

IV congreso

**MARKETING
Y SOSTENIBILIDAD**

**Diversidad e
inclusión**

Memorias del cuarto congreso de

Marketing y Sostenibilidad

Medellín, Colombia, 2023

Laura Isabel Rojas De Francisco – Edición y Compilación

María José Muskus – Asistente

Memorias del cuarto congreso de
Marketing y Sostenibilidad Medellín, Colombia, 2023; compilado por Laura Rojas De
Francisco. - 3a ed. - Medellín: Universidad EAFIT, 2023.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

I.
I.

De la presente edición: Copyright © by **Universidad EAFIT**. Diseño de cubierta y de interior: Centro de Educación Continua. Está prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier método fotográfico, fotocopia, mecánico, reprográfico, óptico, magnético o electrónico, sin la autorización expresa y por escrita de los propietarios del copyright. ISBN: 978-958-5145-03-0



Carrera 49 N° 7 Sur-50, El Poblado, Medellín

Tel./Fax: +(57-4) 2619500

<https://www.eafit.edu.co/>

Contenido

<i>Comités del cuarto congreso de Marketing y sostenibilidad</i>	5
Patrocinadores y participantes de la II Feria de emprendimientos	6
La necesidad de hablar del tema del marketing y la sostenibilidad desde la diversidad ..	11
Presentación del congreso.....	12
Agenda día 1	12
Agenda día 2	13
Resumen de las sesiones del congreso	14
“La discapacidad como fuente de inspiración para generar soluciones (tecnológicas) de diseño” ..	14
“Rol de empresas públicas y privadas en la sustentabilidad del entorno”	16
Renacimiento paidológico: Un abordaje sistémico de la neurodivergencia	17
“Inclusión de las personas con discapacidad y el desarrollo sostenible”	18
La diversidad como factor de competitividad empresarial.....	19
Inclusión: ¿Marketing o Compromiso?	20
“Endomarketing de la Sostenibilidad: Inspirando el Compromiso Interno para un Futuro Sostenible”	21
“Sacar de la casa el trabajo doméstico (para incluirlo en la economía del país).”	22
¿Cómo desarrollar una cultura organizacional para regenerar el mundo?	24
III Concurso de emprendimientos sostenibles	28
Ganadora	28
Finalistas	28
AUDIOVISUALES	31

Comités del cuarto congreso de Marketing y sostenibilidad: Diversidad e Inclusión

Dra. Laura Rojas De Francisco

Coordinadora del Grupo de Estudios en Mercadeo

Dra. María Claudia Mejía-Gil

Coordinadora del semillero SMART

Promotoras del congreso de Marketing y Sostenibilidad

Evento organizado por:

- Grupo de Estudios en Mercadeo
- Centro de Educación Continua

Comité logístico y Feria de emprendimiento

Sara Jimenez Alzate

Alejandra Bolaños

Sofia Valenzuela

Alejandra Ortega Ceballos

Isabel Soto

Kelly Herrera

Andres Camargo

Comité de comunicaciones y relaciones públicas

Daniela Vargas

Isabella Picon

Manuela Garcia

Mariana Ayala

Carolina Velez Mejia

Laura Castaño Gil

Emanuel Moncada

Kelly Herrera

Luisa María Arcila Rivas

Samuel Perez

Agradecimientos a los semilleros SMART e INSIGHT, a los estudiantes de los grupos estudiantiles.

Escuela de Administración

Universidad EAFIT

Patrocinadores y participantes de la II Feria de emprendimientos

Agradecemos a las marcas que patrocinaron este evento y a las que participaron tanto compartiendo sus procesos como organizaciones como participando en la feria de emprendimiento.

Para más información de la marca puedes hacer clic en el logo.

