

Derechos del consumidor: ciudadanía en acción



Universidad Nacional de Cuyo



Ministerio de Economía
Gobierno de Mendoza



Dirección de Fiscalización, Control
y Defensa del Consumidor



Escuela del Consumidor
y el Usuario de Mendoza



Consejo Provincial de
Defensa del Consumidor

**Derechos del consumidor:
ciudadanía en acción**

Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, República Argentina)

Rectora: Dra. María Victoria Gómez de Erice

Vicerrector: Ing. Agr. Arturo Somoza

Secretaria de Extensión Universitaria: Mgter. Rosa Fader de Guiñazú

Director General del CICUNC: Mgter. Ciro Novelli

Gobierno de Mendoza

Gobernador: Ing. Julio Cobos

Ministro de Economía: Ing. Agr. Laura Montero

Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor: Lic. Mónica Lucero de Nofal

Escuela del Consumidor y el Usuario de Mendoza -Coordinadora-: Prof. Rosa María Azura

Consejo Provincial de Defensa del Consumidor

Proyecto Educación para el consumo: ciudadanía en acción

Responsables Institucionales

Gobierno de Mendoza

Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor

Escuela del Consumidor y el Usuario de Mendoza

Universidad Nacional de Cuyo

CICUNC: Mgter. Ciro Novelli

Departamento de Educación a Distancia: Mgter. Fernanda Ozollo

EDIUNC

Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo

Director: Prof. René Gotthelf





Universidad Nacional de Cuyo

Derechos del consumidor: ciudadanía en acción

Universidad Nacional de Cuyo - Secretaría de Extensión Universitaria
Centro de Información y Comunicación - Departamento de Educación a Distancia

EDIUNC
Mendoza, 2005

Derechos del consumidor: ciudadanía en acción

Coordinación de la elaboración del libro

Marcela Orlando

Selección y desarrollo de contenidos

Rosa María Azura, Mónica Lucero de Nofal, Stella De Vito, Adriana Parera, Catalina Gallardo, Nancy Vereda, Fabiana Yunez, Clara Ponce de Roig, Susana Civit, Pablo Garriga, Viviana Mollar, Edith Zanotti, Oscar Rubio, Jaime Francisco Mestres, Oscar Rearte, Cristina Culotta, Alicia Sandes, Ana Domijan, Demófilo Nieto

Organización de contenidos y procesamiento didáctico

Cristina Gómez

Colaboradores: Liliana Borettini, Roxana Cáceres, Osvaldo Ivars

Corrección de estilo

Pilar Piñeyrúa

Diseño de cubierta e interior

Julieta Martín

Primera edición. Mendoza, 2005

Publicación de la Secretaría de Extensión Universitaria, del Centro de Información y Comunicación y del Departamento de Educación a Distancia de la Universidad Nacional de Cuyo

Serie Comunidad y Redes, N° 1

Derechos del consumidor : Ciudadanía en acción/ [Coordinación Marcela Orlando]. --
1ª. ed. – Mendoza : EDIUNC, 2005.
56p.; 24 x 26 cm. - (Comunidad y Redes; n. 1)

Publicación de Universidad Nacional de Cuyo. Secretaría de Extensión Universitaria.
Centro de Información y Comunicación. Departamento de Educación a Distancia.
ISBN 950-39-0036-0

CONSUMIDORES / EDUCACION DEL CONSUMIDOR / PROTECCION DEL CONSUMIDOR



Impreso en Argentina – Printed in Argentina
ISBN 950-39-0036-0
Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723
EDIUNC, 2005
Centro Universitario, 5500 Mendoza
República Argentina

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	7
¿Cómo está organizado este material?	9
CAPÍTULO UNO	
Yo, tú, él, nosotros: consumidores con derechos	11
CAPÍTULO DOS	
Conocer y ejercer los derechos del consumidor mejora nuestra calidad de vida	29
CAPÍTULO TRES	
A mí me pasa lo mismo que a usted	39

PRESENTACIÓN



Somos la Escuela del Consumidor y el Usuario de Mendoza y nacimos el 15 de marzo de 1997 como resultado del esfuerzo de distintos organismos gubernamentales y no gubernamentales. Desde 1998 dependemos de la **Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor** del Ministerio de Economía de la Provincia de Mendoza.

Nuestro trabajo es:

Impulsar una transformación que lleve a los consumidores a ser protagonistas activos, es decir, personas que decidan comprar o contratar después de saber exactamente qué necesitan, que conozcan sus derechos y deberes y el efecto que su elección tendrá sobre su economía familiar, el mercado y el medio ambiente.

Sabemos que lo lograremos si:

- informamos,
- capacitamos y
- entrenamos en el uso de los derechos del consumidor y el usuario.

Porque al ejercer nuestros derechos como consumidores estamos ejerciendo nuestra ciudadanía y así mejoramos la calidad de la convivencia social.

Con este material nos proponemos:

- que conozcás tus derechos como consumidor y los apliqués en tu vida cotidiana cada vez que adquirís un producto o utilizás un servicio;
- que sepás usar los derechos con que contás para hacerlos valer, y así puedan crecer vos y tu familia;
- que te informés para poder elegir mejor, promoviendo la calidad de tu vida, de la salud de la población en general y del medio ambiente actual y el futuro.

¿Cómo está organizado este material de aprendizaje?

¡Algo importante!

A medida que avances en la lectura de este material, encontrarás una serie de actividades que deberás realizar con la información que te iremos presentando. En cada una de ellas aparece un ícono (imagen) que te da una pista de cómo realizarlas. Cuando encuentrés...



Significa que tenés que trabajar solo.



Significa que tenés que trabajar en grupo.



Indica que tenés que salir a investigar.

En el texto también encontrarás íconos que te remiten a la lectura de información importante en el margen de la hoja. Recordá leerla antes de continuar.



Te recuerda información básica.



Te enterás de datos interesantes para saber y divulgar.

El material que has recibido surge del trabajo de un grupo de profesionales de la Universidad Nacional de Cuyo y de la Escuela del Consumidor y el Usuario de Mendoza, dependiente de la **Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor**. Se ha trabajado con el aporte bibliográfico del Departamento de Educación de Consumers International (oficina regional para América Latina y el Caribe), de SERNAC (Chile) y de la Subsecretaría de Defensa del Consumidor de la Nación. Constituye una propuesta educativa, con modalidad a distancia, diseñada desde criterios didácticos del Departamento de Educación a Distancia de la Universidad. Lo llamamos "material de aprendizaje" porque esperamos que a medida que avances en su lectura y en la realización de las actividades previstas, vayás aprendiendo a ser un "mejor consumidor". Si bien es una propuesta a distancia (no tendrás que asistir a "clases" regularmente para realizar este curso), no estarás solo. Para apoyarte y orientarte en este proceso de aprendizaje tendrás un tutor, es decir, un docente con el que trabajarás en instancias presenciales. A medida que avance el curso, el tutor te irá indicando qué actividades realizarás con él y cuáles en tu casa.

En las próximas páginas estudiaremos los derechos del consumidor y del usuario: derecho a la información, a la seguridad, a elegir, a ser compensado, a un medio ambiente saludable, a la educación, a ser escuchado. También analizaremos las situaciones que podés vivir después de una compra, por ejemplo: cómo hacer valer las garantías de lo que compraste. Por último, observaremos dos situaciones concretas de consumo: los servicios y los alimentos, para aprender a ser mejores consumidores y usuarios. A los efectos de organizar todos estos temas, este cuadernillo consta de tres capítulos:

El **primer capítulo** expone conceptos generales que tienen que ver con el consumo, el consumidor y sus derechos.

El **segundo capítulo** relaciona los temas del capítulo anterior con la calidad de vida de los consumidores y usuarios.

El **tercer capítulo** consta de dos instancias de integración práctica: una acerca de bienes -los alimentos en este caso- y otra acerca de servicios.

¡No te olvidés!

Si querés, podés subrayar lo que te parezca más importante, hacer anotaciones de datos o ejemplos que conozcás y que tengan relación con lo que vayamos viendo, marcar aquello que no te queda claro, completarlo con información que escuchés de tus compañeros o del coordinador del curso.

CAPÍTULO UNO


YO, TÚ, ÉL, NOSOTROS:
CONSUMIDORES CON DERECHOS



¿QUÉ ES LA SOCIEDAD DE CONSUMO?

Todos, en mayor o en menor medida, somos **consumidores**. Sabemos:
que vivimos en una sociedad de **consumo**,
que existen asociaciones de **consumidores**,
que rige una ley que protege a los **consumidores**.

Consumo, consumo, consumo. Pero en pocas palabras, **¿qué es el consumo?**

CONSUMO es la actividad que nos permite satisfacer gran parte de nuestras necesidades mediante la utilización de bienes y servicios. 

