

Fall.
371.2
4.

10296

EDUCACION DEL CONSUMIDOR

CURRICULUM

BIBLIOTECA	
Entró	1 AGO. 1983
Remite	<i>[Signature]</i>
Revisión	<i>[Signature]</i>

Foll.
371.2
4

INV	010246
SIC	Foll 371.2
LIT	4

En una época en que la constante es el cambio, es esencial saber adaptarse a las más diversas situaciones. Estas notas sobre educación del consumidor están dirigidas a servir de ayuda a maestros y profesores en su tarea de actualizar contenidos y métodos de enseñanza en el mundo cambiante en el que se llevan a cabo las actividades del consumidor.

El trabajo está dividido en dos partes: una se refiere a los objetivos y desarrollo del curriculum, teniendo en cuenta los alumnos y la comunidad, y por otro lado, los aspectos culturales, la edad, el nivel de capacidad y las características económicas de los grupos.

La segunda parte trata de las actividades sugeridas para los alumnos en las diferentes áreas de contenidos, en un programa de educación del consumidor.

CENTRO NACIONAL
DE DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN EDUCATIVA
Paraguay 1657 - 1er. Piso - Buenos Aires - Rep. Argentina

18418

OBJETIVOS Y DESARROLLO DEL CURRICULUM

Se clasifican los objetivos en tres áreas: cognoscitiva, afectiva y psicomotriz.

Tomaremos en cuenta el área cognoscitiva.

NIVEL	ENFASIS	OBJETIVO
I Conocimiento	en la habilidad de recordar los hechos en forma similar a la que se usó en su presentación.	Demostrar que uno <u>sabe</u>
II Comprensión	en la habilidad para reproducir lo enseñado con sus propias palabras.	Demostrar que uno <u>comprende</u>
III Aplicación	en la habilidad para aplicar lo aprendido a nuevas situaciones.	Demostrar que uno puede realizar lo que aprendió.
IV Análisis	en la habilidad para dividir la información en partes y para detectar las relaciones entre las partes y entre éstas y el todo.	Demostrar que uno percibe y puede elegir los puntos más importantes en el material presentado.
V Síntesis	en la habilidad para unir las partes y formar un nuevo todo.	Demostrar que se pueden cambiar conceptos para crear una idea original y nueva.
VI Evaluación	en la habilidad para juzgar, según criterios preestablecidos.	Demostrar que se puede juzgar y evaluar ideas, información, procedimientos y soluciones.

Objetivos educacionales deseables para el consumidor en cada unidad de contenido

Contenido: El consumidor y la economía

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.-Catalogar características básicas de la economía nacional y describir los principios importantes que son la base del sistema económico.
- II.-Explicar los efectos básicos y directos de las condiciones económicas sobre el individuo sobre las condiciones económicas en particular con respecto a sueldos, precios, oferta y demanda, inflación, recesión, provecho y competencia.
- III.-Aplicar esta comprensión de los principios económicos a su rol combinado de consumidor, trabajador y ciudadano.
- IV.-Organizar sus conceptos sobre la economía en el mercado en que deben llevarse a cabo los planes y actividades financieras.
- V.-Compilar información sobre el consumidor, el trabajo, y los puntos de vista del gobierno referentes a estos temas, para llegar a tener una visión objetiva de los problemas económicos más importantes.
- VI.-Comparar su actividad como consumidor con las responsabilidades básicas de los consumidores en una economía libre.

Contenido: Valores y metas

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Hacer resaltar las diferencias de valores y metas para las diferentes personas como resultado de múltiples factores, incluyendo grupo étnico, trasfondo cultural, entorno, creencias religiosas y formación filosófica.
- II.- Ilustrar los procedimientos por los cuales los valores y las metas se relacionan con el uso de recursos.
- III.- Demostrar cómo sus elecciones como consumidor y su planificación de gastos están directamente relacionados.
- IV.- Determinar cómo las diferentes etapas de la vida afectan las metas individuales y por lo tanto hacen cambiar los esquemas de gastos.
- V.- Planificar para poder lograr un uso del dinero que sea más eficaz y satisfactorio, sobre la base de una toma de conciencia y comprensión de sus propios valores y objetivos.
- VI.- Evaluar su estilo de vida y sus esquemas de gastos en términos de valores conocidos y metas elegidas concientemente.

Contenido: Ocupación e ingresos**Objetivos deseables**

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Discernir qué es lo que el dinero puede y lo que no puede hacer por el individuo, la familia y la sociedad en que vive.

