

Proyecto de sensibilización hacia el alumnado universitario en el ámbito de la docencia en marketing: el marketing social y la discapacidad.

María Teresa Fernández Alles, María Moral Moral

*Departamento de Marketing y Comunicación, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

teresa.alles@uca.es

RESUMEN: La preocupación por la equiparación de oportunidades y la incorporación de las personas con discapacidad a distintas actividades ha ido adquiriendo mayor importancia en el ámbito de las empresas y de la formación académica.

En el ámbito del marketing, se destaca la importancia de un enfoque social denominado "Marketing Social" que persigue la aplicación de técnicas comerciales con el objeto de beneficiar a la sociedad propiciando cambios en el comportamiento de un público objetivo para lograr una mejora en la calidad de vida de toda la sociedad.

Es por ello, que este Proyecto de Innovación y Mejora Docente está destinado a sensibilizar al alumnado de las necesidades que ostentan las personas con discapacidad como futuros profesionales. Se persigue un acercamiento a la realidad social que impera en este colectivo a través de la realización de un plan de marketing social dirigido a este segmento de la población, la realización de seminarios, así como la visita a las instalaciones del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz).

En este trabajo se exponen los objetivos fundamentales del proyecto, los resultados obtenidos tras la evaluación del grado de satisfacción del alumnado con las actividades realizadas, así como el grado de adquisición de las competencias establecidas en la materia.

PALABRAS CLAVE: innovación, sensibilización, igualdad, marketing social, discapacidad.

INTRODUCCIÓN

La equiparación de oportunidades y la incorporación de las personas con discapacidad a distintas actividades en términos de igualdad con el resto de la sociedad debe ser una realidad en nuestra sociedad.

En este sentido, desde el ámbito universitario y académico debe de implementarse estrategias e iniciativas formativas que promuevan la consecución de este objetivo. Es por ello, que en los Estatutos de la Universidad de Cádiz se recoge esta inquietud y necesidad como parte de su misión y papel en la sociedad. Concretamente, en su Artículo 2.7: "promover la conciencia solidaria mediante la sensibilización, la formación y la actuación ante las desigualdades sociales, apoyando y promoviendo la participación y el voluntariado, e impulsando proyectos de cooperación y de innovación social".

En el ámbito de la disciplina del marketing, y más concretamente del marketing social en el que se enmarca este proyecto cabe señalar que el denominado "Marketing Social" persigue la aplicación de técnicas comerciales de marketing para beneficiar a la sociedad. Su objetivo es producir cambios voluntarios en el comportamiento a través del conocimiento de las necesidades, deseos y barreras percibidos por el público objetivo, la sociedad o parte de ella (Leal, 2000).

Es por ello, que dentro del programa de la asignatura de Dirección de Marketing correspondiente al 2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas se aborde el marketing desde su perspectiva social estrechamente vinculada con la propia misión de la Universidad. De ahí, que se pretenda sensibilizar al alumnado en el desarrollo de decisiones y estrategias de marketing que consideren las

necesidades, problemáticas y contextos de los diferentes segmentos de la población, y en particular el referido a las personas con discapacidad.

Más concretamente, el proyecto tiene por objetivo general promover los distintos procesos de inclusión social en la comunidad universitaria, a fin de lograr la concienciación y fortalecimiento de los principios de inclusión social e igualdad de oportunidades en el alumnado a través de la realización de un plan de marketing social.

En este sentido, se ha alcanzado diversos objetivos formativos con el alumnado:

- Profundizar en el dominio de los conceptos avanzados de marketing y más concretamente de marketing social.
- Ser capaz de tomar decisiones de marketing que generen valor a la sociedad comprendiendo las interrelaciones con el resto de áreas funcionales de la empresa.
- Diseñar, ejecutar e interpretar un plan de marketing social para una causa social concreta.
- Decidir, de manera integral y crítica, entre diferentes opciones que promuevan la aplicación de estrategias de marketing social.