Somos consumidores durante gran parte del día, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos. Por ejemplo, cuando suena el despertador somos consumidores de un reloj y de la pila o electricidad que le permiten funcionar.



Las **NECESIDADES BÁSICAS** son aquellas necesidades de los miembros de una sociedad y cuya satisfacción debería estar al alcance de todos: la alimentación, la vivienda digna, la oportunidad de trabajar y recibir una retribución justa, el acceso a la educación y a servicios médicos, vivir en un ambiente saludable, con una infraestructura mínima y disponer de tiempo libre para el ocio y la recreación.

Los **SERVICIOS** son las actividades que sirven para satisfacer necesidades de personas. Dentro de éstos se encuentran: los **SERVICIOS PÚBLICOS**, como la luz o el teléfono; y los **SERVICIOS CONTRATADOS**, como el trabajo del plomero o el arreglo del lavarropas.

Los **BIENES** son los objetos que las personas usamos y gastamos para satisfacer necesidades o deseos. Los bienes pueden ser **MUEBLES** –si se pueden transportar, como una licuadora, o un paquete de fideos, por ejemplo– o **INMUEBLES**, que no se pueden trasladar, como una casa.



Pensá y anotá en las líneas de punto tres acciones que realicés en la mañana desde que te levantás hasta que salís de tu casa y que impliquen algún tipo de consumo.

.....

.....

.....

Los que consumimos y los que producen bienes o brindan servicios nos vinculamos formando una red de relaciones a la cual se la denomina **SOCIEDAD DE CONSUMO**.

¿CÓMO SE COMPONE LA SOCIEDAD DE CONSUMO?

La sociedad de consumo tiene tres pilares básicos, tres actores principales:

- **Proveedores**, es decir fabricantes, intermediarios, comerciantes de bienes o productos y prestadores de servicios.
- **Consumidores**
- **El Estado**, que regula a través de normas jurídicas (leyes y resoluciones) las actividades de ambas partes.



Derechos del consumidor: recepción de denuncias

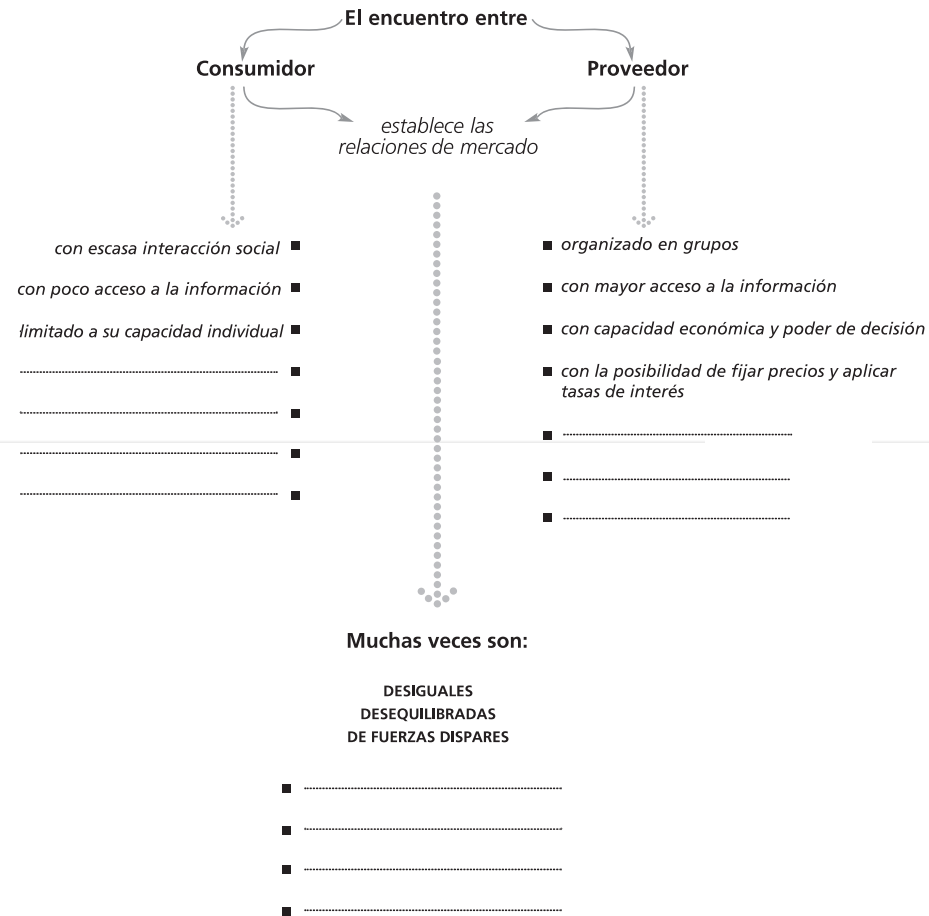
La Dirección de Fiscalización y Control y Defensa del Consumidor recibirá hoy y mañana las denuncias de turistas y mendocinos que detecten alguna irregularidad en la compra de bienes o prestación de servicios. Los comerciantes tienen la obligación de emitir facturas y tickets y de exhibir los precios de los productos puestos a la venta. Si éstos figuran en dólares o pesos chilenos debe colocarse también el equivalente en pesos nacionales.

- 1. Leé atentamente el recorte del diario que te presentamos anteriormente.*
- 2. Identificá en el recorte del diario los tres actores principales de la sociedad de consumo. Encerralos en un óvalo.*
- 3. ¿Por qué creés que es necesario que el Estado, a través de la Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor, regule la relación entre proveedores y consumidores?*

- 4. Anotá otras situaciones de tu vida cotidiana o que conozcás que ejemplifiquen la problemática planteada en el artículo del diario.*



1. Completen el siguiente esquema con lo trabajado hasta el momento:



2. Ante esta situación de desequilibrios constantes en las relaciones de mercado, ¿qué soluciones posibles podrían buscar? Anoten las conclusiones a las que llegaron en el grupo.

.....

.....

.....

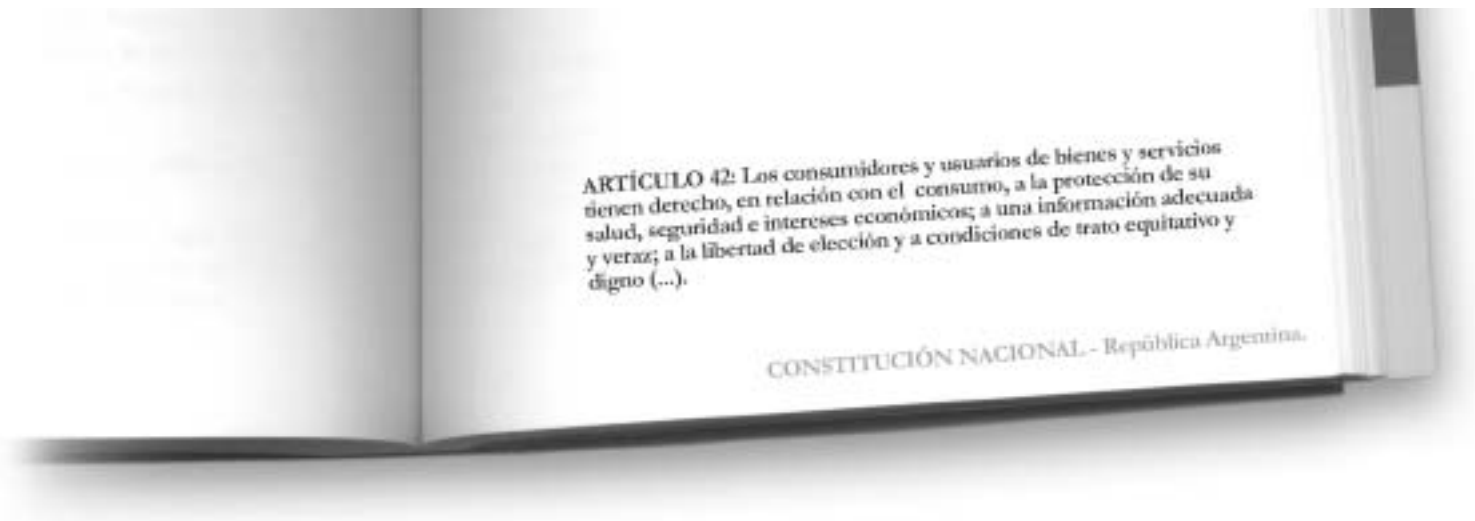
LOS CONSUMIDORES TENEMOS DERECHO A TENER DERECHOS

¿Sabías que...?

