidad (Helfer-vogel, 2014), el porcentaje por edad es de 12,07 % entre los 41-64 años. Así pues, para jóvenes entre los 18-24 años es 1,14 % y de 25-40 años, el 1,30 %. Además, según el género, son los hombres quienes se ven más afectados. De acuerdo con la distribución por sexo, el 53,91 % de las personas con discapacidad registradas son hombres, con un leve predominio sobre el porcentaje de mujeres que para el 2012 fue de 45,90 %.

El Registro para la Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad, RLCPD, es una herramienta que permite recolectar datos sobre personas en situación de discapacidad y así saber dónde están ubicados. A julio del 2013 se realizaron 996.967 registros que equivalen al 37,86 % de la población total. (DANE, 2018). Según el RLCPD, Bogotá es la ciudad donde más residen personas con discapacidad, 285.392, seguido de Antioquia con 177.992 y Valle con 124.541. Cabe resaltar que 671.481 personas con discapacidad pertenecen al estrato 1 y 452.115 al estrato 2, y que 900.317 de ellas no tienen ningún ingreso, es decir, el 64 %.

En este contexto, para Schur, Kruse y Blanck 2005) citados por (Alcover de la Hera & Pérez Torres, 2011) “la cultura corporativa puede crear barreras actitudinales, conductuales y físicas, o por el contrario, facilitar el desempeño laboral de este colectivo”. Por ello la importancia del trato hacia estas personas y la inclusión a la sociedad. De hecho, tasa de personas en condición de discapacidad que se encuentran empleadas es realmente baja, y cabe resaltar que no solo son estas, las personas con carreras profesionales, especializaciones y demás estudios también están pasando por esta situación debido a la problemática económica por la que está pasando el país debido a la pandemia del Covid-19. En pocas palabras, el propósito de este trabajo es implementar soluciones para ese 6.3 % (2.6 millones de personas en situación de discapacidad), puedan vincularse a la vida laboral y pueda tener derecho a un trabajo, sea o no como profesional, técnico, tecnólogo, etc.

Recolección de datos

Para desarrollar este proyecto, se indagó sobre cifras y datos que mostrarán la situación de los profesionales con discapacidad en Colombia, pero no se encontró ningún resultado específico. No hay estadísticas concretas que planteen un panorama de los profesionales con discapacidad en Colombia. El común denominador en la información disponible sobre discapacidad está relacionado con indicadores de pobreza e iniciativas asistencialistas, en vez de estudios completos sobre las condiciones laborales o profesionales del colectivo.

De hecho, los datos más recientes que se tiene acerca de la población profesional en situación de discapacidad es el censo realizado por el DANE en 2018. A pesar de esto, se intentó establecer contactos con varias universidades sobre población estudiantil y egresados. No obstante, la respuesta que se obtuvo es que normalmente los estudiantes no se identifican como personas en condición de discapacidad y por lo tanto no se lleva una un seguimiento o una documentación sistemática al respecto.

4. Población

4.1. Profesionales con discapacidad física en búsqueda de empleo en Colombia

La población a la que se dirige este proyecto está orientado a profesionales colombianos con discapacidad física en búsqueda de empleo. Simultáneamente, el proyecto también se enfocará en las más grandes empresas empleadoras del país, agencias de talento, páginas de búsqueda y firmas cazatalentos, o reclutadores con políticas de inclusión laboral. Además, la intención es poner el foco en los profesionales con discapacidad física y en las ofertas de trabajo calificado que exigen títulos universitarios de grado, posgrado o cierto grado de experiencia o especialización en un área.

De esta manera, si se logra hacer visible a los profesionales con discapacidad, se podrá romper el estigma que lleva a que los ciudadanos relacionen discapacidad con pobreza y bajo nivel educativo. Una vez se logre posicionar a la persona con discapacidad como un candidato más, capaz de asumir retos profesionales igual que cualquier otro ciudadano, será más fácil también la vinculación laboral de no profesionales en trabajos que no requieran formación universitaria.

En ese sentido, base de este proyecto es apalancarnos en los tres portales de búsqueda de empleo más comunes en Colombia: *elempleo.com*, *Computrabajo* y *LinkedIn*, y también, con los principales cazatalentos como *Manpower*. Lograr conectarnos con esa base de datos para que las personas profesionales con discapacidad encuentren las ofertas de esos portales desde nuestra página y los empleadores reciban sus hojas de vida manera diferenciada, es uno de los propósitos de este trabajo.

4.2. Las empresas más grandes de Colombia

A continuación, se resume el listado de las empresas más importantes clasificado de acuerdo a los diferentes sectores de la economía, esta categorización se hizo tomando como referencia el Ranking de las Empresas más Grandes de Colombia (Semana, 2019), y el listado del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco, 2019). Por un lado, el ranking clasifica a las empresas por tamaño y por el otro, Merco, analiza a las empresas en términos de reputación.

Tabla 5. Las empresas más grandes de Colombia

Sector	Empresa	#	Sector	Empresa	#
Agroindustria	Grupo Manuelita	1			
	Grupo BIOS	2			
	Solla	3			
	Grupo Contegral	4			
Alimentos y Bebidas	Grupo Nutresa	1	Combustibles	Organización Terpel	1
	Alpina	2		Primax Colombia	2
	Nestlé	3		C.I Trafigura Petroleum	3
	Alquería	4		Chevron Petroleum	4
	Colombina	5		Biomax	5
	Ramo	6		Gunvor Colombia	6
	Pepsico	7		Distracom	7
	Colanta	8		Colombia	8
	Bimbo	9		Petromil	9
	Casa Luker	10		Petrobras	10
Bebidas (Gaseosas y Cervezas)	Bavaria	1	Comercio al por menor	Panamericana	1
	Cervecera del valle	2		Chevron	2
	Cervecería Unión	3		Dispapeles	3
	Central Cervecera de Colombia	4		CI LCC	4
	Postobon	5		Industrias INCA	5
	Coca Cola Femsa	6		HLF Colombia	6

Embotelladora de la Sabana	7	Grupo Éxito	7
Gaseosas Lux	8	Olímpica	8
Gaseosas Colombianas	9	Alkosto	9
Gaseosas Hipinto	10	D1	10

Sector	Empresa	#	Sector	Empresa	#
Construcción	Constructora Colpatria	1	Cosméticos y aseo	Kimberly Colpapel	1
	Marval	2		Grupo Familia	2
	Amarilo	3		Unilever Andina	3
	Sacyr	4		Colgate Palmolive	4
	Constructora Capital	5		Belcorp Colombia	5
	Jaramillo Mora	6		Johnson & Johnson	6
	Constructora Capital Bog.	7		Unilever Colombia	7
	Urbanizadora Marín	8		Avon Colombia	8
	Constructora Bolívar	9		Procter and Gamble	9
	Vía 40 Exprés	10		Yanbal	10
Farmacéutico	Tecnoquimicas	1	Financiero	Grupo Bancolombia	1
	Bayer	2		BBVA	2
	Procaps	3		Davivienda	3
	Lafrancol	4		Banco de Bogotá	4
	Pzifer	5		Colpatria - Scotia Bank	5
	Baxtar	6		Grupo Aval	6
	Genfar	7		Grupo Aval	7
	Merck	8		Citigroup	8
	Scandinavia	9		Itaú	9
	Farmacapsulas	10		Banco Caja Social	10
Industrial	Organización Corona	1	Medios de comunicación	Caracol Televisión	1
	Grupo Carvajal	2		Cine Colombia	2
	3m	3		RCN Televisión	3

					40
Smurfit Kappa	4		Casa Editorial El Tiempo	4	
Grupo Orbis	5		Caracol Radio	5	
Tecnoglass	6		Cinemark Colombia	6	
Grupo Fanalca	7		Radio Cadena Nacional	7	
Enka	8		Win Sports	8	
Cadena	9				
Acesco	10				

Sector	Empresa	#	Sector	Empresa	#
Microenergético	Drummond	1	Restaurantes	Hamburguesas El Corral	1
	Carbones El Cerrejón	2		McDonald's Colombia	2
	Prodeco	3		Creepes & Waffles	3
	Cerrejón Zona Norte	4		Frisby	4
	Cerromatoso	5		Archies	5
	Mineros	6		Andrés Carne de Res	6
	Gran Colombia Gold	7		RestCafe (Oma)	7
	Carbones de la Jagua	8		Tostao Café y Pan	8
	Drummond Coal	9		Wok	9
	CNR III	10			
Salud	Nueva EPS	1	Tecnología	IBM	1
	Grupo Coomeva	2		Oracle Colombia	2
	Medimás	3		Ingram Micro	3
	Coomeva EPS	4		West Group Colombia	4
	EPS Sura	5		Controles Empresariales	5
	Salud Total	6		Tcs solution center	6
	EPS Sanitas	7		Sistemas Colombia	7
	Famisanar	8		Huawei	8
	Emssanar	9		Arus	9
	Coosalud	10		Indra Colombia	10

Telecomunicaciones	Claro	1	Textil	Crystal	1
	Telefónica Movistar	2		Permoda	2
	UNE EMP Telco	3		Manufacturas Eliot	3
	Claro Fijo	4		Vestuarios de moda	4
	Colombia Móvil	5		SFT Group	5
	ETB	6		Leonisa	6
	DIRECTV Colombia	7		Enka de Colombia	7
	Amov Colombia	8		Fabricatto	8
	ConexRed	9		Textiles Lafayette	
	Nokia Solutions	10		CI Hermeco	

Sector	Empresa	#
Transportes	Avianca Holdings	1
	Latam Colombia	2
	Kuehne and Nagels	3
	Trafigra Energy	4
	Efectivo	5
	Blu Logistics Colombia	6
	Suppla	7
	Masivo Capital	8
	Seaboard Overseas	9
	Autopacifico	10

Fuente: Semana.com

La firma Grate Place to Work, en un estudio del 2019 correspondiente a Colombia, realizó una clasificación de las mejores empresas para trabajar, la cual arrojó el siguiente listado.

Tabla 6. Las mejores empresas para trabajar en Colombia

Las mejores empresas para trabajar en Colombia	
Great Place to Work 2019	
1	DHL Express Colombia Ltda.
2	Aseguradora Solidaria de Colombia
3	Sociedad Portuaria Regional de Cartagena S.A.
4	Hilton
5	Findeter
6	Alianza Team
7	Mercado Libre
8	Redeban
9	Credibanco
10	Banco de Occidente
11	Telecenter Panamericana
12	Yanbal Colombia
13	Banco W
14	Directv Colombia
15	Flores Ipanema
16	Coomeva Cooperativa
17	Coomeva Medicina Prepagada
18	Fundación Universitaria del Área Andina
19	Protección
20	Falabella de Colombia

Fuente: Great Place to Work Colombia (2019)

5. Marco conceptual

Para el presente trabajo, vamos a trabajar conceptos relacionados con la discapacidad, así como las nuevas tecnologías, Internet e Inclusión laboral.

5.1. Discapacidad

Definir la discapacidad es un proceso complejo, pues es un concepto dinámico que cambia a través de las sociedades, la cultura, salud y las concepciones que cada sociedad tiene sobre la discapacidad. Aun así, en el apartado “Las personas en situación de discapacidad como acontecimiento del mundo de la vida”, se explica que “para hablar de discapacidad hay que pensar en dos esferas una que se puede denominar conceptual y otra que es la forma como se manifiesta este fenómeno en el hacer diario. En (sentido conceptual) un primer sentido, la discapacidad es un concepto que ha variado desde hace mucho tiempo, pero específicamente desde la clasificación de la OMS (1980), a la propuesta de la Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (CIF). Este término deja de estar implicado en la persona y su naturaleza, puesto que ya no se habla de discapacidad como acontecimiento afincado en las personas, sino como una situación o una vivencia que tiene un ser humano en un intervalo de tiempo determinado.

Por otro lado, según el Ministerio de Salud, se entiende que "la discapacidad es un 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", (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2014). En adición, para la ONU (2006), las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad en igualdad de condiciones con las demás.

En contraste, la Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF), desarrollada por la OMS, utiliza un enfoque “biopsicosocial”, y define la discapacidad, desde el punto de vista relacional, como el resultado de interacciones complejas 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 CIF incluye

deficiencias, limitaciones en la actividad y restricciones en la participación. Denotando los aspectos negativos de la interacción entre un individuo (con una condición de salud) y la de los factores contextuales individuales (factores ambientales y personales). (OMS, 2016).

Así y todo, para Gómez Acosta y Cuervo Echeverri (2007) existen una serie de modelos que abordan el concepto de discapacidad como son: el modelo de caridad, modelo médico, modelo social, modelo sociológico, el modelo universalizante y el carácter relacional de la discapacidad individuo-ambiente, donde se establece la interacción del individuo con el ambiente; en este caso, el contexto socioeconómico colombiano donde se haya una convergencia hacia las discapacidades emergentes y la perspectiva de capacidades.

5.1.1. Tipos de discapacidades

En la discapacidad existen diferentes tipologías, que puede ser física, sensorial, intelectual, mental y múltiple. De acuerdo con Salazar (2012) y Sierra (2012) citado por (Botero, 2016) estas se pueden definir de la siguiente manera.

Tabla 7. Tipos de discapacidades

Tipo	Componente	Ejemplo
Física o motriz	Deficiencias nivel motor.	Parálisis de extremidades, coordinación de movimientos. (Salazar, 2013). Relacionada con el cuerpo, miembros y órganos en general. Existen diversas causas por las cuales se presenta la discapacidad física, como los factores congénitos, hereditarios, cromosómicos, por accidentes o enfermedades degenerativas y neuromusculares (Sierra, 2012).
Sensorial	Deficiencias auditivas, visuales.	Ceguera, sordera, mudez, etc. (Salazar, 2012). Originadas en el aparato visual, oído, garganta

		y estructuras relacionadas con el lenguaje. (Sierra, 2012).
Intelectual	Deficiencias intelectuales y mentales.	Restricciones para el aprendizaje y el modo de conducirse. (Salazar, 2012) Se presenta cuando la persona no tiene la capacidad de aprender los niveles esperados y funcionar en la vida cotidiana. La causa puede ser una lesión, enfermedad o un problema en el cerebro, que son afecciones genéticas o defectos congénitos que ocurren antes del nacimiento. (Sierra, 2012).
Psíquica	Deficiencias de tipo psicológico.	Puede ser provocada por diversos trastornos, como el estado de ánimo, trastornos de ansiedad, trastornos relacionados con el consumo de sustancias y trastornos de personalidad. Afecta a áreas como la comunicación o las habilidades sociales. (Sierra, 2012).
Múltiple	Son una combinación de la sensorial, motriz y mental.	Se incluyen las deficiencias causadas por enfermedades del corazón, pulmonar, cáncer, entre otras. Es una combinación de dificultades visuales y auditivas. Dentro de sus casusas se encuentra el nacimiento prematuro, las infecciones virales y anomalías cromosómicas. (Sierra, 2012).

Fuente: Salazar (2012) y Sierra (2012).

5.2. Discriminación

El término discriminación, del verbo discriminar según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, ofrece dos definiciones: “1. Seleccionar excluyendo. 2. Dar trato desigual a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, de sexo, de edad, de condición física o mental”(RAE, 2021).

Ahora bien, al hablar de discriminación en la discapacidad, el término se refiere a “toda distinción, exclusión o restricción basada en una discapacidad (...) que tenga el efecto o propósito de impedir o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por parte de las personas con discapacidad, de sus derechos humanos y libertades fundamentales” (OEA, 1999, p. 20), citado por (Yupanqui C. et al., 2016).