Baziku



BAŽIKU



Grupo Éxito



Frutos y Semillas

Frutos & Semillas

Origen nutritivo

Gosen



Kibo

Kibo

Leonisa

LEONISA

Monterrojo



Nutrisano

NutriSano®

Tarán



Té Hatsu

HATSU

tea

Té Hindú



Vibes

VIBES

La necesidad de hablar del tema del marketing y la sostenibilidad desde la diversidad

En esta cuarta versión seguimos dando fuerza a temáticas que unen el Marketing con la Sostenibilidad y a los emprendimientos que tienen en cuenta la sostenibilidad como un diferencial de su negocio en sus diversas dimensiones. En su tercera versión del año 2022 en el marco del evento apuntamos a la dimensión social de la sostenibilidad y en ese marco se destacó el interés por conversar sobre la inclusión y la diversidad, por lo que, para la cuarta versión se abordó desde el marketing social su dimensión transformativa para conectarnos con la diversidad y la inclusión e invitar a hacerlo desde las organizaciones y en las estrategias de marketing.

Con este tema en mente, las temáticas del congreso versarán alrededor de las definiciones, los retos, la investigación y las estrategias usadas por las organizaciones para llegar a sus partes interesadas abordando temas de inclusión, equidad y diversidad que tienen relación directa con sostenibilidad como se mencionan en quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible para Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar para ejercer un derecho humano fundamental, además contemplando que esto es la base para alcanzar otros objetivos relacionados con la paz, la justicia e ir haciendo frente a la discriminación, la inequidad, la exclusión, la falta de presencia en procesos de decisión. También pensando en el ODS 10 para Reducir las desigualdades que se evidencia en la diferencia en ingresos, la vulnerabilidad de personas y comunidades, las diferencias en el acceso a conocimiento y recursos, a la seguridad y la protección social. En este sentido las desigualdades se agudizan en las crisis humanitarias y los grupos de personas con características que les hacen diferentes como quienes se encuentran como refugiados o migrantes, los pueblos indígenas y demás comunidades étnicas no hegemónicas o provenientes de culturas o con creencias diferentes, quienes hacen parte de las múltiples brechas digitales, las personas cuya edad no les ha dado experiencia o son personas adultas mayores, las personas con discapacidad o diversidad física y cognitiva, las que son relacionadas con una clase social, las que son consideradas según su apariencia, su tamaño, pero además muchas que enfrentan micro discriminaciones.

La idea del congreso siempre es la de encontrar pautas para ir transformando condiciones que afectan la sostenibilidad y solucionar problemas donde la conversación y las acciones se hacen desde el marketing hacia las organizaciones y hacia los consumidores.

Laura Rojas De Francisco
Coordinadora del Grupo de Estudios en Mercadeo
Grupo organizador del congreso

Presentación del congreso

El IV congreso de marketing y sostenibilidad organizado por el grupo de estudios en mercadeo del área de marketing e innovación de la escuela de administración, comenzó con la apertura de la segunda feria de emprendimiento en el marco del congreso con la presencia de Tomas Rios Munera de On Going y de Alejandra Vidal de la mesa de emprendimiento. Ese mismo día se presentaron las investigaciones

La cuarta versión del congreso se enfocó en la diversidad y la inclusión, porque a partir de su aplicación, pueden ser estrategias para lograr sostenibilidad y conversar sobre cómo lograr avanzar frente a la exclusión y la discriminación en sus múltiples facetas. En este sentido, las organizaciones en general pueden ir respondiendo al llamado de los objetivos de desarrollo sostenible que apuntan a la igualdad y a la promoción de derechos.

Con este propósito en mente, las temáticas del congreso estuvieron alrededor de las formas en las cuales las organizaciones públicas y privadas y las universidades se han transformado para incorporar estrategias de equidad de género y diversidad, y como estas han traído retos y aprendizajes importantes para las organizaciones y tener espacios para conversar de equidad de género, diversidad física y cognitiva, estrategias para la sostenibilidad, inclusión laboral de trabajadoras domésticas, endomarketing para la sostenibilidad, neuro-divergencia, entre otras con invitados locales, nacionales e internacionales, y personas que son influyentes en este tema. Además, en el marco del congreso se dio tercer concurso de emprendimientos sostenibles a nivel de Latinoamérica.