En 1985, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en Asamblea General, aprobó y estableció los Derechos de los Consumidores y las Directrices para la Protección de los Consumidores.

Los derechos de cualquier clase –civiles, sociales, políticos– no han estado siempre, sino que son el fruto de un largo camino recorrido por las sociedades para equilibrar la balanza entre ellas y algún sector particular con más poder político o económico que los demás.

Como vimos en las actividades anteriores, la relación de mercado, es decir la relación entre los consumidores y los proveedores, casi siempre es desigual, desequilibrada y frecuentemente poco clara, desinformada. Por esta razón, desde hace más de 40 años en diversas partes del mundo, tanto organismos no gubernamentales como distintos sectores de los gobiernos, vienen hablando seriamente y en concreto de los **DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**. Al contemplar la importancia de esta situación, nuestro país introduce en la reforma de la Constitución Nacional de 1994, una serie de artículos con nuevas garantías constitucionales y nuevos derechos, entre ellos los que todos los ciudadanos tenemos como consumidores:



Según el artículo 41 de la Constitución Nacional, también nuevo desde 1994, se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radioactivos.

Este artículo de la Constitución Nacional marca, sin dudas, un buen comienzo para mejorar la relación entre consumidores y proveedores, pero es sólo eso, un comienzo. Mantener "vivo" ese derecho es y será tarea de todos los consumidores. Ejercémoslo día a día, en cada acto de consumo.



1. Copiá en la línea de puntos los derechos enunciados en el fragmento del artículo 42 de la Constitución Nacional.

.....

.....

.....

2. Pensá en otros derechos relacionados con el consumo que a tu criterio deberían estar contemplados. Charlá con tu familia y/o amigos para que aporten su opinión.

.....

.....

¿Sabías que...?

En la Argentina se reconocen estos derechos a partir de la Ley Nacional N° 24.240, conocida como Ley de Defensa del Consumidor, sancionada en 1993 y modificada en 1998 con la Ley N° 24.999.

LOS DERECHOS SON DE TODOS. ACÁ ESTÁN, UNO POR UNO

Dada la importancia de que los derechos de los consumidores estén reconocidos en la Constitución Nacional, el Estado argentino ha creado una serie de reglamentaciones que permiten hacer efectivo el uso de estos derechos:

DERECHO AL CONSUMO. Todas las personas tenemos derecho a satisfacer nuestras necesidades básicas a través del consumo de los bienes y servicios que fueran necesarios.

DERECHO A LA SEGURIDAD. Este derecho reconoce que los productos que ofrezca el mercado no deben poner en riesgo la salud, ni a corto ni a largo plazo. Es decir, que no nos perjudiquen en el momento de su uso inmediato, ni luego de utilizarlo muchas veces.



DERECHO A ELEGIR. Los consumidores tenemos derecho a elegir libremente qué producto compraremos y esto sólo es posible si, por ejemplo, a través de la etiqueta del producto, tenemos la información suficiente para decidir si adquirir éste u otro.

DERECHO A SER COMPENSADO. Toda relación entre consumidores y proveedores puede tener sus inconvenientes: los productos pueden no ser seguros, las indicaciones pueden no ser precisas, la posibilidad de elección puede no existir. El derecho a la reparación o compensación surge como una parte natural de esas relaciones. Toda queja que sea justa debe obtener una enmienda del daño causado.

DERECHO A UN MEDIO AMBIENTE SALUDABLE. Los consumidores tenemos derecho a vivir y a desarrollar nuestras actividades en un medio ambiente sano. Este derecho se extiende también a las generaciones futuras, es decir, nuestros hijos y nietos. Por esta razón, los productos y servicios que consumimos no deben contaminar, deben ahorrar energía y deben producir la menor cantidad de basura posible, tanto en su proceso de producción como en el uso que hagamos de ellos. Tener en cuenta las consecuencias ambientales de nuestro consumo, el precio conveniente y la calidad adecuada nos hace CONSUMIDORES RESPONSABLES.

DERECHO A ESTAR INFORMADO. Ejercer este derecho nos permitirá hacer uso pleno de los derechos a elegir y a un medio ambiente saludable. El ejercicio de este derecho nos convierte en protagonistas del consumo y nos hace cautelosos ante la influencia de la publicidad.

DERECHO A SER ESCUCHADOS. Los consumidores tenemos derecho a expresar nuestro parecer en cuanto a las irregularidades que puedan presentarse en el acto de consumo que, como vimos, no termina en el momento de la compra. Usar este derecho implica también la posibilidad de agruparnos para que nuestros reclamos sean más efectivos y nos convierte en ciudadanos participativos, fortalecemos la democracia y mejoramos las relaciones del mercado. PRODELCO y CONSUMERS INTERNATIONAL son dos ejemplos de asociaciones de consumidores, una a nivel local y la otra a nivel internacional.

DERECHO A SER EDUCADO COMO CONSUMIDOR. La educación permite que los consumidores seamos conscientes y responsables de las motivaciones y consecuencias de nuestros actos de consumo, del efecto social, económico y ambiental de ese acto y nos solidaricemos con el resto de los consumidores.



1. Buscá ejemplos para cada uno de los derechos que hemos analizado. Si son de tu vida cotidiana, mejor.

Derechos	Ejemplos
<i>Derecho a la seguridad</i>	
<i>Derecho a elegir</i>	
<i>Derecho a ser compensado</i>	
<i>Derecho a un medio ambiente saludable</i>	
<i>Derecho a la información</i>	
<i>Derecho a ser escuchado</i>	
<i>Derecho a ser educado como consumidor</i>	

2. Los siguientes son titulares de diario, imaginarios pero posibles. Marcá en cada caso qué derecho ejemplifica.

“A partir del próximo lunes los envases de lavandina deberán exhibir en su etiqueta el porcentaje de cloro activo”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

“Ordenan a los laboratorios retirar del mercado los remedios que posean terfenadina. La terfenadina produciría trastornos cardíacos”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

“Hoy culmina el juicio oral y público a la empresa que adulteraba productos lácteos. La indemnización a los perjudicados podría ser millonaria”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

“Ministerio de Salud emplazó a empresa acusada de contaminar los cauces con desechos químicos”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

“La Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor, dependiente del Ministerio de Economía de la provincia de Mendoza, inscribe a docentes para capacitación”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

“Los miembros de Prodelco (Protección del Consumidor), de Proconsumer (delegación Mendoza) y Consumidores Argentinos (filial Mendoza) informarán a usuarios de la nueva tarjeta de crédito”.

- Derecho a un ambiente saludable
- Derecho a ser escuchado
- Derecho a estar informado

Si el movimiento se demuestra andando, pues andemos.

En la hoja en blanco que se encuentra en la pág. 21 confeccioná un afiche para pegar en algún negocio del barrio, en la sede de la Unión Vecinal o en el Centro de Salud. El objetivo del afiche es “promocionar uno de los derechos del consumidor”. Para realizarlo, tené en cuenta:

- *Colocar un dibujo, foto o imagen de revista que sea representativo del mensaje.*
- *Empezar el mensaje escrito con una frase que llame la atención (puede ser, por ejemplo: los consumidores tenemos derecho a ...)*
- *El mensaje debe ser breve y claro (ver un ejemplo en la página 23).*

Los consumidores tenemos derecho

a saber si un producto puede
poner en riesgo nuestra salud.



LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO: UNA FORMA DE APRENDER A ELEGIR

La educación para el consumo podríamos decir que es una educación para la vida. Inevitablemente todos somos consumidores y dependerá de nuestros hábitos de consumo si vamos a ubicarnos en el grupo de los compulsivos que quieren comprar todo lo que se les ofrece (aunque no siempre pueden hacerlo), o dentro del grupo de los que consumen siempre de menos (con tal de no gastar o por el temor de ser posibles víctimas de un engaño). La EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO nos permitirá llegar al punto medio de esos dos extremos, es decir, ser consumidores prudentes, activos y críticos, que eligen ajustándose a sus necesidades, utilizan en forma adecuada los bienes y servicios que consumen y evalúan sus actos de consumo con respecto al impacto en su economía familiar, en la vida social de su comunidad y en su medio ambiente.

Pantaleón Narvaja debería darse una vueltita por la Escuela del Consumidor.

