

Educación en consumo

Estrategias para la implementación
de acciones educativas



**Secretaría de
Industria y Comercio**
Ministerio de Economía

Subsecretaría de Defensa
del Consumidor y Lealtad
Comercial

Dirección Nacional de
Defensa del Consumidor

¿Qué es la **educación para el consumo?**

Es el conjunto de actividades y estrategias tendientes a formar consumidores críticos, autónomos, solidarios y responsables, capaces de conocer la dinámica de la sociedad de consumo contemporánea en la que viven y de mantener frente a ella una posición crítica y comprometida con la defensa de sus derechos ciudadanos en su rol de usuario o consumidor de bienes y servicios.

¿Por qué abordar la educación para el consumo?



Sociedad de consumo compleja y sofisticada



Las relaciones de consumo atraviesan nuestra vida cotidiana



Posicionarnos crítica y responsablemente



Participación autónoma en las decisiones de compra



Rol activo en la transformación de las pautas de consumo

Objetivos de la educación para el consumo

- ▶ **Alentar el pensamiento crítico y la autonomía de los ciudadanos** a la hora de tomar decisiones de consumo y de resolver eventuales problemas
- ▶ **Informar acerca de las formas más seguras** de utilización de los bienes y servicios que consume
- ▶ **Promover la aparición de actitudes positivas ante la propia formación del ciudadano como consumidor**, generando conductas solidarias, de asociacionismo y de participación social
- ▶ **Sustentar de manera continua y duradera programas de actualización y perfeccionamiento** de los agentes que integran el sistema de protección al consumidor
- ▶ **Crear sistemas e instrumentos que promuevan la reflexión**, el debate y el pensamiento crítico de los temas que involucran a las relaciones de consumo

Marco Legal de la educación para el consumo

- ▶ **Constitución Nacional, artículo 42**
- ▶ **Ley 24.240** de Defensa del Consumidor, arts. 60 y 61

Constitución Nacional

Artículo 42

ARTÍCULO 42. — Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

Ley 24240

Artículo 60

ARTÍCULO 60. — Planes educativos. Incumbe al Estado nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las provincias y a los Municipios, la formulación de planes generales de educación para el consumo y su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de esta ley, así como también fomentar la creación y el funcionamiento de las asociaciones de consumidores y usuarios y la participación de la comunidad en ellas, **garantizando la implementación de programas destinados a aquellos consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto en zonas rurales como urbanas.**

(Artículo sustituido por art. 30 de la Ley N° 26.361 B.O. 7/4/2008)

Ley 24240

Artículo 61

ARTÍCULO 61. —Formación del Consumidor. *La formación del consumidor debe facilitar la comprensión y utilización de la información sobre temas inherentes al consumidor, orientarlo a prevenir los riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de los servicios. Para ayudarlo a evaluar alternativas y emplear los recursos en forma eficiente deberán incluir en su formación, entre otros, los siguientes contenidos:*

- A. Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos.
- B. Los peligros y el rotulado de los productos.
- C. Legislación pertinente, forma de obtener compensación y los organismos de protección al consumidor.
- D. Información sobre pesas y medidas, precios, calidad y disponibilidad de los artículos de primera necesidad.
- E. Protección del medio ambiente y utilización eficiente de materiales.

(Artículo sustituido por art. 31 de la Ley N° 26.361 B.O. 7/4/2008)

Destinatarios de las capacitaciones



▶ **Consumidores, Asociaciones de consumidores,
Adultos Mayores**



▶ **Profesionales y Técnicos de Organismos de
Defensa del Consumidor**



▶ **Proveedores**



▶ **Docentes y Estudiantes**

Niveles y tipos de **actividades**



EDUCACIÓN FORMAL

- Nivel inicial
- Nivel primario
- Nivel medio
- Formación de adultos
- Enseñanza especial



CAPACITACIÓN

- Cursos presenciales y virtuales
- Charlas abiertas a la comunidad
- Talleres comunitarios
- Recinto abierto



DIFUSIÓN

- Medios
- Web
- Redes Sociales
- Campañas en la vía pública
- Materiales gráficos, digitales
- Programas de radio y/o televisión
- Notas periodísticas, otros

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 1 – Acceso al consumo. Necesidades e Identidad**

Satisfacción de las necesidades humanas; los satisfactores; necesidades y motivaciones; identidad cultural e identidad personal; sentidos del consumo (social, comunicacional, identitario, de utilidad, etc.); consumo de exhibición; producción y consumo; insuficiencias y desigualdades en la satisfacción de necesidades. El acceso al consumo como derecho fundamental para un consumo socialmente sustentable. El ocio y el consumo.

● **Bloque 2 – Funcionamiento de la sociedad de consumo**

Las relaciones de consumo como campo de intervención del Estado, normas e instituciones; la globalización de los mercados; la libre competencia y las prácticas monopólicas, la sociedad de consumo contemporánea; las nuevas tecnologías y el consumo; nuevas modalidades y espacios para el consumo; marketing y publicidad; información para la compra y utilización de bienes y servicios, los medios de pago, el crédito, impacto del sobreendeudamiento, el ahorro. La formación de la “sociedad de consumo” en Argentina. El acceso al consumo. Consumo y modelo de desarrollo socio-económico.

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 3 – Marco Jurídico e Institucional**

La Constitución Nacional, el art. 42 y los Derechos de los consumidores. Regulación de las relaciones sociales; derechos y obligaciones de consumidores y proveedores, carácter histórico de las normas de protección de los consumidores; las leyes de protección al consumidor; Instituciones del Estado que tutelan los derechos, sus funciones, facultades y procedimientos; papel de los ciudadanos y de las organizaciones civiles; otras leyes y normas que protegen a los consumidores y usuarios.