5.2.1. Discapacidad y discriminación

Las personas con discapacidad pueden sentirse discriminadas de diferentes maneras por parte de la sociedad, a tal punto de recordar que viven con una discapacidad solo en el momento de tener trato con otros.

Teniendo en cuenta solo el área laboral, los colombianos con discapacidad pueden ser discriminados en un proceso de vinculación desde el momento de ir a presentar una entrevista, pues en ocasiones el lugar no cuenta con la infraestructura necesaria para que el candidato se presente: un edificio sin rampas, sin ascensores, con puertas angostas, sin espacio para la movilidad de una silla de ruedas, o incluso un sitio con un suelo irregular que impida el uso de elementos ortopédicos, entre otros aspectos.

A las barreras arquitectónicas se suman las barreras de empatía y los prejuicios que pueden llevar al entrevistador a no saber cómo referirse a un candidato con discapacidad, cómo hablarle o cómo mirarlo. Puede ocurrir también que de entrada el entrevistador descarte al candidato por considerar que su discapacidad será un impedimento para cumplir con los objetivos del cargo o que le traerá problemas legales a la empresa o incomodidad entre el equipo de trabajo.

Es importante tener en cuenta que existen tres tipos de discriminación:

- **Discriminación directa** cuando: “una persona sea, haya sido o pudiera ser tratada de manera menos favorable que otra en situación análoga” (Rubio, 2005).
- **Discriminación indirecta** es “cuando una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros pueda ocasionar una desventaja particular a una persona con discapacidad respecto de otras” (Rubio, 2005).
- **Discriminación por razón** se produce cuando tratamos, de manera directa o indirecta, a una persona con discapacidad menos favorablemente que a otra que no lo es y se encuentra en una situación análoga.

De esta manera se evidencia, que la discriminación directa se presenta cuando el entrevistador descarta al entrevistado solo por su condición de discapacidad sin tener en cuenta su experiencia laboral o su formación académica.

Un edificio sin una rampa de acceso o sin ascensor, se convierte en un agente de discriminación indirecta pues le impide al candidato presentarse físicamente en el lugar de la misma manera en la que la puede hacer un candidato sin problemas de movilidad.

Mientras estos tipos de discriminación se sigan presentando, la vinculación laboral de personas con discapacidad seguirá siendo un problema.

Por ello, como afirman Jiménez Lara y Huete García (2002):

Existe un cierto tipo de discriminación unida al rechazo, el desprecio o la indiferencia. Las personas con discapacidad reclaman un trato en general más respetuoso; ellos no se traducen en demandar más atención o más recursos; en ocasiones las demandas pasan por todo lo contrario: más normalidad y menos solidaridad mal entendida, diferencia de trato por considerarte diferente a veces negativa y a veces positiva. (p.)

En ese sentido, el ámbito laboral es una de los escenarios donde normalmente las personas en condición de discapacidad ven vulnerados sus derechos desde el mismo momento de aplicar a las vacantes, ya sea por prejuicios, estereotipos o razones del sistema que les impiden acceder a las oportunidades. Por ello, es importante seguir trabajando para derribar las distintas barreras que persisten en la sociedad y permitir una mayor inclusión desde una perspectiva igualitaria y no por motivos de lastima, obligación de ley o caridad, sino al contrario, reconocer las capacidades de las personas más allá de su condición física en condiciones de igualdad.

5.3. Inclusión

Otro de los conceptos a tratar en este trabajo de grado, es el de inclusión. Este concepto, en todas sus posibles vertientes: social, comunitaria, laboral, en actividades de ocio, etc., no ha hecho más que ganar popularidad en las últimas décadas. Inicialmente presentado como el contrario al concepto de exclusión, ahora sirve para para aglutinar y renovar conceptos de larga tradición dentro de las ciencias sociales, como por ejemplo, los de integración social, normalización, equiparación de oportunidades, inversión social, etc. (Montero & Fernández de Larrino, 2012).

Por lo anterior, en este trabajo nos vamos a referir específicamente al concepto de inclusión laboral, teniendo en cuenta su relación el objetivo y el público objetivo como lo es la población en condición de discapacidad.

5.3.1. Inclusión laboral

Para la Comisión Económica para América Latina - CEPAL de las Naciones Unidas (2006) el concepto de inclusión laboral está emparentado con el de exclusión. Por un lado, el primero se refiere a los procesos que permiten el acceso de una parte de la población a empleos productivos con condiciones laborales favorables o adecuadas, mientras que otra parte de la población no tiene acceso a este tipo de empleo. De la misma manera, el concepto gemelo de inclusión/exclusión laboral de acuerdo con la CEPAL, estaría directamente ligado a los procesos de inclusión/exclusión social en la sociedad. Tal proceso varía de acuerdo a los procesos históricos y

a los tipos de sociedades, pues no es lo mismo hablar de inclusión/exclusión en Europa que en América Latina. De esa manera, a grandes rasgos, de acuerdo con la CEPAL, la inclusión/exclusión laboral es el concepto bajo el cual se entienden aquellas dinámicas de la inclusión y exclusión social que son relacionadas con las dinámicas en los mercados de trabajo. (Weller, 2006)

A esta última cuestión, la CEPAL (2006) añade:

El concepto es dinámico, pues procesos de inclusión y exclusión pueden cambiar su carácter en el transcurso del tiempo, pues la interpretación de situaciones de inclusión o exclusión depende de la riqueza material de una sociedad, como también de los valores prevalecientes...La situación de inclusión/exclusión de un individuo puede variar en el transcurso del tiempo. Por ejemplo, nuevas oportunidades de empleo o cambios legales que amplían las posibilidades de participación facilitan la inclusión social de grupos e individuos previamente excluidos.

En relación con la inclusión de personas con discapacidad, para Escola de Gente (2002) citado por (Meléndez Labrador, 2016).

La inclusión hace alusión a la inserción total e incondicional, exige rupturas en los sistemas y transformaciones profundas, comprende que los cambios benefician a toda y cualquier persona, pues la sociedad es la que se adapta para atender las necesidades de las personas con discapacidad y de paso las de todos, no quiere disfrazar las limitaciones porque ellas son reales, entonces, a partir de la certeza de que todos somos diferentes, reconoce la existencia de personas con discapacidad y no personas especiales o excepcionales, ni personas normales sino personas sin discapacidad.

La inclusión laboral, de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (2012) se considera como el hecho de ofrecer trabajo de forma permanente y activa a las personas con discapacidad, dejando de lado la discriminación, la participación de estas personas tanto económica como productiva, lo cual ayudará principalmente en la economía del trabajador ya que dejará de ser un gasto más para la familia y pasará a aportar en el bienestar de la misma y en

lo empresarial porque por medio de la inclusión laboral se fundamenta la igualdad de oportunidades. (Organización Internacional de Trabajo, 2012), citado en (Calle et al., 2017).

En resumen, el concepto de inclusión está firmemente ligado al de exclusión. En el contexto laboral de inclusión/exclusión está fuertemente determinado por factores de tipo social, político, cultural y económico. Así como del momento o tipo de sociedad, ya que es dinámico y cambia a media que la sociedad evoluciona hacia la inserción laboral, el reconocimiento de la diferencia y del otro como sujeto de derechos.

5.4. Internet y la web 2.0

Con los avances tecnológicos que supuso la informática de mitad del siglo XX hasta nuestros días, nació Internet, la cual tiene sus orígenes en ARPANET, el proyecto militar de los Estados Unidos, creado para salvaguardar la información recopilada en los centros de cómputo como mecanismo de protección ante un posible ataque en pleno contexto de la guerra fría. Este antecedente marcó el inicio del desarrollo de lo que hoy conocemos a Internet y la World Wide Web, el sistema www creado por Tim Berners-Lee a mediados de los noventa dando paso al uso comercial del Internet. Esta primera etapa se denominó como la web 2.0, termino elaborado por Tim O'Reilly.

De acuerdo con Aced (2010), en esta primera etapa, Internet es estático y unidireccional. Sólo unos pocos (normalmente organizaciones) crean su propia página web, algo que en aquel momento requería conocimientos de programación. Los usuarios eran sólo consumidores de contenidos que otros habían creado. Más tarde llegarían los foros y los chats, unas plataformas mucho más fáciles de usar y que, por primera vez, invitaban al usuario a participar. La web caminaba hacia la interactividad, es decir, hacia el 2.0 y que se caracteriza por permitir la creación y la participación de los usuarios en Internet y su desarrollo como un ecosistema en Internet en el que los individuos pueden tener tanta importancia como las empresas o los medios de comunicación, un entorno en el que lo importante son las personas, y que está teniendo una influencia cada día mayor en la sociedad y en la economía tal como las conocemos. (Dans, 2007). De ahí que, con base a esta misma idea, hayan surgido las llamadas redes sociales digitales (Facebook, Instagram, Google+, LinkedIn, Slideshare, etc.). Estas plataformas se han convertido

en los espacios predilectos para la conversación, son medios enteramente sociales donde los usuarios pueden expresarse, conectarse con otros y generar diversos tipos de interacciones.

De hecho, para Dans (2007), 80% de los contenidos existentes en Internet en los años noventa estaban gestionados por empresas y medios de comunicación. Tan sólo el 20% restante era producido por las audiencias. Para hoy, esa relación se ha invertido totalmente, ya que, hoy en día los contenidos son creados en su mayoría por los usuarios de medios sociales. En concreto, la web 2.0 se puede entender como la siguiente etapa de Internet, donde los usuarios pasan a tener un rol más activo y el elemento primordial es la participación. Es un ecosistema donde organizaciones y usuarios conviven y se relacionan de forma más horizontal, donde ya no es necesario tener conocimientos técnicos avanzados para publicar contenidos en la red (Aced, 2013).

6. Benchmarking

A continuación, se presentan dos de las principales plataformas de referencia para el proyecto tales como: Includyme.com y Talento Diverso. Ambos sitios web se dirigen a una población específica con dificultades para acceder fácilmente al mercado laboral en Colombia. Includyme.com se dirige a la población con discapacidad en general en América Latina, mientras que Talento Diverso tiene como público objetivo a la población LGBTQ+ en el país.

Tabla 8. Benchmarking de proyectos o plataformas similares

Sitio web	Función	Secciones	Usabilidad / Diseño web	Redes Sociales	Marca/Branding	Target	Servicio al usuario
Includyme.com.co	Búsqueda de oportunidades laborales para personas con capacidades diversas.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos • Inicio de sesión. • Regístrate • Empresas 	<p>Fácil de usar</p> <p>Intuitivo</p> <p>Aspecto armónico</p> <p>Estructurado</p> <p>Agradable al navegar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • YouTube • LinkedIn • Twitter 	 <p>Colores corporativos: Gama de azules.</p> <p>Logo: Texto + icono</p>	Personas con discapacidad en búsqueda de empleo. Operaciones en países como: México, Colombia, Perú, Chile, Paraguay, Uruguay y Argentina.	<p>Chat box</p> <p>Redes sociales</p> <p>Formulario de contacto</p>
	<p>Portal de búsqueda de empleo para personas LGBTI en Colombia. Además de esto, ofrece información sobre bienestar, formación académica, emprendimiento, cultura financiera y bilingüismo.</p> <p>De acuerdo con la revisión hecha, se evidencia falta de actualización,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talento diverso • ¿Buscas trabajo? • ¿Ofreces trabajo? • Formación • Servicios • Observatorio • Contacto • Registro 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurado • Fácil de usar • Buena navegación • Uso del color adecuado • Equilibrio de elementos imagen y texto 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter 	 <p>Logotipo confirmado de iconos, colores y letras.</p> <p>Uso de varios colores que representan la diversidad.</p> <p>Presencia de marcas aliadas y empresas con las que han trabajado.</p>	<p>Población LGBTI en Colombia</p>	<p>Chat box</p> <p>Redes sociales</p> <p>Formulario de contacto</p> <p>Teléfono y dirección</p>

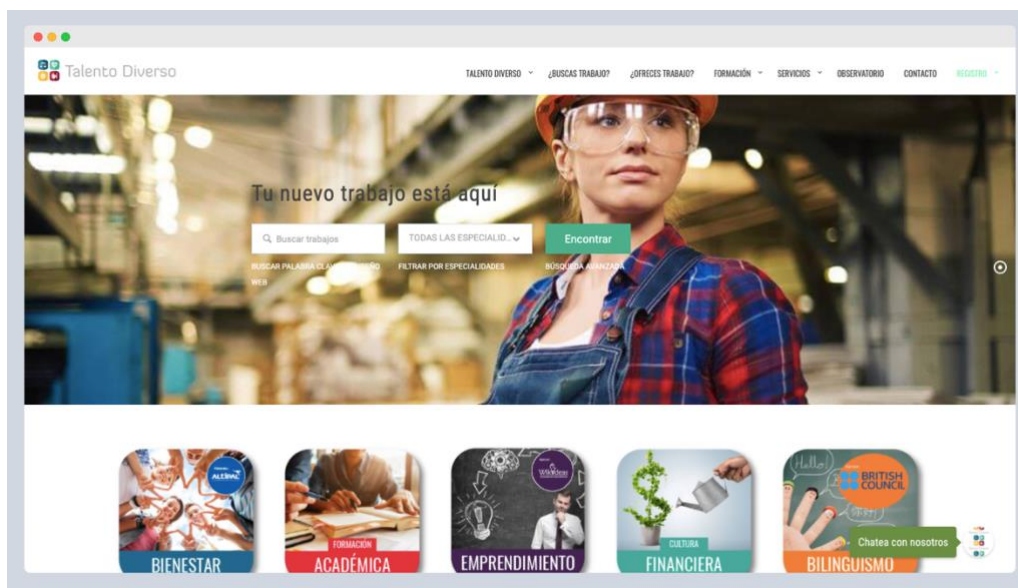
	no hay ofertas laborales publicadas hasta el momento.						
--	---	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Incluyeme.com.co



Talentodiverso.com.co



6.1 Análisis de Bechmarking

De acuerdo al análisis hecho a los portales de interés, se pueden obtener algunas conclusiones en aspectos como: formato visual, funcionalidad, usabilidad, marca, público objetivo y opciones de comunicación con sus audiencias. En ese sentido, aquí se presentan algunas conclusiones:

- **Función**

Ambas plataformas tienen la función de búsqueda de empleo, no obstante, Includeme.com se enfoca en la búsqueda de oportunidades para personas en condición de discapacidad, mientras que Talento Diverso se enfoca en personas pertenecientes a la comunidad LGBTI.

- **Secciones**

Entre las posibilidades que permiten, se encuentra el registro de aplicantes y de empresas, al mismo tiempo, se ofrece otro tipo de información y opciones como: información misional (quienes somos y que hacemos), empresas con las que tienen o han tenido convenios o alianzas, etc. Talento Diverso, ofrece algunas funcionalidades adicionales como información sobre formación, noticias, del sector, emprendimiento, bienestar, entre otros.

- **Usabilidad**

En cuanto a la usabilidad y el diseño web, se puede evidenciar que ambos sitios web están pensados para permitir una óptima experiencia de navegación a los usuarios, esto se evidencia en el diseño armónico, información estructurada como los links de las diferentes funciones que ofrecen, la no saturación de imágenes, el uso de botones de llamada a la acción, uso de tipografía legible y el uso de textos breves en vez de bloques extensos.

- **Marca / Branding**

En cuanto a la presencia de marca e imagen corporativa, ambas tienen presencia de su marca en la plataforma. Así mismo, se evidencia un uso de colores corporativos. En el caso de Inclúyeme, el azul es color representativo y en Talento Diverso, colores como el morado, amarillo, azul y verde están presentes en su logotipo y demás elementos visuales en la plataforma.

