



información

- La presentación de información sencilla y directa.

posición social

- Asocia el uso del producto con los que tienen una posición social elevada, que tienen éxito y que disfrutan y entienden sobre “las cosas finas de la vida.”

aprobación de los iguales

- Asocia el uso del producto con la amistad y el hecho de ser aceptado.

recomendación de los héroes

- Asocia el uso del producto con una persona bien conocida.

atracción sexual

- Asocia el uso del producto con el aumento de la atracción sexual.

entretenimiento

- Asocia el producto con el entretenimiento y sentimientos de placer.

inteligencia

- Asocia el producto con personas inteligentes que no pueden ser engañadas con trucos.

independencia

- Asocia el producto con las personas que pueden pensar y actuar por ellos mismos.

comparación sin terminar

El uso de las frases como “¡Trabaja mejor en malas condiciones de la carretera!” ¿Trabaja mejor que qué?



Algunos enfoques que se usan comúnmente:

garantías

- El uso abundante de declaraciones como “garantizada por vida” y “se garantiza su satisfacción o la devolución de su dinero.”

escasez

- El comerciante crea un sentido falso de urgencia al afirmar que las existencias o el tiempo están limitados.

contraste de percepción

- El comerciante primero presenta una opción indeseable o inferior para hacer que la segunda opción parezca mucho más superior.

afirmaciones científicas o numéricas

- Es posible que “nueve de diez” suene bien, pero es imposible demostrar muchas de tales afirmaciones.

opción negativa

- La mercancía llega automáticamente si el consumidor no toma los pasos para cancelar el envío y la facturación.
- Usado frecuentemente por los clubes de libros y discos.



Las técnicas que se consideran engañosas:

poner el cebo y cambiar

- El anuncio atrae a los consumidores a la tienda con ofertas que son demasiado buenas para ser verdaderas. Ya que los consumidores están en la tienda, se les dice que ya no se dispone del artículo y se les muestra un artículo parecido, pero más caro.
- Frecuentemente se usan las tácticas de ventas de alta presión.
- Son ilegales en la mayoría de los estados.

explotación de temores y dudas

- El anuncio alimenta o se aprovecha de los temores de los consumidores.

especiales en el supermercado

- Se anuncian productos que no están en existencias o que no están fácilmente disponibles para los consumidores al precio anunciado.

citas fuera del contexto

- Comentarios por una persona notable o selecciones de una historia que se interpretan fuera de contexto para implicar la recomendación de un producto o servicio.



ejemplos de anuncios engañosos

Anuncios engañosos que se ven frecuentemente:

fraude sobre la salud

- Promesas de curas y tratamientos médicos de la noche a la mañana.
- Productos desarrollados después de “años de investigación” y “han probado proporcionar resultados positivos inmediatos.”
- Testimonios de expertos médicos y consumidores satisfechos.

reparación del crédito

- Ofrece, por una cuota, arreglar un informe malo de crédito. (¡Es imposible reparar el crédito!)

planes para “enriquecerse rápidamente.”

- Anuncios que ofrecen una oportunidad de ganar mucho dinero en un corto plazo de tiempo con muy poco esfuerzo.

mala representación de productos

- Usa nombres parecidos a una marca que es reconocida nacionalmente.
- La mercancía se ofrece a un valor menor del mercado por un tiempo limitado solamente.
- Descripciones vagas del producto.

fraude de viajes

- Ofertas acompañadas por certificados para viajes gratuitos o de muy bajo costo.
- Descripción vaga de los servicios y el alojamiento.



comerciales con la duración de un programa (comerciales informativos)

cómo reconocer los comerciales con la duración de un programa

- “Comerciales” parecidos al contenido del programa.
- Se identifica el patrocinador al comienzo o al final.
- Se afirma que un producto es superior.

protéjase si quiere pedir el artículo

- Use una tarjeta de crédito.
- La Ley de Facturación Justa (Fair Billing Act) le ofrece alguna protección si tiene problemas con la cuenta o la calidad del producto.

pidá o pague por correo

- Su compra estará cubierta por la Regla de Pedidos por Correo (Mail Order Rule)

acciones a evitar

- No dé el número de su cuenta bancaria por teléfono.

recuerde

- Las afirmaciones sobre un producto están hechas por el anunciante.
- Tales afirmaciones no representan una evaluación objetiva ni independiente del producto.



las reglas para evaluar los anuncios

hágase unas preguntas básicas

- ¿Este anuncio estimula sus emociones?
- Mire más allá del atractivo para averiguar lo que el anuncio dice (o no dice) en realidad acerca del producto o servicio.
- ¿Cuáles son las características especiales del producto?
- ¿Son necesarias estas características?

al leer, escuchar o mirar los anuncios...

- Busque el fraude y el engaño en el anuncio.
- Esté alerta a los anuncios que son engañosos (los que hacen afirmaciones no razonables acerca del producto o servicio).
- Lea la letra menuda o escuche cuidadosamente.

nombre: _____

fecha: _____



examine sus conocimientos acerca de la publicidad

En el espacio proporcionado, escriba la letra de la técnica o atractivo de publicidad que la declaración representa.

