

Jóvenes con inteligencia límite buscan empresas que confíen en ellos

Una original campaña en la que los alumnos de la Fundación Capacis se muestran orgullosos de ser “Edición Limitada”

Madrid, 6 de noviembre de 2018. Los alumnos de la Fundación Capacis, organización sin ánimo de lucro centrada en la integración laboral de jóvenes con inteligencia límite, han lanzado una campaña que tiene como objetivo reivindicar su valía para trabajar y su derecho a ser parte activa de la sociedad.

La campaña “Edición Limitada” ha sido desarrollada por AFTERSHARE.TV, la agencia de Risto Mejide y Marc Ros, y que Fundación Capacis recibió como premio dentro del marco del programa B-Value, impulsado por Ship2b y Fundación Banco Sabadell.

“Hemos querido buscar la empatía de las empresas y de la sociedad, no solo hablando sin tabúes de la discapacidad, sino también mostrándola a través de los alumnos con un punto reivindicativo y de orgullo. Queremos eliminar los miedos de los empresarios y convencerles de que contar con nuestros alumnos es un privilegio para sus empresas”, indican Fátima de Dolarea y Silvia Sombría, fundadoras de Capacis.

El concepto “Edición Limitada” huye de la afirmación de que este tipo de personas puede desempeñar eficazmente un trabajo a pesar de sus limitaciones, tan recurrente en este tipo de campañas. Lo que se desea es resaltar su diferenciación sin objeciones concesivas, destacando que son personas y profesionales muy válidos por méritos propios y, por lo tanto, capaces de desarrollar capacidades excepcionales que los convierten en destacados profesionales.

La información completa sobre “Edición Limitada” y la inteligencia límite - una gran desconocida en nuestra sociedad - está en el microsite de campaña edicionlimitada.info y en la web fundacioncapacis.org.

La inteligencia límite y Capacis

Desde Fundación Capacis se atiende a jóvenes con inteligencia límite con el objetivo de devolver a estos jóvenes su confianza en ellos mismos y de ayudarles a ser una parte activa de la sociedad.

La campaña ha contado con la colaboración de la agencia AFTERSHARE.TV, Metro de Madrid, Grupo RBA, Olé, Fundación Pelayo, Vaughan e IBM.

Para más información:

Irene Herrero - irene.h@aftershare.tv - 91 360 45 71