- II.- Explicar la relación entre la ocupación, los ingresos y los niveles de vida.
- III.- Recoger información acerca de las oportunidades y requisitos para distintos tipos de empleos dentro de una amplia área de interés.
- IV.- Analizar los modos en que diversos factores económicos influyen sobre los empleos y las oportunidades de obtenerlos.
- V.- Desarrollar un plan que lo prepare para lograr éxito en el empleo o profesión de su elección.
- VI.- Evaluar futuras oportunidades, basándose en las tendencias del mercado, intereses personales, títulos, requisitos, ingresos, perspectivas de ascensos, etc.

Contenido: Manejo de recursos

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Identificar los recursos que puedan utilizarse para contribuir a la satisfacción del consumidor.
- II.- Describir el proceso de manejo y explicar cómo puede ayudar a que el público satisfaga sus necesidades dentro de los límites de los recursos.
- III.- Aplicar los principios básicos para manejar los recursos disponibles con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor.
- IV.- Llegar a una decisión - mediante el examen de gastos e ingresos - acerca de qué parte del ingreso no es indispensable y por lo tanto puede ofrecer mayor posibilidad de manejo.

- V.- Formular un plan realista basado en ingresos presentes y futuros (estimados), gastos, objetivos y necesidades.
- VI.- Evaluar (y re-evaluar periódicamente) su propio programa de manejo de recursos, teniendo en cuenta los valores y las posibilidades de éxito, así como la seguridad en materia económica.

Contenido: Selección

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Catalogar diversas posibilidades y alternativas de elección según sus ingresos.
- II.- Descubrir elecciones abiertas al consumidor en el mercado: ahorrar o gastar, comprar o no comprar, pagar al contado o a crédito.
- III.- Demostrar la habilidad para manejar las alternativas al hacer una elección.
- IV.- Analizar las posibilidades económicas teniendo en cuenta los efectos que tendrán sobre los individuos y la sociedad - a corto y a largo plazo.
- V.- Emplear el principio de "oportunidad" para la distribución de los ingresos para la toma de decisiones. (Se refiere a "oportunidades" en relación con el valor de un ítem específico comparado con otros ítems que puedan obtenerse por el mismo precio).
- VI.- Evaluar el impacto de la selección del consumidor en las finanzas personales, en los comercios y en la economía.

Contenido: Información al consumidor

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Localizar fuentes de información con respecto a distintos productos y servicios.
- II.- Explicar la relación existente entre la correcta información al consumidor y las decisiones satisfactorias.
- III.- Usar la información de acuerdo con su objetividad, utilidad y fuentes.
- IV.- Compilar la información adecuada para que sirva de apoyo en la realización de compras
- V.- Desarrollar criterios para poder juzgar cómo contribuyen los diversos tipos de información al manejo eficaz de los recursos y a la toma de decisiones.

Contenido: Propaganda, métodos de venta, motivación

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Reconocer los métodos usuales para la venta de productos y servicios: avisos, promoción, incentivos para compra y venta, tales como estampillas, cupones, etc.
- II.- Describir en qué forma los métodos de venta afectan a los comercios, al consumidor y a la economía.
- III.- Hacer uso de los conocimientos sobre métodos de venta para tomar decisiones lógicas e inteligentes en el mercado.

IV.- Discriminar entre la propaganda informadora y la motivadora.

V.- Tomar conciencia de los motivos personales para decidir en cuanto a los gastos.

VI.- Juzgar el valor y la exactitud de diversos tipos de promoción, propaganda y ventas desde un punto de vista objetivo.

Contenido: Compra de productos y servicios

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

I.- Conocer las ventajas de planificar las compras y de comparar oportunidades.

II.- Explicar los principios básicos del buen comprador.

III.- Desarrollar y seguir las mejores pautas para compras de productos y servicios, ya sean de rutina o de mayor envergadura y menor frecuencia.

IV.- Determinar las provisiones y responsabilidades básicas contenidas en los certificados de garantía.

V.- Planificar y delinear los principios que servirán de guía para la selección de servicios tales como transporte, educación y cuidado de la salud.

VI.- Evaluar posibles compras sobre la base de valores y necesidades personales y limitaciones en el presupuesto, teniendo también en cuenta la calidad y los precios.