Agenda día 1

- ❖ Incorporación del enfoque de género en las organizaciones a través de la planeación estratégica: retos y aprendizajes con Carolina Lopera, Jefa de Gestión de Proyectos e Investigadora de Valor Público y Adriana Elvira Posso. Moderadora María Claudia Mejía Gil.
- ❖ Endomarketing de la Sostenibilidad: Inspirando el Compromiso Interno para un Futuro Sostenible, ponencia de Ángela María Gómez del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidad – ONU.
- ❖ Sacar de la casa el trabajo doméstico (para incluirlo en la economía del país), presentación con Andrea Londoño y Ana María Agudelo, de la fundación Hablemos de trabajo doméstico en Colombia.
- ❖ Inclusión: ¿Marketing o Compromiso? Ponencia de Goe Rojas, rectora de la Fundación colombiana de rehabilitación.

- ❖ Inclusión de las personas con discapacidad y el desarrollo sostenible Ponencia de David X. Ruiz, Doctor en Negocios internacionales e interregionales de la universidad de Puerto Rico
- ❖ Renacimiento paidológico: un abordaje sistémico de la neuro-divergencia, Panel con María Cristina Carvajal Zapata directora de la clínica, Julián Andrés Guiral Quinchia, director científico y Laura Osorio Asprilla, Coordinadora de ensayos clínicos del Instituto de Neuropsicología y Lenguaje – INE. Moderadora Laura Isabel Rojas De Francisco.
- ❖ Desafíos y Perspectivas del Emprendimiento en Colombia para las Personas en Condición de Discapacidad -Fundación WAIMA. Presentación de Juan Sebastián Vargas Montoya, Moderadora Luisa Fernanda Villegas Gallón

Agenda día 2

- ❖ Porque hablar de Diversidad, inclusión para la sostenibilidad en las organizaciones, panel con Pilar Marulanda Sánchez, vicepresidente de Talento Humano en Cenit Transporte y Logística de Hidrocarburos; María Fernanda Posada, directora de sostenibilidad del grupo éxito. Moderadora María Claudia Mejía Gil
- ❖ La diversidad como factor de competitividad empresarial, ponencia de Felipe Cárdenas, Co fundador Cámara de Comercio de Diversidad.
- ❖ Rol de las empresas públicas y privadas en la sostenibilidad del entorno, ponencia de Doralice Ortiz, Fundadora Corporación Aldea Global.
- ❖ La discapacidad como fuente de inspiración para generar soluciones de diseño, ponencia de Lina María Pérez, Magister en Diseño de Interacción y UX , docente de la universidad EAFIT.
- ❖ “¿Cómo desarrollar una cultura organizacional para regenerar el mundo? Ponencia de Lina María Tangarife, profesional de Azaí Consultores.
- ❖ III Concurso de emprendimientos sostenibles alianza entre la Red Latinoamericana de Mujeres y sostenibilidad en Alianza con Aiza y el Congreso de Marketing y Sostenibilidad de la Universidad EAFIT

Resumen de paneles y ponencias

“La discapacidad como fuente de inspiración para generar soluciones (tecnológicas) de diseño”

Lina María Pérez Giraldo. Diseñadora gráfica con especialización en Intervención Creativa de la Colegiatura Colombiana de Diseño (UMedellín), Magister en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX) de la Universitat Oberta de Catalunya (España).

Mi hija nació con acondroplasia, la causa más común de talla baja en las personas. Es de origen genético y poco común: sucede 1 caso entre 25.000 nacimientos. Está catalogada como enfermedad huérfana, rara o poco frecuente por la Organización Mundial de la Salud y el Ministerio de Salud de Colombia. Hace parte de las más de 400 displasias esqueléticas conocidas, la mayoría poco estudiadas.

Cuando alguien recibe un diagnóstico como ese es inevitable sentirse perdido. De hecho, el desconocimiento, acompañado de sesgos sobre lo que entendemos como “normal”, son la principal barrera que enfrenta a diario una persona con discapacidad.

