



Nombre De Alumno: Maximiliano
Carpio Aguilar

Nombre Del Trabajo: ensayo

Licenciatura: Turismo

Materia: acción promocional

Comitan de Domínguez a 18 de junio de
2020

Introducción

Durante años se ha debatido sobre el de la publicidad en la sociedad, ya que es bastante controvertido, ya que normalmente se asocia con valores y creencias acerca de cómo debe funcionar el sistema social. Una forma de abordar los efectos que causa la publicidad, consiste en el análisis y la explicación de la repercusión que este tiene sobre la competencia en un mercado.

Desarrollo

La publicidad trata en particular de estimular la demanda o aceptación del bien, servicio o idea promocionado y, en general, de modificar las opiniones, actitudes, deseos y comportamientos del consumidor. Sobre la publicidad se han pronunciado cientos de análisis, la mayoría de los mismos tienen un punto en común, tratar de la publicidad en un sentido unidireccional, es decir, pronunciarse sobre la influencia o los efectos de esta sobre los individuos y la sociedad. Algunos de los efectos pueden ser:

- Los **efectos sociales**, cuando genera riqueza que se reinvierte, por otro tiene una función informativa, pero puede llegar a ser molesta, abusiva y engañosa. Sobre todo, si se trata de productos sensibles, situaciones increíbles, se rebaja la dignidad de una persona, excesivo realismo.
- Los **efectos económicos**. En este segundo efecto se han planteado dos teorías sobre los efectos de la publicidad: “la publicidad como poder de mercado” (instrumento de comunicación persuasiva) y “la publicidad como información” (estimula la elasticidad demanda-precio y la competencia exponiendo al consumidor a un mayor número de alternativas). Se estima que el nivel de reacción de la competencia invierte el efecto de la publicidad sobre la elasticidad demanda-precio. Pero la publicidad no afecta solo en el momento, también tiene un efecto diferido en el tiempo.

Política y Publicidad

Aunque no lo deseemos, la política impregna nuestras vidas. A la lista de decisiones que toma nuestra clase política y que, en mayor o menor medida, influyen en nuestra vida cotidiana, se le debe sumar la evidente actualidad informativa de la que es difícil desligarse, por mucho que haya personas que se califiquen a sí mismas como «apolíticas» o que «pasan» de ella. La política impregna nuestro día a día no sólo por su importancia en nuestra sociedad como marco de convivencia que nos hemos dado, cuyo juego democrático se basa en la oferta y demanda de propuestas políticas y la gestión de las mismas, sino porque hoy en día la política se usa también como reclamo publicitario.

La situación económica actual ha sido clave para determinar los temas de agenda y el resultado de los recientes acontecimientos sobre la contingencia, pero el contexto también influye en la forma de cómo las agencias de publicidad buscan llamar la atención de los públicos. No es algo nuevo, pero sí una forma diferente de captar la atención en el

competitivo mundo de la economía de la atención en el que estamos sometidos a infinidad de impactos publicitarios al día.

Puede resultar curioso recurrir a un mundo “tan serio” y aparentemente “aburrido” como el de la política, pero precisamente la conjunción política/gobernantes y publicidad en clave más o menos humorística o polémica garantizada, ya que seguramente los medios de comunicación se hacen eco de la campaña de la sana distancia y, con suerte, consiguen hasta una demanda más amplia, como ha ocurrido recientemente con la última campaña de Black lives matters en la que diversos mandatarios aparecían solidarios con dicho movimiento y que finalmente han terminado en tal solo palabras al aire.

Conclusión

Una forma de abordar los efectos económicos, consiste en el análisis de la repercusión que esta tiene sobre la competencia en un mercado.

El efecto de la publicidad sobre el precio es una variable muy importante y representativa del grado de competencia en un mercado, que por tanto tiene una relación directa con el bienestar de los consumidores. La publicidad como parte de nuestro sistema económico está relacionado de forma directa con la distribución, comercialización, fabricación y venta del producto.