Contenido: Vivienda

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Definir sus necesidades personales de vivienda y hallar métodos realistas para satisfacerlas.
- II.- Interpretar los términos básicos de contratos de alquiler, de venta e hipotecas, así como también los derechos fundamentales de inquilinos y compradores. Además, identificar aquellas situaciones donde se impone la necesidad de consejo legal profesional para interpretar, negociar o poner en vigencia tales derechos.
- III.- Aplicar el conocimiento sobre viviendas, costos, disponibilidades para una elección correcta.
- IV.- Delinear consideraciones comunitarias importantes para la elección de la vivienda.
- V.- Formular un plan para encontrar vivienda y poder pagarla, satisfaciendo futuras necesidades personales y familiares.
- VI.- Juzgar la adecuación de la futura vivienda en términos de valores personales y familiares.

Contenido: Crédito para el Consumidor

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Citar tipos, fuentes y costos de crédito para distintos propósitos.
- II.- Describir el rol que cumple el crédito en el manejo personal del dinero y en la expansión de la economía.
- III.- Elegir procedimientos apropiados al solicitar un crédito y al obtenerlo: interpretar las cuotas mensuales, hacer los correspondientes registros y efectuar los pagos.

IV.- Saber delinear la ley de Préstamos y estar en condiciones de señalar posibles violaciones a la misma en las transacciones comerciales del consumidor.

V.- Planificar el uso del crédito teniendo en cuenta las necesidades, deseos, gastos e ingresos presentes y futuros.

VI.- Estudiar las alternativas para el uso del crédito en distintas situaciones individuales.

Contenido: Ahorro e Inversión

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Identificar modos, lugares y motivos para ahorrar e invertir con diversos propósitos.
- II.- Resumir la función de ahorro e invertir en el presupuesto personal, el mundo de los negocios y la economía en general.
- III.- Computar a grandes rasgos, la seguridad, la liquidez, los beneficios redituables para las distintas formas de ahorro e inversiones, antes de tomar una decisión en cuanto a colocación de dinero.
- IV.- Determinar el tipo y cantidad de consejo financiero que se necesita para tomar decisiones apropiadas en lo referente a ahorro e inversiones.
- V.- Diseñar y seguir un programa de ahorro e inversiones de acuerdo con las necesidades personales
- VI.- Evaluar una y otra vez los ahorros e inversiones según los objetivos personales, la situación financiera, los valores del mercado y las condiciones económicas en general.

Contenido: Seguro y Protección

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Identificar los distintos tipos de seguros y definir el área de protección provistos por cada uno.
- II.- Describir la función y los conceptos subyacentes del seguro en las finanzas personales y en la economía en general.
- III.- Elegir procedimientos apropiados para obtener y utilizar el seguro: elección de un agente de seguros competente, elección de la cantidad y tipo de cobertura, reintegros, mantenimiento de registros, pedido de reclamos.
- IV.- Determinar metas personales, valores netos, déficits y ganancias potenciales que ayuden a decidir acerca de la cantidad y tipo de cobertura necesarios.
- V.- Desarrollar, con ayuda de un agente o consejero de seguros, un programa para uno mismo y/o su familia, basado en necesidades e ingresos presentes y futuros, riesgos financieros y edad.
- VI.- Evaluar una y otra vez - bien asesorado - la adecuación de la cobertura, en vista de los constantes cambios en las necesidades, ingresos y circunstancias financieras.

Contenido: Impuestos

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Describir las razones que justifiquen la existencia de impuestos, y los distintos tipos de impuestos que existen.
- II.- Explicar cómo los gobiernos - comunales, provinciales, nacionales - distribuyen el dinero de los recaudos.

- III.- Preparar registros exactos y completos con los recibos necesarios para calcular los impuestos personales.
- IV.- Determinar fuentes apropiadas de apoyo y consejo para preparar formularios de impuestos.
- V.- Desarrollar un sistema para resolver problemas o trabajar con un experto.
- VI.- Comparar y contrastar distintas formas de calcular y pagar los impuestos personales para asegurarse sobre el método más eficaz.

Contenido: Problemas del consumidor

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Reconocer los derechos y responsabilidades tanto para los consumidores como para los proveedores en las transacciones típicas comprador - vendedor.
- II.- Explicar cuándo, dónde y cómo se pueden registrar insatisfacciones y problemas y dónde se puede recurrir cuando los proveedores no responden a las demandas y solicitudes razonables
- III.- Establecer expectativas realistas en cuanto a la calidad del producto.
- IV.- Distinguir entre el mal uso del producto y las posibles fallas que tenga.
- V.- Desarrollar un procedimiento para informar sobre problemas, dificultades con los detalles correspondientes, de una manera razonable.
- VI.- Evaluar posibles procedimientos para presentar los problemas del consumidor a los fabricantes y comerciantes con el fin de determinar cuáles son los métodos que dan los resultados más satisfactorios para todos.

