**GUÍA DE APRENDIZAJE N° 6**

|  |  |
| --- | --- |
| **ASIGNATURA** | **Historia, Geografía y Ciencias Sociales** |
| **NIVEL** | **Primer Año Medio** |
| **UNIDAD** | **Componentes y dinámicas del sistema económico y financiero: la ciudadanía como agente de consumo responsable** |
| **OBJETIVO APRENDIZAJE** | **Evaluar situaciones de consumo informado y responsable, considerando los derechos del consumidor, los compromisos financieros, el sentido del ahorro y del endeudamiento, entre otros.** |
| **TEMA** | **Consumo Informado y Responsable** |

**Fuente de Información: Texto del Estudiante Historia, Geografía y Ciencias Sociales 1° Medio, pág. 56 a 60**

**Educación Financiera SERNAC**

**INSTRUCCIONES GENERALES:**

Lee el **contenido** de la guía y desarrolla, en tu cuaderno, las **actividades propuestas**, anotando el **título del tema** y el número de orden de las preguntas.

**CONSUMO INFORMADO YRESPONSABLE**

**Consumo y Consumidores**

**Consumo: es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias.**

Los **consumidores** son **quienes compran el**[**producto**](https://concepto.de/producto/)**o el**[**servicio**](https://concepto.de/servicio/)**ya elaborado** y quienes le dan uso. Son, pues, los **compradores**.

Al consumidor dedica la **publicidad** sus esfuerzos de **promoción y motivación al consumo**.  
  
**Consumo responsable:** Es la acción de **comprar un producto o un servicio** no solo por su calidad y precio, sino también **por su impacto ambiental y social, y el proceso de elaboración**. Tiene que ver con qué consumimos y cómo consumimos.

**El consumo responsable es un consumo que requiere pensar antes de comprar o de consumir**

**Consumo informado:** se refiere a contar con toda la información posible para tomar decisiones sobre nuestro consumo.

**ACTIVIDAD 1:** Te invitamos a descubrir si eres un consumidor responsable.

**A.** Completa la siguiente pauta:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CRITERIOS** | **SI** | **NO** |
| Conoces tu situación financiera global. |  |  |
| Tienes claridad del monto de dinero que posees. |  |  |
| Sabes cuánto dinero debes. |  |  |
| Planificas tus compras. |  |  |
| Antes de comprar cotizas. |  |  |
| Si no tienes ahorros te endeudas para comprar. |  |  |
| Comparas los precios. |  |  |
| Te informas de las características del producto o servicio que deseas comprar. |  |  |
| Te dejas influir por la publicidad. |  |  |
| Guardas las boletas. |  |  |
| Sabes distinguir entre **rebajas, liquidaciones y saldos**. |  |  |
| Sabes cuáles son tus derechos como consumidor. |  |  |
| Compras los productos que realmente necesitas. |  |  |
| Puedes comprar lo que necesitas. |  |  |

**B.** Evaluando tus respuestas, ¿te consideras un consumidor responsable? Argumenta.

**Vocabulario**

**Cotizar**: poner precio o valorar a un bien o servicio

**Monto**: suma final de varias cantidades.

**Rebaja**: disminución o reducción del precio de alguna cosa.

**Liquidación**: venta de mercancías a un precio muy bajo para despacharlas pronto.

**Saldo**: ventade productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto o desuso de los mismos.

**Consumo y consumismo**

El siguiente extracto es una mirada crítica a la problemática del consumismo.

