

Nombre de alumnos: Tannia Yaritza Ventura
Arizmendi

Nombre del profesor: María Cordero

Nombre del trabajo: Influencia de la
publicidad en el comportamiento del consumidor

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Seminario de tesis

Unidad: 2

Grado: 8vo. cuatrimestre

Grupo: Único

ÍNDICE

	Pág (s)
• Planteamiento del problema.....	3-4
• Preguntas de investigación.....	5
• Objetivos de investigación.....	6
• Justificación.....	7-8
• Hipótesis.....	9
• Bibliografía	10

Influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor

En este trabajo plantearé la primera parte del desarrollo de mi tema, el cual es muy importante en el proceso de una empresa, ya que desde años atrás las empresas u organizaciones han venido buscando la manera de atraer a diferentes consumidores, empleando distintas estrategias y técnicas, las cuales estudiaremos, como se ha venido enseñando y practicando estos temas en clases, los cuales nunca se dejaron de impartir, ya que como administradores es importante conocer y adquirir estos conocimientos, para emplearlos a futuro en nuestra propia empresa, o desempeñando un cargo en una, la publicidad juega un papel muy importante en el proceso de comercialización de productos o servicios, despierta el interés del consumidor, lo informa de manera adecuada y lo más importante, describe las formas de cómo acceder a estos productos o servicios, teniendo en cuenta el entorno al cual va dirigido.

Como bien sabemos actualmente la publicidad es una herramienta útil para negocios que aun inician su camino, ya que es una oportunidad para ofrecer y dar a conocer sus productos o servicios, y aprovechar la oportunidad para generar estrategias que puedan beneficiar sus ganancias. Un medio que en la actualidad usado para transmitir la publicidad son las redes sociales, por lo que, todos al estar en ellas, vemos comerciales, imágenes ofreciendo algo, cupones, puntos al hacer una compra, entre muchos otros anuncios, lo cual son estrategias psicológicas, ya que esta generación está conectada a este medio cibernético.

Pero cuando no existían este tipo de redes sociales, ¿cómo se transmitían estos anuncios?, explicare brevemente la historia del marketing.

Alrededor del año 1400 los comerciantes eran nómadas por decirlo así, ya que andaban de lugar en lugar ofreciendo sus productos o servicios gritando por las calles, es decir anunciándolos a gritos, después como el año 1450 se inventaron las imprentas por Gutenberg, en donde se empezaron a imprimir imágenes con palabras, de esta manera se empezó a llegar a más personas, y así poco a poco se empezó a inventar en más formas para dar a conocer a las pequeñas empresas, llegando hasta la actualidad.

Escogí este tema porque considero que es una práctica que debemos emplear para atraer a más consumidores y generar más ganancias, lo que favorece a nuestra economía, pero lo esencial es cómo implementarlo, ya que se necesita de conocimientos psicológicos, y prácticas sociales, por lo que, a veces me surgen dudas, como, por qué algunos negocios venden productos de calidad o servicios muy buenos, pero a veces carecen de compradores, y en otras tiendas o empresas los productos o servicios no son tan buenos, pero siempre mantienen sus consumidores, lo cual e investigado, y he llegado a la conclusión que es la manera en que emplean su marketing y estrategias, lo cual genera fama o prestigio, o a veces simplemente porque convence la manera en que se ofrece.

Esta es una problemática, aunque parezca tan insignificante o, aunque a veces no se tome en cuenta, pero si cuenta mucho, como mencione es un problema para algunas empresas, a veces puede ser porque se carece de estos conocimientos, de ideas, o de apoyo, y se deja pasar por alto, pero se necesita aprender de ello y emplearlo. Lo cual es mi objetivo como trabajo final, dar a conocer la importancia del buen empleo del marketing, y enseñar estrategias efectivas para esta práctica.

Existen diferentes instituciones, empresas, organizaciones y negocios que han tenido y mantienen el éxito, gracias a su buena organización y publicidad.

Para dar por concluido la primera parte de mi trabajo, me daré a la tarea de indagar más sobre el tema y seguir mi proyecto de investigación, ya que, por medio de este trabajo practico se pudo conocer los factores que influyen en el comportamiento de compra, conocimientos muy importantes para poder realizar pronósticos sobre respuesta del mercado a determinados productos nuevos o para evaluar el posicionamiento o percepción de productos existentes en el mercado.

Con respecto a los atributos y teniendo conocimiento del nivel de percepción por parte de los consumidores se podrán realizar una campaña de publicidad más efectiva del producto, orientando la comunicación en la importancia que le da el consumidor a alguno de los atributos estudiados del producto en cuestión.

