



Guía de Trabajo Número 1 Consumo y Calidad de Vida

Profesor(a): Roxana Cofré Valenzuela		Alumno(a):	
Puntaje Máximo: puntos.	Puntaje Obtenido:	Curso: Segundos Niveles	Fecha: 09/03/2021
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.			

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 fecha que la desarrolla. Enviar guía resuelta el martes 16 de marzo, puede hacerlo a través de una foto a mi Whatsapp.

Publicidad Comercial y calidad de los productos

Cada persona lleva a cabo acciones que buscan satisfacer necesidades o requerimientos como seres humanos. Entre estas acciones, una de las principales es la de adquirir bienes, como ropa, alimentación, decisiones respecto a servicios de salud o educación, etc. Este acto de decisión para la satisfacción de necesidades está enmarcado y es el punto de partida para lo que se llama "economía". A su vez, la economía se vincula estrechamente con el consumo, ya que cuando se tiene alguna necesidad se consume, es decir, se adquieren bienes, productos o servicios para satisfacer esas necesidades, convirtiéndose así las personas en consumidores.

En este contexto, se entiende el consumo como la acción que se orienta a la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción de diversas necesidades. Cuando se toman decisiones de consumo para adquirir bienes y/o servicios se debe elegir, tanto porque los recursos son escasos o porque no se tiene todo el dinero, como porque el número de bienes que ofrece el mercado es ilimitado. Se debe optar por cuál producto o bien se consume o cuáles necesidades se satisfacen con los recursos limitados que se poseen. Estas decisiones se toman en lo que se llama "mercado", comprendido en términos generales como "los lugares en que los compradores y los vendedores se reúnen para intercambiar bienes y servicios". En este mercado, los proveedores (productores, comerciantes o prestadores de servicios) necesitan dar a conocer los productos y servicios que ofrecen a los consumidores.



Con este fin, tienen que emitir alguna forma de mensaje publicitario, un mensaje que ponga en conocimiento del público la oferta que están haciendo. Desde esta perspectiva, la actividad publicitaria se comprende como una forma de comunicación al servicio de la economía, ya que ésta, en su actual grado de complejidad y globalización, requiere disponer de un sistema de comunicación capaz de poner en contacto productores y consumidores y así culminar, a través de la venta, todo el proceso productivo. En la actual economía globalizada los mercados son complejos, más grandes, nacionales o internacionales, y existen muchos proveedores de productos o servicios semejantes o equivalentes que disputan el favor de los consumidores. En tales circunstancias, el rol de la publicidad para atraer posibles compradores o usuarios, y así ganar en la competencia, cobra especial importancia. Desde el punto de vista del proveedor, la publicidad es un elemento de primer orden para posicionar sus productos en el mercado y aumentar sus ventas. El desarrollo de los medios de comunicación masiva ha dotado a la publicidad de una increíble capacidad de desplazamiento y penetración, convirtiéndola en una herramienta fundamental para sobrevivir dentro del mercado, cada día más competitivo, de la sociedad global.

Actividad: Responde a las preguntas que se señalan en relación a la lectura

- 1.- Desde el punto de vista del Consumo y la calidad de vida ¿Qué tipo de necesidades debemos satisfacer las personas?
- 2.- ¿Qué rol pasamos a cumplir las personas desde el ámbito del Consumo y la calidad de vida?
- 3.- ¿A qué se refiere el texto cuando habla de que el consumidor debe tomar decisiones?
- 4.- ¿Por qué el texto menciona que los recursos son limitados para satisfacer necesidades?
- 5.- Según el texto ¿qué se entiende por consumo?
- 6.- ¿A qué se llama mercado?
- 7.- ¿Según el texto qué función cumple el proveedor?
- 8.- ¿Qué función cumple el mensaje publicitario?