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| a) Únase al grupo | h) Opción negativa |
| b) Recomendación de un héroe | i) Reparación del crédito |
| c) Comparativos tentadores | j) Afirmaciones numéricas |
| d) Independencia | k) Garantías |
| e) Hágase rico rápidamente | l) Atractivos de ofertas |
| f) Explotando los temores y dudas | m) Afirmaciones científicas |
| g) Atracción sexual | n) Frases y eslóganes populares |

1. _____ Devuelva esta tarjeta hoy y empiece a recibir tres CD cada mes. Si en cualquier momento decide que no quiere un CD, solamente devuélvalo en un plazo de diez días.
2. _____ Si usted es el tipo de persona que puede pensar y actuar por sí misma, conduzca uno de nuestros automóviles y estará convencido de que no puede comprar un viaje más suave.
3. _____ Le prometemos una batería que durará toda la vida o le devolveremos su dinero.
4. _____ Este detergente trabaja mejor en la grasa y las manchas.
5. _____ Tres de cada cuatro dentistas recomiendan esta pasta dental.
6. _____ Todas las otras personas están usando este producto. ¿Por qué no usted también?
7. _____ ¡A este precio durante un tiempo limitado solamente! Así que, cómprelo ahora porque nunca más verá un precio como éste.
8. _____ Después de años de investigación por prestigiosos médicos, hemos formulado una píldora que, si se toma una hora antes de cada comida, le permite comer todo lo que quiera sin aumentar de peso.
9. _____ Se encuentra cantando inconscientemente la melodía del comercial.
10. _____ Si el señor o la señora Atleta Famoso usa este tipo de ropa interior, ¿por qué no lo hace usted?
11. _____ ¡Una sola rociada de nuestra colonia y nunca más tendrá que pasar un sábado solo!
12. _____ Trabaje en su hogar, a tiempo parcial y gane hasta \$10,000 por semana.
13. _____ No importa qué tan malo sea su crédito, por una cuota pequeña le podemos ayudar a obtener ese automóvil o camioneta que siempre ha deseado.
14. _____ Nuestro curso completo para el hogar, incluyendo un cinta en vídeo y un libro de trabajo, está diseñado a aumentar sus oportunidades de obtener marcas mejores no importa cual sea la asignatura.



examine sus conocimientos acerca de la publicidad clave de respuestas

En el espacio proporcionado, escriba la letra de la técnica o atractivo de publicidad que la declaración representa.

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| a) Únase al grupo | h) Opción negativa |
| b) Recomendación de un héroe | i) Reparación del crédito |
| c) Comparativos tentadores | j) Afirmaciones numéricas |
| d) Independencia | k) Garantías |
| e) Hágase rico rápidamente | l) Atractivos de ofertas |
| f) Explotando los temores y dudas | m) Afirmaciones científicas |
| g) Atracción sexual | n) Frases y eslóganes populares |

- h Devuelva esta tarjeta hoy y empiece a recibir tres CD cada mes. Si en cualquier momento decide que no quiere un CD, solamente devuélvalo en un plazo de diez días.
- d Si usted es el tipo de persona que puede pensar y actuar por sí misma, conduzca uno de nuestros automóviles y estará convencido de que no puede comprar un viaje más suave.
- k Le prometemos una batería que durará toda la vida o le devolveremos su dinero.
- c Este detergente trabaja mejor en la grasa y las manchas.
- j Tres de cada cuatro dentistas recomiendan esta pasta dental.
- a Todas las otras personas están usando este producto. ¿Por qué no usted también?
- l ¡A este precio durante un tiempo limitado solamente! Así que, cómprelo ahora porque nunca más verá un precio como éste.
- m Después de años de investigación por prestigiosos médicos, hemos formulado una píldora que, si se toma una hora antes de cada comida, le permite comer todo lo que quiera sin aumentar de peso.
- n Se encuentra cantando inconscientemente la melodía del comercial.
- b Si el señor o la señora Atleta Famoso usa este tipo de ropa interior, ¿por qué no lo hace usted?
- g ¡Una sola rociada de nuestra colonia y nunca más tendrá que pasar un sábado solo!
- e Trabaje en su hogar, a tiempo parcial y gane hasta \$10,000 por semana.
- i No importa qué tan malo sea su crédito, por una cuota pequeña le podemos ayudar a obtener ese automóvil o camioneta que siempre ha deseado.
- f Nuestro curso completo para el hogar, incluyendo un cinta en vídeo y un libro de trabajo, está diseñado a aumentar sus oportunidades de obtener marcas mejores no importa cual sea la asignatura.

examine sus conocimientos acerca de la publicidad (continuación) clave de respuestas

Conteste cada una de las siguientes preguntas en el espacio proporcionado.

15. Explique y dé un ejemplo de la técnica de publicidad de “poner el cebo y cambiar.”

Diseñada para hacerle entrar en la tienda al anunciar una oferta. Una vez que está en la tienda, le dicen que no se dispone del artículo. Luego le muestran un artículo parecido de más alta calidad que cuesta más.

