Centro Educacional de Adultos El Monte
RBD 16.857-2
www.centroadultoselmonte.cl
E-mail: contactoelmonte@gmail.com
942294704

Guía de Trabajo Número 2 Consumo y Calidad de Vida

Profesor(a): Roxana Cofré Valenzuela		Alumno(a):
Puntaje Máximo: puntos.	Puntaje Obtenido:	Curso: Fecha: 31/ 03 / 2020 2°A 02/04 /2020 2°B
Objetivo de aprendizaje o aprendizaje esperado: Comprender el rol de la publicidad en la economía de libre mercado.		
Instrucciones: Lee con atención cada ítem realizando en cada uno de ellos lo que se te solicita. Las respuestas deben escribirse con lápiz pasta negro o azul. El uso de lápiz grafito está permitido siempre y cuando se entienda lo que se escribe. Mantén silencio antes, durante y al término de la guía. Revisa dos veces tus respuestas.		

Alumnos, para resolver esta guía sólo deben responder las preguntas que a continuación se señalan, **No es necesario imprimir la guía y tampoco copiar el texto,** las preguntas y respuestas deben ser registradas en el cuaderno, con la fecha que la desarrollan. Enviar las guías 1 y 2 resueltas a más tardar el jueves 09 de abril, pueden hacerlo a través de una foto a mi Whatsapp.

ROL DE LA PUBLICIDAD EN UNA ECONOMÍA DE LIBRE MERCADO

La publicidad ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado. Numerosas empresas realizan importantes inversiones en publicidad y promociones tendientes a elevar la demanda de sus productos y de esta manera elevar sus beneficios. Desde el punto de vista del consumidor los mensajes publicitarios o las acciones promocionales pueden generar un efecto mayor o menor sobre sus decisiones de consumo. En este sentido, los distintos tipos de mensajes recibidos por el consumidor pueden afectar las cantidades demandadas del producto publicitado ya sea porque la publicidad modifica sus preferencias o porque le informa sobre la existencia y características de un producto que no conocía o no conocía acabadamente y que le permite satisfacer mejor su necesidad. En términos generales puede decirse que cuanto mejor informados estén los consumidores, mejor equipados estarán para realizar

decisiones de consumo de acuerdo a sus necesidades, marcadas básicamente por sus preferencias. Es precisamente la elección informada del consumidor lo que garantiza que bienes y servicios no deseados desaparezcan eventualmente del mercado y que los precios que son altos como para inducir la compra desciendan finalmente a medida que las empresas vendedoras buscan atraer a sus clientes. En muchas oportunidades la publicidad mejora el funcionamiento del mercado proveyendo a los consumidores de información sobre los bienes y servicios y facilitando su proceso de toma de decisiones de consumo. Este rol informativo que cumple la publicidad contribuye a reducir la asimetría de información.

OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD: Son 3 los objetivos básicos de la publicidad:

1. INFORMAR: Las publicidades informativas tienen un mensaje más estándar. Buscan informar al consumidor de aquello que crean relevante, como los beneficios de un producto, el horario de atención, una acción promocional, un nuevo producto, un valor diferencial, etc.

2. RECORDAR: se trata de publicidades que se transmiten de forma continua y buscan "preparar" al consumidor para el momento de la compra. Generar el recuerdo en los consumidores hace que cuando una persona esté en la góndola del supermercado decidiendo qué producto comprar, elija UNO DETERMINADO. Por ejemplo, a la hora de comprar algún producto que termine con las cucarachas, seguro compro Raid. Esto no quiere decir que tenga buenas referencias del producto ni que lo haya probado. Pero al ver sus publicidades tan seguido me transmite más confianza que las otras marcas.

3. PERSUADIR: Las publicidades de persuasión son aquellas destinadas a la conversión. Se entiende como conversión la compra de un producto, el registro en una lista de mail, mandar un mensaje, o cualquier acción que la empresa pretenda que el consumidor haga. La persuasión es muy utilizada en publicidad, y por lo general este tipo de publicidad tiene un mensaje muy claro con un llamado a la acción más que evidente.

Actividad: Responde a las interrogantes

1. ¿De acuerdo al texto en qué influye la publicidad a la hora de comprar?
2. ¿En qué beneficia al consumidor estar informado acerca del producto que va a adquirir o del servicio que va a contratar?
3. Dentro de los objetivos de la publicidad, qué quiere decir informar.
4. Menciona una publicidad que recuerdes como recurrente en la televisión
5. ¿Por qué la publicidad se da a conocer a través de medios masivos de comunicación?
6. ¿Qué quiere decir el término persuasión dentro de la publicidad?