Para entonces terminaba mi maestría en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX) y me preguntaba: ¿cómo fomentar la autonomía y calidad de vida en niños y jóvenes de talla baja para que tengan una vida independiente en la adultez? Decido abordarla como un problema de diseño para ver qué soluciones se me ocurrían.

Los aprendizajes que presento son el resultado de una investigación basada en Diseño Centrado en las Personas. Esta metodología permite evidenciar cómo al enfocarse en una situación particular de discapacidad se pueden generar soluciones innovadoras para beneficio de muchas personas en diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

Evidenciar lo que nos hace diferentes permite descubrir nuevas formas de relacionarnos entre sí, el entorno y los sistemas. Este enfoque es una tendencia en la actualidad y empresas como Google generan nuevas soluciones tecnológicas a partir de su estudio

“Rol de empresas públicas y privadas en la sustentabilidad del entorno”

Doralice Ortiz Ortiz. Trabajadora Social, Máster en Dirección y Administración de Empresas, Especialista en Proyectos de Desarrollo y de Diseño y Evaluación de Programas Sociales OIT – Italia. *Professional fellow Program* Departamento de Educación y Cultura - Washington, DC.

La generación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial - RSE, se ha extendido poco a poco como una constante que aplican la mayoría de las empresas, con el fin de adecuar sus procesos a los requerimientos del entorno, generando impactos positivos en aspectos sociales, ambientales y económicos. Mediante la aplicación de un instrumento, auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2009, bajo el liderazgo de varias organizaciones, el cual mide más de 50 indicadores enmarcados en elementos fundamentales de la RSE, tales como: Valores, transparencia y Gobierno Corporativo, Proveedores, Público Interno, Medio Ambiente, Clientes y consumidores, Comunidad, y finalmente, Gobierno y Sociedad; se realizó un ejercicio de análisis con las personas encargadas de dicha temática en doce grandes y pequeñas empresas del Departamento de Caldas, con énfasis en el componente ambiental y el impacto generado por la empresa en su entorno. Entre los principales hallazgos, así como se identifican prácticas adecuadas en el direccionamiento de la RSE, se encuentran también vacíos en su implementación, en muchas ocasiones soportados por desconocimiento de su importancia o que, aunque se implementa el proceso, no lo consideran relevante para su efectivo reporte. Asimismo, se resalta como buena parte de estos ejercicios se generan mediante estrategias de marketing orientados a la sostenibilidad, lo que en su conjunto viene generando una conciencia ambiental sólida principalmente por parte de las nuevas generaciones. Se necesita un trabajo cada vez más sólido por parte de stakeholder y gobierno para definir e implementar políticas que conlleven a una integración de las prácticas de RSE de forma tal que logren un nivel acorde a las estrategias de ESG (por sus siglas en inglés; ambientales, sociales y de gobernanza) fomentadas por las Naciones Unidas.

Renacimiento paidológico: Un abordaje sistémico de la neurodivergencia

María Cristina Carvajal Zapata. Psicóloga y magíster en Neuropsicología de la Universidad de San Buenaventura Medellín.

Julián Andrés Guiral Quinchia. Psicólogo y magíster en Estudios Humanísticos de la Universidad EAFIT, magíster en Neuropsicología de la Universidad San Buenaventura Medellín.

Laura Osorio Asprilla. Psicóloga de la Universidad de Antioquia, Magíster en neuropsicología de la Universidad de San Buenaventura, Neuropsicóloga e investigadora del Grupo de Neurociencias de Antioquia, Coordinadora de ensayos clínicos, Neuropsicóloga de Instituto de Neuropsicología y Lenguaje.

