***Centro educacional Isabel La Católica***

***Departamento de Formación Instrumental***

***Consumo y Calidad de vida***

***Profesor Rodrigo Paredes 2020***

**ACTIVIDAD N°5**

**Copiar en su cuaderno el siguiente Texto y luego investigar las respuestas a las preguntas dadas al final del texto.**

**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 servicios2”. 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.

Responder:

1. ¿Qué entiende usted por consumo?
2. ¿Qué tipo de economía tiene chile?
3. ¿Qué y cuáles son los agentes económicos?