Este proyecto se trata de una iniciativa que se inscribe dentro de la estrecha colaboración emprendida entre la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz y el Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz), a través de una serie de acciones que tienen como eje principal la

sensibilización y la aportación de ideas que puedan facilitar la integración de este colectivo en todos los ámbitos de la vida.

El proyecto se ha llevado a cabo a través de la realización de prácticas individuales y en grupo, así como de la impartición de seminarios por parte de profesionales y expertos en el tema.

RESULTADOS DEL PROYECTO

La valoración de los alumnos/as de la asignatura en la que se ha llevado a cabo el Proyecto de Innovación y Mejora Docente en el curso 2018/19 fue evaluada a través de una encuesta de opinión, la cual se utilizó como procedimiento de recopilación de información. En el diseño del cuestionario se ha tenido en cuenta la inclusión de las cuestiones necesarias para lograr el propósito indicado anteriormente.

Las principales variables analizadas han girado en torno a la percepción de los alumnos/as sobre la consecución de los siguientes objetivos:

- *Dar a conocer el Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz), a los alumnos/as en toda su extensión para sensibilizar de la igualdad de condiciones, derechos y oportunidades de las personas con discapacidad en la sociedad y concienciar sobre la diversidad generando actividades y experiencias que nos acerquen a la realidad que se nos presenta.*
- *Promover una educación basada en el respeto, la tolerancia y la solidaridad, contribuyendo, desde el ámbito universitario, al proceso de transformación social llevado a cabo desde diversos organismos y asociaciones, tanto públicos como privados.*
- *Ayudar con la aportación de ideas a la integración total en la comunidad de las personas con discapacidad.*

La recogida de la información se realizó a través de un cuestionario diseñado en la plataforma Google Drive dirigido al alumnado de la asignatura Dirección de Marketing del 2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Tras la depuración de los datos recopilados, se consiguieron un total de 119 encuestas válidas. A continuación, se muestra los resultados más relevantes:

- Al inicio de la asignatura, un 64,7% de los encuestados consideró que esta materia tendría un grado de dificultad medio en la comprensión de los contenidos y en la adquisición de las competencias asociadas a esta asignatura, mientras que un 21,8% apreció poca dificultad.
- Una vez concluido el semestre, se aprecia cómo el grado de dificultad asociado a la materia descendió entre el alumnado que afirmaba que tendría un grado de dificultad medio pasando del 64,7% al 58%, mientras que entre aquellos que consideraron que tendría poca dificultad pasó del 21,8% al 29,4%.
- En relación al enfoque adoptado durante el desarrollo de la materia en relación a la aplicación de las herramientas de marketing para lograr una mayor integración de las personas con discapacidad en todos los ámbitos, el 85,8% de los encuestados considera que, gracias a la misma, se ha tenido una

comprensión de los contenidos y la adquisición de competencias asociadas a la asignatura.

- El 87,4% de los encuestados considera que la visita y realización de un seminario de la asignatura en las instalaciones del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz), ha supuesto un gran beneficio para su formación. Asimismo, el grado de satisfacción con dicha actividad ha alcanzado una valoración superior a 8 puntos para el 80% de los encuestados.
- El 81% de los encuestados considera que la realización de los seminarios impartidos por profesionales y académicos especialistas en el ámbito de la discapacidad y del marketing social, ha supuesto un gran beneficio para su formación académica y personal.
- El 95% de los encuestados considera que el enfoque social implementado en la materia ha contribuido a tomar conciencia de la relevancia de lograr una sociedad más justa y equitativa en la que imperen los criterios de equidad e igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la vida (ocio, educación, empleo, etc.).
- Un 88,2% de los encuestados opinan que han adquirido un mayor conocimiento de la repercusión de los efectos legales, éticos, sociales y ambientales de las actividades empresariales en el desarrollo de la vida diaria de una persona con discapacidad, mientras que un 93,3% afirma tener un mejor conocimiento de la importancia de las herramientas de comunicación en el ámbito social.
- Asimismo, un 82% de los encuestados consideran que la asignatura ha contribuido a mejorar su capacidad para conocer el entorno, buscar información y reflexionar sobre temas sociales, alcanzado a un 87,4% aquellos que afirman que la materia ha contribuido a mejorar su capacidad para aportar ideas que contribuyan a la integración total de las personas con discapacidad.