Contenido: Protección del consumidor

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Conocer las leyes más importantes y las instrucciones que protegen y sirven al consumidor.
- II.- Interpretar los documentos y términos legales usuales.
- III.- Elegir procedimientos apropiados para solucionar los problemas específicos del consumidor.
- IV.- Distinguir entre distintas fuentes de protección al consumidor - agentes, financieras, profesionales, expertos - para formular una opinión acerca de cuáles son las más adecuadas para los diferentes problemas del consumidor.
- V.- Diseñar métodos para proteger los intereses personales y públicos en el mercado.
- VI.- Considerar ventajas y desventajas de la legislación específica para el consumidor antes de decidirse en su favor o en su contra.

Contenido: Derechos y responsabilidades del Consumidor

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Definir los derechos y responsabilidades del consumidor - para sí mismo; para la comunidad comercial y la económica en general.
- II.- Explicar la importancia de protección de los derechos del consumidor y aceptar las responsabilidades.

- III.- Elegir procedimientos apropiados para llevar a cabo las responsabilidades del consumidor.
- IV.- Organizar y clasificar diversos tipos de actividades y legislación del consumidor para de terminar qué acción seguir y qué legislación adoptar.
- V.- Combinar y organizar los derechos y responsabilidades del consumidor dentro de una guía integradora para la acción y decisiones del consumidor.
- VI.- Juzgar la importancia del rol del consumidor en relación con otros roles del individuo: trabajador, ciudadano, miembro de una familia, estudiante, etc.

Contenido: El consumidor y el medio ambiente

Objetivos deseables

Que el consumidor informado pueda:

- I.- Identificar los productos y prácticas del consumo que sean real o potencialmente dañinos para el ambiente.
- II.- Reconocer que los recursos naturales son limitados, es decir que deben ser manejados y protegidos para su uso presente y futuro.
- III.- Elegir procedimientos apropiados para usar y disponer de los productos comerciales con el propósito de reducir y, cuando sea posible, eliminar los efectos dañinos para el medio am biente.
- IV.- Analizar diversos métodos de control de la contaminación ambiental de acuerdo con su eficacia así como también con las posibilidades tecnológicas y económicas.
- V.- Desarrollar un plan de educación personal destinado a preservar los recursos naturales

y proteger el medio ambiente.

VI.- Evaluar los diversos grupos de gestión ambiental, las propuestas legislativas y las posibilidades de acción personal, para determinar cuáles son las más eficaces y valederas.

ACTIVIDADES SUGERIDAS

(relacionadas con unidades de contenido)

AREA I: Ganar dinero (relacionado con Unidad de contenido: Ocupación e ingresos)

- 1.- Organizar entrevistas individuales para aconsejar sobre elección de empleos.
- 2.- Discutir acerca de las oportunidades y requisitos necesarios para la obtención de empleos.
- 3.- Conducir una investigación sobre trabajos para estudiantes (en época de vacaciones o para trabajar medio día) en lo referente a paga, horarios, condiciones, etc.
- 4.- Estudiar avisos de los periódicos (forma, extensión, abreviaturas, detalles, etc.)
- 5.- Ponerse en contacto con agencias para enterarse de los servicios que ofrecen, los costos y la forma de trabajo de cada una. Continuar con la investigación y charlas sobre las ventajas y desventajas de buscar empleo por medio de una agencia de colocaciones.
- 6.- Conseguir solicitudes de empleo de diferentes compañías. Analizar los formularios, tener en cuenta la información requerida, características de las entrevistas, etc.
- 7.- Confeccionar cartas para solicitar diversos tipos de empleo o para contestar avisos aparecidos en los diarios.
- 8.- Dramatizar una situación que sucede en una oficina de una agencia, donde algunos alumnos actúen como entrevistadores y otros como postulantes entrevistados. Finalizar la demostración y comentarla.
- 9.- Estudiar y comparar oportunidades de empleo para:
 - * egresados de escuelas secundarias y alumnos que han abandonado la escuela.
 - * egresados con preparación especial y egresados corrientes.
 - * egresados de escuelas secundarias y graduados universitarios.
 - * graduados universitarios y estudiantes que han dejado la facultad.