- **Redes sociales**

En el caso de uso de redes sociales, ambas tienen presencia en Facebook y Twitter, en el caso de Inclúyeme, también hace uso de LinkedIn y YouTube como canales sociales.

- **Publico objetivo o target**

Como ya se mencionó anteriormente, ambas tienen públicos diferenciados, pero específicos. En el caso de Inclúyeme, esta no se enfoca en un tipo específico de personas con discapacidad, o por lo menos no se encuentra manifiesta. Por el lado de Talento Diverso, es claro que se dirigen a personas de los colectivos LGBTI. En cuanto al tipo de empresas, no se especifica preferencia por un sector en especial, hay diversidad de empresas con quienes han trabajado o tienen convenio.

- **Servicio al usuario**

Para el tema de contacto y servicio al usuario de forma digital, ambas plataformas tienen a disposición diferentes canales de contacto como los usuarios a través del formulario de contacto, las redes sociales y por último el chatbox, como una funcionalidad integrada a la plataforma.

7. Objetivos

7.1. Pregunta problema

¿Cómo generar procesos de integración laboral mediante el intercambio de perfiles profesionales de personas en situación de discapacidad con vacantes empresariales, en plataformas digitales?

7.2. Objetivo general

- Crear una solución para que los profesionales con discapacidad física encuentren un trabajo digno en las empresas privadas y públicas del país.

7.3. Objetivos específicos

- Diseñar una plataforma digital que sirva de puente entre los profesionales con discapacidad física en Colombia que buscan empleo y las empresas que ofrezcan vacantes y quieran evaluar a estos candidatos.
- Identificar a empresas y organizaciones con políticas de inclusión laboral para generar alianzas y estrategias digitales en pro de la vinculación de profesionales con discapacidad física.
- Desarrollar contenidos multimedia informativos enfocados en temas laborales, legales y de formación académica para la población profesional con discapacidad física en Colombia (Becas, formación, empleo y bienestar).

8. Modelo de negocio

En el siguiente cuadro se detallan cada uno de los modelos de negocio del proyecto “Ubicuo” según la metodología Canva, la cual permite a visualizar de una forma clara los diferentes componentes de la propuesta y como funcionará:

Tabla 9. Modelo de negocios Ubicuo

8. Socios clave Head-hunters - Plataformas de empleo - Empresas con políticas incluyentes – ONG - Grants - Instituciones Educativas de Educación Superior y Técnica.	7. Actividades clave - Área Creativa: Encargada de la producción de contenidos. Área Comercial: RRPP, Lobbying y ventas. Área Administrativa.	2. Propuesta de valor. - Plataforma digital para facilitar la inclusión de personas profesionales en condición de discapacidad física en Colombia. - Ofrecer contenidos de interés informativos y periódicos relacionados con temas de interés y pertinencia. - Asesoría personalizada para construcción de hoja de vida. (Premium).	4. Relación con cliente/ usuarios 1. Asesoría personalizada 3. Servicio al cliente por canales digitales.	1. Segmento de mercado • Profesionales colombianos con discapacidad física en busca de empleos calificados. • Empresas del sector privado con políticas de inclusión interesadas en captar nuevo talento.
	6. Recursos 1. Asesores de hoja de vida y marca personal. 2. Profesionales en creación de contenido. 3. Experto en diseño y programación.		3. Canales Atracción: Social media y SEO y SEM. Entrega: Sitio web, E-mail. Post: Email y SMS	
9. Estructura de costos 1. Talento y recurso humano. 2. Publicidad y marketing digital 3. Infraestructura del sitio web y soporte 4. Software y TI.		5. Fuentes de ingresos 1. Membresías Premium 2. Recursos de Cooperación internacional 3. Anunciantes web 4. Donaciones.		

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, el segmento de mercado al que se dirigirá la plataforma, será el de profesionales colombianos en condición de discapacidad física que se encuentren en búsqueda de empleo. Así mismo, la propuesta se dirigirá a empresas y organizaciones del sector privado con políticas de inclusión laboral reconocidas en Colombia ubicadas en el Top de las mejores empresas para trabajar como Great Place to Work, el ranking de Merco de las organizaciones con mejor reputación y el listado de las más grandes empresas de la revista Semana.

El primer segmento serán los usuarios de los servicios de la plataforma y el segundo serán considerados clientes, pues a las empresas se les suministrará el servicio de búsqueda de talento especializado. Así mismo, tendrán su rol como anunciantes y serán con quienes se desarrollen diferentes relaciones comerciales, alianzas, estrategias, etc. en pro de la inclusión laboral de los profesionales con discapacidad física.

La propuesta de valor de UbiCuo, es ofrecer de manera gratuita para los profesionales con discapacidad física, el servicio de búsqueda de empleo a partir de un registro gratuito de sus hojas de vida para posteriormente aplicar a ofertas laborales. Los usuarios también reciben sin costo todo contenido multimedia informativo con temas acerca de reclutamiento laboral, recursos humanos, competitividad empresarial, discapacidad y empleo, regulación, legislación, bienestar, marca personal, becas, oferta académica, vida laboral y recursos como tutoriales, entrevistas e historias de interés humano. Y, como un servicio adicional para quienes quieran información y asesoría personalizada, existe también la opción del plan Premium, que con el pago de una membresía les da acceso a asesorías en construcción de hoja de vida, gestión estratégica del perfil profesional y marca personal.

UbiCuo responde a las necesidades globales empresariales de trabajar para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU. La empresa está comprometida desde su fundación a contribuir con el objetivo número ocho (trabajo decente y desarrollo económico) y el número 10 (reducción de las desigualdades). Lo anterior, con el propósito de contribuir desde el aspecto social, pero además, atraer a aquellas organizaciones que quieran unirse a esta causa. En el fondo, aumentar las oportunidades laborales, es cerrar brechas y disminuir la desigualdad y la injusticia, y esto no es otra cosa que generar bienestar en la sociedad.

En relación con los canales de UbiCuo, se compondrá de diversos medios dependiendo de la etapa del usuario dentro de lo que se llama “Customer journey” o camino que lleva a cabo el usuario entre la búsqueda del servicio, la prestación de éste y la etapa final o postventa. En ese sentido, en la propuesta las dividimos en tres etapas: Atracción, entrega y post. En la primera, las redes sociales y el sitio web serán canales primordiales para atraer a los usuarios a través de contenidos, así como estrategias de SEO y campañas de publicidad digital como Google Ads. Para

la segunda etapa de entrega del servicio, los canales serán el sitio web o la plataforma digital y el e-mail. Por último, en la etapa de fidelización, se utilizará el e-mail y mensajes por SMS.

Por su parte, en la relación con los usuarios/clientes será directamente con la plataforma, allí se le prestará atención al cliente, se dispondrá de una sección de preguntas frecuentes o si requiere contactar directamente con un asesor. En ese sentido, la comunicación será de tipo virtual a través de la plataforma y personal en lo que se refiere a los servicios de asesoría y mentoría. A su vez, con los clientes la relación será cercana y directa, pues representan un tipo de relación más comercial, la cual se debe gestionar de forma más estratégica y cercana.

En lo que se refiere a las fuentes de ingresos, Ubicuo tendrá ingresos por diversas fuentes. La primera de ellas será a través de membresías Premium de los usuarios, los cuales podrán acceder a diferentes servicios de valor agregado como asesorías, mentorías, contenidos exclusivos, mayores recursos para hacer más atractiva la hoja de vida, entre otros. También, la plataforma recibirá ingresos por vía de las empresas interesadas en reclutar y publicar avisos. De igual modo, se dispondrá la plataforma para generar anuncios de publicidad digital con marcas y empresas interesadas en dar a conocer sus productos y servicios en el público objetivo de Ubicuo. Por último, pero no menos importante, se buscará gestionar recursos de apoyo con organizaciones de cooperación internacional y convocatorias de aceleración de emprendimientos ya que es un proyecto que pretende generar impacto social y propender por la igualdad de oportunidades.

Con respecto a los recursos humanos y tecnológicos necesarios para la implementación de la plataforma, se contempla la contratación de expertos en asesoría laboral, construcción de hoja de vida y marca personal. Así mismo, se requerirá de la prestación de servicios profesionales de creadores de contenido como comunicadores sociales, diseñador, editor de video y responsable de estrategias online y pauta digital. De igual manera, será necesario contar con equipos de cómputo, software y herramientas digitales gratuitas y de pago.

Como actividades enlace de Ubicuo, se dividirán de acuerdo con tres áreas o funciones centrales: producción o creativa, comercial y administrativa. En la primera, se buscará agrupar todas las actividades de producción de contenidos para la plataforma y lo relativo a la parte estética, y creativa como la publicidad y el posicionamiento de marca de Ubicuo. En la segunda, el énfasis

serán las actividades de tipo comercial y de relaciones públicas que posibiliten la sostenibilidad y viabilidad económica a medio y largo plazo de Ubiuco. Por último, la parte administrativa, la cual será encargada de gestionar todos los recursos y procesos de la plataforma de tal manera que permita la mayor eficiencia y eficacia.

Respecto a los socios clave, Ubiuco buscará con diversos actores institucionales que, por su tipo de actividad, públicos, propósitos se puedan categorizar como aliados estratégicos que posibiliten un mayor alcance para la plataforma como las ONG, *Head-hunters*, instituciones de educación superior, empresas con políticas de inclusión laboral, *grants* y otras plataformas de búsqueda de empleo más generalistas. La idea es que, a partir de la generación de alianzas, convenios y apoyo económico, la plataforma se pueda apalancar para llegar al mercado objetivo como clientes y usuarios. Estos aliados se convertirían en un eje de crecimiento clave para la plataforma y servirán como apalancamiento en la creación de nuevos productos y servicios a largo plazo.

Finalmente, al hablar de la estructura de costos, la plataforma tendrá como principales costos fijos: el reclutamiento y pago de honorarios a talento y recurso humano que sea necesario. Así mismo, todo lo relacionado con soporte y mantenimiento del sitio web, software y tecnología; por último, todos los gastos relacionados con estrategias de marketing y publicidad que permitan lograr consolidar y posicionar el proyecto a corto, medio y largo plazo.

9. Cronograma y presupuesto

Para llevar a cabo este proyecto, se tuvo en cuenta el tiempo con fechas específicas de entrega de cada avance y se realizaron varias etapas de planificación para llegar al producto final.

Tabla 10. *Cronograma y presupuesto*

ETAPA	DESARROLLO	FECHA
Seleccionar el tema para desarrollar durante el periodo de tiempo determinado el documento escrito.	Selección del tema: discapacidad en el mundo laboral en Colombia	Agosto 2019
	Justificar la selección del tema.	Agosto 2019
	Establecer los objetivos a desarrollar en la profundización.	Agosto 2019
	Definir antecedentes del tema.	Septiembre 2019
	Desarrollar el marco conceptual.	Septiembre 2019
	Encuentro con tutor asignado para el proyecto.	Septiembre 2019
	Entrevistas con personas en situación de discapacidad en Colombia.	Octubre 2019
	Recolección de fuentes como fundaciones.	Octubre 2019
	Definir si el proyecto fuera una app p una página web	Octubre 2019
	Buscar cuáles empresas aplican para ser aliadas de la página	Noviembre 2019
Desarrollo de la página web frente al modelo de negocio	Desarrollar cada punto del modelo de negocio	Febrero 2020
	Buscar datos de profesionales en situación de discapacidad con universidades	Febrero 2020
	Encuentros para mostrar avances en tutoría	Marzo 2020
	Establecer el presupuesto para realizar el proyecto	Abril 2020
	Definición del nombre de la página	Abril 2020
Prueba piloto del proyecto para su finalización de entrega	Creación de contenidos de la página web	Junio 2020
	Concretar el talento humano que trabaja en la página	Julio 2020
	Definición del plan de marketing	Agosto 2020
	Moldear el proyecto para dar a conocer que los usuarios podrán elegir contenido gratis y contenido con membresía	Septiembre 2020
	Dar a conocer qué incluye la membresía en la página	Octubre 2020
	Mostrar cómo quedó el prototipo piloto finalizado	Noviembre 2020

Fuente: elaboración propia.

Al desarrollar este cronograma con los tiempos estipulados se logró tener mayor certeza de las cosas que se querían mostrar a los usuarios, teniendo en cuenta que el desarrollar un proyecto como este no solo requiere del producto final sino de una investigación hecha previamente. El tener claro cómo se quería emplear Ubicuo y cuál es su función específica fue uno de los mejores pasos, ya que esto dio solución en el modelo de negocio para saber enfocar la finalidad del producto. Con este resultado final, se espera que la plataforma pueda seguir creciendo y ayudando a la población en situación de discapacidad que tiene mucho potencial pero que muchas veces enfrenta obstáculos por su condición.

Adicional a este cronograma, durante el desarrollo de este documento se tuvo en cuenta el presupuesto con el que se puede hacer realidad este producto digital para su lanzamiento. Esta inversión mostrada a continuación es para iniciar el desarrollo de la página; se debe tener en cuenta que a medida de su crecimiento y evolución se tendrán más gastos y se requerirá de más talento humano.

10. Presupuesto

A continuación, se relaciona lo correspondiente al presupuesto o la inversión a realizar para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 11. *Presupuesto*

INICIO:	PERIODICIDAD	VALOR:	TOTAL, ANUAL:
Dominio de la web	Anual	\$40.000	\$40.000
Hosting	Anual	\$180.000	\$180.000
EQUIPAMIENTO:			
Computadores e infraestructura		\$5.000.000	\$5.000.000
Área Creativa	Anual	\$4.000.000	\$4.000.000
Área Comercial	Anual	\$4.000.000	\$4.000.000
Área administrativa	Anual	\$4.000.000	\$4.000.000
FINALIZACIÓN:		VALOR:	
Talento Humano:			
Comunicadora social y periodista	Mensual	\$2.800.000	\$33´600.000
Asesores de hoja de vida y marca personal.	Mensual	\$2.500.000	\$30´000.000
Profesionales en creación de contenido.	Mensual	\$2.200.000	\$26´400.000
Experto en diseño y programación.	Mensual	\$3.000.000	\$36´000.000
Practicante	Mensual	\$500.000	\$6´000.000
TOTAL:			\$153´220.000 Anual

Fuente: Elaboración propia.

Nota: No se incluye aquí el presupuesto de marketing y comunicaciones, este se incluye en el apartado e Plan de Marketing.

11. Plan de marketing y posicionamiento de marca

A continuación, se va a desarrollar lo concerniente al plan de marketing y posicionamiento de Ubiuco y de esa manera, establecer cada uno de los pasos a seguir para asegurar el propósito de la plataforma que es la de conectar ofertas laborales dignas y de calidad a la población de profesionales en condición de discapacidad física. Este plan servirá como una ruta a seguir por el equipo detrás de la plataforma, así como las estrategias y tácticas orientadas al cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad, ya que por muy buena que sea una idea o un proyecto, si no se da a conocer entre su público objetivo, difícilmente pueda llegar a generar impacto alguno. Por ello, la gestión del marketing es esencial.

Con todo, para el plan de marketing de Ubiuco, vamos a tener en cuenta una serie de fases a desarrollar para una completa planificación y ejecución de las actividades de marketing de la plataforma, desde entender su punto de partida (análisis situacional), entender a los públicos a los que se va a dirigir, analizar a la competencia y el mercado en el que va a moverse, identificar las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas de la plataforma, así como plantear coherentemente las estrategias y acciones más eficaces para cumplimiento de su propósito a corto y medio plazo para efectivamente cumplir con su propósito.