La paidología tuvo como objeto el abordaje integral de las leyes generales que rigen el desarrollo del niño y el adolescente en su dimensión neurobiológica, psicológica y social. Dos conceptos fundamentales fueron planteados para la realización de dicho objetivo: desarrollo y complejidad. La multidimensionalidad del desarrollo es abordada en la paidología integrando la neuropsicología, la psicología y la pedagogía. Pese a que la ciencia paidológica tuvo un gran auge en la Unión Soviética y en España, hoy se trata de una ciencia olvidada. No obstante, los constantes retos en torno la comprensión del desarrollo, tanto en su forma típica como divergente, reclaman constantemente una mirada compleja. En este panel hablaremos sobre la importancia de abordar la neurodivergencia, especialmente en el autismo, el TDAH y la dislexia, integrando estudios neuropsicológicos, psicológicos y pedagógicos; en otras palabras, en este panel apelamos a un necesario renacimiento de la paidología para el abordaje sistémico de la neuro-divergencia.

“Inclusión de las personas con discapacidad y el desarrollo sostenible”

Dr. David X. Ruiz Cardona. Doctor en Negocios Internacionales e Interregionales por la Universidad Interamericana de Puerto Rico magister en Administración de Empresas General de la Universidad de Puerto Rico de Mayagüez.

En América Latina y el Caribe viven aproximadamente 85 millones de personas con discapacidad. La invisibilidad y la exclusión son dos factores que afectan la integración de las personas con discapacidad en nuestra sociedad, dejando a un lado el beneficio económico y sostenible que tiene esta población para las empresas y los países. En esta ponencia tendrá como enfoque exponer los mitos y realidades respecto a la inclusión de personas con discapacidad en los negocios, y los beneficios económicos y sostenibles que conlleva al integrarlos en el mundo laboral y en la sociedad. En adicción, se expondrá la relación que existe entre las personas con discapacidad y algunos de los objetivos del desarrollo sostenible de la Agenda 2030.

La diversidad como factor de competitividad empresarial

Felipe Cárdenas. Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia, experto en Negocios Internacionales. Estudios de Finanzas Corporativas de la Universidad de los Andes y de Diversidad Sexual en las Empresas de la Universidad de Pittsburgh. Cofundador de la Cámara de Diversidad. Temática: Diversidad en las organizaciones.

Según la OCDE, Colombia es el país miembro con MENOR productividad laboral, desde esta ponencia queremos elevar el nivel estratégico que tienen los temas de Diversidad, Equidad e Inclusión en la Competitividad de las empresas, haciendo énfasis en conceptos relacionados con su impacto positivo en materia de Productividad Laboral, Retención de Talento y sobre todo Rentabilidad.

Inclusión: ¿Marketing o Compromiso?

Dra. Leonor Yanet Goe Rojas. Comunicadora social, con posgrado en mercadeo en Colombia y doctorado en pedagogía en México. Es reconocida en el sector educativo por su amplia experiencia en la construcción de planes de desarrollo, proyectos de internacionalización y procesos de acreditación nacional e internacional. Experta en el modelo dual alemán contextualizado para América Latina y en inclusión que se ha reflejado en producción investigativa y proyección social. Hoy en día es la rectora de la Escuela Colombiana de Rehabilitación, primera institución de educación superior que recibe el sello Friendly BIZ, por ser un lugar libre de discriminación, y certificada por la firma Great Place to Work, como un “gran lugar para trabajar”.

La inclusión, como casi todo lo relacionado con cambios de cultura, empieza en buenas intenciones, pasa por varias controversias y termina siendo un avance para la humanidad.

Sobre la educación, por ejemplo, la UNESCO afirma que debe ser “un proceso que responda a la diversidad de todos los estudiantes, garantizando su presencia, participación y logros”. En este marco todos nos hemos comprometido no solo con que se logre la cobertura para todos sino también la permanencia.

Al superar el instante de inspiración generalmente nos encontramos con barreras invisibles hasta ese momento en el cual debemos materializar algo tan indiscutible como la riqueza de la diversidad y la felicidad de un mundo en que quepamos todos.