En este sentido, han tomado conciencia de la importancia de atender y empatizar con las necesidades de otros segmentos de la población y del mercado con el objeto de diseñar una eficaz estrategia de comunicación. Además, se ha logrado alcanzar un aprendizaje significativo y autónomo del alumnado descubriendo por sí mismo la realidad cotidiana a la que se enfrentan las personas con discapacidad. Por otro lado, relevantes son los valores sociales y éticos adquiridos, así como el fomento del trabajo en equipo y compañerismo entre el alumnado.

Finalmente, rotunda ha sido la valoración del alumnado donde un 96% de los encuestados considera que es importante que la Universidad prepare y fomente entre su alumnado una formación en temas sociales, necesaria para su desenvolvimiento como futuros profesionales.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos reflejan el alto grado de satisfacción del alumnado con el enfoque social implementado

en la materia, así como con el trabajo final, la visita realizada a las instalaciones del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz) y los seminarios impartidos para lograr los objetivos del proyecto.

La implicación del alumnado con esta iniciativa ha sido muy amplia, mostrando una gran sensibilidad hacia las personas con discapacidad cuando se les ha mostrado la realidad a la que deben enfrentarse día a día. En consecuencia, se ha alcanzado un alto nivel de calidad en los trabajos como en las exposiciones realizadas por los mismos, que culminó con una jornada final de entrega de diplomas y reconocimientos al alumnado que ha participado en este proyecto, por parte del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (Cádiz).

Asimismo, es destacable la estrecha colaboración que se ha alcanzado durante el desarrollo de este proyecto con los responsables del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (CRMF) que han mostrado un alto grado de satisfacción con esta iniciativa, lo que ha supuesto una elevada difusión a través de sus redes sociales y de la prensa escrita de las distintas actividades, trabajos y seminarios realizados durante el desarrollo de la materia.

En consecuencia, fruto del éxito y apoyo que ha alcanzado en el desarrollo de este Proyecto de Innovación y Mejora Docente tanto entre el alumnado como entre los responsables y colectivo de personas con discapacidad se considera necesario seguir trabajando en esta línea dentro de la materia, además de recomendar la implementación en otras titulaciones de actividades de enseñanza-aprendizaje que promuevan entre el alumnado la adopción de una visión social y ética, especialmente centrada en el colectivo de las personas con discapacidad.

Finalmente, se destaca la capacidad del alumnado para aportar nuevas ideas que promuevan un cambio en las percepciones de la sociedad con respecto a la realidad diaria que viven las personas con discapacidad, logrando la sensibilización tanto del alumnado como aquellas personas de su entorno.

REFERENCIAS

1. Leal, A. (2000). Gestión del Marketing Social. MacGraw-Hill. Madrid.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto de innovación no hubiera sido posible llevarlo a cabo sin la estrecha colaboración del Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física de San Fernando (CRMF) (IMSERSO), especialmente por parte de D^a Concepción Mayoral Mayoral y D^a María Estrella Espejo Guerrero, así como a todo el personal del centro.

Destacada ha sido la colaboración del profesor del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz, D. Antonio Leal Jiménez, cuyos conocimientos y aportaciones en el ámbito del marketing social han sido claves para la realización de este proyecto.

Finalmente queremos destacar un pilar básico en la consecución de este proyecto como ha sido la implicación del

alumnado de la asignatura de Dirección de Marketing de 2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en el curso 2018/19, así como por la alta motivación que han mostrado en todo momento y la dedicación a las tareas asignadas al objeto de poder alcanzar los objetivos del mismo.