● **Bloque 4 – Salud y seguridad en el consumo**

El derecho a la protección de la salud de los consumidores. Normas sobre seguridad de productos. La información que preserva la seguridad de los consumidores. La información en productos y alimentos riesgosos. Etiquetado frontal de alimentos. El sello de seguridad argentino. La seguridad en la casa y en la escuela. La seguridad en el uso de los servicios: el agua, el gas, la electricidad.

● **Bloque 5 – Consumo infantil y juvenil**

La especificidad del consumo infantil y juvenil. Las transformaciones en la cultura juvenil. Su impacto en la escuela, en los patrones de comportamiento y en la construcción del lazo social en clave generacional. Las “formas de consumir” y su impacto en la construcción de la identidad. Las prácticas de inclusiones y exclusiones en los grupos de niños y jóvenes a través del consumo. El consumo de nuevas tecnologías: uso y consecuencias de su uso. Consumos culturales: la tele, el cine, redes sociales, recitales, los espacios de juegos, el shopping: nuevas formas de consumo.

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 6 – Consumo y Ambiente**

Nuestro comportamiento como consumidores de bienes y servicios y su impacto en el ambiente. Consumo sustentable. El consumo socialmente sustentable. Acuerdos internacionales para proteger el ambiente. Buenas Prácticas para un consumo socialmente sustentable. Las tres “R”: reciclar, reutilizar, reducir. El etiquetado ecológico y de eficiencia energética. Recursos renovables y no renovables; depredación y sobreexplotación. El agua, la energía, los transportes, la producción industrial de alimentos, los residuos sólidos urbanos. La basura tecnológica. Normas e instituciones que se ocupan del cuidado del ambiente. El consumo como parte del desarrollo sustentable. El comercio justo. El turismo sustentable.

● **Bloque 7 – Servicios Públicos**

Definición de servicios públicos. Su importancia social y económica. El uso racional de los recursos energéticos. Su relación con el cuidado del ambiente. Los derechos como usuarios. Los organismos de control. El acceso universal. Responsabilidades de los usuarios desde la dimensión individual y social. Las medidas (tanto voluntarias como obligatorias) de seguridad que deben respetar los productos y servicios eléctricos o a gas, etc. Los derechos de los usuarios de los servicios públicos.

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 8 – Consumo y alimentos**

La educación alimentaria. Alimentos nutritivos. Las pautas de consumo de alimentos infantiles y juveniles. El consumo de productos regionales. La inocuidad de los alimentos, la manipulación, el etiquetado y la información que debemos recibir de los alimentos, el funcionamiento del quiosco de la escuela, como lugar de investigación. La publicidad de alimentos. Los riesgos y eventuales daños a la salud en el consumo de alimentos. Pérdida y desperdicio de alimentos.

● **Bloque 9 – Publicidad y consumo**

Los mensajes publicitarios. Información y publicidad. Publicidad institucional. Estrategias publicitarias. Funcionamiento básico de los medios de comunicación: la radio, televisión, diarios, redes sociales, otros. Formas de realizar la publicidad: elementos y recursos de la publicidad. La imagen de marca. Publicidad y deporte. Publicidad y género. Publicidad y jóvenes. Publicidad engañosa o distorsiva. Los productos “milagro”. Los consumidores de publicidad. Publicidad y oferta. La publicidad como parte del contrato con el consumidor. Normas que regulan la publicidad y los medios de comunicación. Control y autocontrol publicitario.

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 10 – Consumo y Producción**

Las normas que deben cumplir las empresas para la protección de los consumidores o usuarios. El correcto etiquetado, las normas de calidad y seguridad, los sistemas de información, los sistemas de atención de reclamos de los consumidores en tanto clientes. Estas temáticas resultan de mucho interés en las escuelas que desarrollan actividades productivas.

● **Bloque 11 – La Compra**

La compra como paradigma de la relación de consumo. La compra cotidiana: el aprovisionamiento del hogar. Compra y presupuesto familiar. Los niños y el presupuesto familiar. Estrategias de marketing en el supermercado. Grandes superficies y comercio de proximidad. Los derechos del consumidor en el supermercado.

● **Bloque 12 – El dinero y el ahorro**

El dinero. Las modalidades de pago. El pago diferido. El crédito como promotor del consumo. Modalidades de crédito. Funcionamiento del sistema bancario y financiero. Servicios bancarios. Derechos de los usuarios de servicios bancarios. El endeudamiento. El ahorro.

Contenidos sugeridos para la **educación para el consumo**

● **Bloque 13 – Participación social, organización y ciudadanía**

Los procesos de participación social, de defensa y promoción de derechos y de construcción del espacio público. Los derechos y las formas de hacerlos efectivos, los reclamos individuales y colectivos, el rol de las agencias gubernamentales de defensa del consumidor y las organizaciones civiles de protección al consumidor. Las formas de participación ciudadana y de construcción de un nuevo sujeto político comprometido en la construcción de una sociedad democrática. El movimiento de consumidores, sus objetivos; rol de las organizaciones de consumidores en la defensa de los derechos y en la promoción de los intereses de los consumidores; historia del movimiento de consumidores en el mundo, en América Latina y Argentina; funciones de las organizaciones de consumidores; relaciones con otras organizaciones de la sociedad civil.