16. Explique y dé un ejemplo de la técnica de publicidad de “especial del supermercado.”

La publicidad de los productos que no se encuentran en existencia o de los cuales no se dispone fácilmente para los consumidores al precio anunciado.

17. Explique y dé un ejemplo de la técnica de publicidad de “afirmaciones científicas.”

Las afirmaciones de “prueba científica” que se hacen sin la justificación que es requerida por la ley.

18. Explique y dé un ejemplo de un anuncio que usa “atracción de ofertas.”

Aprovechar de la tendencia humana de querer una oferta. Muchas de las llamadas “ofertas” en realidad no lo son.

19. Liste tres maneras de descubrir los comerciales con la duración de programas.

Buscar comerciales que sean parecidos al contenido del programa.

Buscar la identificación del patrocinador.

Tener cautela con los programas en que un producto se representa como “mejor” que los otros.

20. Liste dos cosas que puede hacer para protegerse si compra algo de un comercial con la duración de un programa.

Usar una tarjeta de crédito para pagar por el artículo.

Pedir o pagar por correo.

prueba de la lección diez: la influencia de la publicidad



verdadero o falso

1. Una “comparación sin terminar” en un anuncio proporciona a los consumidores información incompleta.
2. Los especiales anunciados que no están en existencia se consideran una técnica no ética.
3. Los anuncios de reparación de crédito pueden ser engañosos debido a las promesas hechas a los consumidores con problemas con el crédito.
4. Un comercial informativo es un tipo de poner el cebo y cambiar.
5. Los comentarios de los compradores de un producto en un comercial generalmente proporcionan información útil.

opción múltiple

6. Los anuncios que usan a una persona bien conocida son ejemplos de la técnica de publicidad _____.
A. aprobación de los iguales
B. comparación sin terminar
C. estado social
D. recomendación
7. Los libros, cintas y CD de música comúnmente se venden usando:
A. contraste de la percepción.
B. reclamos numéricos.
C. comparaciones sin terminar.
D. una opción negativa.
8. _____ sería un ejemplo de una acción no ética:
A. un comercial informativo
B. una cita fuera de contexto
C. una oferta de trabajar en el hogar
D. una comparación de precios en un anuncio
9. Un comercial con la duración de un comercial comúnmente se llama:
A. poner el cebo y cambiar
B. un contraste de percepción
C. un comercial informativo
D. una garantía de acción
10. La información más útil en un anuncio sería:
A. el precio
B. comentarios de usuarios del producto
C. una lista de accesorios del producto
D. una recomendación de una persona bien conocida

ejemplo

Algunos programas y comerciales de televisión recientes han proporcionado información acerca de un nuevo método de cocinar para ahorrar dinero, disminuir la grasa y mejorar el sabor. Este equipo de cocinar parece ser muy bueno. ¿Cuáles acciones debería tomar una persona antes de gastar dinero en este tipo de producto?

prueba de la lección diez:

la influencia de la publicidad clave de respuestas



verdadero o falso

1. v Una “comparación sin terminar” en un anuncio proporciona a los consumidores información incompleta.
2. v Los especiales anunciados que no están en existencia se consideran una técnica no ética.
3. v Los anuncios de reparación de crédito pueden ser engañosos debido a las promesas hechas a los consumidores con problemas con el crédito.
4. f Un comercial informativo es un tipo de poner el cebo y cambiar.
5. f Los comentarios de los compradores de un producto en un comercial generalmente proporcionan información útil.

opción múltiple

6. D Los anuncios que usan a una persona bien conocida son ejemplos de la técnica de publicidad _____.
A. aprobación de los iguales
B. comparación sin terminar
C. estado social
D. recomendación
7. D Los libros, cintas y CD de música comúnmente se venden usando:
A. contraste de la percepción.
B. reclamos numéricos.
C. comparaciones sin terminar.
D. una opción negativa.
8. B _____ sería un ejemplo de una acción no ética:
A. un comercial informativo
B. una cita fuera de contexto
C. una oferta de trabajar en el hogar
D. una comparación de precios en un anuncio
9. C Un comercial con la duración de un comercial comúnmente se llama:
A. poner el cebo y cambiar
B. un contraste de percepción
C. un comercial informativo
D. una garantía de acción
10. A La información más útil en un anuncio sería:
A. el precio
B. comentarios de usuarios del producto
C. una lista de accesorios del producto
D. una recomendación de una persona bien conocida

ejemplo

Algunos programas y comerciales de televisión recientes han proporcionado información acerca de un nuevo método de cocinar para ahorrar dinero, disminuir la grasa y mejorar el sabor. Este equipo de cocinar parece ser muy bueno. ¿Cuáles acciones debería tomar una persona antes de gastar dinero en este tipo de producto?

Antes de hacer tal compra, se deben realizar varios tipos de investigación. Póngase en contacto con agencias de consumidores locales o estatales para determinar si existen quejas contra la compañía. Hable con otras personas que hayan comprado este artículo o productos parecidos. Haga una investigación en la biblioteca o una investigación en Internet para recopilar información adicional.