

Ministerio Popular para la Educación Superior
Universidad Politécnica de Paria
Programa Nacional de Formación
Administración Gerencial

Mercadeo Comunitario

De la vida diaria a la Nueva vida

Ponente:

Lcda. Mercedes Figuera

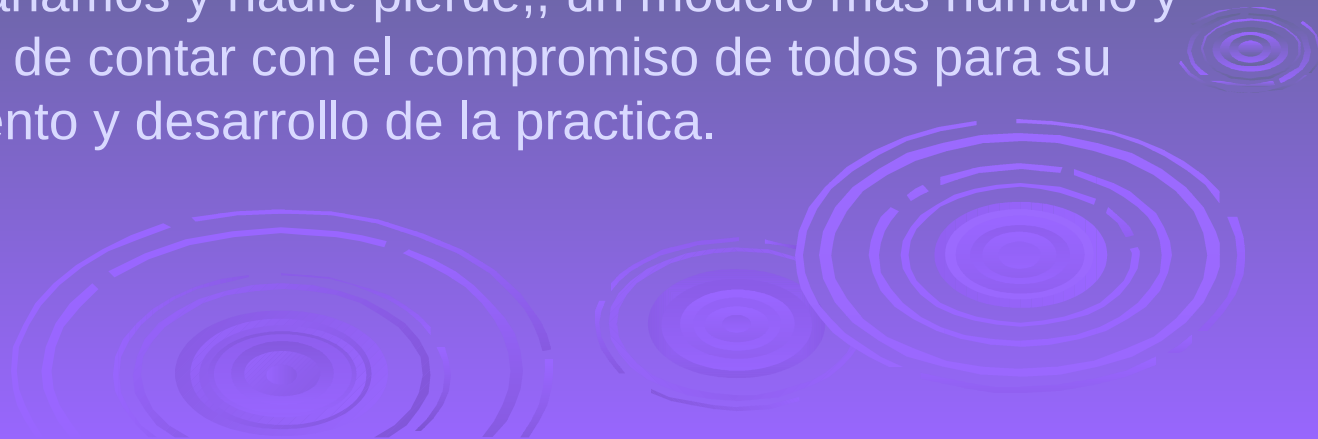
Carúpano, Abril 2010



Mercadeo Comunitario

Iniciar este tema sobre el mercadeo comunitario es sin duda alguna hacer referencia al choque de concepciones distintas manejadas en esquemas político socioeconómicos que responden a intereses, no es disertar de una manera rápida o fácil, ni considerar que sabemos todo.

Estoy totalmente convencida que de este recinto universitario al termino de la jornada todos y cada uno de nosotros estaremos de acuerdo en apoyar este paradigma emergente que tiene un nuevo orden social, donde el desarrollo colectivo goza de supremacía con respecto al sistema comercial donde todos ganamos y nadie pierde,, un modelo mas humano y solidario capaz de contar con el compromiso de todos para su perfeccionamiento y desarrollo de la practica.



Para entender el mercadeo comunitario hay que contraponer como en novelas de guerra el personaje bueno del personaje malo pero el personaje bueno al igual que el malo tienen características propias, afines... persuadir conquistar, posicionar a un mercado, a una audiencia meta , a un consumidor con carencia de un bien; pero con comportamientos diferentes ... pregunto

- ✓ ¿Que es mercadeo?
- ✓ ¿Pueden nombrar las herramientas que utiliza?
- ✓ ¿Que elementos están presente en la mezcla de mercadeo?
- ✓ ¿Bajo que valores y principios se sustenta el mercadeo tradicional?

- ✓ ¿Que instituciones, organismos y empresas sirven de brazo ejecutor a sus actividades.?
- ✓ ¿ Como es el producto, distribución, precio logística comunicación y promoción en el proceso del mercadeo tradicional o comercial?

La comunicación y promoción se realiza mediante el uso de de medios masivos que como dije anteriormente persuaden, manipulan, condicionan para adquirir marcas ... En cuanto a las herramientas ... La investigación de mercado, la publicidad, los canales de distribución, los objetivos de mercado, el volumen de ventas, metas individuales, hábitos de consumo conllevan a mercadeo estratégicos muy bien planificados bajo valores de la individualidad, el beneficio propio, y haciendo uso de empresas capitalistas se lucran del excedente y de la fuerza del trabajo

- ✓ **El mercadeo comunitario** promueve , distribuye y vende productos mediante el uso de canales comunitarios , canales alternativos de comercialización comunitaria con la utilización de redes y estrategias para vender a precios sociales y con meta de responsabilidad social
- ✓ Valores de **Compromiso, Solidaridad, Cooperación, Democracia, Participación, Reciprocidad, Identidad Cooperativa, Inter cooperación, Equidad, Sustentabilidad, Libertad**, Están bien definidos
- ✓ Sectores involucrados en dimensiones culturales, salud, económicas, políticas con la intervención de empresas de producción social comunitarias, cooperativas, hospitales, escuelas, universidades, mercal, centros de salud.- CDI, organizaciones sin fines de lucro microempresas, fundaciones, asociaciones civiles..proyectando una visión y misión que corresponde con la producción de bienes y servicios bajo un esquema de proceso productivos de propiedad colectiva respetando los valores para la redistribución y reinversión productiva excedente para vivir bien.

✓ **Misión** → Gestionar Recursos propios para Administrar satisfactoriamente y con soberanía nuestros mercados internos.

✓ **Visión** → Un Horizonte con instituciones y organizaciones de beneficio social que genera un intercambio comercial justo.

✓ **Principios** → Compromiso, Solidaridad, Cooperación, Democracia, Participación, Reciprocidad, Identidad Cooperativa, Inter cooperación, Equidad.



✓ Hasta Una nueva Oportunidad

Gracias Por su atención