A. Análisis situacional de Ubiuco

Teniendo en cuenta que Ubiuco es una plataforma nueva en el mercado de portales de búsqueda de empleo, su situación actual es de nulo conocimiento por parte de su público objetivo, así como entre sus competidores y comunidad en general. En un contexto de gran competencia, puesto que en la actualidad existe un sinnúmero de plataformas para la búsqueda de empleo, Ubiuco se constituye como una oferta novedosa, en el sentido que se dirige a una población específica y desatendida en Colombia, como los profesionales en condición de discapacidad física, pero además como un valor agregado respecto a las plataformas tradicionales, pues busca ir más allá de conectar oferta de empleo y demanda de postulantes, y ser un medio que permita la inclusión laboral de esta población con diferentes herramientas, contenidos y servicios a su disposición.

En esa medida, UbiCuo parte de una situación de desconocimiento, uno de sus objetivos es darse a conocer entre su público objetivo de manera efectiva, ya sea entre las empresas interesadas en ofrecer sus vacantes laborales por medio de la plataforma, y de los usuarios potenciales interesados en acceder a los servicios del portal. Por ende, es importante generar una serie de estrategias encaminadas a posicionar la plataforma, así como a dar cumplimiento a su modelo de negocios para su sostenimiento.

De cualquier modo, UbiCuo tiene el reto de convertirse en la plataforma líder en contratación de personas profesionales en condición de discapacidad física en Colombia. Desea convertirse en la opción más confiable para las empresas y para los usuarios bajo valores, y principios como la transparencia, la inclusión y el respeto por la dignidad humana. Sin embargo los recursos como punto de partida son escasos, por lo que el plan deberá encaminarse a obtener financiación, así como a darse a conocer de forma eficaz, en consecuencia, los canales digitales se establecen como la mejor opción.

b. Análisis de la competencia

Así pues, para determinar cuales elementos pueden ser útiles para el posicionamiento y crecimiento de UbiCuo, es importante analizar a los competidores o plataformas de referencia que permitan conocer a mayor detalle el mercado, así como identificar las acciones más exitosas de los competidores, con el fin de poder integrarlas al plan de marketing de UbiCuo. En ese sentido, es importante clasificar lo que consideramos competencia directa, indirecta o directamente como sustitutos del servicio. Por otro lado, para llegar a establecer una idea diferenciadora en torno a como ha de presentarse y comunicarse, se analizará el posicionamiento de los competidores con el fin de identificar elementos de interés para poder crear estrategias de posicionamiento en la mente del público objetivo.

Matriz de posicionamiento competencia

Teniendo en cuenta la diversidad de plataformas que existen en el mercado, para este análisis vamos a utilizar las que hemos analizado con anterioridad, en ese sentido, estas se pueden clasificar entre competencia directa y competencia indirecta.

Competidores directos

En cuanto a los competidores directos, podríamos considerar a la plataforma Inclúyeme, pues ofrece el servicio de búsqueda de empleo especialmente para población en condición de discapacidad.

Competidores indirectos

De modo similar, los competidores indirectos se podrían catalogar como los portales de búsqueda de empleo generalistas y los principales en Colombia como son: Computrabajo y ElEmpleo.com, pero también a nivel internacional el referente es LinkedIn. Finalmente, como plataforma especializada, Talento Diverso se puede constituir como referente.

Sustitutos

Ahora bien, como sustitutos se podrían mencionar a otras modalidades de búsqueda de empleo en internet como las plataformas para *freelance*, la aplicación directa en los portales de las organizaciones o incluso las convocatorias abiertas en formato de publicación en redes sociales donde se puede aplicar al correo electrónico suministrado.

Sumado a esto, para el análisis de posicionamiento de la competencia vamos a tener en cuenta a los competidores directos e indirectos, pero no a los sustitutos, pues no entran dentro del modelo de plataforma en el que se basa la propuesta de Ubicuo. Por tanto, no se podrían analizar bajo los mismos parámetros. El mapa de posicionamiento busca ubicar a los diferentes competidores en un plano cartesiano dividido por cuatro cuadrantes, donde cada extremo representa un valor o una característica relevante dentro de la categoría, aunque no excluyentes. Esto nos permitirá analizar la posición en la que desean ser recordado el competidor y así definir la posición que mejor se adapte al proyecto de cara a formular una oferta diferenciadora en el proceso de marketing. Así pues, las características a ubicar en cada extremo del mapa son: Plataformas generalistas vs plataformas especializadas en la línea horizontal y en la vertical: la de búsqueda de empleo vs comunidad y gestión de relaciones profesionales. Elementos que consideramos relevantes en el mercado objetivo.

Figura 1. Mapas de posicionamiento - Plataformas de empleo



Como se puede apreciar en la figura 1, los cuadrantes representan la posición en el mercado en el que las diferentes plataformas de referencia se ubican según el servicio que prestan (Búsqueda de empleo o gestión de comunidad y relaciones profesionales) y el nivel de segmentación (generalista o especializado)

En el **cuadrante izquierdo superior**, se encuentran las plataformas que se dirigen a cualquier tipo de persona para la búsqueda de empleo como Computrabajo y EIEmpleo.com.

En el **cuadrante izquierdo inferior** se encuentran las plataformas digitales dirigidas a cualquier persona para la gestión de comunidad y relaciones profesionales. En este ámbito, caben las redes sociales generalistas, pues obedecen a esta lógica.

En el **cuadrante derecho superior**, podemos ver a las plataformas de búsqueda de empleo pero que se enfocan en un público especializado como discapacitados en América Latina o a personas del colectivo LGBTIQ+.

Por último, en el **cuadrante derecho inferior** se encuentran aquellas plataformas de nicho para el establecimiento de relaciones profesionales y comunidad como LinkedIn, que para

este caso ofrece también el servicio de búsqueda de empleo, por lo cual se encuentra a mitad de ambas. Este último cuadrante sería en el que podría ubicarse **Ubicuo**, ya que entraría dentro de la categoría de buscador de ofertas de empleo para un nicho específico de la población, aunque por el otro lado, también busca ir más allá para incentivar a la comunidad.

c. Marketing Mix

Con el ánimo de conocer a profundidad la estrategia de mercadeo que llevan a cabo los referentes o competidores, basaremos el análisis en el modelo de las 4 P's del marketing (producto, precio, plaza y promoción) de Kotler (1967), el cual se ha venido actualizando a raíz del nuevo panorama hiperconectado para dar cabida a una mayor participación del consumidor. En este sentido, para Kotler, kartajaya y Setiawan (2019) las 4 P's pasarían a redefinirse ahora como las 4 'C' (consumidor, costo, conveniencia y comunicación).

Producto o servicio

Como se pudo observar en el apartado sobre las plataformas de búsqueda de empleo, la mayoría ofrece como servicio principal la búsqueda de ofertas, pero además, algunos servicios en modalidad pago para usuarios y empresas. El más común es acceder a una mejor posición de resultados como candidato. En el caso de [empleo.com](#), los servicios Premium van desde revisar salarios, acceder a contenido exclusivo, hacer pruebas o test y asesorías personalizadas. [Computrabajo](#), por su parte, también permite destacar la hoja de vida en las búsquedas, así como ver quién ha visto su hoja de vida, conocer el perfil de comportamiento y poner a prueba el nivel de idiomas.

En el caso de las plataformas de nicho, [Talento Diverso](#) ofrece además de búsqueda de empleo, formación para personas y empresas. En su modalidad de membresías ofrece paquetes con diferentes opciones para las empresas como: publicaciones ilimitadas de ofertas de trabajo, descarga ilimitadas de hojas de vida, publisreportajes mensuales, publicidad en redes sociales, cupos a ceremonia de publicación de ranking de empresas incluyentes. Para los usuarios, el servicio de búsqueda no incluye destacar perfil.

Incluyeme.com, como se ha dicho, es una plataforma orientada hacia la inclusión de personas con cualquier tipo de discapacidad en América latina. Ofrece el servicio de búsqueda de empleo de forma gratuita, pero además se enfoca en formar a candidatos y empresas, realiza consultorías, diagnósticos y capacitaciones inclusivas. El servicio de formación se hace directamente en la plataforma bajo modalidad *e-learning*. Las capacitaciones van desde manejo de Excel, ventas, *community management*, mejora del curriculum, auxiliar administrativo, teletrabajo, hasta metodologías ágiles. Respecto a los servicios para empresas, se desconocen las tarifas, pues no son públicas, hay que contactarlos.

En síntesis, LinkedIn, como una estructura de red social y empresa de *Big data* que se especializada en profesionales, mantiene diferentes productos para sus audiencias, estos pasan desde servicios de *networking*, perfiles destacados y educación virtual para los usuarios finales, como servicios de marketing, publicidad digital y búsqueda de talentos para empresas.

Precio o costo

Las tarifas de precios varían dependiendo de la plataforma, por lo general utilizan membresías o planes con una cantidad limitada de opciones en la plataforma. Entre mayor sea el número de opciones, mayor es el costo de la suscripción. En orden de mayor a menor precio se encuentra LinkedIn, con el planes *career* para usuarios que van desde \$101.596 pesos colombianos, hasta planes para reclutadores de \$338.571 al mes si se factura anualmente.

Elempleo.com por su parte ofrece un único plan para candidatos, el cual recibe el nombre de El Empleo VIP, y tiene un valor mensual a la fecha de \$217.000 pesos IVA incluido. Los planes se dividen en paquetes de ofertas y membresías. Los paquetes de ofertas van desde: Full ofertas al mes (\$379.000 pesos), Paquete 3 ofertas al mes (\$669.000 pesos), paquete 5 ofertas (\$1.059.000), paquete flexi (\$3.490.000) y los planes con diferentes beneficios que van desde el básico (\$8.900.000 pesos anual), plan destacado (\$14,090.000 anual) y el plan marca empresarial (\$21~375.000 pesos anual).

Por su parte, Computrabajo ofrece un plan para usuarios Premium con un valor de \$169.000 pesos colombianos. En cuanto a las empresas, ofrece tres tipos de membresía: básico, es

gratuito, pero ofrece publicar únicamente una oferta al mes, el *Plan Standard* (\$97.000 pesos al mes), el *Plan Advance* (\$118.810 al mes) y el *Plan Premium* (\$147.150 al mes).

Así mismo, Talento Diverso, en sus planes empresariales, ofrece tres tipos de membresía: el paquete trimestral (\$300.000) que incluye publicaciones ilimitadas de ofertas de trabajo, descarga ilimitada de hojas de vida y cupos a ceremonia de publicación de *ranking* de empresas incluyentes; el paquete semestral (\$500.000) que incluye, además de las opciones mencionadas en el paquete trimestral, un publrreportaje en formato boletín mensual; finalmente el paquete anual (\$900.000), además de beneficios de otras membresías, incluye publicidad del programa en redes sociales (5 *post* y *tweets* al mes).

Algunas plataformas ofrecen diferentes incentivos para atraer y enganchar al usuario como descuentos y promociones. Esta estrategia sirve además dar a conocer todas las funcionalidades del servicio. Es el caso de LinkedIn, que ofrece el primer mes gratis. Otras plataformas como elemplo.com y Computrabajo ofrecen publicar una oferta al mes y hasta 10 descargas de hoja de vida por oferta. Por otro lado, a propósito de la crisis propiciada por el Covid 19, plataformas como Computrabajo ofrece a los usuarios adquirir por tiempo limitado la membresía Premium a un valor de \$36.000, un descuento de \$133.000 pesos respecto al valor normal.

En cuanto a los métodos de pago, la mayoría de las plataformas permiten el pago electrónico a través de tarjetas de crédito o servicios como Paypal como en el caso de LinkedIn. El Empleo permiten el pago con tarjeta de crédito, débito, consignación o transacción bancaria, mientras que Computrabajo avale el pago a través de tarjeta de crédito o débito, consignación en efectivo a través del Banco de Bogotá y Efecty o transacciones digitales a través de pasarelas de pago como PayU.

Plaza o canales de contacto

En relación con los canales, en este caso hace referencia a los puntos de contacto o canales más adecuados para el público objetivo de la plataforma. En este sentido, al tratarse de un modelo de negocio basada en la web, el principal canal es el mismo sitio web, pero, además, los demás puntos en su mayoría son digitales (e-mail, redes sociales y publicidad digital).

Promoción o comunicación

Como acciones de promoción, las plataformas suelen utilizar las siguientes estrategias:

Redes sociales: Las redes sociales son un canal en el que todas las plataformas tienen presencia, en ellas gestionan una relación de cercanía con su audiencia a través de la generación de contenidos que promueven sus actividades y que aportan al posicionamiento de marca. Las redes sociales más utilizadas son: Facebook, Instagram y Twitter. Así mismo, algunos de los contenidos que suelen publicar están relacionados con los servicios que ofrecen, ofertas laborales de interés, eventos, convocatorias, información del sector, tips, consejos y recomendaciones relacionadas con el ámbito laboral.

Así pues, para tener un panorama general de la presencia en redes sociales de las plataformas consideradas referentes o competidores, analizamos el impacto que al momento de redactar este trabajo, mantienen en redes sociales, tomando en consideración un periodo de 28 días con la herramienta de análisis *Karma Fanpage*. De esta manera, los resultados se pueden observar en la tabla 12 para Facebook y la tabla 13 para Instagram.

Tabla 12. *Presencia en Facebook de los competidores.*

	El empleo	Computrabajo	LinkedIn	Talento Diverso	Inclúyeme
Presencia	373K	105K	2.4M	1.6K	33K
Frecuencias y horarios	Lunes a sábados 10 am – 10pm	Lunes a viernes 9 am – 3pm	Lunes a viernes 10 am – 6pm	X	Lunes a viernes 9am – 8pm
Identidad visual	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa
Tipo de contenido	Videos imágenes texto enlaces estado	Imágenes Enlaces Textos	Videos imágenes texto enlaces	X	Videos imágenes texto enlaces
Comunidad	X	X	X	X	X
Engagement	0,058%	0,0037%	0,0019%	0%	0,020%
Comentarios (últimos 28 días)	659	14	346	0	5

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de Facebook, es la red social con mayor cantidad de seguidores, no obstante *empleo.com* es la que mejor índice de comentarios y *engagement* tiene. *Computrabajo*, por su parte, se mantiene en un rango intermedio en segundo lugar respecto a *engagement* y finalmente las plataformas del nicho *Talento Diverso* e *Inclúyeme* mantienen niveles menores. Aun así, la segunda en comparación tiene un rendimiento óptimo si se tiene en cuenta la cantidad de seguidores que acumula. En cuanto al formato de contenido que manejan, la mayoría publica imágenes, textos, videos y enlaces en sus respectivos perfiles de Facebook.

Tabla 13. *Presencia en Facebook de los competidores.*

	El Empleo	CompuTrabajo	LinkedIn	Talento Diverso	Inclúyeme
Presencia	41.8K	36.3K	538k	X	3.712K
Frecuencias y horarios	X	X	X	X	X
Identidad visual	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa	Logotipo presente – Imagen corporativa	X	Logotipo presente – Imagen corporativa
Tipo de contenido	Imágenes y videos Stories	Imágenes	Videos Fotos Imágenes	X	Videos imágenes stories

Comunidad	X	X	X	X	X
Engagement	X	X	X	X	X
Comentarios (últimos 28 días)	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a Instagram, es la segunda red social más utilizada. Sin embargo, no es visible el enlace ni el icono en los respectivos portales para que los usuarios accedan desde ahí. Aunque no se logró recabar datos sobre el desempeño como el engagement, los comentarios, la frecuencia y los horarios en razón a cuestiones de información de carácter pago por parte de *Karma Fanpage*. Por el contrario, sí se logró establecer datos sobre seguidores, identidad y formato de contenido. De nuevo, *empleo.com* es líder entre las plataformas colombianas y LinkedIn la que tiene mayor número de seguidores en razón a su presencia mundial, Talento Diverso no tiene presencia en esta red social. En cuanto al contenido que publican en redes, se destaca el formato de historias en el *empleo.com* e *Inclúyeme* y el uso de videos de alta resolución en LinkedIn, el tipo de publicación más común son las piezas gráficas con texto y las fotografías en alta resolución en LinkedIn, sin ningún texto en la imagen.