- 10.- Dividir la clase en varios grupos para que cada uno estudie, investigue e informe sobre un empleo o carrera en especial. Utilizar guías para la investigación.
- a) ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas de entrar en cierta y determinada profesión? (ingeniería, medicina, economía, negocios, enseñanza, etc.)
 - b) ¿ Qué tipo de empleo y oportunidades existen en cada área?
 - c) ¿ Qué requisitos personales se necesitan para entrar en ese campo?
 - d) ¿ Cuáles son las posibilidades futuras para esa profesión u ocupación?
 - e) ¿ Qué preparación se requiere para tener éxito en ese campo?

AREA II: Manejo de recursos (relacionados con unidad de contenido del mismo nombre)

- 1.- Hacer que los alumnos tomen decisiones, por ejemplo, pedirles que anoten cinco cosas que quieieran hacer si tuvieran una cantidad de dinero para usar a su gusto, hacer que expliquen y defiendan sus decisiones con razones válidas.
- 2.- Presentar un problema: la elección entre dos gastos necesarios de los cuales sólo uno puede hacerse.
- 3.- Conducir una investigación en la clase o en el colegio para saber con cuánto dinero cuentan los alumnos para gastar, en qué forma piensan gastarlo, etc.
- 4.- Hacer que los alumnos elaboren - en forma oral o escrita una lista de prioridades en gastos familiares o individuales. Sugerir que en cada lista se ordenen los ítems según la importancia asignada a cada uno.
- 5.- Pedir a los alumnos que preparen una charla sobre fallas comunes en el manejo de recursos, tales como falta de planificación, comprar en cantidades innecesarias, etc. Usar la técnica del role-playing para dramatizar situaciones que conducen a tales fallas. Dar indicaciones para evitar estos problemas.
- 6.- Llevar una estadística de gastos personales para determinar qué ítems son los que más gastos ocasionan - individuales y familiares.

Charlas referidas a las posibles maneras de llegar a gastar menos.

- 7.- Hacer que los alumnos respondan a estas preguntas por las que reflejarán sus sentimientos con respecto al dinero:
 - * ¿Cómo podría la falta de dinero afectar la actitud de una persona frente a la vida?
 - * ¿Cómo se sentiría si tuviera mucho dinero?
 - * ¿Qué factores considera Ud., influyen en la forma en que la gente gasta su dinero?
- 8.- Armar una lista de gastos personales y dividirlos en "fijos" y "flexibles"
 Pedir a los alumnos que planifiquen sus gastos semanales teniendo en cuenta el dinero que reciben.
 Discutir sobre diferentes formas de equilibrar los gastos cuando los ingresos no cubren la cantidad necesaria.
- 9.- Delinear perfiles imaginarios de 4 ó 5 individuos o familias de diferentes situaciones financieras (soltero que vive solo, dos chicas que comparten un departamento, una pareja de recién casados, un matrimonio joven con dos o tres hijos, un matrimonio jubilado, etc.)
- 10.- Discutir sobre:
 - * El valor de metas a largo plazo y planificación financiera.
 - * Problemas que pueden presentarse como consecuencia de la falta de planificación.
 - * Errores habituales al manejar los ingresos.
 - * Las desventajas de tener mucho dinero.

AREA III: Gastos (relacionados con unidades de contenido: decisiones, propaganda, compra de productos y servicios.)

- 1.- Pedir a los alumnos que mencionen la última prenda de vestir que han comprado y que digan:
 - * Por qué la han comprado.
 - * Cuando la compraron.
 - * Si aún les agrada.
 - * Si la volverían a comprar.
 - * Qué influyó en su decisión de compra.

- 2.- Sugerir que los estudiantes traigan avisos impresos de diferentes productos. Analizarlos.
- 3.- Discutir:
 - * Factores que influyen para que la gente compre un producto en lugar de otro.
 - * Por qué hay gente que compra cosas que no necesita.
- 4.- Realizar un trabajo de investigación en negocios de la zona y comparar precios, servicios, calidad de la mercadería, reputación de los negocios.
- 5.- Alentar a los alumnos a descubrir los problemas que encuentran al hacer sus compras basándose en experiencias personales o familiares, Dramatizar algunos de esos problemas tratando de hallar soluciones para las dificultades inevitables y modos de evitar otras.
- 6.- Organizar visitas a centros de compras, grandes supermercados, etc. para que los alumnos se familiaricen con comercios distintos de los habituales.
- 7.- Conversar sobre:
 - * Técnicas para descubrir actitudes poco decorosas que usan ciertos comerciantes para promover sus ventas.
 - * Consecuencias de dejarse engañar por tales actitudes.
 - * Modos de identificar a los buenos y malos comerciantes.
- 8.- Hacer que cada alumno confeccione una carta, basada en experiencias personales, dirigida a un fabricante o comerciante, para solicitar información, para quejarse de un producto o servicio, para felicitarlo por un producto o servicio, para hacer una sugerencia.
- 9.- Indicar a un grupo de alumnos que se dediquen a ver avisos por T.V. durante varios días seguidos y analizarlos de acuerdo con el tipo de técnica para atraer la atención, información dada y público y edad a los cuales se dirijan los distintos avisos.

