

**MATERIA: MERCADOTECNIA PARA ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS  
SEMANA 1**

**TEMAS SEMANA 1:**

- a) Tipos de Marketing**
- b) Organizaciones No Lucrativas**
- c) Responsable del marketing en las ONL**

- **¿Cuál es la finalidad que persigue el marketing social?**

Se refiere a los esfuerzos para modificar el comportamiento público hacia uno más deseable por la sociedad.

La finalidad de este marketing es lograr el beneficio de la población.

¿Recuerdas esas campañas publicitarias de tráfico de "si bebes no conduzcas"? ¿O el "póntelo, pónselo"? ¿O quizás "si tú reciclas, él recicla"? Pues son campañas de marketing social.

A la sociedad le sale caro que causemos accidentes, que contagiemos enfermedades, que nos droguemos, que tiremos basura por todos lados o que destrocemos cosas. Así que, con este tipo de marketing,

se trata de cambiar nuestro comportamiento a otro más beneficioso para la comunidad.

Al contribuir y cumplir con las disposiciones legales, la Cafetería puede seguir operando y mantener ese nivel de ventas que se ha planteado en presupuesto mensual.



- **¿Cuál es la orientación del marketing no lucrativo?**

Tiene una orientación en la cual se utiliza la necesidad social para legitimar la cual se utiliza como bandera para actuar protegido en un entorno más competitivo. El fin de este marketing es el beneficio para la sociedad, la empresa y el gobierno.

Un ejemplo de marketing no lucrativo puede ser la Fundación ANAR, esta fundación que se dedica a ayudar a niños y adolescentes en situación de riesgo, lleva utilizando el marketing varios años para realizar campañas de comunicación que sean eficaces y que consigan concienciar a la población para que colabore con su causa. Es decir, recauda recursos de los contribuyentes para invertirlos en los usuarios finales que en este caso serían los niños y adolescentes.



- **¿Cuáles son las diferencias entre Organizaciones No lucrativas y Organizaciones lucrativas?**

En las organizaciones No lucrativas el público es más amplio, los recursos son limitados y su gestión No se basa en investigaciones de mercado.



- **¿Cuál es la labor del responsable de marketing en las ONL?**

El responsable de marketing debe determinar la misión de la organización, contribuyentes y donantes.

Debe identificar necesidades del consumidor y preferencias.

Debe contemplar cuales son los cambios que se están dando en el entorno.

Proponer estrategias de marketing basadas en principios éticos.