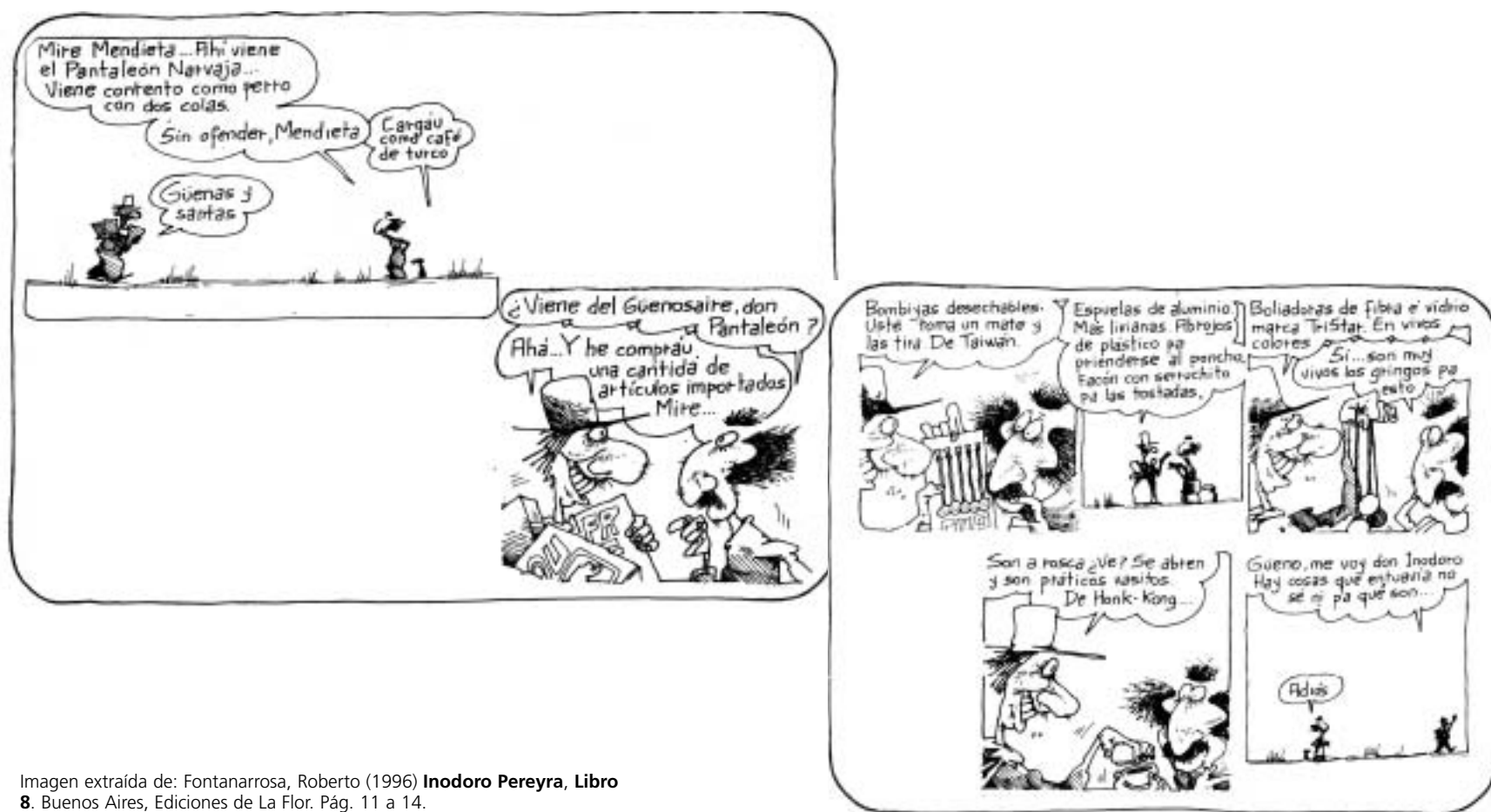


Imagen extraída de: Fontanarrosa, Roberto (1996) **Inodoro Pereyra, Libro**
8. Buenos Aires, Ediciones de La Flor. Pág. 11 a 14.



1. ¿Qué puede haber llevado a Pantaleón a tener esa conducta de consumo?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ¿Alguna vez viviste una situación parecida a la de Pantaleón, es decir, comprar cosas que parecen muy atractivas pero que en realidad no te sirven, o no tienen una real utilidad? Escribí algunos ejemplos.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ¿Cómo te sentiste al darte cuenta de la utilidad real?

.....

.....

.....

.....

.....

.....



1. Suele decirse que "el buen vendedor es el que te vende hasta lo que no te hace falta". Si éste es un buen vendedor, entonces ¿cómo es un buen consumidor? Anoten las conclusiones grupales:

EL BUEN CONSUMIDOR DEBE TENER EN CUENTA

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Teniendo en cuenta la actividad que acaban de realizar, ¿en cuáles de las características del buen consumidor les parece que puede ayudar la educación para el consumo? Anoten las conclusiones grupales.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

CAPÍTULO DOS

CONOCER Y EJERCER LOS DERECHOS DEL
CONSUMIDOR MEJORA NUESTRA CALIDAD DE VIDA



EL DERECHO A LA INFORMACIÓN



1. *¿Qué otros derechos del consumidor se activan cuando ejerzo mi derecho a la información?*

.....

.....

.....

2. *Observá atentamente el siguiente gráfico para completar tu respuesta anterior:*

Derecho a la información

- Derecho a ser escuchado.
- Derecho a solicitar datos.
- Derecho a exigir que la información sea sencilla, verdadera y completa.
- Derecho al acceso a temas de interés.
- Derecho a participar en movimientos o asociaciones de protección del consumidor.

3. *¿A través de qué medios te podés informar sobre las cualidades de un producto?*

Anotálos en las líneas de punto.

.....

.....

.....

.....

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

Los medios masivos de comunicación nos entregan información sobre productos aunque nosotros no estemos interesados en ellos. Así, los mensajes publicitarios nos llegan en forma auditiva, visual y audiovisual. A través de ellos somos seducidos y a veces acosados para que compremos tal producto. Están dirigidos al público en general con el único fin de que consumamos dichos productos. No suponen un derecho para el consumidor, sólo persiguen proteger la competencia en el mercado. Detrás de cada mensaje publicitario se esconden otros mensajes, que frecuentemente realizan un trabajo subconsciente, sobre todo en las personas más jóvenes y de alguna manera moldean sus gustos, preferencias y hasta su estilo de vida.

Con respecto a esto podemos decir que encontramos tres niveles de información en los mensajes publicitarios. Tomemos como ejemplo, el caso de una publicidad de un shampoo hidratante cuyo slogan es: "Tu pelo te lo pide".

■ **Lo que me dice textualmente.** En este ejemplo, "TU PELO TE LO PIDE". Sabemos que el pelo no habla, por eso en nuestra comprensión pasamos inmediatamente al segundo nivel.

■ **Lo que me quiere decir.** En este nivel tengo que "darme cuenta" de la intención del mensaje publicitario, es decir, del significado no explícito, ya que a veces hay juegos de palabras, doble sentido, etc. En este ejemplo yo entiendo que me quiere decir que si mi pelo está bastante seco, necesito un baño de crema o un shampoo que lo hidrate.

■ **Los valores en los que se basa el mensaje.** Hay valores positivos, como la solidaridad, la salud, el cuidado del medio ambiente, etc. Pero también hay valores disvalores, como la discriminación a lo distinto, el machismo y otros.

Veamos otro ejemplo:

Me dice: lo que está escrito en el aviso (lo textual).

Me quiere decir: "enseñales qué querés de las mujeres y ellas lo harán".

Valores: "a las mujeres las podés manejar fácilmente".

No dice "masculino", porque quiere marcar intensamente que ese desodorante sólo lo usan los que han demostrado ser verdaderos hombres. Si vos querés ser un hombre "de verdad", usá ASSS.





1. Buscá en revistas un mensaje publicitario de algún producto. Las revistas que vienen con el diario pueden ser muy útiles.

2. En el mensaje elegido identificá cada uno en los tres niveles que hemos analizado.

Lo que me dice textualmente el mensaje:

.....

Lo que me quiere decir (identificar juegos de palabras, doble sentido, etc.):

.....

Los valores y disvalores que transmite:

.....



1. A partir del trabajo individual, elaboren entre todos una lista con los recursos utilizados por las publicidades para vender sus productos (fotos, tipos de texto, símbolos). Recuerden realizar el trabajo en cada uno de los niveles que hemos analizado.

.....

.....

2. Con la información ofrecida por la publicidad, ¿podemos saber a ciencia cierta que nuestra necesidad quedará satisfecha con ese producto? ¿Por qué?

.....

.....



Imagen extraída de: Quino, (1994) **Todo Mafalda**. Buenos Aires, Ediciones de La Flor. Pág. 272.



1. Prestá atención a los mensajes de publicidades en distintos medios (TV, radio, gráfico y callejero) y anotá por lo menos dos ejemplos en los cuales de una u otra manera vos considerés que se desmerezca al consumidor, tal como sucede en la historieta de Mafalda que acabás de leer.