AREA IV: Uso de crédito (relacionado con unidad de contenido: crédito al consumidor)

- 1.- Discutir:
 - * El significado de crédito.
 - * El lugar que el crédito ocupa en la economía.

- * Razones para utilizar el crédito.
- * Tipos de crédito.
- * Ventajas y desventajas del uso del crédito.
- * Alternativas.

- 2.- Hacer llenar solicitudes de crédito. Analizar los formularios.
- 3.- Analizar contratos de crédito, tipos de cuotas, etc., palabras, fórmulas, derechos y obligaciones de los que dan y reciben créditos.
- 4.- Discutir:
 - * Problemas que se presentan a las familias de pocos ingresos al querer obtener un crédito.
 - * Nuevos programas que permiten otorgar créditos a consumidores de bajos ingresos.
- 5.- Dar ejemplos para señalar las diferencias entre el precio al contado y a crédito de un televisor en dos o tres comercios; las diferencias de gastos de financiación en 12 o 18 meses. Conversar sobre los factores que inciden en la elección del consumidor, tales como seriedad del comerciante, uso del service, garantía, etc. que pueden llegar a tener más importancia que los recargos.
- 6.- Ubicar las agencias a que puede recurrirse para conocer la seriedad de los comercios, antes de sacar el crédito.
- 7.- Hacer conocer las leyes que protegen al consumidor.
- 8.- Explicar y discutir las acciones legales de que puede hacer uso el comerciante cuando el consumidor es moroso.
- 9.- Hacer conocer los alcances de las refinanciaciones, entrevistas a agencias, etc.
- 10.- Discutir sobre las ventajas, desventajas y alternativas del uso del crédito para diferentes propósitos: educación, moblaje, vacaciones, ropa, honorarios médicos, etc.
- 11.- Invitar a personal representativo de entidades crediticias para que hablen con los alumnos.

- 12.- Hallar ejemplos en diarios y revistas sobre usos de tarjetas de crédito.
- 13.- Discutir sobre los pro y los contra de tener muchas tarjetas de crédito o cuentas. Desarrollar un sistema que permita llevar control de todo.
- 14.- Dividir la clase en grupos y debatir las siguientes afirmaciones:
 - * Los adolescentes deberían tener sus propias cuentas de crédito.
 - * El crédito debería usarse sólo para emergencia y casos de absoluta necesidad.
 - * La quiebra es la mejor solución para los problemas de exceso de deudas.
 - * Los créditos tientan a la gente a gastar de más.
- 15.- Encaminar la legislación relacionada con el uso del crédito y discutir ventajas desde el punto de vista de:
 - * El consumidor.
 - * El que otorga crédito.
 - * El consejero financiero.
 - * El legislador.
 - * La economía en general.

AREA V: Manejo de problemas y crisis financieras (relacionado con unidades de contenido: manejo de recursos, problemas del consumidor, protección al consumidor).

- 1.- Definir problemas financieros y crisis. Dar ejemplos. Conversar sobre:
 - * Cómo y por qué los problemas y crisis financieros difieren en cada individuo y cada familia.
 - * Cómo se relacionan las crisis financieras con los ingresos.
 - * Cómo cambian las dificultades financieras en las distintas etapas de la vida.
- 2.- Buscar casos para estudio: crisis financieras familiares en la vida real, en la ficción, en revistas y diarios.
- 3.- Hacer una lista (listado) de diferentes problemas financieros y clasificarlos en previsibles e inevitables.
- 4.- Investigar diversos tipos de crisis y tratar de hallar soluciones.

