

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**LA PUBLICIDAD HONESTA**

**MATERIA:**

**EMPRENDIMIENTO**

**AUTOR:**

**ORAMAS RIOFRIO DAYSI ROSARIO**

**TUTOR:**

**GUSTAVO BAEZ ITURRALDE**

**QUITO FEBRERO 2018**

**LA PUBLICIDAD HONESTA**

**INTRODUCCION**

Se sabe que la publicidad es una forma de comunicación comercial que se da para vender o incrementar la venta de algún producto por medio de los medios, aunque también se ve que se usa en espacios públicos para llegar a un público específico. En televisión, radio y prensa, la publicidad tiene un sentido muy creativo para poder atrapar la atención del consumidor pero lo que no se sabe es si este generó el efecto que se esperaba en el consumidor que se esperaba pues se tienen diferentes tipos de consumidores (varían según su edad, pensamiento, ideología política, religión y de más).Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

**DESARROLLO**

“La publicidad debe ser honesta, veraz y digna de confianza”. Eso significa que, si te propones hacer publicidad honestamente, debes partir de esa premisa y, además:

Asumir la responsabilidad social que implica la difusión pública de tu mensaje publicitario.

Comprometerte en ganar la confianza del público.Entender que la publicidad engañosa, mina la confianza de los consumidores y eso nos perjudica a todos.

La publicidad ahora es considerada un arte pues cambia constantemente, es completamente subjetiva, es tan necesaria como el producto que se está ofreciendo.Hay que aprovechar el poder de persuasión de la publicidad para comunicar y vender HONESTIDAD, como un valor fundamental que se aprende desde el hogar para la sana convivencia en sociedad.

El poder de la publicidad como herramienta que las empresas con RESPONSABILIDAD SOCIAL pueden aprovechar por el bien de sus marcas, de su imagen institucional y de sus consumidores…"La honestidad paga".

**CONCLUSIONES**

* La esencia del buen mercadeo y por ende de la buena publicidad es la honestidad del mensaje.
* No hay peor error en marketing que traicionar las expectativas del consumidor con falsas promesas.
* Valoremos la comunicación directa y responsable.

**BIBLIOGRAFÍA**

Eduardo Romero P. http://romeroads.blogspot.com/2011/05/la-buena-publicidad-es-honesta-y-puede.html

http://maurolozanop.blogspot.com/2013/11/ensayo-sobre-la-publicidad\_9221.html

http://bienpensado.com/por-una-publicidad-honesta-y-responsable/