



¿Somos un producto más?

Este comienza suponiendo llegando hasta a afirmar que los jóvenes no somos ni seremos una “buena generación”, acá se encuentran argumentos de tipo social, ya que se dice que nos pasamos once horas o más del día en el computador, pero a su vez podríamos estar escuchando música y tener el televisor encendido, todo esto conlleva a sacar una conclusión y es que el objetivo es “ejercitarlos para que se conviertan en consumidores”, según los estudios toda esta “estrategia” estaría teniendo resultados debido a que cada vez son menos los jóvenes que se inscriben a la universidad, se evidencia un decreciente interés por parte de ellos. Las grandes empresas han cogido esto como ventaja ya que se conoce al usuario que quiere obtener sus servicios por tanto se sabe que ofrecerle y cómo hacerlo.

Lo que hacen es venderles sus necesidades para dar soluciones a una visión muy limitada que tenía el consumidor hasta ese momento, es decir ellos han encontrado ventajas en cifras y porcentajes que no le dan crédito a una educación favorable.

Conclusión: Las empresas y personas de marketing notan cada oportunidad para sacar sus productos a flote, a veces cuando estamos en nuestros celulares nos llegan encuestas y eso sirve después para poder hacer “sugerencias casuales” justamente con la necesidad de la persona, lo que el texto nos quiere decir es que no somos inservibles siempre y cuando promovamos la economía por medio del gran consumismo que adquirimos a través de los años.