Publicidad impresa: En este punto, el portal *empleo.com* posee una destacable visibilidad en impresos gracias a que pertenece a la Casa Editorial El Tiempo, editora del diario más grande de Colombia, donde a través de diferentes tipos de publicaciones impresas obtiene alta visibilidad. No se pudo establecer acciones de promoción de los demás competidores en formato impreso. Por tanto, *empleo.com* tiene una ventaja competitiva en este sentido.

Publicidad digital: Otro de los canales donde suelen aparecer estas plataformas, es a través de la publicidad digital, no obstante, en el caso de *Computrabajo*, *empleo.com* y LinkedIn, al tener una recordación de marca tan alta, no suelen recurrir masivamente a esta práctica. Al contrario, son algunas empresas las que pautan por aparecen en estos portales por el alto tráfico que tienen. Se desconoce si Talento Diverso e *Inclúyeme* utilizan la pauta digital para promocionarse.

RRPP: Las relaciones públicas son uno de los medios tradicionales más importantes para plataformas como LinkedIn. Al tener una presencia mundial, obtienen gran atención por parte de los medios, así mismo la diversidad de negocios que maneja, hace que sea una herramienta eficaz para impulsar su imagen en los diferentes mercados y fortalecer sus relaciones comerciales.

e. Matriz DAFO

Tomando como referencia algunos elementos del análisis situacional y de la competencia. A continuación se presenta la matriz DAFO, la cual nos permite establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la plataforma Ubicuo de cara a establecer una estrategia de marketing adecuada.

Tabla 14. Matriz DAFO Ubicuo

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Oferta novedosa para el público objetivo seleccionado • Va mucho más allá de ofrecer ofertas y buscar talento, busca aumentar las oportunidades y crear comunidad. • Ofrece servicio gratuito para los candidatos sin dar ventajas a otros por pagar. • Ofrece servicios pagos interesantes para aumentar el perfil de los candidatos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No es conocido aún entre el público objetivo. • Hay limitaciones de presupuesto y no hay inversionistas aún. • No cuenta con las alianzas de arranque para un crecimiento rápido. • Podría tener un crecimiento limitado en usuarios.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionarse en un segmento en donde otras plataformas no han explorado lo suficiente. • Generar recursos de cooperación y fondos para emprendimientos sociales. • Comunidad ávida de recursos y servicios de empleo y crecimiento profesional que ha sido históricamente desatendida. • Posibilidad de conectar con múltiples organizaciones con políticas de inclusión. • Canales de promoción no utilizados por la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores y sustitutos • Contracción económica y crisis de empleo en el país. • Falta de acceso a internet en zonas apartadas. • Falta de acceso a la educación superior y graduación de profesionales en condición de discapacidad. • Paradigmas, exclusión y desconocimiento de las políticas públicas en torno a la inclusión laboral de la población con discapacidad.

Fuente: Elaboración propia

f. Objetivos de marketing y posicionamiento

La visión de UbiCuo a largo plazo es convertirse en la plataforma principal de búsqueda de empleo y desarrollo de perfil laboral para profesionales en condición de discapacidad física en Colombia. La meta es convertirse en un actor relevante en los procesos de inclusión laboral de esta población en el país con servicios de búsqueda de empleo, así como diferentes servicios asociados al desarrollo de habilidades y al perfil laboral como formación, contenidos, asesoría y consultoría de perfil, *networking* y gestión de relaciones, y los que puedan surgir en este sentido a futuro.

Para cumplir con esta visión, será necesario llevar a establecer una serie de objetivos a corto, medio y largo plazo en relación con los ámbitos: financiero, comunicativo, de marketing y negocio que permitan el crecimiento y consolidación del proyecto. En ese sentido, explicamos cada uno de los objetivos en una primera etapa comprendida en un periodo de corto plazo (1 año) y largo plazo (más de un año). En este punto nos vamos a concentrar en los objetivos estratégicos de acuerdo al modelo de negocios y a los objetivos de marketing y posicionamiento de marca. En consecuencia, la metodología que vamos a utilizar para establecer los objetivos será *Smart* (específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporales).

Estratégicos o de negocio

- Establecer de 8 a 10 alianzas estratégicas que contribuyan a la operación de la plataforma. (Inversionistas, aliados estratégicos, patrocinadores, donantes).
- Lograr convenios de cooperación con al menos tres empresas por sector de las más grandes empresas del ranking de la revista Semana con políticas de diversidad e inclusión.
- Generar al menos 1.000 registros de hoja de vida en la plataforma.
- Generar ingresos por un mínimo de \$10.000.000 en servicios pagos como asesorías de hoja de vida, capacitaciones sobre inclusión, matriculas en cursos virtuales.
- Obtener un flujo de caja para reinvertir de al menos el 10%
Generar los ingresos suficientes para sostener la operación de un año, sin depender de ingresos por ventas (como inversiones, donaciones, patrocinio, ingresos por publicidad).

Objetivos de marketing

- Alcanzar notoriedad y conocimiento de marca en el público objetivo a través de medios digitales en un plazo de un año.
- Lograr un número significativo de tráfico al sitio web durante el primer cuatrimestre.
- Lograr al menos 20.000 registros de hojas de vida por parte de candidatos interesados durante el primer año.
- Lograr la inscripción de al menos 100 empresas colombianas durante el primer año.

Conocimiento de marca

- Alcanzar un mínimo de 10.000 visitas al mes al sitio web.
- Alcanzar un mínimo de 10.000 seguidores en redes sociales
- Alcanzar a un mínimo de 10.000 personas alcanzadas al mes en redes sociales

¿Cómo se logrará esto?

g. Usuarios

Para alcanzar los objetivos del plan de marketing, es importante conocer bien el camino por el cual podamos acercarnos a los diferentes públicos, entre ellos los usuarios finales, o candidatos en este caso. Una forma de hacerlo es clasificarlos a través del tipo de medio por el cual queremos llegar: medios propios, pagados y ganados. En los primeros “somos capaces de explicar las ideas a nuestros clientes, es decir, personas que ya nos conocen. Por ejemplo, la web o el blog son lugares en los que se puede publicar contenidos libremente para llegar tanto a clientes nuevos como a clientes recurrentes” (Sanagustín, 2016). En el caso de UbiCuo, estos medios serían, la plataforma misma o sitio web, los perfiles en redes sociales y la cuenta de correo corporativa. Los medios ganados, por su parte, se refieren a “cuando usuarios y clientes interactúan con nuestros contenidos se convierten en prescriptores o fans, porque ayudan a impactar a sus contactos gracias a los medios ganados. Por ejemplo, un *retwit*, una reseña en un foro o una noticia compartida por correo, son maneras en que la empresa gana difusión gratuita en espacios cedidos sin costo por los usuarios”. (Sanagustín, 2016).

Y finalmente, los medios pagados son aquellos en los que se paga para alcanzar cierta notoriedad en el público elegido “pagando en ciertos medios, conseguimos extender los mensajes a desconocidos a los que no llegaríamos de otra forma. En particular los anuncios en *Google Adwords*, *banners* y *spots* en portales o actualizaciones patrocinadas en redes sociales que son piezas publicitarias que se pagan por posicionarse en los canales que utilizan los usuarios potenciales”. (Sanagustín, 2016).

h. Público objetivo

Para concretar las estrategias y acciones de marketing a llevar a cabo, es importante definir el target al que llegarán las acciones, o a los que pueden estar interesados en el servicio. Así pues, como hemos dicho anteriormente, la plataforma se dirige en primer lugar a profesionales en condición de discapacidad física residentes en Colombia, así mismo, otros actores de interés son aquellas empresas en búsqueda de talento calificado con políticas de inclusión. No obstante, para tener una visión más clara sobre el público objetivo a dirigir los esfuerzos, se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 15. *Segmentación de públicos Ubicuo*

Público	Edad	Género	Profesión	Nivel-socioeconómico	Localización geográfica	Intereses, hábitos.
Profesionales en condición de discapacidad física (usuarios-clientes)	18 – 65 años	Hombres y mujeres	Todas	Todos	Colombia	Usuarios de internet, en búsqueda activa de empleo,
Empresas con políticas de inclusión laboral (aliadas, clientes).	X	X	Todos los sectores		Colombia	Inclusión, diversidad, RSE

Fuente: Elaboración propia

i. Públicos de comunicación (mapa de públicos)

Así como los usuarios finales, es decir los candidatos en búsqueda de empleo y las empresas se establecen como los públicos objetivos, no hay que dejar de lado otro tipo de actores que pueden llegar a ser importantes, ya sea por su nivel de influencia, porque pueden ser aliados en algún momento, o porque simplemente hacen parte de una sociedad en la que como organización actúan e influyen. En ese sentido, podemos encontrar a públicos de interés como: medios de comunicación, entidades gubernamentales, organizaciones sociales, instituciones de cooperación internacional, academia, entre otros.

Con el ánimo de clasificar y priorizar a los públicos en función de las estrategias de marketing a aplicar, se presenta en la tabla 16 a aquellos públicos que se consideran relevantes y el nivel de prioridad que tienen. Estos se calificarán de 1 a 5, siendo 1 de menor importancia y 5 de mayor, al final se promediará el resultado según la prioridad asignada para seleccionar más fácilmente a los públicos a los que se dirigirán las estrategias utilizando el coeficiente de comunicación necesario, este, de acuerdo con Sanagustín (2016) se calcula sumando los puntos obtenidos y dividiéndolo entre los puntos en total que pudo haber conseguido.

Tabla 16. *Mapa de públicos*

Factor/público	Medios de Comunicación	Entidades públicas	ONG/cooperación	Académica	Empresas
Importancia estratégica	5	4	5	5	5
Influencia en la opinión pública	5	4	4	3	3
Conocimiento de la empresa	3	3	3	3	5
Difusión de imagen de marca	5	3	4	5	5
Cuánto costaría	4	4	4	4	5
CCn	0,88	0,72	0,8	0,72	0,92

Fuente: Elaboración propia

j. Estrategias

El propósito de UbiCuo es aumentar la empleabilidad de la población profesional en condición de discapacidad física a través de unir la oferta con la demanda de búsqueda de empleo, pero además ofrecer servicios complementarios pagos a empresas y a usuarios finales con el fin de asegurar el sostenimiento de la plataforma, así como generar recursos que permitan reinvertir los dividendos en mejorar la experiencia en la plataforma e invertir para seguir creciendo.

En este sentido, las estrategias de marketing de UbiCuo se enfocarán en la primera etapa, en dar a conocer la marca entre el público objetivo y a determinados segmentos de la sociedad, como el sector empresarial. Así mismo, se enfocará en aumentar su base de datos de candidatos en los primeros meses desde la puesta en marcha para asegurarse de que las ofertas de empleo lleguen a los usuarios y que las empresas puedan encontrar suficientes candidatos para hacer sus procesos de selección. Básicamente, las estrategias se basarán en los siguientes pilares:

- Conocimiento de marca (Alcance)
- Crecimiento en usuarios (Conversión)
- Publicación de ofertas laborales (Contenido)

Así pues, a continuación se explican las estrategias a aplicar.

- **SEM:** Para dar a conocer la marca e impulsar su conocimiento entre el público objetivo, se llevarán a cabo campañas pagas de publicidad paga a través del buscador de Google y de la red de *display* de Adwords durante los primeros 12 meses.
- **SEO:** Con el objetivo de posicionar a la plataforma en los buscadores de Google. Se llevarán a cabo acciones de optimización teniendo en cuenta los parámetros de indexación *inpage* y *offpage* para la plataforma que permita que los usuarios puedan encontrar más fácilmente la plataforma al digitar los términos de búsquedas o palabras clave relacionadas con empleo para personas en condición de discapacidad, inclusión laboral, oportunidades para discapacitados físicos, entre otros. Así mismo, todos los contenidos educativos e informativos serán optimizados para buscadores con el objetivo de mejorar la posición de la plataforma en los buscadores y aumentar el tráfico.

- **Social Media Marketing:** Las redes sociales son un canal obligado para dar a conocer la marca y para entablar relaciones con los usuarios en el mundo digital. Por ello se llevarán a cabo acciones que busquen alcanzar a un alto porcentaje de personas bajo diferentes criterios de segmentación, así como generar *engagement* e interacción a favor de la marca y los mismos usuarios a través de contenidos de valor. Cada plataforma deberá tener unos contenidos acordes a las características de las plataformas para un mejor rendimiento, así como identificar las oportunidades de mejora con analítica digital.
- **E-mail marketing:** Para aumentar el compromiso de los candidatos y las empresas, se llevará a cabo un *newsletter* quincenal informativo con contenido de valor, así como envío periódico de actualizaciones si así lo quieren los usuarios con envío de notificaciones con publicación de ofertas recientes y acordes a su perfil. Por parte de las empresas, los contenidos tratarán sobre temas de inclusión laboral, consejos, beneficios para las compañías de incluir, temas legales, asuntos éticos y de cultura organizacional, experiencias de éxito, etc. Para ello se deberá crear y gestionar una base de datos acorde a la regulación nacional vigente de protección de datos personales, con el permiso explícito de los candidatos y empresas para enviarles información. Y finalmente, a partir del uso de programas avanzados en automatización, segmentación y análisis de datos, hacer una gestión eficiente que mejore los resultados de tráfico, compromiso y fidelidad hacia la marca.
- **Marketing de contenidos:** Uno de los elementos que pueden ayudar a diferenciar la propuesta de Ubicuo, es a través de la elaboración de contenidos de interés para la audiencia. En ese sentido, el marketing de contenidos es una estrategia ideal que puede ayudar a alcanzar los objetivos de forma transversal a través de contenido valioso para los públicos para aumentar su fidelidad e interés, atraer tráfico al sitio web, lograr registros, aumentar el conocimiento de marca y ayudar al posicionamiento en buscadores. Para, ello, se creará una estrategia de contenido acorde a los intereses de la audiencia, un plan editorial y las respectivas parrillas para aplicar de forma efectiva la estrategia.

Crear Plan de RRPP												
Eventos y webinars												
Plan de Comunicación en crisis												
Producción de notas de prensa y envío												
Página de sala de prensa en el portal												
Medición y reporting												

Fuente: Elaboración propia

m. Presupuesto de marketing

Para poder alcanzar los resultados esperados de acuerdo con los objetivos planteados, es necesario contar con un presupuesto estimado que permita llevar a cabo todas las acciones. En ese sentido, la siguiente tabla muestra el presupuesto específico para las estrategias y acciones de marketing planteadas anteriormente. Es importante tener presente que el presupuesto es un documento vivo que requerirá ajustarse periódicamente según las necesidades y resultados de cada una de las estrategias planteadas. No se incluyen aquí los presupuestos para el dominio y alojamiento web, ya que hacen parte del presupuesto general.