“Endomarketing de la Sostenibilidad: Inspirando el Compromiso Interno para un Futuro Sostenible”

Ángela María Gómez Duque. Líder en las áreas de SOSTENIBILIDAD y COMUNICACIÓN, conectora, generadora de redes, constructora de proyectos; estudiosa de las nuevas formas para promover la comunicación en diferentes escenarios para aportar siempre a los resultados del negocio.

En un mundo en constante transformación, la sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito empresarial y la responsabilidad social. Sin embargo, la verdadera revolución comienza desde adentro. En esta conferencia hablaremos de la importante de trabajar desde el ADN organizacional los temas de sostenibilidad y promoverlo como marca empresa.

“Sacar de la casa el trabajo doméstico (para incluirlo en la economía del país).”

Andrea Londoño Sánchez. Comunicadora social – periodista, de la Universidad UPB, especialista en comunicación política, de la Universidad Eafit. Fundadora y directora de Hablemos de Trabajo Doméstico, fundación con 12 años al servicio de la valoración y los derechos en el sector de trabajo doméstico. Cofundadora de las Mesas de Economía del Cuidado de Antioquia y de la Mesa Intersectorial de Economía del Cuidado. Asociada de la fundación Bien Humano y la veeduría Todos por Medellín. Integrante de Familias: Ahora, comité de impulso a la incidencia del trabajo doméstico, y consejo directivo de Symplifica.

En el título de la ponencia hay verbos antónimos: sacar e incluir, para mostrar lo que han evidenciado los estudios de género y economía del cuidado: los trabajos que se hacen dentro de las casas para mantener la vida, llamados trabajo doméstico y de cuidado, son invisibles como trabajo. Y, cuando a una actividad se le vacía su significado como trabajo, se pierden los derechos asociados.

Es necesario sacar de la casa el trabajo doméstico e incluirlo en la esfera pública, política, social. Es fundamental conversar sobre quiénes hacen esos trabajos. ¿Es casualidad que las mujeres sean más pobres que los hombres en todo el planeta?

La equidad y la inclusión exigen sensibilidad, datos, estrategia y capacidad de riesgo.

En la Fundación Hablemos de Trabajo Doméstico promovemos la equidad y la inclusión del sector de trabajo doméstico en la economía nacional y la inclusión de la contratación formal de las trabajadoras domésticas en los esquemas mentales de la sociedad.

¿Por qué el promedio de la informalidad laboral en Colombia es del 55%, en contraste con el 80% de informalidad del trabajo doméstico? ¿Por qué las casas son peores lugares de trabajo que las empresas?

Tenemos luces de esperanza: la primera, en Colombia hay hoy mayor conciencia de derechos de las trabajadoras domésticas. Segundo, contamos con organizaciones consolidadas de trabajadoras domésticas. Tercero, el mercado

ofrece aplicaciones para facilitar la contratación laboral; por último, en el Congreso presentaremos la primera herramienta gratuita de datos especializados del sector de trabajo doméstico.

¿Cómo desarrollar una cultura organizacional para regenerar el mundo?

Lina María Tangarife. Ciencia política y Máster en desarrollo de política pública y gestión de proyectos sociales. Gerente y socia de Azaí Consultores.

Actualmente los retos que debemos afrontar como humanidad son grandes, robustos y complejos. Y las empresas debemos tener claridad de las herramientas que pueden estar en nuestras manos para poder contribuir a mejorar el planeta. Es por esto que desde Azaí traemos una propuesta que permite integrar procesos organizacionales con principios orientados a la regeneración planetaria, potenciando capacidades, el talento y capitalizando para las economías del futuro.

© *Desafíos y Perspectivas del Emprendimiento en Colombia para las Personas en Condición de Discapacidad*

Fundación WAIMA.