.....

.....

2. ¿Qué valor se ve afectado o qué disvalor se promueve?

.....

.....

3. A pesar del análisis realizado, ¿lo comprarías? ¿Seguirías comprando el producto? ¿Por qué?

.....

.....

4. Ahora anotá dos o más mensajes de productos que promuevan valores positivos.

.....

.....

5. ¿A qué sector de la población están destinadas esas campañas (niños, jóvenes, ancianos)? ¿Por qué creés que es así?

.....

.....



1. Hagan una lista de los requisitos que ustedes consideren que deberían tener los mensajes publicitarios. Tengan en cuenta el respeto a las diferencias.

.....

.....

.....

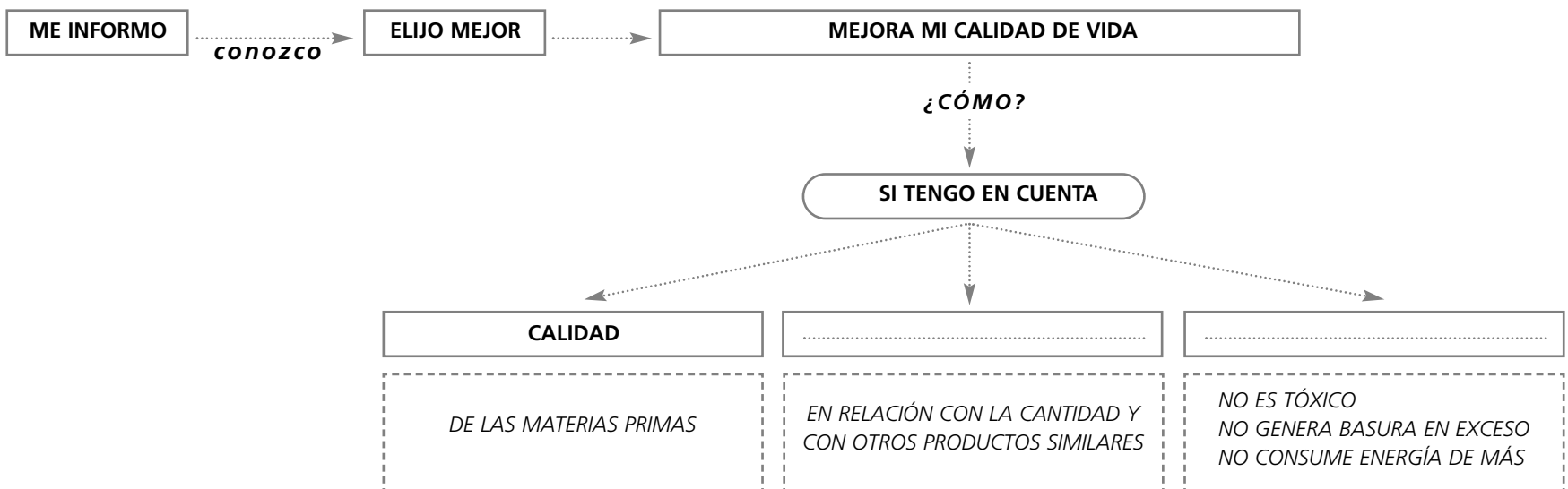
.....

.....

.....

.....

Todo junto pero no revuelto: UNA SÍNTESIS DE TODO LO VISTO HASTA AHORA.





Los **productos transgénicos** son alimentos que contienen ingredientes modificados genéticamente. La canola, la papa, el tomate, el arroz y la remolacha son alimentos en los cuales se están realizando modificaciones genéticas.

Uno de los objetivos que se persigue con este tipo de productos es abaratar costos para los productores, ya que estos cultivos no requerirían del uso de pesticidas y herbicidas. Los efectos para la salud humana más conocidos son las alergias y la resistencia a los antibióticos, pero todavía no se sabe qué otros podrían producir. Más del 60% de la soja y más del 50% del maíz que se producen son transgénicos.



Residuo y basura no son la misma cosa.

Residuo es lo que queda luego de sacar lo mejor de algo, o aquello que fue usado una sola vez y luego quedó descartado. Los envases son un ejemplo. Los residuos se pueden reutilizar.


Basura es todo material que ya no sirve por el grado de deterioro que tiene o por lo fragmentado que está. Es el caso de los envases cuando están rotos.

¿Sabías que...?


Una familia tipo de 4 personas genera aproximadamente 1 tonelada (mil kilos) de basura por año.

Después de realizar esta síntesis de lo que hemos visto, vamos a estudiar algunos aspectos sobre lo que debemos informarnos para consumir responsablemente productos alimenticios: calidad, precio e impacto ambiental.

- En cuanto a la **CALIDAD** de los productos alimenticios debemos estar en conocimiento si éstos poseen algún aditivo que sea sospechoso de producir enfermedades a largo plazo. Existen en el mercado productos adicionados con sustancias prohibidas en los países desarrollados o centrales, y sin embargo, en países subdesarrollados o periféricos como el nuestro no hay leyes que las prohíban.

Existen otros casos a tener en cuenta, como la información sobre si los alimentos son **transgénicos**  o si su explotación produce algún problema ecológico (el caso de la pesca del atún que perjudica a los delfines).

- El **PRECIO** en relación con la cantidad se establece fácilmente mediante la resolución de una sencilla regla de tres simple que nos permite calcular el precio de acuerdo con el valor por kilo, litro, etc. Frecuentemente, al hacer este cálculo, nos damos cuenta de que nos conviene comprar en otras cantidades para ahorrar unas monedas.

- El **IMPACTO AMBIENTAL** puede ser a corto o a largo plazo, ya sea tanto por la acumulación de **basura**  como por el consumo de energía. Podemos evitar el exceso de embalaje para generar menos basura, por ejemplo, cuando compramos saquitos de té o mate cocido comprando los que no vienen en sobres individuales.

Por otra parte, podemos elegir artefactos y juguetes eléctricos en lugar de los que funcionan con pilas, ya que éstas no se degradan y son altamente tóxicas para el suelo. Del mismo modo, debemos tener en cuenta el nivel de consumo de los artefactos que utilizan el gas o la electricidad, en el momento de comprarlos, no sólo por el gasto de dinero que nos ocasionará su uso, sino también por el consumo de energía.



Cuando estés en el supermercado mirá a la gente que sale con sus compras. Tratá de contar la cantidad de bolsas que llevan. Pensá que esa situación se repite en cientos y cientos de supermercados de nuestro país. ¿Cuánto plástico se usará en un solo día solamente para llevar las compras?

Cuando vayás a comprar a la verdulería o al almacén la próxima vez llevá tu propia bolsa, preferentemente de tela o de red, la vieja y querida bolsa de las compras.

YA ELEGÍ Y COMPRÉ, ¿Y AHORA?

Esta vez Manolito...



Imagen extraída de: Quino, (1994) **Todo Mafalda**. Buenos Aires, Ediciones de La Flor. Pág. 182.

¿Sabías que...?

Si en el contrato que firmás hay una cláusula que se contradice con la Ley de Defensa del Consumidor o con los Derechos del Consumidor, esa cláusula queda sin valor, siempre y cuando haya intervención de la Autoridad de Aplicación o Juez competente.



1. Pensá en situaciones similares a lo que muestra la historieta que te hayan sucedido. ¿Cómo se solucionó el inconveniente?

2. ¿Qué pasa cuando el reclamo es sobre un bien mueble de consumo durable, como un lavarropas o una licuadora (se rompió sin que lo haya usado mal o nunca funcionó bien)? Anotá todas las posibles soluciones que sabés.

3. ¿Qué requisitos pensás que debés reunir para hacer un reclamo de un electrodoméstico?

RESPUESTAS CLARAS A PREGUNTAS CONCRETAS PARA PODER RECLAMAR

¿Los productos tienen garantía?



SÍ, LA GARANTÍA ES OBLIGATORIA Y TIENE UNA VIGENCIA MÍNIMA DE TRES MESES A PARTIR DE LA ENTREGA DEL PRODUCTO.

¿Puedo reclamar si no tengo el certificado de garantía?



SÍ, SE DEBE PRESENTAR LA BOLETA, RECIBO O FACTURA DE COMPRA QUE DEMUESTRE QUE LA COMPRA SE REALIZÓ EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES.

¿Cuánto debe demorar la reparación de un producto bajo garantía?



EL TIEMPO CORRIENTE EN PLAZA PARA UNA SOLUCIÓN SATISFACTORIA.

¿Qué pasa con la garantía mientras el objeto está en reparación?



EL PLAZO DE LA GARANTÍA QUEDA SUSPENDIDO DURANTE LA REPARACIÓN.