Tabla 18. *Presupuesto de marketing de Ubicuo*

SEM	Periodicidad	Valor	Total año
Pauta en RR.SS	Mensual	\$1'000.000	12'000.000
Pauta en Adwords	Mensual	\$2'000.000	24'000.000
Total			36'000.000

Herramientas	Periodicidad	Valor	Total
RR.SS	Anual	\$500.000	\$6'000.000
SEO y analítica	Anual	\$500.000	\$6'000.000
Plataforma de E-mail marketing	Mensual	\$299.000	\$3'588.000
Total			\$15'588.000

Relaciones públicas	Periodicidad	Valor	Total
Eventos virtuales	Bimestral	\$5'000.000	\$30.000.000
Material impreso	Mensual	\$2'000.000	\$24'000.000
CMR	Mensual	\$135.000	\$1'620.000
Total			56'620.000

Total sumatoria	\$108'208.000
------------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia

n. Medición de resultados

Para asegurarse del cumplimiento de los objetivos propuestas con cada una de las estrategias y actividades, se llevará a cabo un seguimiento y evaluación de forma periódica. Cada estrategia tendrá una medición y evaluación trimestral, aunque habrán actividades que por su continua y diaria gestión, tendrán una medición y evaluación mensual y hasta quincenal como la estrategia de pauta y la gestión de redes sociales.

En esa medida, como indicadores de rendimiento que permitan identificar aciertos y fallas, así como el cumplimiento de los objetivos de manera cuantitativa y cualitativa, la guía serán las métricas aplicadas a todas las acciones digitales que se guiarán por de acuerdo a criterios como: adquisición, activación, conversión y fidelización. Así pues, en la siguiente tabla, se presentan las estrategias, y las métricas correspondientes a cada etapa a tener en cuenta en la medición de resultados.

Tabla 19. *Medición de resultados esperados*

Etapa	Estrategia y/o táctica	Métrica	Periodicidad de medición
Adquisición (visibilidad y tráfico)	Pauta en RRSS	<ul style="list-style-type: none"> • Total de visitas • Usuarios únicos • # de sesiones • Tasa de rebote • Tasa de clicks • Fuente de tráfico • Duración de las visitas • Ranking en buscadores • Ruta de navegación 	Quincenal
	Pauta en Google Adwords		Mensual
	SEO		Trimestral
Consideración	Social Media Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Seguidores • Alcance • Comentarios • Compartidos • Engagement 	Quincenal
	Marketing de Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas • Compartidos • Descargas • Registros/leads • Alcance 	Por contenido
	Blog	<ul style="list-style-type: none"> • Suscriptores • Visitas • Comentarios • Compartidos 	Mensual
Fidelización	E-mail marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Aperturas • Bajas • Rebotes • Registros/leads • Visitas 	Por campaña
	RRPP	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos realizados • Registros/leads • Alcance • Asistencia • Base de datos 	Por actividad

Fuente: Elaboración propia

12. Maqueta del sitio

La finalidad de la plataforma, es la de facilitar la búsqueda de empleo a personas en condición de discapacidad física en Colombia. Además de ello, ofrecer una serie de servicios relacionados con el fortalecimiento del perfil y la empleabilidad de los candidatos. Por otro lado, las empresas podrán publicar sus ofertas de empleo pensadas específicamente para el público objetivo de la plataforma. En ese sentido, deberán crear respectivamente un perfil, tanto el candidato para poder aplicar a las ofertas, como las empresas y organizaciones que les permita publicar sus ofertas.

Para la estructuración de la plataforma, nos guiaremos en este trabajo por la metodología del Diseño Centrado en el Usuario, la cual, se puede definir de acuerdo con Wikipedia, citado por Torres-Burriel (2018) como:

Una filosofía o metodología de diseño que tiene por objeto la creación de productos que resuelvan necesidades concretas de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo de su parte.

El UCD, por sus siglas en inglés, tiene que ver con generar productos de diseño, ya sea una aplicación un sitio web o un programa teniendo en cuenta las necesidades, tareas y metas de los usuarios en dicho entorno, así mismo, involucra la participación de los usuarios como elemento sustancial que permite mejorar el producto. En ese sentido “El diseño centrado en el usuario tiene que ver con tomar decisiones de diseño contando en todo momento con el feedback del usuario; es diseñar contando con el usuario siempre y en todo momento” (Torres-Burriel, 2018). Así mismo, en el contexto del UCD, también es importante mencionar dos conceptos muy importantes de cara al diseño de un producto digital: la usabilidad y experiencia de usuario o UX, según sus siglas en inglés.

La usabilidad, según Torres-Burriel (2018) “tiene que ver con las buenas practicas relativas a los elementos de interacción del usuario con los sistemas”. Por otro lado, “la experiencia de usuario camina por el sendero del descubrimiento de las necesidades, expectativas y objetivos de los usuarios como forma de implementar soluciones que lleven a su satisfacción”. (Torres-Burriel,

2018). En otras palabras, la usabilidad hace referencia a la facilidad de uso, mientras que la experiencia de usuario, desde una perspectiva más amplia, tiene que ver con un conjunto de elementos que buscan la satisfacción del usuario como: el diseño, la presentación, la funcionalidad, entre otros aspectos que permiten que el usuario tenga una experiencia agradable y positiva antes, durante y después de acceder a un sitio web, aplicación móvil o programa de escritorio.

De acuerdo a lo anterior, para la maqueta inicial de la plataforma, se tomarán elementos referentes a la usabilidad y la experiencia de usuario para brindar una interacción positiva entre los usuarios. Por ello, nos guiaremos de las preguntas base del proceso de Diseño Centrado en el Usuario según Torres-Burriel (2018) como: ¿Quiénes son los usuarios? ¿Cuáles son las tareas o metas? (Metas deseables y metas funcionales. Tipos de tareas necesarias para cumplir las metas. ¿Qué nivel de experiencia tienen los usuarios? ¿Qué funciones se necesitan? ¿Qué información necesitan los usuarios y de qué manera? ¿Cómo se espera funcione?, ¿Cuáles son los casos más adversos? ¿Se realizarán varias tareas a la vez? Para dar claridad a ello, contestaremos las preguntas de manera desagregada a continuación.

¿Quiénes son los usuarios?

1. Profesionales hombres y mujeres de cualquier edad con discapacidad física residentes en Colombia en búsqueda activa de empleo. Los usuarios deberán tener acceso a Internet y una cuenta de correo para registrarse y crear su hoja de vida en la plataforma. Así mismos interesados en conocer más sobre el mercado laboral y cómo pueden acrecentar sus oportunidades, así como volver más atractivo su perfil para las empresas.
2. Empresas, entidades públicas y organizaciones sociales con políticas de inclusión interesadas en ofrecer vacantes para profesionales en condición de discapacidad física en Colombia.

¿Cuáles son las tareas y metas?

Estas se pueden dividir en función del público de interés:

- **Candidatos:** Registrarse, crear su hoja de vida y aplicar a vacantes. Acceder a información de interés. Buscar ofertas según criterios como: lugar, sector, rango de salarios, rango de tiempo de publicación de la oferta.
- **Empresas:** Registrar el perfil de la empresa en el portal, publicar ofertas, pautar en la plataforma, acceder a información de los candidatos, segmentar información, consultar información.

¿Qué nivel de experiencia tienen los usuarios?

No es necesario contar con conocimientos avanzados en manejo de plataformas, únicamente conocimiento básico para navegar en internet o a su vez una persona que pueda asistirlos con experiencia básica para crear perfiles y hojas de vida en plataformas de empleo. Que reconozca objetos e iconos universales en la navegación de páginas web y actividades relacionadas (llenar formularios, subir archivo, foto, generar una clave, etc.).

¿Qué funciones se necesitan?

Principalmente generar un registro junto con la hoja de vida y explorar las ofertas laborales a través del buscador correspondiente. Pero, además:

- Navegación entre los diferentes enlaces
- Acceso a diferentes páginas
- Consulta de artículos de interés
- Consulta de información sobre la plataforma (quienes somos)
- Facilitar enlaces de interés
- Facilitar información para anunciantes y donantes
- Acceso a cuenta con usuario y clave

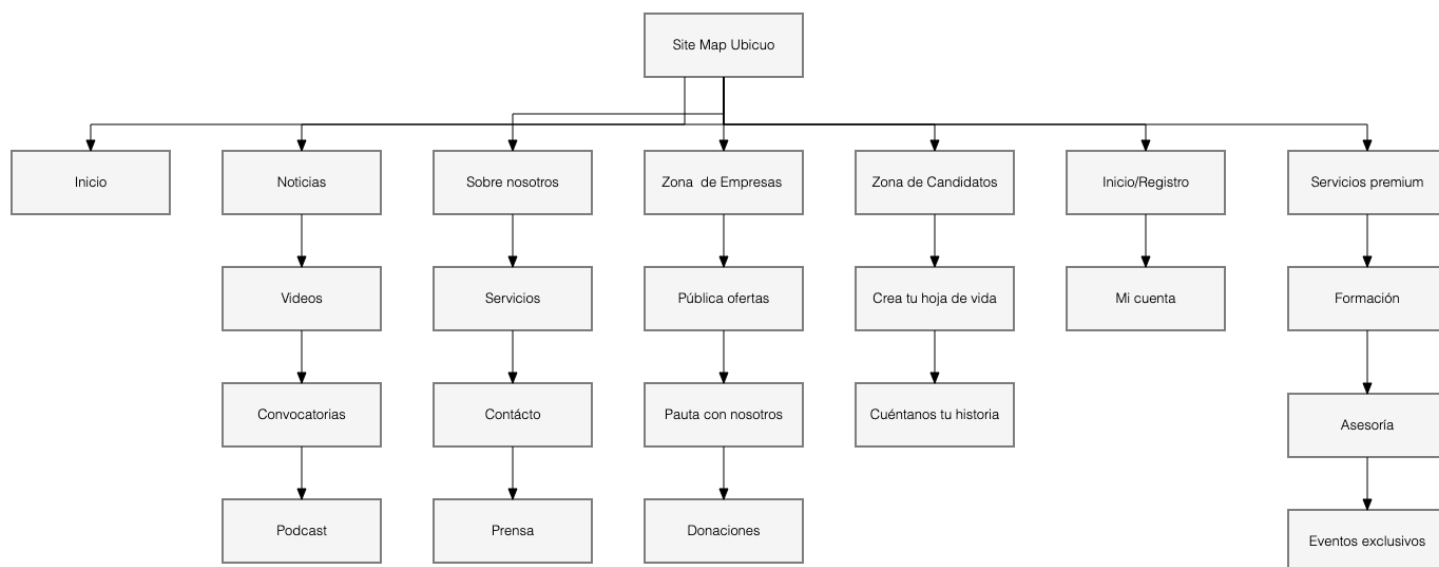
- Recuperación de usuario y clave
- Registro de perfil para empresa
- Publicación de ofertas laborales
- Acceso a formulario de contacto
- Acceso a información sobre políticas y lineamientos (datos y tratamiento de información personal, mapa web, accesibilidad, aviso legal, política de *cookies*, política de privacidad).
- Enlaces y botones para direccionar hacia sociales corporativas

¿Qué información necesitan los usuarios y de qué manera?

Tantos los candidatos, como las empresas, necesitarán información general de la plataforma para conocerla a profundidad, así como información que los guíe hacia las metas y objetivos a lograr en la plataforma como instrucciones para registrarse, buscar y publicar ofertas; así como información sobre políticas y lineamientos. Finalmente, información de carácter educativo y de interés general como: noticias, entrevistas, informes sectoriales, videos, podcast, post de blog, entre otros.

La distribución de la información será organizada en orden de prioridad según los objetivos de los usuarios, así como ordenados de forma jerárquica, así:

Figura 2. Arquitectura de la plataforma



¿Cómo se espera que funcione?

El funcionamiento de la plataforma se puede resumir en los siguientes pasos:

- El usuario accede desde cualquier dispositivo conectado a Internet (web, móvil o tableta) y navegador de su preferencia a la plataforma.
- En la interfaz de la plataforma podrá consultar toda la información sobre la plataforma, navegar entre las páginas internas, hacer *Scroll* de manera ascendente y descendente, hacer clic en los enlaces de su interés.
- Si el usuario candidato está interesado en acceder al buscador de ofertas, podrá registrar sus datos, crear una cuenta y luego ingresar su información personal, laboral y académica.
- Si el usuario empresarial está interesado en publicar ofertas, podrá registrar los datos de la empresa y persona responsable o área, crear usuario y contraseña.
- Por su parte, la plataforma ingresará los datos, los guardará y podrá organizar la información mediante algoritmos. Mostrará resultados tanto de ofertas en el buscador, como de candidatos en la cuenta de empresas que se hayan inscrito según criterios de segmentación seleccionados por los usuarios.
- El portal hará seguimiento al proceso, dando aviso a los usuarios del estado de su proceso, como a las empresas sobre la recepción de candidatos interesados y sus hojas de vida.
- Por otro lado, la plataforma será actualizada con frecuencia con contenidos de interés para la audiencia.
- Los usuarios interesados en donar para el sostenimiento de la plataforma podrán hacerlo a través de un formulario y enlace para pasarela de pagos.

Una vez se han definido los elementos de funcionalidad y los requerimientos hacia lo que debe hacer la plataforma. A continuación, se presentarán los elementos de identidad y comunicación de la plataforma, tales como: nombre, logotipo, colores corporativos y tipografía a utilizar. Elementos que darán una identidad de marca clara de cara a presentarse ante el público objetivo y diferenciarse.

Nombre

Partiendo de la importancia de seleccionar un nombre diferenciador y con potencia comunicativa, de acuerdo con un proceso de análisis previo a partir de elementos como: competencia, público objetivo y propuesta de valor, se optó por utilizar el nombre UBICUO por varias razones. La primera, es un nombre corto de fácil recordación. Segundo, el nombre Ubicuo proviene del concepto de Ubicuidad, que tiene relación con estar en todos lados que al relacionarlo con el propósito de la plataforma cobra sentido, pues la idea es que los profesionales en condición de discapacidad puedan desempeñarse laboralmente en todos los ámbitos, así mismo, el nombre se logra diferenciar de otras plataformas que por lo general llegan a lugares comunes con palabras como: talento, *jobs*, trabajo, empleo, etc. Y de otro lado, ya que Ubicuo pretende ir mucho más allá de ofrecer empleo, el nombre puede extenderse a otras líneas de negocio con el fin de incursionar en otras líneas de negocio.

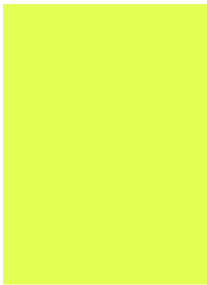
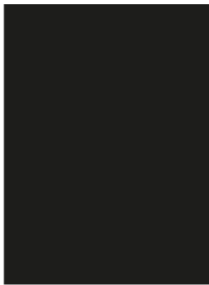

Marca

La identidad visual de Ubicuo se expresa principalmente con la marca. Esta se encuentra basada en un logotipo compuesto por texto y elementos visuales como el ojo en la letra o que representa buscar o estar mirando. El estilo de letra representa por su parte agilidad y cercanía, pero además simula el estilo de una firma, para dar una idea de ámbito profesional y remarcar un sentido humano. Finalmente, viene acompañado de un eslogan “Talento incluyente” que contextualiza al usuario sobre lo que hace la marca, en este caso, la inclusión laboral.



Colores corporativos

En cuanto a los colores, se optó por seleccionar una paleta de colores diferenciadora para la plataforma, tomando como referencia la identidad visual de las demás plataformas de empleo para optar por una propuesta novedosa, fresca y alegre, elementos a resaltar en la propuesta. En ese sentido, se optó por un amarillo limón como color principal, complementado con negro y escala de grises, estos en combinación con fotografías logran un efecto vibrante y llamativo que induce a los usuarios a sentir calidez y sobriedad al mismo tiempo. A continuación, una muestra de los colores, junto a los respectivos valores para aplicación en formato web e impreso.