OBJETIVOS

- Lograr analiza la importancia y efectividad de la influencia de la publicidad en las empresas y negocios.
- Convencer e identificar la mejor solución para lo que busca el consumidor.
- Captar la atención del administrador o propietario de un negocio o empresa, para que este incluya publicidad en el desarrollo de su empresa.
- Acompañar las tendencias y aclarar dudas al respecto.
- entregarle al consumidor un producto o servicio que resuelva su problema o satisfaga su necesidad.
- Reconocer oportunidades de marketing
- Asegurar el crecimiento de la empresa de acuerdo con la realidad del mercado
- Contar con una buena participación en el mercado
- Obtener beneficios o utilidades para la organización

Preguntas de investigación

- ¿Qué se espera de la publicidad?
- ¿Cómo definir el mercado objetivo al que se pretende llegar?
- ¿Dónde es más probable encontrar su audiencia?
- ¿Qué se ofrecerá en la publicidad?
- ¿Qué acción espera que hagan las personas?
- ¿Cuál es el indicador de éxito?
- ¿Cómo ha evolucionado la publicidad a lo largo del tiempo?

Justificación

Ahora bien, es importante conocer a profundidad el estudio de esta influencia de la cual nos estamos enfocando “Publicidad”, podemos darnos cuenta de su relevancia ya que desde que iniciamos una carrera con un enfoque en empresas, liderazgo de mercado o como nosotros “Administradores”, nos empiezan a transmitir conocimientos de la publicidad y de la influencia que esta tiene.

Por lo cual es necesario conocer a profundidad este tema, un punto relevante es el de ¿Cómo definir el mercado objetivo al que se pretende llegar?, este punto lo agregue a mis preguntas de investigación ya que es un tema, en el que debemos dedicar tiempo y paciencia, ya que a menudo manejamos ciertos conceptos de marketing y negocios que tienden a generar confusión como por ejemplo el de mercado objetivo y el **de** segmento. ¿Qué significa cada uno exactamente? ¿Cómo puedo identificar el mercado objetivo de mi negocio?, según lo que investigue el mercado objetivo es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual nosotros queremos ofrecerles un producto o servicio.

Por lo cual es necesario como primer paso identificar las variables demográficas, como lo son edad, sexo, ocupación, lugar de residencia, profesión y nivel socioeconómico, como bien nos han enseñado en la materia.

Por lo que de esta manera se puede obtener información interesante sobre tu público y así actuar con más seguridad al momento de lanzar un producto o innovarlo.

Todas las empresas buscan servicios de mejor calidad, cobertura y accesibilidad que se ajusten a las exigencias del consumidor. Hoy en día se hacen más competitivas dentro de su rama y cada vez adoptan más estrategias a fin de garantizar el éxito.

Algunas empresas no pueden contar con departamentos de diseño dentro de la misma para que se encarguen de la parte publicitaria, por lo que optan por dejar de lado esta estrategia, o inclusive deciden realizar sus propios diseños llegando a tomar decisiones equivocadas en su forma de presentar la publicidad.

Es por eso que algunas empresas son afectadas, en su mayoría las medianas y pequeñas, por lo que las medianas empresas de nuestro país deben enfrentarse a retos y problemas por la fuerte competencia que existe en sus mercados, como es la sobre oferta de productos, servicios, y las exigencias actuales de los clientes, por lo que buscan asesorías que les permiten elaborar estrategias para la difusión de sus productos y mantenerse dentro del mercado.

La publicidad influye de manera significativa en la economía y en la sociedad, es un negocio de cambios que refleja los desarrollos rápidos de la tecnología y estilo de vida, en la preferencia del consumidor y en la investigación del mercado. Este fenómeno no solo se ha convertido en una parte integral de la economía de los países desarrollados, sino también en todo el mundo.

Muchos de los empresarios tienen miedo de perder su dinero en publicidad cara. Esto suele suceder cuando se ha intentado o se ha hecho publicidad sin previo conocimiento de la adecuada forma de realizarla obteniendo una respuesta deficiente. Lo que se busca con la publicidad es informar al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferenciación por sobre otras marcas, crear demanda o modificar las tendencias de demanda de un producto o servicio, de la empresa que lo requiera.

De tal modo que lo que se busca es informar e influir en el comportamiento de sus clientes potenciales, ésta trata de comunicar al mercado los productos que ofrecen y también las características y virtudes de la empresa. Por lo general la empresa da a conocer sus productos y los coloca en el mercado para que el consumidor pueda tenerlos a su alcance y por lo tanto comprarlos.

Cabe mencionar que el éxito de la publicidad depende de una realización creativa orientada al consumidor; es decir, el mensaje debe ser interesante, dirigido a una audiencia en el mercado para su compra y debe utilizar un medio apropiado para un producto o servicio.

Hipótesis

Motivar a las pequeñas y medianas empresas a invertir o crear en publicidad de calidad para mejora de su organización.

- Variable independiente: Empresas con bajos consumidores y escasas ventas, debido a la mala implementación de la publicidad (e incluso no existe una).
- Variable dependiente: Aumento de consumidores potenciales en el mercado, incrementado así las ventas y reconocimiento de la empresa, por medio de la publicidad hecha.

Bibliografía

Antología UDS Seminario de tesis, recuperado 16 de febrero del 2021,
Socoltenango Chiapas, obtenido por:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/informacion.php>