El emprendimiento en Colombia se ha erigido como un pilar crucial para la economía, generando empleo y propiciando el crecimiento empresarial. Sin embargo, tanto emprendedores en general como personas con discapacidad se topan con un desafío persistente: una elevada tasa de fracaso empresarial, con el 70% de las empresas no superando los primeros cinco años, lo que plantea una cuestión apremiante. Uno de los retos más destacados radica en la carencia de conocimientos financieros y en las falencias en la gestión administrativa, comercial y estratégica entre los emprendedores. Esto los coloca en una posición vulnerable desde el principio, restringiendo su capacidad para tomar decisiones informadas y lidiar con situaciones imprevistas, y limita su capacidad para competir en el mercado. La planificación y el enfoque en un plan financiero resultan cruciales para evaluar la viabilidad del negocio y garantizar su sostenibilidad. Asimismo, muchos emprendedores carecen de conocimientos administrativos y empresariales, lo que La poca diferenciación y la baja rentabilidad de muchas empresas en sus etapas iniciales son otros obstáculos que contribuyen al alto índice de fracaso. Esto conduce a problemas de capital de trabajo y una gestión comercial inadecuada, lo que complica aún más la supervivencia empresarial. En cuanto a la normatividad del emprendimiento, Colombia ha avanzado en la promoción de las pequeñas y medianas empresas, aunque la inclusión de personas con discapacidad en el mundo empresarial sigue siendo un desafío. La falta de un registro o sistema de información para estimar datos sobre emprendedores con discapacidad dificulta la implementación de políticas públicas efectivas. En resumen se destaca la urgencia de una formación sólida en planificación, educación financiera y gestión empresarial para impulsar el emprendimiento inclusivo en Colombia. En última instancia es de considerar la discapacidad como una oportunidad y promover la inclusión como pilares esenciales para fomentar el emprendimiento de personas con discapacidad en Colombia.

Modelos de identidad, diversidad e inclusión (IDI) en las organizaciones y su impacto en la cultura organizacional y la marca.

Juan Daniel Gutiérrez Castelblanco. Estudiante de la maestría en Mercadeo

Hoy en día cada vez son más las empresas que consideran la diversidad y la inclusión como un eje estratégico dentro y fuera de la organización, en su comunicación y en la proyección de marcas. Adicionalmente, se identifica una tendencia empresarial en el mundo de crear grupos para la comunidad LGBTIQ+ con el propósito de promover la cultura de la inclusión y la tolerancia como base de la cultura organizacional en empresas y multinacionales, con buen éxito. En Latinoamérica y en Colombia estos grupos son escasos o inexistentes y se ha ejecutado esta necesidad latente de manera cosmética, es decir, por medio de la creación de una cláusula en el contrato laboral donde especifican que usted como nuevo colaborador acepta trabajar con “cualquier” tipo de persona independientemente su religión, raza, sexo etc. Es por esta razón que esta investigación busca identificar los aspectos relevantes que debe tener en cuenta una empresa para implementar la inclusión, diversidad sexual e identidad de género en su cultura empresarial; analizar referentes organizacionales que estén en la ruta de implementación de estas estrategias y entender cómo se relaciona la visión y estrategia de negocio con la marca y el impacto en la cultura organizacional, para establecer las bases para una propuesta que aborde de una manera apropiada estos modelos como un aspecto estratégico para el posicionamiento de una marca y en la organización. Esta investigación utilizará un método cualitativo ejecutado por medio de entrevistas a expertos que brinden las principales tendencias en la temática a nivel nacional, y luego con entrevistas a directores de inclusión, recursos humanos o sostenibilidad en las empresas del país que tengan iniciativas de inclusión y diversidad. Se espera con este estudio brindar lineamientos estratégicos para las empresas que decidan incluir estrategias de sostenibilidad relacionadas con la inclusión y la diversidad del país y del mundo.

Mapeo de emprendimientos sostenibles

Sara Jiménez, Joven investigadora del Grupo de Estudios en Mercadeo

Investigación que busca identificar lo que diferentes empresas e instituciones de Medellín que declaran realizar acciones de sostenibilidad en prácticas y procesos o hacen mercadeo verde. Este se realizó convocando a pequeñas empresas y emprendimientos.