		
RGB: 227/255/83	RGB: 29/29/27	RGB: 157/157/156
CMYK: 20/0/81/0	CMYK: 74/65/63/81	CMYK: 40/31/32/10
Web: #E3FF53	Web: #1D1D1B	Web: 9D9D9C

Tipografía

La tipografía propuesta para el título, es una tipografía que buscar dar una idea de profesionalismo humano y agilidad, para se escogió la fuente Olive_DEMO, la cual deberá utilizarse únicamente en el logo. Como fuente para el slogan, se escogió la fuente Arial por su versatilidad y uso universal, esta fuente se podrá utilizar en todas las aplicaciones web e impresas de la plataforma, en su material de marketing y publicidad, así como en la papelería, y en general todo el material interno y externo de presentación donde aparezca la marca.



Iconografía

Con el objetivo de guiar al usuario, así como facilitar la navegación, se utilizará el lenguaje iconográfico, es decir, a través de iconos que ayuden a reconocer y encontrar fácilmente lo que el usuario está buscando en la plataforma. Esto aplica tanto para el soporte web como móvil. Algunos ejemplos:



Fotografía

Respecto a la fotografía, con el objetivo de generar una imagen profesional, se podrán utilizar imágenes en alta resolución, acordes a la temática del sitio y de preferencia imágenes propias en situaciones de búsqueda de empleo, del ámbito laboral, desarrollo profesional, etc., y que represente la diversidad de la comunidad de profesionales en condición de discapacidad física. Ejemplo:



13. Metodología

Para el desarrollo de la propuesta de plataforma digital de búsqueda de empleo dirigido hacia personas profesionales en condición de discapacidad, se utilizaron diferentes instrumentos de investigación, con el objetivo de validar la necesidad de una plataforma de este tipo que permita aumentar las posibilidades de empleabilidad de la población objetivo. A continuación, daremos un repaso por las técnicas y los instrumentos empleados; así como los aspectos metodológicos a tener en cuenta como la muestra y la población.

- 1. Revisión documental:** Con el propósito de recolectar información que sirviera como sustento conceptual y justificación para el proyecto de la plataforma, se llevó a cabo una revisión documental con archivos tales como cifras oficiales, informes de organismos internacionales, informes de entidades sin ánimo de lucro, fundaciones, proyectos de grado, proyectos de ley y prensa. Esta revisión tuvo como objetivo, en primer lugar, tener una dimensión general sobre la problemática en Colombia, en este caso la situación de búsqueda de empleo de la población discapacitada, pero además generar un marco conceptual y legal de la situación. Finalmente, justificar con suficientes datos e información la importancia del proyecto.
- 2. Entrevistas:** En el mismo sentido de la revisión documental, se llevaron a cabo entrevistas semi-estructuradas para tener una perspectiva mayor del problema desde la percepción de los mismos actores. De esa manera, se logró entrevistar a J. Clopatofsky (Comunicación personal, 24 de junio del 2020), quién fue el encargado de presentar el proyecto de Ley a favor del colectivo de personas en condición de discapacidad en Colombia. Además, se entrevistó a J. S. Betancourt (Comunicación personal, 30 de mayo de 2020), profesional en condición de discapacidad, quién a partir de su experiencia, brindó una serie de inconvenientes a la hora de buscar en empleo en el país y las dificultades a las que es sometido muchas veces el colectivo.

- 3. Alcance y población:** La población objetivo para el proyecto, se divide en tres segmentos o grupos de interés.

Tabla 20. *Población objetivo de Ubicuo*

Población objetivo	Descripción
Segmento 1. Profesionales	Hombres y mujeres profesionales con discapacidad física residentes en Colombia con o sin experiencia laboral.
Segmento 2. Sector empresarial	Empresas con políticas de inclusión laboral y responsabilidad social empresarial (Ranking Merco, Revista Semana y Great Place to Work).
Segmento 3. Comunidades y sociedad civil	Medios de comunicación, universidades, ONG, Grants, entidades del estado, organizaciones de la sociedad civil, comunidad en general.

La población se determinó así, ya que era importante delimitar por un lado a los usuarios (quienes se beneficiarán de la plataforma) así como a la comunidad de organizaciones (quienes serán los socios clave en la generación de ofertas laborales).

14. Pruebas de prototipo

Para poder evaluar la usabilidad y la experiencia de usuario del prototipo de la plataforma, se llevará a cabo un proceso de evaluación de una prueba o “test de usabilidad” con usuarios para detectar problemas y oportunidades de mejora. Un test con usuarios de acuerdo con Yuseff Hassan, citado por Torres-Burriel (2018):

Es una prueba de usabilidad que se basa en la observación y análisis de cómo un grupo de usuarios reales utiliza un sitio web, anotando los problemas de uso con los que se encuentran para poder solucionarlo posteriormente. (pp.212).

Este tipo de pruebas permite a partir de la observación aquellos inconvenientes conscientes e inconscientes con los que se puede encontrar un usuario anónimo que hace parte del público objetivo. Por lo general, este tipo de pruebas se realizan en entornos controlados como un laboratorio especialmente equipado y sin interrupciones. Así mismo, no entrega soluciones de inmediato, sino es un insumo sobre los problemas que se puedan presentar en la experiencia de los usuarios con el producto digital. Por otro lado, de acuerdo con Torres-Burriel (2018), la prueba de usabilidad con usuarios deberá ir precedida de una evaluación heurística, el cual, en la metodología de diseño centrado en el usuario, es una especie de listado que incluye los elementos básicos contemplados en el diseño del producto digital antes de realizar el test a los usuarios objetivo, de acuerdo a Yusef Hassan, citado por Torres-Burriel (2018):

Un análisis heurístico de usabilidad es una guía en forma de lista de chequeo para la evaluación de un sitio web sobre la base de una serie de dimensiones, tales como la identidad, el lenguaje, la redacción, la accesibilidad, la maquetación, los elementos multimedia, los sistemas de ayuda, entre otros. Un análisis heurístico contiene comprobaciones que velan por la usabilidad y por la consecución de los objetivos de negocio de la aplicación o el sistema digital en el cual trabajamos. (pp.215).

En la tabla 20 se muestra el proceso de evaluación de la usabilidad que se aplicará a la plataforma, la cual da cuenta de las diferentes etapas a realizar antes, durante y después del desarrollo del test con usuarios. El test con usuarios se puede hacer durante o después de la

construcción del proyecto digital. En este caso, se hará después, debido a la imposibilidad de reunir personas en un mismo espacio a causa de la pandemia del Covid 19 y hacerla después en las condiciones apropiadas.

Tabla 20. *proceso de evaluación de la usabilidad y experiencia de usuario de Ubicuo*

Fase	Actividad	Recursos necesarios
Antes	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación heurística • Captación de usuarios (muestra de voluntarios a realizar la prueba con un mínimo de 5 y un máximo de 10 + dos personas de respaldo). • Preparación del guion con las narrativas y tareas a realizar por parte de los participantes del test. • Adecuación del lugar 	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos • Laboratorio de usabilidad o lugar para adecuar. • Computo
Durante	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de la prueba a los participantes. • Firma del consentimiento informado por parte de los participantes del test. • Aplicación de la prueba (indicar tareas a realizar por parte de los usuarios). • Anotar observaciones acerca de problemas • Grabar las sesiones • Videos de la expresión facial de los usuarios. • Agradecimiento e indicaciones finales a los usuarios • Registro de los resultados obtenidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratorio de usabilidad o lugar adecuado para la ocasión. • Software de grabación de sesiones. • Equipo de grabación de video • 10 computadores • Conexión a internet • Lápiz y papel para el moderador
Después	<ul style="list-style-type: none"> • Consignar registro de todos y cada uno de los problemas detectados. Puntos positivos y negativos. • Análisis de los problemas • Elaboración de informe y planteamiento de posibles soluciones e indicadores. • Aplicación de mejores y modificaciones pertinentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Notas del test • Grabaciones • Informe del test • Equipos de computo

	<ul style="list-style-type: none">• Repetir sesiones de evaluación cuando se hayan realizado cambios y modificaciones en la plataforma.	
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

Referencias

- Aced, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0* (1st ed.). Editorial UOC.
- Actualicese. (2018, September 30). Beneficios tributarios por contratación de personas en condición de discapacidad. *Actualicese*. <https://actualicese.com/como-acceder-a-los-beneficios-por-la-contratacion-de-personas-en-condicion-de-discapacidad/>
- Adecco. (2016). “*Informe Infoempleo-Adecco: redes sociales y mercado de trabajo*”. 1–66.
- Alcaldía de Bogotá. (n.d.). *Documentos para PERSONAS CON LIMITACIONES O CAPACIDADES EXCEPCIONALES :: Movilidad y Desplazamiento*. Alcaldía de Bogotá. Retrieved June 10, 2020, from <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=21061&cadena=p>
- Alcover de la Hera, C. M., & Pérez Torres, V. (2011). Trabajadores con discapacidad: problemas, retos y principios de actuación en salud ocupacional. *Medicina y Seguridad Del Trabajo*, 57, 206–223. <https://doi.org/10.4321/s0465-546x2011000500013>
- Alpañes, E. (2020, December 18). *No quieren tu trabajo, quieren tus datos. El negocio oculto de muchos pequeños buscadores de empleo | Tecnología | EL PAÍS*. El País. <https://elpais.com/tecnologia/2020-12-18/no-quieren-tu-trabajo-quieren-tus-datos-el-negocio-oculto-de-muchos-pequenos-buscadores-de-empleo.html>
- Blanco, E. (2018, August 22). “*LinkedIn es una empresa de ‘big data’ . Ese es nuestro petróleo*” / *Transformación Digital | Tecnología | EL PAÍS*. Elpaís.Com. https://elpais.com/retina/2018/08/20/innovacion/1534767326_833906.html
- Botero, M. C. (2016). *Prácticas de inclusión laboral de personas en condición de discapacidad en el contexto laboral de empresas privadas de la ciudad de Bogotá* [Universidad Externado de Colombia]. https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/344/1/DEA-spa-2016-Practicas_de_inclusion_laboral.pdf

Calle, J., Orlando Perdomo, J. W., & García Quimiz, E. (2017). *Inclusión laboral para personas con discapacidades*. 2(1).

<https://www.itsup.edu.ec/myjournal2/index.php/sinapsis/article/view/132/119>

Computrabajo Colombia. (2014). *Bolsa de trabajo y Ofertas de empleo*. Bolsa de Trabajo.

<https://empresa.computrabajo.com.co/>

DANE. (2018). *Microdatos Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV-2018. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Dans, E. (2007). La empresa y la Web 2.0. *Marketing & Ventas*. Deusto, 2–9.

Política pública de nacional de discapacidad e inclusión social - CONPES 166, 1 (2013).

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/CONPES166.pdf>

El Empleo. (2021). *Planes y productos empresariales*.

<https://www.eempleo.com/cross/productos-servicios>

Fundación Saldarriaga Concha. (2019, July 31). *330 becados para educación superior*.

<https://www.saldarriagaconcha.org/elegidos-beneficiarios-de-creditos-para-educacion-superior/>

Generalitat Valenciana. (2018). *Guía Para La Inclusión De La Diversidad Funcional En Las Actuaciones De La Cooperación Valenciana Al Desarrollo*. 42.

www.cooperaciovalenciana.gva.es

Gómez-Jiménez, L. (2018). Clasificados, del periódico a la web. In *De amenaza a oportunidad* (1st ed., pp. 50–56). Intermedio.

Gómez Acosta, C. A., & Cuervo Echeverri, C. (2007). *Conceptualización de discapacidad : reflexiones para Colombia*.

<http://www.bdigital.unal.edu.co/2532/1/9789587018523.2007.pdf>

Helfer-vogel, S. (2014). *Línea Base Discapacidad OND*.

Jiménez Lara, A., & Huete García, A. (2002). La discriminación por motivos de discapacidad.

Análisis de Las Respuestas Recibidas Al Cuestionario Sobre Discriminación Por Motivos de Discapacidad Promovido Por El CERMI Estatal. CERMI, Madrid.

La República. (2016, June 8). Las empresas que emplean personas con discapacidad. *La*

Republica. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-empresas-que-emplean-personas-con-discapacidad-2387271>

La República. (2017, April 25). Más acceso laboral para personas en estado de discapacidad. *La*

Republica. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/mas-acceso-laboral-para-personas-en-estado-de-discapacidad-2513526>

Meléndez Labrador, S. (2016). Internal communication in labor inclusion of people with hearing impairment in Bogotá: two case studies. *Investigación & Desarrollo*, 24(1), 26–52.

<https://doi.org/10.14482/indes.24.1.8683>

Merco. (2019). *Ranking Merco Empresas Colombia*. <https://www.merco.info/co/ranking-merco-empresas?edicion=2019>

Mestre, J. V. (2007). *Los derechos humanos* (1st ed.). Editorial UOC.

Ministerio de Justicia. (2017). *DECRETO 2011 DE 2017*. <http://www.suin->

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30034338](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30034338)

Ministerio de Trabajo - República de Colombia. (2019). *Inclusión Laboral de Personas con*

Discapacidad. Mintrabajo.Gov.Co. <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/derechos-fundamentales-del-trabajo/inclusion-laboral-de-personas-con-discapacidad>

Montero, D., & Fernández de Larrino, P. (2012). *Calidad de vida, inclusión social y procesos de*

intervención (1st ed.). Universidad de Deusto.

<https://ezproxy.biblored.gov.co:2152/a/18130/>

Naciones Unidas. (2015). Desarrollo Sostenible – United Nations Sustainable Development Sites. In *17 Objetivos para transformar nuestro mundo*.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

OMS. (2016). *OMS / Discapacidades*. WHO; World Health Organization.

ONU. (2019). *Informe del Secretario. Inclusión de la discapacidad en el sistema de las Naciones Unidas*. 40. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sp-un_disability_inclusion_strategy_report_01.pdf

Organización de las Naciones Unidas. (2014). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo. *Rev. Cienc. Salud. Bogotá (Colombia)*, 6(23), 115. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Otto, C. (2015, August 8). *Portales de empleo: ¿sirven de verdad para encontrar trabajo?* / *Tecnología | EL MUNDO*. El Mundo.Es.

<https://www.elmundo.es/tecnologia/2015/08/08/55c5d2d746163f4a138b456e.html>

Pacto de productividad. (n.d.). *Historia*. Pacto de Productividad.

<http://www.pactodeproductividad.com/programa/historia>

Parra Dussan, C. (2013). Nueva política pública de discapacidad. *Asuntos Legales*.

<https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/nueva-politica-publica-de-discapacidad-2095471>

RAE. (2021). *discriminar* / *Definición* / *Diccionario de la lengua española* / RAE - ASALE.

Diccionario de La Lengua Española. <https://dle.rae.es/discriminar?m=form>

Rubio, J. (2005, January 11). El prejuicio y el lenguaje como factores de discriminación en la discapacidad. *Nómadas - Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.

<https://www.theoria.eu/nomadas/11/jrarribas.htm>

Salazar, A. (2013). *La activación de los tipos de afrontamiento relacionados con el sentimiento de sobrecarga en el cuidador familiar* [Universidad Politécnica Salesiana].

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4140/1/UPS-QT03523.pdf>

Sanagustín, E. (2016). *Vender más con marketing digital* (1st ed.). ECOE Ediciones.

Semana, R. (2019). *Ránking de las 100 empresas más grandes de Colombia y las 900 siguientes*.

<https://especiales.semana.com/100-empresas-mas-grandes-de-colombia-2018/index.html>

Sierra, O. (2012). *Diversidad Funcional: tipos y características Blog Atendiendo Necesidades*.