Si se demoran 8 días en reparar, la garantía será de 3 meses y 8 días a partir de la fecha de compra.

Si la reparación no fue satisfactoria, ¿qué puedo hacer?



PUEDO ELEGIR ENTRE 3 OPCIONES:

1. CAMBIAR EL PRODUCTO POR OTRO IGUAL (EN ESTE CASO COMIENZA UNA NUEVA GARANTÍA).

2. DEVOLVER EL PRODUCTO EN EL ESTADO EN QUE ESTÁ Y QUE ME DEVUELVAN EL DINERO AL PRECIO ACTUAL.

3. QUEDARME CON EL PRODUCTO COMO ESTÁ Y OBTENER UNA REBAJA EN EL PRECIO QUE PAGUÉ.

¿Qué pasa si el comerciante no quiere responsabilizarse por el daño ocasionado?



SEGÚN EL ARTÍCULO 13 TODA LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ES SOLIDARIAMENTE RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO DE LA GARANTÍA LEGAL Y DEBE HACERSE RESPONSABLE POR LOS DAÑOS.

SEÑOR CONSUMIDOR, RECUERDE QUE:



Las garantías sobre servicios tienen como mínimo 30 días (salvo que ambas partes decidan otro plazo).



Deben estar por escrito.



El prestador del servicio está obligado a corregir la reparación sin costo alguno para usted, incluidos los materiales.



En la garantía deben figurar: el servicio encargado y la persona o empresa que la hará efectiva.

CAPÍTULO TRES

A MÍ ME PASA LO MISMO QUE A USTED




A MÍ ME PASA LO MISMO QUE A USTED

En esta última parte vamos a trabajar con ejemplos prácticos, uno acerca de los servicios y el otro respecto de los alimentos.

Con el objeto de que podás hacer una autoevaluación de tus aprendizajes sobre los temas vistos, antes de empezar con las actividades que están a continuación completá las columnas izquierda y central del cuadro de la página 49.

A- UN MUNDO DE REDES: EJEMPLO PRÁCTICO CON SERVICIOS.

En este mundo moderno y globalizado en el que vivimos, encontramos redes que nos comunican y nos permiten hacer uso de ciertas comodidades domésticas.

Estas redes pueden ser continuas (como la red eléctrica, la red de gas y la de agua) o discontinuas (como las redes telefónicas). Todas ellas forman parte de los servicios públicos domiciliarios.  A estos servicios los administran actualmente en Argentina empresas distribuidoras que no son dueñas del servicio sino que son **CONCESIONARIAS**, es decir, han firmado un contrato con el Estado para hacerlo y tienen un plazo de vigencia en la prestación.

Las concesionarias pueden ser empresas privadas (como *EDEMSA*) o cooperativas (como la *COOPERATIVA ELÉCTRICA GODOY CRUZ*). Del mismo modo que pagamos un precio para adquirir bienes o productos, para usar un servicio pagamos una tarifa. No todos los usuarios consumimos las mismas cantidades, por esa razón, por ejemplo en el caso de la energía eléctrica hay tarifas diferenciadas por los fines de uso y por la cantidad, por ejemplo:

La tarifa T1, que es la de los hogares o pequeñas demandas.

La tarifa T2, que es la que se aplica a las grandes demandas como comercios y empresas.

Con esta entrada en calor sobre el tema, podemos ir de lleno al análisis de una factura de energía eléctrica.



Los **SERVICIOS** pueden ser **públicos**, por ejemplo el agua, la luz, el gas, etcétera o bien pueden ser **contratados**, por ejemplo, los servicios de un plomero, gasista, transporte escolar.

¿Qué ítems encuentro en la factura que

1| N° de factura

2| Logo de la concesionaria y datos de la misma

3| Datos del titular, es decir el dueño del inmueble

4| Gráfico de barras con la Historia del Consumo de los últimos dos años

5| Datos de la lectura del medidor (cantidad de días de consumo, n° de medidor, fechas de las lecturas, estado del medidor en las dos lecturas, consumo)

6| Código de identificación de factura
Tipo de tarifa
Fecha en que se emitió la factura

7| Datos del cliente, es decir, el que está usando el servicio

8| Detalle de la factura:
Cargo fijo: se cobra haya o no haya consumo. Este ítem es por la lectura del medidor, por la distribución de la factura, etc.
Energía: indica cuánto consumí.
El resto de los ítems: son distintos impuestos provinciales y nacionales

9| Total a pagar y fecha de vencimiento de la próxima factura

1 Factura N° 3315774

2 EDEMSA Empresa Distribuidora de Energía de Mendoza S.A.
Belgrano 815 - Ciudad Mendoza - 5500 Tel: (0222) 4401300

3 Titular: SANCHEZ JOFRE MIGUEL
CL. BENELLI, CARLOS 2643 PB
MENDOZA 5500 MENDOZA
N° CUIT: 1219108
CAT. IVA: Consumidor final

4 Historia de Consumo (Gráfico de barras)

5 FICHA DE LECTURA

FECHA DE LECTURA	GL	IS	
ANTERIOR 19/01/2003	ACTUAL 21/07/2003	DIAS 63	Periodo Fact. 04/03/03

Medidor N°	Lectura Ant.	Lectura Act.	LECTX	Estado RMN
1219108	20196	24342	100	345

6 NIC: 2512191
Id. Factura: 2512191-083
Tarifa: T1R Residencial
Fecha Emisión: 22/07/2003

7 Vencimiento: 11/08/2003
NIC: 2512191
Cliente: SANCHEZ JOFRE MIGUEL
0240 CL. BENELLI, CARLOS 2643 PB
000570 5990 MENDOZA
1219108 MENDOZA
TEL MONTO DEL IVA DISCRIMINADO NO PUEDE COMPUTARSE COMO CREDITO FISCAL

8 Detalle de su factura

Descripción	Consumo	Precio Unitario	Importe
Cargo Fijo Energía			3,10
Energía	318	0,090000	28,74
SUB TOTAL BASICO \$33,46			
I.S.A. Consumidor Final	21,88%		7,33
Subvención Provincial Ley 2558	0,88%		1,88
Tasa Imp. y Control Pro.	1,58%		0,58
Ley 23881 Santa Cruz	0,88%		0,28
Ley 8486 - Alabridado Público			4,88

9 Importe Neto a Pagar 46,84
Son: Cuarenta y seis pesos con ochenta y cuatro centavos
Vencimiento próxima factura 22/09/2003

Importe Neto a Pagar 46,84

5819251219108303223000000000468456

N°Em.	Sistema	Id.Factura	Vencimiento	Importe	IV
001	R	2512191.083	03/03	46,84	36



Seguime la "corriente" y fijate en tu factura de la luz:

1. Controlá que la factura tenga tu nombre y dirección o los datos del titular del inmueble.

2. ¿Cuál fue tu consumo bimestral en Kw/h?

3. Controlá que sea correcto el importe por cargo de energía: multiplicá tu consumo bimestral por precio unitario que figura en el detalle de factura (en este momento es de \$ 0.096) ¿Coincide el resultado de tu cuenta con el que figura en la factura?

.....

4. ¿A cuántos días corresponde el consumo facturado?

5. ¿Cuándo vence esta factura?

6. ¿Cuándo vence la próxima factura ?

Analizá el gráfico de barras de tu factura:

7. ¿En qué bimestre del año observás mayor consumo de energía? ¿Cuál será la causa?

.....
.....
.....

8. Tomá un bimestre, el 04, por ejemplo. ¿Tuviste todos los años un consumo similar en ese bimestre? ¿Estás consumiendo más energía que los bimestres anteriores? En caso afirmativo, ¿cuál es la razón? ¿Podrías reducir tu consumo? ¿Cómo?

.....
.....
.....



Leé el reverso de la factura y encontrá las respuestas:

1. Si tenés que hacer un reclamo y vivís en San Martín, ¿a dónde debés dirigirte?, ¿podés ir a las 16 hs?

.....

.....

.....

2. Si el viento Zonda produce un corte la luz, ¿por qué medio solicitás la solución?, ¿podés hacerlo a las 22 hs?

.....

.....

.....

3. Si debés el bimestre anterior y sólo pagás el actual, ¿cancelás con este pago la totalidad de la deuda?

.....

.....

.....

4. ¿Podés pagar la factura de la luz dos días después del vencimiento?

.....

.....

.....