- 5.- Hacer un listado de agencias privadas o gubernamentales que prestan ayuda a individuos y familias en casos de crisis.
- 6.- Indicar en qué circunstancias cada una de las situaciones siguientes puede ser considerada crítica, y tratar de hallar soluciones para cada una, incluyendo lugares adonde recurrir por ayuda.
 - a) Una persona se ha inscripto en una academia y luego se da cuenta de que ha firmado compromisos para pagar cuotas mensuales que al cabo del año suman una cantidad exorbitante.
 - b) No tiene suficiente dinero para sus gastos de alimentación y aún falta una semana para que cobre un sueldo.
 - c) Quiere trabajar, necesita dinero, pero no encuentra empleo.
 - d) Está enfermo, no tiene dinero para pagar un médico y no sabe qué hacer.
- 7.- Visitar un juzgado de la instancia y evaluar los casos que se presentan.
- 8.- Hacer un listado de crisis financieras que pueden sufrir los estudiantes y sus familias. Discutir los problemas, tratar de hallar soluciones y las formas de evitar problemas semejantes en el futuro.

AREA VI: Seguridad financiera (Relacionado con unidades de contenido: Protección y seguro. Ahorro e inversiones).

- 1.- Definir la seguridad económica y financiera.
Discutir sobre:
 - * factores que contribuyen a ella.
 - * factores que la amenazan.
 - * cómo se la puede planificar.
 - * cómo se puede llegar a perderla.
 - * cuál es su verdadera importancia.
- 2.- Organizar una discusión o debate luego de que los alumnos hayan elegido cuatro o cinco de estas propuestas como "seguridad económica".

- * tener suficiente dinero para alimentos.
- * ser propietario.
- * tener dinero en el bolsillo.
- * tener ropa suficiente para lucir.
- * tener dinero en el banco.
- * tener un puesto fijo.
- * poseer un automóvil.
- * ser graduado universitario.
- * tener un título habilitante para realizar oficios.
- * tener las cuentas pagadas.
- * tener un fondo de reserva.
- * tener título de enseñanza media.
- * ser propietario de acciones.
- * estar asegurado.
- * saber que se tiene suficiente dinero para gastar.
- * Otras.

3.- Conversar sobre las diferentes maneras de otorgar seguridad a:

- * personas solteras y casadas.
- * hombres y mujeres.
- * familias con y sin hijos.
- * gente joven, de edad media o mayores.

4.- Discutir sobre las ventajas, desventajas y en general la eficacia de los programas que contribuyen a la seguridad de individuos y familias.

5.- Comentar los posibles efectos de: enfermedades, accidentes, herencias, muerte, premios valiosos, inundaciones, incendios, desempleo, sobre la seguridad personal o familiar.

6.- Relacionar la seguridad económica con la educación, programas de bienestar social, salud, ahorros, seguro.

7.- Conversar sobre el relativo grado de seguridad que reciben los beneficiarios de ayuda social y los que no lo son, aún perteneciendo a clases socio-económicamente inferiores.

- 8.- Invitar a representantes de bancos, asociaciones de ahorro y préstamo, compañías de seguro, mutuales, inversoras, etc. para que hablen a los alumnos sobre distintos aspectos del ahorro, el seguro y la inversión.
- 9.- Indicar los factores a considerar en planes de seguridad económica a largo plazo.
- 10.- Discutir la importancia relativa de la seguridad en sus distintas formas para las diferentes etapas de la vida.

AREA VII: Obtención de información y consejo (Relacionado con unidades de contenido: información al consumidor, problemas del consumidor, protección al consumidor).

- 1.- Confeccionar una lista de fuentes de información y organizar un centro de información con material (muestras) de cada una de ellas.
- 2.- Examinar y comentar listas de personas, organismos y publicaciones que habitualmente da información, consejo y ayuda al consumidor. Preparar una "Guía de ayuda e información al consumidor".
- 3.- Establecer categorías de tipos y fuentes de información y consejo para diferentes problemas: vivienda, crédito, compras, seguros, asuntos legales, etc.
- 4.- Examinar libros y publicaciones de la biblioteca escolar o pública - y hacer un inventario de las que tratan los diversos aspectos de información al consumidor. Cooperar con la biblioteca para seleccionar el material que sea de más ayuda.
- 5.- Establecer un procedimiento para la obtención de consejo e información de diversas fuentes: cámaras de crédito, fabricantes, gerentes de comercios, agencias gubernamentales.
- 6.- Utilizar la técnica del "role-playing" para dramatizar la búsqueda y el hallazgo de consejo sobre temas específicos de interés para el consumidor, personal o telefónicamente.

7.- Presentar problemas que requieran consejo:

a) Se ha hecho una compra de un artefacto a un vendedor ambulante, y al poco tiempo no funciona.

* ¿ Qué se puede hacer?

* ¿ A quién se llama?

