

Mercadeo en el desarrollo social: una mirada política y económica de las acciones mercadológicas de lo social en la ciudad de Pereira

Social development marketing: A political and economical view about the social market in the city of Pereira

Luis Guillermo Álvarez García¹, lgalvarez@funandi.edu.co. Carlos Arturo Aristizabal², caristizabal@funandi.edu.co

Recibido Abril 18 de 2011, Aprobado Junio 02 de 2011

"Legítimamente, le pedimos al pensamiento que disipe las brumas y las oscuridades, que ponga orden y claridad en lo real, que revele las leyes que lo gobiernan". Edgar Morin. Introducción al Pensamiento complejo. 1994.

"Todos los trabajos gerenciales están situados en algún contexto externo que puede ser su entorno cultural, su sector en general y su industria en particular". Henry Mintzber. Managing. 2010.

"El mercadeo social se plantea como unas de las herramientas más efectivas para la difusión de las campañas preventivas; se define como el diseño, la implementación y el control de programas destinados a influir finalmente en la conducta del individuo en las formas que el mercadotécnico considere beneficiosas para el individuo o la sociedad". ONU. Organización de Naciones Unidas. 2010.

"El mercadeo social representa el último eslabón del concepto de mercadeo y es un arma competitiva, muy fuerte". Yaromir Muñoz. El mercadeo social. 2001.

RESUMEN

El mercadeo en el desarrollo social es una propuesta estratégica de cambio de mentalidad social contemporánea en virtud de la calidad de vida de las personas. Esta afirmación compone la hipótesis y síntesis que como aproximación a este campo investigativo reciente en el mundo pone en consideración este artículo en contraste con el mercadeo comercial tradicional en el paradigma del desarrollo y aplicación económica de sus virtudes para lo endógeno en países como Colombia y ciudades como Pereira.

Palabras Clave

Mercadeo en el desarrollo, Mercadeo con orientación comercial, Desarrollo endógeno, Colombia, Pereira.

ABSTRACT

Marketing in social development is a proposed strategic change in contemporary social mentality under the quality of life of people. This statement comprises the hypothesis and synthesis that as an approximation to this recent research field in the world puts into consideration this article in contrast to the traditional commercial marketing in the paradigm of development and economic application of its virtues to the endogenous in countries such as Colombia and cities like Pereira.

Key Words

Marketing development, Marketing with commercial orientation, endogenous development, Colombia, Pereira.

1 Profesional en Mercadeo y Publicidad. Publicista Universidad Pontificia Bolivariana. Psicología Universidad de Antioquia. Especialidad en Administración Estratégica. Especialización en Gestión de la innovación Tecnológica Universidad Pontificia Bolivariana. Especialización en Dirección y Evaluación de Proyectos Derkra College. Magister en Gestión Tecnológica Universidad Pontificia Bolivariana. Candidato a Magister en Gobierno Universidad de Medellín. Director y Docente del Programa Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina. Seccional Pereira.

2 Administrador de empresas. Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad Cooperativa de Colombia. Especialista en Administración, Universidad EAFIT. Candidato a Magister en Administración MBA Universidad EAFIT. Docente de la Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira.