5. Si hacés un reclamo a la empresa concesionaria y no es satisfecho, ¿a dónde debés dirigirte?

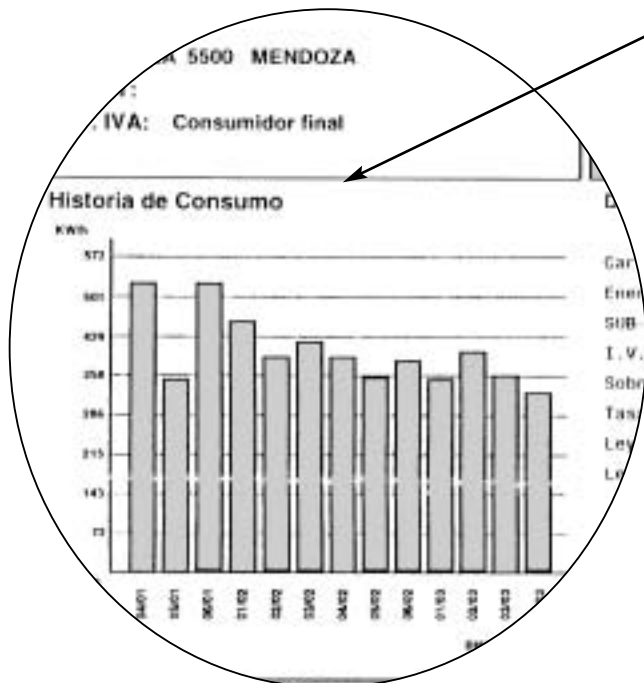
.....

.....

.....

¿QUÉ PASA SI LLEGA UNA FACTURA CON UN CONSUMO EXCESIVO PARA MI HISTORIA?

¡Qué buena pregunta!



EDEMSA Empresa Distribuidora de Energía de Mendoza S.A.
 Programa 815 - Ciudad Mendoza - 5500 Tel: (033) 4437300

CAT 30.000445.4
 Registro Electrónico N° 00120
 For. M-05-04/012-04
 S.M. T.0004/01
 For. (17.3) An. 4-0000
 Insc. N° 00001000
 R.N. 000000000000000000

Factura N° 3315774

NIC: 2512191
Id. Factura: 2512191-083
Tarifa: T1R Residencial
Fecha Emisión: 22/07/2003

Vencimiento: 11/08/2003 **NIC:** 2512191

Título:
 SANCHEZ JOFRE MIGUEL
 CL BENELLI, CARLOS 2643 PR
 MENDOZA 5500 MENDOZA
 N° CUET:
 CAT. IVA: Consumidor final

Cliente: SANCHEZ JOFRE MIGUEL
 0243 CL BENELLI, CARLOS 2643 PR
 000570 5500 MENDOZA
 1219188 MENDOZA
 EL MONTO DEL IVA DISCRIMINADO NO PUEDE COMPLETARSE COMO CREDITO FISCAL

Detalle de su factura

Descripción	Consumo	Precio Unitario	Importe
Carga Fija Energía			3,12
Energía	31E	6,90668	21,34
Sub. TOTAL (M\$100)			24,46
I. V. A. Consumidor Final	21,49%		5,25
Secretaría Provincial Ley 2008	2,59%		0,63
Tasa Imp. y Control Proa.	1,59%		0,39
Ley 23601 Santa Cruz	8,49%		2,07
Ley 8490 - Alcobado Público			1,95

Historia de Consumo

Bar chart showing monthly consumption in kWh for 'MENDOZA 5500 MENDOZA' from 2003 to 2004. The y-axis ranges from 120 to 570 kWh. Consumption is notably high in early 2003, peaking around 500 kWh, and then fluctuates between 200 and 400 kWh for the remainder of the period.

FECHA DE LECTURA		GLL	TS
ANTERIOR	ACTUAL	DIAS	Periodo Fact.
19/07/2003	24/07/2003	01	04-09/03

Metro N°	Lectura Ant.	Lectura Act.	Leet. S.	Carga kWh
1219188	01500	21310	180	310

OBSERVACIONES:
 El consumidor pagó un 40 por ciento y el resto del 100% a crédito.
 No pagó IVA desde...

Importe Neto a Pagar 46,84

Sum: Cuarenta y seis pesos con ochenta y cuatro centavos

Vencimiento próxima factura 22/08/2003

Reporte: 85 - Distribución 750

Paso a paso...

1° PASO

Tranquilizarse y analizar la factura en detalle.

2° PASO

Mirar el gráfico de barras y comparar el bimestre facturado con los bimestres del mismo número de otros años.

3° PASO

En el caso que sea realmente exagerado el consumo –es decir más del 75% del consumo habitual– revisar si todos los electrodomésticos de la casa funcionan bien, si no hay lamparitas que consuman mucho en alguna parte de la casa y que estén prendidas largo tiempo (en el patio o en la entrada de la casa, que permanezcan encendidas toda la noche).

4° PASO

Si no hemos encontrado nada anormal, puede suceder que el medidor no funcione correctamente. En esta situación, debés dirigirte a la empresa concesionaria y solicitar que tu caso se considere como error de facturación, amparado en el artículo N°31 de la Ley de Defensa del Consumidor.

Cuando esto sucede, podés pagar solamente el valor del consumo promedio, en el caso de la factura del ejemplo anterior sería de \$15.

La empresa concesionaria tiene un plazo de 30 días para revisar el medidor o para realizar lo que crea conveniente e informar al cliente (es decir, a vos) sobre lo actuado.

Si efectivamente la empresa reconoce que el medidor funcionaba mal o se debió a un error en la lectura u otro motivo, el pago que vos hiciste cancela tu deuda correspondiente a ese bimestre.

En el caso que la empresa te informe que no ha encontrado ningún error de su parte, podés realizar el *RECLAMO EN 2° INSTANCIA*, es decir te dirigís a la oficina del **EPRE** y allí te indicarán cómo proceder en cada caso en particular. Recordá siempre tu número correspondiente de reclamo.



Las empresas privadas de servicios públicos son controlados por organismos dependientes del gobierno provincial para que funcionen como corresponde y no perjudiquen a los clientes usuarios del servicio.

*El **EPRE** (Ente Provincial Regulador Eléctrico) se ocupa de controlar a las empresas de servicios eléctricos.*

***EPAS** (Ente Provincial del Agua y de Saneamiento) controla a las empresas distribuidoras de agua.*

Otros Entes reguladores:

***ENARGAS** (Ente Nacional Regulador del Gas)*

***CNC** (Comisión Nacional de Comunicaciones): controla a las empresas telefónicas.*

B- EJEMPLO PRÁCTICO CON ALIMENTOS.

I- Los alimentos por dentro

Antes que nada, completá el cuadro de la página 49 (igual que hiciste con el tema de servicios).

Los aditivos alimentarios

Son sustancias que se añaden a los alimentos para mejorar su color, su textura, su sabor o, simplemente, para su conservación durante un período más largo de tiempo. Aunque desde épocas remotas ya se utilizaban la sal, el vinagre o el azafrán, en la actualidad el desarrollo de la química y de la industria alimenticia ha aumentado considerablemente el uso de aditivos, presentes en todos los alimentos que compramos hechos.

Los antiguos médicos griegos decían "que tu alimento sea tu salud". Y la verdad que la tenían clara. Si comés mal, estás más expuesto a enfermarte, si sos cuidadoso con la calidad de tus comidas, tenés más posibilidades de ser una persona saludable.

El primer paso hacia la "comida sana" es aprender a leer siempre las etiquetas, para ver qué tiene un alimento envasado.

¿A ver qué tiene la mermelada de durazno que comemos?



LA VITAMINA C O ÁCIDO ASCÓRBICO se oxida fácilmente. De ahí que no es conveniente almacenar por mucho tiempo frutas y verduras. Es esencial para la cicatrización de heridas y fracturas óseas, y facilita la absorción del hierro. La podés encontrar en las frutas frescas como los cítricos, los melones, las frutillas, y en vegetales verdes como la lechuga y el repollo.

COLORANTES

Sólo sirven para hacer más atractivo el alimento, no contribuyen a mejorar la conservación ni la calidad nutritiva. Pueden ser:

NATURALES: curcumina (amarillo), clorofilas (verdes), carotenoides (naranjas), rojo de remolacha, etc.

ARTIFICIALES: tartracina, amarillo anaranjado S, amaranto, rojo de cochinilla, negro brillante BN, etc. La tendencia es reducir su uso.

LECITINA

Emulsionantes que evitan que algunos alimentos (como la manteca, la leche, algunas salsas) se "corten".

CICLAMATO, SACARINA, ASPARTAMO

Son edulcorantes no nutritivos que no proporcionan energía. Están presentes en productos tan variados como caramelos o gaseosas.

RECORDÁ

Cuando se indica que contiene glúcido e hidratos de carbono, nos dice que los ingredientes son azúcares. Cuando indica que contiene lípidos, los ingredientes son grasas y aceites.