Una de nuestras hipótesis claves es que el consumismo es la auténtica y más potente religión del siglo XXI. Definiremos consumismo como aquel contexto cultural –y psicológico– en el que sus miembros tienen como una de sus fuentes básicas de gratificación metafísica (identidad, sentimientos, emociones, etc.) la obtenida a través del consumo imaginario o real de marcas inyectadas en mercancías. Consumo imaginario en tanto que este es de marcas y consumo real en tanto que este es de mercancías marcadas. El consumismo presupone que todas las dimensiones del ser humano (trascendentes, convivenciales y comunitarias, afectivas, etc.) y sus necesidades son saciables en y por las mercancías. Mercancías dotadas de todo tipo de poderes mágicos y de un alma o espíritu (personalidad de la marca). (…) El principio metafísico fundacional es tan simple como este: “consumo, luego existo”. Consumo como equivalencia de felicidad y sentido. Identidad, seguridad emocional, autoafirmación, amor, sensualidad, estatus social, rebeldía, etc., todo es saciable mediante las mercancías. El Paraíso existe y está aquí, en el centro comercial. (…) pasear por los centros comerciales se está convirtiendo en una de las actividades más gratificantes y, al mismo tiempo, más agotadoras. (…) Consumo como forma de relacionarnos y autopercibirnos que subordina cualquier otro referente ético, ideológico o cultural. El consumismo, pues, no es consumir mucho o demasiado, sino hacer del consumo el centro articulador y significador de nuestro existir.

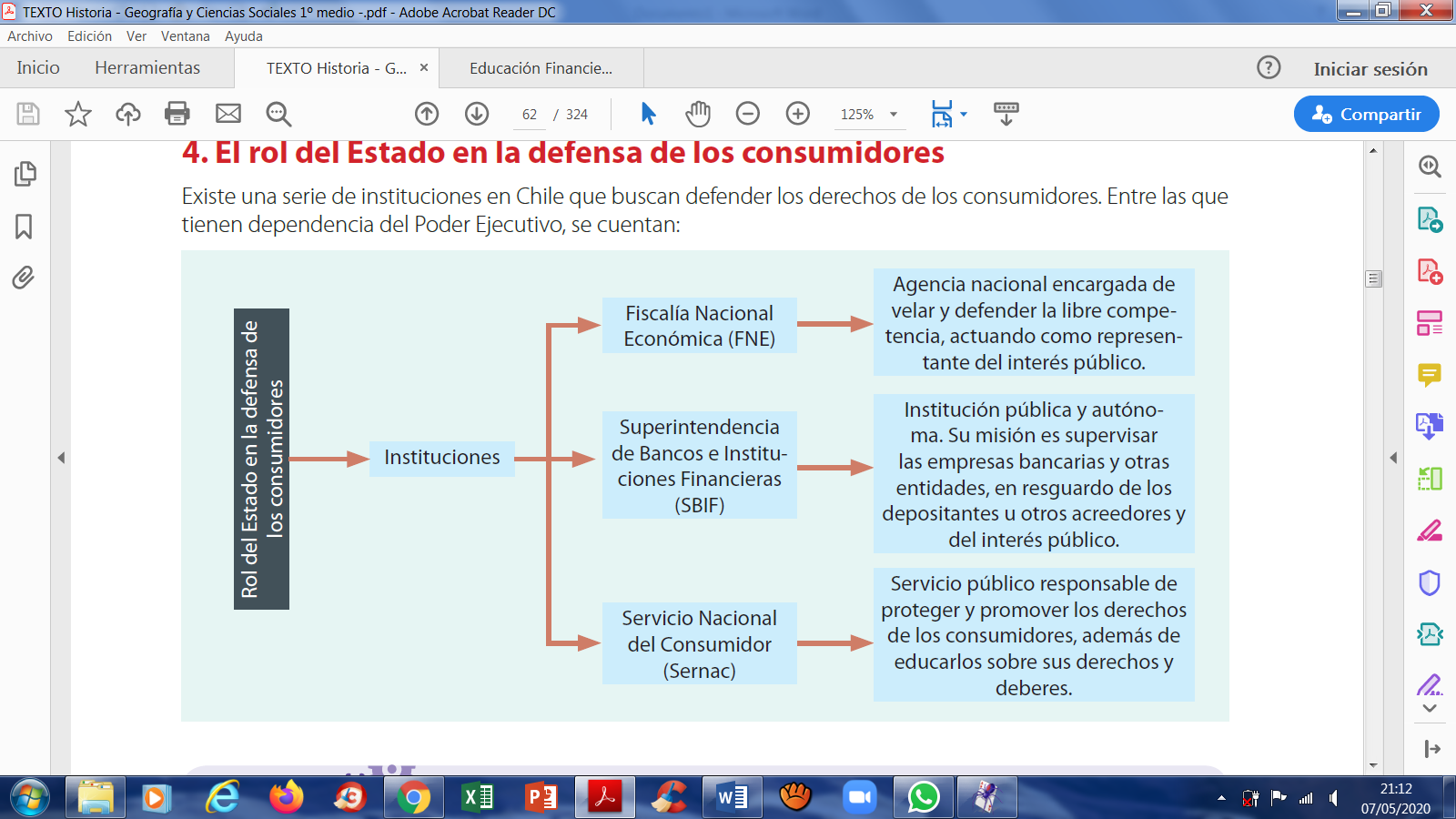
Torres i Prat, J. *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*. Icária Editorial, 2005.

