Nombre: Jonathan Llugcha

Curso: 37AE”8”

Materia: Emprendimiento

Tema: publicidad honesta

Titulo: La Publicidad Honesta

Introducción: Los productores modernos nos facilitan enormemente la vida. Sin embargo, muchas veces no son totalmente honestos en cuanto al uso de sus productos. Esto es porque el usuario (y el uso que les da) se llevan siempre la culpa. Pero en el mundo moderno se habla todo el tiempo de transparencia y honestidad, así que me preguntaba si algún día los productores (o el gobierno) se atreverán a hacer con todos los productos, algo como [lo que han estado haciendo con el tabaco](https://www.google.se/search?q=smoking+kills&espv=2&biw=1920&bih=955&site=webhp&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=75NAVe-0FYOdsAGVnIGQAg&ved=0CAYQ_AUoAQ#tbm=isch&q=avisos+en+paquetes+de+cigarrillos).

Desarrolló: Desde las compañías, tenemos como responsabilidad contribuir a la educación de los consumidores para informarlos, a través de nuestras actividades y campañas publicitarias, acerca de los procesos sustentables que incorporamos en la producción de nuestros productos y servicios. Ello demanda ser creativos en cómo comunicar la sustentabilidad de manera de ser claros y atractivos en nuestro mensaje. De esta manera se genera un círculo virtuoso, en el cual las empresas llevan a los consumidores a ser más sustentables y ellos nos impulsan a ser responsables en nuestra acción y comunicación.

Desde Kimberly-Clark desarrollamos nuestras comunicaciones de manera responsable y acorde a nuestros valores, intentando transmitir pautas culturales en cada mensaje, considerando esa, nuestra primera responsabilidad frente a nuestro público. En esa línea, somos conscientes de la importancia de tener un comportamiento íntegro y honesto, hacemos hincapié en la estrecha relación entre el buen proceder y los resultados positivos en los negocios y resaltamos la gran cantidad de recursos existentes que permiten tener una legalidad ética en el ámbito laboral.

Conclusión: como conclusión sobre las publicidad honesta es de llevarla con responsabilidad por que así tendremos nuestros valores intactos y nuestros clientes y consumidores no se sentirán estafados y que obtengan lo que quieres, lo que buscaron, lo que necesitaban al buscar este producto que esta presentando en esta publicidad.

Normas APA:

http://revistacap.com/opinion/940-publicidad-responsable#panel-96