Durazno, azúcar...
y... Y... Y... ???:



ÁCIDO SÓRBICO, ÁCIDO ACÉTICO

Son conservantes. Como su nombre lo indica, sirven para conservar en el tiempo un alimento (los tradicionales son la sal y el vinagre o ácido acético).

ÁCIDO ASCÓRBICO

Usado como antioxidante para evitar que durante su proceso de elaboración los alimentos se ennegrezcan.

ÁCIDO L-GLUTÁMICO, Y SUS SALES, ÁCIDO GUARÍLICO

Potenciadores del sabor: no otorgan un sabor propio, sino que aumentan el de otros componentes. Se usan mucho en sopas y salsas.

ALMIDÓN Y SUS DERIVADOS, GELATINAS, ALGINATOS, AGAR, PECTINAS, GOMAS VEGETALES

Gelificantes, espesantes y estabilizantes: actúan, fundamentalmente, sobre la consistencia y la textura de los alimentos. Dan una mejor presentación. El almidón es, además, una fuente de energía.



1. Y cuando comés chizitos, ¿qué comés?

Da consistencia

.....

Mejora el color

.....

Mejora el sabor

.....

Aumenta el tiempo de conservación

.....



.....
Si sospechás que un alimento no está en buen estado, no debés consumirlo. Hacerlo puede resultar fatal.

II- Los alimentos por fuera

Ya conociste qué tienen algunos los alimentos que consumís. Ahora te proponemos que observés los lugares donde comprás esos productos.

Elegí tres negocios de venta de alimentos donde comprás habitualmente y a investigar.



**Completá el cuadro colocando
SÍ, NO, A VECES**

	Comercio 1	Comercio 2	Comercio 3
Indicá el nombre del comercio
1. Normas de higiene para el establecimiento			
¿Hay residuos en la vereda?			
¿Mantienen el lugar limpio (huele bien, no hay moscas)?			
¿Hay animales domésticos adentro?			
2. Normas de higiene para el manipulador de alimentos			
¿Usa guardapolvo limpio, cofia y barbijo cuando corresponda?			
¿La persona que manipula alimentos, se dedica a la higiene del establecimiento?			
¿Usa guantes o pinzas para tocar alimentos sin envases listos para consumir?			
3. Normas de higiene para los equipamientos alimentarios			
La mesada, los recipientes y utensilios en contacto con alimentos: ¿están en buen estado de conservación y limpios?			
¿Los productos envasados tienen sellado inviolable?			
¿Se envuelven alimentos en contacto directo con papel impreso, usado, manchado o con olor?			
4. Normas de higiene para el alimento			
¿Está expuesto al sol?			
¿No quedan alimentos que necesitan frío fuera de la heladera?			
¿Se remarca la fecha de vencimiento?			
¿Se almacenan protegidos del polvo y moscas y se manipulan con guantes aquellos alimentos que se fraccionan y no se vuelven a lavar o cocinar para consumirlos?			



1. Con tus compañeros de grupo, comparen los resultados obtenidos al resolver la actividad anterior.

2. Los lugares donde compran, ¿reúnen las condiciones higiénicas y sanitarias requeridas para consumir un alimento sano?

.....

.....

.....

.....

3. ¿Qué le sugerirían a los comerciantes para que los productos que vende estén en condiciones de ser consumidos sin riesgos para tu salud y la de tu familia?

.....

.....

.....

.....

4. Decidan qué sugerencias consideran imprescindibles y pónganlas en conocimiento del comerciante. Acuérdense del dicho "el que calla otorga".

.....

.....

.....

.....

Ofertas: inventadas pero de este mundo...

CON LA CALCULADORA O CON LOS DEDOS, SACAMOS CUENTAS EL DÍA ENTERO.

Aceite 900cc
\$ 3,00

Aceite 3 L
\$ 9,75

Aceite 1,5 L
\$ 4,90



- 1 L = 1000 cc
- fl L = 750 cc
- 1,5 L = 1500 cc
- 2 de fl L = 1,5 L

En virtud de promover una información más completa, las resoluciones 55/03 y 87/03 obligan a los comercios denominados "auto-servicio" a indicar el precio por unidad de medida, posibilitando la comparación entre distintos pesos y unidades



Más allá de que los comercios deben indicar el precio por unidad de medida, en este ejercicio no te lo damos con la intención de que puedas sacar tus propias cuentas.

1. ¿Cuál elegirías? ¿Por qué?

2. ¿Qué variables tuviste en cuenta?

3. Además del precio, la calidad y el impacto ambiental son variables a tener en cuenta en la elección de un producto. En el caso del aceite, ¿dónde buscarías información sobre estas variables?

4. Completá la columna de la derecha.

Subrayá con algún color fuerte en la columna central lo que quisiste saber y no encontraste respuesta.

Sobre servicios →

Sobre alimentos →

¿Qué sé?	¿Qué quiero saber?	¿Qué aprendí?

ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN DEL CURSO

CONSUMIDORES: 1,2,3...
¡acción!



Las siguientes son actividades de integración. Se sugiere que cada tutor de grupo de aprendizaje elija la que se adapte mejor a las características e intereses del grupo.

PROPUESTA N° 1. LOS DERECHOS AL ESCENARIO

- Hagan una lista de los contenidos más significativos para ustedes y organicen dos o tres representaciones escénicas que incluyan en su desarrollo los temas seleccionados.
- Distribuyan las distintas actividades que necesitan realizar para llevar a cabo las dramatizaciones (vestuario, escenografía, etc.).
- Inviten a sus familiares a la muestra de las representaciones.
- Disfruten los aplausos.

PROPUESTA N° 2. EXPOSICIÓN DE AFICHES Y GRAFITIS

- Hagan una lista de los contenidos más significativos vistos en este cuadernillo.
- Distribuyan los contenidos de la lista en pequeños grupos de 2 ó 3 integrantes.
- Realicen afiches y grafitis que representen los temas listados. Otra opción es realizarlos con la familia.
- Expónganlos en la sede de la unión vecinal, en las galerías de la escuela más cercana e inviten a los familiares y vecinos a visitarla.

PROPUESTA N° 3. ENCUENTRO CON LEGISLADORES

- Revisen y hojeen el cuadernillo para refrescar los temas vistos.
- Elaboren, entonces, preguntas y temas de debate.
- Inviten a legisladores, funcionarios o concejales a participar de pequeños foros de discusión sobre los temas planteados.
- Una vez reunidos, dividanse en pequeños grupos con un invitado o dos en cada uno de ellos y realicen los debates.
- Expongan las síntesis de los trabajos grupales al final de la jornada.

Para realizar estas actividades pueden invitar a participar a vecinos y familiares que no hayan sido parte de la capacitación.

IRSE, ES PARTIR UN POCO

Pero en este caso, es **COMPARTIR**, con los vecinos, los familiares, los amigos, los comerciantes del barrio lo que hemos aprendido juntos, pensando solos, participando en los trabajos en grupo, revisando los armarios de la casa, la heladera, los supermercados.

Y es **MULTIPLICAR** mis experiencias y las de los demás con los que me rodean; la única forma de mejorar mi calidad de vida, recordar que no estamos solos y que como toda sociedad formamos parte de una red, donde cada uno de nosotros, por chiquito que se sienta es, **IMPRESINDIBLE** para que el resto funcione.

La **Escuela del Consumidor y el Usuario de Mendoza**, dependiente de la Dirección de Fiscalización, Control y Defensa del Consumidor, es de todos y espera que lo que has aprendido esté presente a diario en tus actos de consumo.

Nuestra línea gratuita de comunicación **0800-222-6678** es una conexión fácil y posible para todos, que nos permite estar en contacto cuando vos lo creás necesario.

Hasta la próxima...

Derechos del consumidor: ciudadanía en acción

Universidad Nacional de Cuyo - Secretaría de Extensión Universitaria
Centro de Información y Comunicación - Departamento de Educación a Distancia

Este libro se edita como material de aprendizaje en el marco del Proyecto Educación para el consumo: ciudadanía en acción, desarrollado a partir de la firma del Convenio entre la Universidad Nacional de Cuyo y el Gobierno de la Provincia de Mendoza, en junio de 2004, con la finalidad de trabajar articuladamente en la formación de los consumidores contribuyendo así al ejercicio de una ciudadanía activa.

Está destinado a consumidores adultos y para ser utilizado en instancias educativas no formales diseñadas con modalidad a distancia. Sus objetivos son, por un lado, contribuir al conocimiento de los derechos de los consumidores y, por otro, al desarrollo de una actitud crítica en la evaluación y toma de decisiones para la adquisición de bienes y servicios.