III Concurso de emprendimientos sostenibles

El concurso Emprendimientos Sostenibles es organizado por el Grupo de Estudios en Mercadeo Congreso de Marketing y Sostenibilidad de la Universidad EAFIT, la [red Mujeres y Sostenibilidad](#) y de [Azaí Consultores](#) quienes patrocinan también el premio.

Esta iniciativa busca reconocer y resaltar el trabajo de emprendimientos sostenibles en Latinoamérica que operen de manera responsable (con el propósito de aumentar el bienestar de la comunidad y los ecosistemas) y que tenga en cuenta elementos culturales, sociales y de género, ambientales y económicos en sus actividades.

Ganadora

Cáscaras Comal, Rujotay
San Juan Comalapa, Chimaltenango, Guatemala.
Benita Simón Mendoza

Restauración socioambiental a través del manejo de residuos de origen vegetal y el acompañamiento y empoderamiento de mujeres jóvenes indígenas que compostan dichos residuos.

[Audiovisual de Comal](#)

Finalistas

Conservación de serpientes a través del arte.
Manabí, La Esperanza, Ecuador
Gestora: María Elena Barragán

A través del rescate de saberes y visión sobre las serpientes a nivel local, se rescata el valor e importancia de estas serpientes para la comunidad. Este proyecto plantea la creación de souvenirs (aretes, pulseras, collares) elaborados por grupos de mujeres en las comunidades para que puedan comercializarlos, y mejoren el aspecto económico de sus familias, a partir de la valoración de la importancia ecológica de las serpientes.

Comunidad de Agroecología Cozumel
Cozumel, Quintana Roo. México
Gestora: Zaidy Manoella Dzay Grael

Fortalecer capacidades organizativas a través de iniciativas que promuevan los principios de las agroecologías transformadoras, en una Comunidad de Agroecología en Cozumel.

Unión de Mujeres por el Humedal Artificial de Pastorías
Pastorias, Actopan, Veracruz, México
Irma Zitácuaro Contreras

En colectivo Unión de Mujeres por el Humedal Artificial de Pastorías (UMHUAP) tiene como objetivo la formación de capital social con perspectiva de género para operar y mantener el humedal artificial para sanear el 100% de las aguas residuales generadas y colectadas en la localidad de Pastorias. La ecotecnología de humedales permite, además de sanear aguas residuales, el aprovechamiento del potencial, ambiental, económico y social de la vegetación cultivada en el humedal, la cual tiene aprovechamiento ornamental y artesanal. Esto debido que se utilizan como plantas para la fitorremediación, el anturio, alcatraz, ave de paraíso, heliconias y tifa, mismas que tienen características ornamentales y artesanales. La producción se destina a la venta con el beneficio económico para las participantes del colectivo.

Aqstica SAS
Bogotá – Colombia
Catalina Arango Duque

Aqstica es una empresa de construcción la cual ha volcado su enfoque a la sostenibilidad como pilar. Contamos con productos y soluciones de origen reciclado y renovable. Tenemos la certificación de negocios verdes del ministerio de ambiente por nuestro triple impacto positivo en la industria.

Las abejas elementos biológicos como para empoderar a las mujeres agrícolas misioneras
Posadas, Misiones, Argentina
Ingrid Steinhorst

Ante diferentes situaciones económicas, sociales, culturales, políticas, de género y de identidad, la apicultura es una herramienta y con ellas sus participantes biológicos,

MARKETING Y SOSTENIBILIDAD

para el empoderamiento de las mujeres rurales de misiones, no solo en su desarrollo como mujer sino como comunidad y participante de un proceso como lo es el cuidado de medio ambiente , la sostenibilidad del mismo el cuidado de la biodiversidad y el aporte de producto naturales sin agregados químicos y sin contaminantes tanto para la salud como para la alimentación de la población en general . Posiciona, nutre, educa y empodera a la mujer rural e indígena.

Audiovisuales del congreso

En los siguientes vínculos podrá visualizar las ponencias del IV Congreso de Marketing y Sostenibilidad

[Primer día](#)

[Segundo día](#)