



“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Acción Promocional

>Implicaciones económicas.

Presenta:

Omar Isaí de la Cruz Paredes

Cuarto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Ing. Juan Jesús Agustín Guzmán

21 de junio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

Implicaciones Económicas de la Publicidad

La publicidad se ha convertido, indudablemente, en toda una industria que ha generado movimientos económicos en los países donde se ha desarrollado. América latina ha visto crecer esta industria en los últimos años, gracias, entre otras cosas a la globalización de los mercados.

Incremento de la demanda de productos:

La publicidad en el mejor de los casos, cuando es bien manejada, tiene como consecuencia lógica el incremento de las ventas; sin embargo, los objetivos de la publicidad son: informar, persuadir y recordar.

>Consumo.

Incremento del PIB.

Cuando una actividad económica como la publicidad tiene éxito y la industria se desarrolla, se refleja de manera inmediata en el producto interno bruto (PIB) del país donde esto sucede.

>Innovación.

Disminución de precios de mercado:

Pese a lo que pudiera creerse, la publicidad tiene un efecto importante en la disminución del precio de productos y servicios, debido a que, al existir un mercado de libre competencia, donde los productos pueden hacer publicidad libremente, las empresas requieren, para competir, mantener sus precios en el promedio de mercado, no pueden incrementarlos de manera arbitraria, ya que el consumidor conoce otras opciones.

>Competencia.

>Efecto del Impulso Sectorial.