* ¿ Qué recursos legales existen si el vendedor no resuelve el problema?

* ¿ Se puede anular la compra?

b) Se ha pagado - sin comprobante - la cuota mensual por un coche. La agencia amenaza con embargarlo.

* ¿ Qué se puede hacer?

* ¿ A quién se llama?

* En caso de embargo, ¿ hay que continuar pagando?

* etc.

8.- Investigar leyes que protegen al consumidor y organizaciones que prestan ayuda sin cargo.

9.- Examinar periódicos - diarios y revistas - para hallar situaciones en que se necesite el consejo de especialistas: abogados, agentes de bolsa, aseguradores, contadores, etc.

10.- Establecer criterios de selección de consejeros en los diversos aspectos.

11.- Redactar modelos de cartas para usar como guía cuando se informe sobre problemas o se requiere información a organizaciones o agencias privadas o estatales.

AREA VIII: Comprensión de la economía (Relacionado con unidades de contenido: El consumidor y la economía. Derechos y responsabilidades del consumidor).

1.- Señalar y comentar el rol del consumidor en nuestra economía:

* ¿ Cómo puede influenciar las políticas y prácticas económicas?

* ¿ Cómo lo afectan las decisiones del gobierno en cuanto a negocios y economía en general?

- 2.- Conversar sobre la importancia de la propiedad privada, la competencia, el rendimiento y los precios.
- 3.- Hacer un listado de los derechos y las obligaciones del consumidor en la economía. Dar ejemplos.
- 4.- Señalar y comentar las diversas decisiones y alternativas que se le presentan al consumidor y los efectos que esas decisiones pueden tener en el mercado.
- 5.- Conversar sobre las consecuencias del rechazo de asunción de responsabilidades por parte del consumidor. Usar ejemplos concretos.
- 6.- Señalar cursos de acción abiertos a los consumidores cuando les han sido negados sus derechos en el mercado. Dar ejemplos.
- 7.- Pedir a los alumnos que busquen en diarios y revistas artículos sobre acciones de política económica y comercial que pudieran afectar al consumidor. Discutirlos en clase.
- 8.- Dividir la clase en tres grupos que representen al consumidor, al comercio y al gobierno. Cada grupo deberá presentar su punto de vista acerca de problemas económicos definidos.
- 9.- Describir los derechos y las obligaciones del comercio en lo que respecta a:
 - * calidad de los productos.
 - * garantía.
 - * service.
 - * competencia.
 - * precios.
 - * medio ambiente.
- 10.- Describir los derechos y las obligaciones de los consumidores en relación con los mismos temas.
 - * ¿ En qué punto los derechos de ambas partes - son o aparentan ser - conflictivos?

* ¿ Cómo pueden resolverse los conflictos?

11.- Dividir la clase en cuatro grupos para que cada uno investigue los usos y abusos de una de las siguientes fuentes de recursos productivos:

* Recursos de la tierra y naturales en general, tales como: minerales, madera, agua, clima, etc.

* Recursos del Capital incluyendo bienes, equipos, fábricas, etc. que se usan en la producción.

* Recursos del trabajo, o humanos, incluyendo los esfuerzos físicos y mentales de todos los que tienen que ver con la producción de bienes y servicios.

* Capital arriesgado por empresarios que reúnen sus recursos, los financian y organizan para la producción.

12.- Confeccionar un paquete de medidas "para los consumidores mostrando dónde y cómo ponerse en contacto con hombres de negocios y funcionarios que están a cargo de los problemas del consumidor. Preparar modelos de cartas, etc.

13.- Discutir el tema: ¿ cómo las políticas gubernamentales de gastos e impuestos pueden afectar a los individuos y a los negocios.

14.- Hacer que los alumnos confeccionen un boletín y planifiquen una mesa redonda u otro tipo de presentación.

Este trabajo es una adaptación realizada en el Sector Curriculum, de "Educación del Consumidor en una época de cambios", de Sally R. Campbell, Sears, Roebuck and Co. Chicago, Illinois, 1971

Dirección y Supervisión: María del Carmen Galloni

Adaptación y traducción: Beatriz R. W. de Kogan

Mecanografiado: María Luz Labrador

El contenido de este folleto
fue preparado y realizado por el
SECTOR CURRICULUM DE LA
DIRECCION NACIONAL DE INVESTIGACION, EXPERIMENTACION
Y PERFECCIONAMIENTO EDUCATIVO
(D I E P E)
Marcelo T. de Alvear 1650 -1er. Piso
Buenos Aires

Junio de 1983