<https://atendiendonecesidades.blogspot.com/2012/11/distintos-tipos-de-discapacidad-y-sus-caracteristicas.html>

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas* (1st ed.). Caja Negra.

Statista. (2021). *LinkedIn - Statistics & Facts | Statista*.

<https://www.statista.com/topics/951/linkedin/#dossierSummary>

Torres-Burriel, D. (2018). *Usabilidad. Deja de sufrir*. ANAYA MULTIMEDIA.

Weller, J. (2006). Procesos de exclusión e inclusión laboral. *Naciones Unidas, August*, 1–83.

Yupanqui C., A., González B., M. A., Llancalahuén V., M., Quilodrán O., W., & Toledo A., C.

(2016). Language, discrimination and disability in the school setting of magellan education:

A human rights-based approach from occupational therapy. *Magallania*, 44(1), 149–166.

<https://doi.org/10.4067/s0718-22442016000100009>

Anexos

En el siguiente apartado se presentan los anexos correspondientes a la transcripción de las entrevistas realizadas para este proyecto de grado.

Entrevista 1

1. Fecha: 24 de junio del 2020
2. Institución: Consejería Presidencial para la participación de las personas con Discapacidad
3. Hora: 2pm
4. Lugar: Zoom
5. Medio: Virtual - remota

a. Datos generales del entrevistado

6. Nombre: Jairo Clopatofsky Ghisays
7. Cargo: Consejero Presidencial para la participación de las personas con Discapacidad
8. Profesión: Abogado – Funcionario público

Señor Clopatofsky ¿Cómo ha sido el camino en términos de reconocimiento de derechos laborales para la población con discapacidad en Colombia?

La Ley 361 de 1997, la aprobé siendo senador de la república. Soy su autor, se reformaron cuatro artículos de la nueva constitución de 1991 que reformó la constitución de 1986, cuatro artículos que quedaron inmersos dentro de la 361 que reformaron 4 artículos de la constitución e 76 artículos, por primera vez se habla de la población con discapacidad, por primera vez se está tocando a un grupo poblacional que jamás se ha tenido en cuenta, y a raíz de eso 76 artículos se comienzan a reglamentar, los de la 361 que hoy por hoy es una infinidad de decretos reglamentarios que se han ido actualizando con los nuevos artículos y nuevas leyes como la Ley de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, como la norma 1618 que es una ley estatutaria y otras muchas normas más que han ido saliendo en ese marco, pero la Ley 361 fue la pionera que desarrollo los artículos de la nueva constitución y por vez primera se tienen en cuenta a más de cinco millones de colombianos como política pública, como personas que integran una sociedad.

Aun cuando se ha venido adelantando, y se ha venido avanzando, falta muchísimo por hacer, faltan muchas cosas y sobre todo mucha más conciencia de los colombianos para que empecemos a generar toda una cultura de cambio en la que, finalmente, todos estamos envejeciendo, y la tercera edad es un tipo de discapacidad. Luego, si todos vamos envejeciendo, y todos vamos a tener una discapacidad, por qué no pensar en todos ¿por qué no buscar una sociedad mucho más incluyente?

En mi caso, yo tuve un accidente automovilístico hace 37 años, actualmente tengo 58. Lo tuve cuando tenía 21 años. En el accidente tuve una sección medular a la altura más o menos del ombligo, se me corrieron dos vértebras y me fracturé la medula espinal, y eso fue lo que me impidió volver a caminar. Pero, eso no ha sido un obstáculo en mi vida para seguir, he hecho de todo lo que cualquier otra persona ha podido hacer.

Desde la Consejería Presidencial para la Participación de las Personas con Discapacidad ¿cuáles han sido los avances hasta el momento en esta materia?

Lo primero que hice con mi experiencia de años atrás, fue introducir dentro de plan nacional de desarrollo a la población con discapacidad y a sus cuidadores, y cuidadoras. A raíz de eso, hemos venido trabajando en materia de educación. Hoy en día tenemos a más de 265.000 niños con discapacidad, que están entrando en las aulas regulares, publicas, con dos tipos de subsidios. Uno, a través del PAE – Plan de Alimentación Escolar, están recibiendo alimentación todos los días y además de ello, se les da un segundo subsidio, en el que se le paga la matrícula más un incremento del 20% de valor de la matrícula que se le da al colegio para que contraten lenguaje de señas, interpretes, para que hagan las adecuaciones si es una discapacidad física.

Eso en materia de educación que inclusive sigue la línea de primaria, secundaria y hoy tenemos más de 2 mil nuevos estudiantes en las universidades con subsidios, pago con el apoyo del estado, por el gobierno nacional, pago directamente para que puedan terminar sus estudios universitarios, hacer sus maestrías y hasta doctorados. Pero además con el Mintic, tenemos dos programas de software muy importantes, uno, el Sontex, para personas ciegas que se puede bajar dentro la aplicación apps de cualquier celular, se puede descargar cualquier documento y se lo van leyendo, todo tipo de documento, periódicos, revistas, libros, etc. Y el segundo es el Centro de Relevos que es para las personas sordas, donde también bajas una aplicación, llamas a un teléfono y hay un intérprete de señas que traduce, eso en materia de educación.

En materia laboral, junto a la Función Pública, que es una dependencia del Ministerio de Trabajo, y con la Agencia Nacional de Empleo nos hemos propuesto en este gobierno la importancia del empleo para la población con discapacidad, hemos generado a hoy 4.384 empleos para la población con discapacidad, jamás se había visto eso. Claro, falta muchísimo y se necesita mucho más para llegar a la población con discapacidad. No obstante, la Agencia Nacional de Empleo ha generado más de 3.000 empleos en el sector privado, y estamos hoy firmando decretos junto con el presidente y las empresas privadas como por ejemplo las empresas de seguridad privada a que el 2% de los 350.000 empleos que generan sean para la población con discapacidad, ejemplo pilotos parecidos han sido el del Centro Comercial Gran Estación, donde encuentras personas con discapacidad física en silla de ruedas que son vigilantes, guardias de seguridad, que están prestando un servicio a la patria y a ellos mismos devengando su propio sueldo, luego estamos generando empleo desde todo aspecto, no sólo desde el sector de seguridad, sino desde los cargos públicos del gobierno nacional, un millón doscientos mil empleos es lo que genera el estado colombiano, y lo que estamos haciendo por lo menos en este gobierno es llegar al 2% de generación de empleo.

Claro, se nos viene el Covid y demás, pero queremos generar empleo, y ¿cómo vamos a subsanar esta caída en el desempleo? pues la estamos generando en el emprendimiento que estamos haciendo directamente con el SENA, ya tenemos 3.000 millones de pesos para que la gente con discapacidad de forma organizada presenten proyectos productivos de emprendimiento y generen sus propios ingresos a través del empleo y trabajo en sus casas con Innpulsa, que es otra agencia del estado, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. También estamos generando proyectos productivos y a través del Viceministerio del Cultura a través de la economía naranja, estamos desarrollando los talentos, músicos, pianistas, bailarines, cineastas, de todo dentro del programa de talentos que tiene el ministerio de cultura. Luego tenemos para generación de empleo,

no sólo a través del estado, sino a través de la empresa privada y a través de un tercero, que es emprendimiento del MinCultura, Sena, y MinComercio a través de Innpulsa.

¿Cuáles han sido las dificultades a la hora de reconocer a las personas con discapacidad en Colombia?

Primero, fue sacar la Ley que fue en el año 1997, nos demoramos siete años para reglamentar esos cuatro artículos de la constitución, darles vida. Después de tener los 76 artículos, tuvimos que reglamentarlos, uno por uno, capítulo de educación, accesibilidad, salud, empleo. Cada uno de ellos tocaba reglamentarlos vía decreto, vía de cada uno de los ministerios que atañen cada tema, entonces, se fueron aprobando. Luego vino lo más complicado, la implementación, como aterrizarlo para que lleguen a las personas con discapacidad y a sus cuidadoras.

Si bien es cierto que Colombia ha venido avanzando, y si bien es cierto que Colombia es uno de los países avanzados en materia de legislación para la población con discapacidad, nos ha faltado mucha más implementación, si tú te das cuenta en este gobierno, en la TV, todas las propagandas, mensajes cívicos que estamos sacando para la atención de las personas con discapacidad: cómo atenderlos, cómo limpiar las sillas, los bastones, cómo atenderlos a una persona ciega, etc. Es decir, ya todos los programas presidenciales, los de noticiero están utilizando el lenguaje de señas, o sea, se ha venido adelantando. Y, si algo nos ha ayudado muchísimo en medio de tanta incertidumbre y angustia del covid, es organizarnos y a tener mucha más articulación entre los ministerios para aterrizar la política pública directamente hacia los municipios y los departamentos que son nuestros socios naturales del gobierno, porque desde ahí es donde se comienza a detectar donde están las personas con discapacidad y cuales son las necesidades de cada uno de ellos. Y eso es lo que estamos haciendo, desarrollando los programas de forma articulada del Gobierno Nacional dentro del Plan Nacional de Desarrollo articulado con los alcaldes y los gobernadores.

El decreto 2011 del año 2017 habla sobre las cuotas del gobierno nacional que el año pasado era del 1% de todos los empleos públicos, el 2% es hoy para todas las empresas públicas generar ese tipo de empleo, el próximo año será el 3%, y en el año 2022 del 4%, es decir que su somos un millón doscientos mil servidores públicos, estamos hablando que el 4% será de más de más de 4 mil plazas de trabajo, hoy que nos corresponde con el 4% hemos generado más de 4 mil 300, nuestra expectativa actual en este gobierno, en estos dos años que quedan, es generar más de 12 mil plazas de trabajo solamente del sector público y generar más de 10 mil plazas de trabajo en el sector privado, esa es nuestra meta, íbamos muy bien, hasta antes del Covid íbamos supremamente bien.

Colombia venía con un crecimiento de Latinoamérica por encima del 4% del PIB, este era el país de Latinoamérica con el mayor crecimiento económico y turístico de la región. Pero, Colombia es el país que más rápido está reaccionando para generar empleo nuevamente e inyectarle a nuestra economía ese capital no solamente humano, sino ese capital de inversión para que el tiempo que perdimos como consecuencia del covid, y el desempleo, que generó todas esas angustias que sabemos, se regenere más rápido, y así nuestra economía vuelva a crecer.

Esperamos que sea muy pronto y que cúmplanos esa meta de 12 mil empleos en el sector público para la población con discapacidad, pero no por lastima, ni por favores. Hay unos

requisitos que se les exige también, pero también unos mecanismos más expeditos, más fáciles, para que la persona con discapacidad ingrese dentro del mundo de los servidores públicos, y de la empresa privada, trabajando de fondo para darles una mano, no por lastima, sino para abrirles las puertas. La población con discapacidad en Colombia puede generar más del 3% del PIB de generación de riqueza para los colombianos sí se les da la oportunidad.

Entrevista 2

1. Fecha: 30 de mayo del 2020
2. Institución: No aplica
3. Hora: 10 am
4. Lugar: Zoom
5. Medio: Virtual - remota

b. Datos generales del entrevistado

6. Nombre: Juan Sebastián Betancourt
7. Cargo: Emprendedor
8. Profesión: Profesional en Negocios Internacionales de la Universidad de La Sabana con Maestría en Negocios Internacionales de la Universidad Internacional de Florida.

Para empezar, quisiera que me contaras: ¿Cómo fue que te fuiste para la Miami International University?

En el 2011 estaba trabajando en una empresa de flores y se dio la oportunidad de postularme a una beca que estaban ofreciendo la Fundación Saldarriaga Concha y Fullbright, era en conjunto con esas dos instituciones donde le estaban dando la oportunidad a personas con algún tipo de discapacidad o que trabaje en pro de la discapacidad para obtener esa beca, entonces hice todo el proceso y afortunadamente fui una de las dos personas que se ganaron la beca, de ahí en adelante se dio la oportunidad de escoger a la Universidad Internacional de la Florida, ya que era la que tenía el programa específico que yo quería, por eso escogí estudiar negocios internacionales.

¿Cómo fue esa experiencia de irte a estudiar para estados unidos?

La experiencia fue muy muy buena, fue una vaina que amplía mucho tu perspectiva, ya que es necesario conocer diferentes personas, países, culturas, porque independientemente de que yo me haya ido a Miami, la capital de Latinoamérica donde hay mucho latino, uno se sorprendería de la cantidad de extranjeros que hay en la ciudad.

Y, precisamente en la universidad se veía gente de todo lado, no tanto gente de Latinoamérica, sino chinos, rusos, persona de la india, franceses, europeos, etc. En general fue algo muy enriquecedor. Así mismo, con el apoyo de Fullbright y Saldarriaga Concha, tuve apoyo de sostenimiento económico, que me ayudó mucho. Todo el apoyo, sí necesitaba ayuda con tramites como tal de la beca o cosas así que uno tuviera que hacer.

No me fui solo, me fui con mi mamá y luego con mi papá porque allá vive mi hermana, entonces básicamente estuvimos allá juntos. Ellos me acompañaron para ver a mi hermana y a mis sobrinas, entonces digamos que se dieron muchas cosas y beneficios. Yo hice la beca, estudié como por año y medio, y después tuve la oportunidad de trabajar, de hacer como una especie de pasantía, me dieron la oportunidad de poner en practica lo que había estudiado.

Al regresar al país, ¿cuál fue tu primer pensamiento, donde querías trabajar, cuál era el paso para seguir?

Al llegar el choque cultural no fue al salir sino a volver, puesto que ya me había acostumbrado mucho a la accesibilidad que había en Miami, la comparación es a veces puede ser un poco injusta. Miami es una ciudad totalmente plana, están muy ajustados pues tienen los andenes donde uno puede movilizarse sin ningún problema peor pues al volver a Bogotá, el tema de la cultura, el tema de los andenes, todo el tema de accesibilidad, eso fue lo más duro.

No fue fácil conseguir trabajo, independiente que yo tenga el cartón de la universidad más top, puede ser Harvard o MIT, independientemente de que tú tengas un cartón, eso no te asegura nada. Estuve en varias entrevistas y llegó un punto donde dije: «bueno, no sé si el tema de la discapacidad sea un estereotipo o que de pronto me juzguen por el tema de la discapacidad y no por mi mente», entonces decidí hacer o crear mi propio trabajo. La empresa que creé está enfocada en accesibilidad e inclusión rentable y sostenible desde un punto de vista de negocio, y no desde algo bonito o de lastima.

En esa misma línea, tuve la oportunidad de volver a mis raíces, tuve la oportunidad de hablar con la universidad y algo que no me esperaba era continuar como una función de profesor, entonces tuve la oportunidad de proponer una materia que vi en la maestría enfocada aquí a Colombia, a la universidad le gustó y desde entonces he continuado con la universidad creando nuevas materias, creando nuevas oportunidades. Y pues es prácticamente mi trabajo principal, mi segundo trabajo también lo enfoco en la empresa.

¿Qué posibilidad ves acerca de la inclusión laboral de personas con discapacidad en Colombia?

Pueden que haya leyes, pero eso no se ve, Bogotá es una ciudad muy limitante y la mentalidad de nuestros dirigentes no está tan enfocada a eso. La ciudad no ofrece las oportunidades para que las personas con discapacidad puedan salir. Todavía hay un camino cultural muy grande. Deben tener la disposición, las ganas. Siempre buscan personas que cumplan con ciertos requerimientos, como a los técnicos. Las empresas no contratan muchas veces porque la Ley les impide despedir a personas con discapacidad. Tiene que haber primero un cambio cultural.