Recuperado de: http:// www.letra.org/spip/IMG/pdf/Consumo Luego Existo. Poder mercado y publicidad.pdf en mayo de 2016.

**ACTIVIDAD 2**: Explica con tus propias palabras la diferencia entre consumo y consumismo

**El rol del Estado en la defensa de los consumidores**

Existe una serie de **instituciones en Chile** que buscan **defender los derechos de los consumidores**. Entre las que tienen dependencia del Poder Ejecutivo, se cuentan:



**EN LA PROXIMA GUÍA CONOCEREMOS LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

**PAUTA DE AUTOEVALUACIÓN**

Estimado Estudiante:

Te pedimos contestes con honestidad, marcando con una X la opción que mejor te represente, la siguiente pauta de autoevaluación con relación al trabajo realizado:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicador** | **Siempre** | **Casi Siempre** | **Algunas veces** | **Esta vez no** |
| He dedicado el tiempo suficiente a resolver esta guía |  |  |  |  |
| Me preocupé de leer y clarificar el objetivo de esta actividad propuesta por mi profesor (a) |  |  |  |  |
| He tomado nota de lo más relevante |  |  |  |  |
| He pensado en lo que ya sé de este tema para relacionarlo con lo que aprenderé |  |  |  |  |
| Atendí a las recomendaciones de mi profesor (a) |  |  |  |  |
| Realicé conexiones entre la información nueva con los que ya sabía |  |  |  |  |
| Identifiqué las dificultades que enfrenté al hacer las actividades |  |  |  |  |
| Identifiqué e integré nuevo vocabulario especializado propio de las Ciencias Sociales |  |  |  |  |
| Usé recursos diversos (fuentes digitales, libro de texto, consulta a mis padres) para aprender más de la temática propuesta |  |  |  |  |
| Me planteo preguntas o desarrollo imágenes mentales para comprender el contenido estudiado |  |  |  |  |
| Valoré mi responsabilidad como estudiante en mi contexto local y nacional |  |  |  |  |
| Utilicé los canales propuestos por el profesor para hacer consultas sobre las actividades sugeridas |  |  |  |  |
| Creo que puedo aplicar los conceptos y aprendizajes adquiridas, las habilidades desarrolladas a situaciones nuevas |  |  |  |  |

Preguntas metacognitivas para reflexionar sobre lo aprendido:

Para ayudarte a tomar conciencia de tus propios aprendizajes, te propongo las siguientes preguntas que te ayudarán a reflexionar sobre lo aprendido durante el desarrollo de la guía:

¿Que se hoy del tema estudiado?

¿Conozco el significado de consumo, consumidor, consumismo?

¿Cómo puedo relacionar esta información con lo que pasa en mi vida familiar?

¿Qué conclusiones puedo sacar?

¿Cuánto aprendí de esto?