

GOBIERNO DE COSTA RICA
MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO
MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA

EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR
GUÍA DIDÁCTICA PARA EL DOCENTE
PRIMARIA

SAN JOSÉ, COSTA RICA

343.071

C8375g C.R. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Dirección de Apoyo al Consumidor.

Guía didáctica para el docente, nivel primaria: educación al consumidor / MEIC, MEP y Presidencia de la República. - San José, C.R. : MEIC, 2005.

80 p. : il. ; 21.5 cm.

ISBN 9968-737-09-7

1. CONSUMIDORES. 2. EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR. I. C.R. Ministerio de Educación Pública. II. C.R. Presidencia de la República. III. Título.

= Créditos

Este documento fue elaborado por la Dirección de Apoyo al consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) con la colaboración de los siguientes funcionarios:

Por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio:

Cynthia Zapata Calvo, Directora Dirección de Apoyo al Consumidor

Kathia Chaves Matarrita, Coordinadora de la Unidad Técnica de Apoyo a la Comisión Nacional del Consumidor

Roberto Zúñiga Baltodano, Coordinador Unidad de Políticas y Apoyo al Consumidor

José Manuel Campos Barrantes, Unidad de Políticas y Apoyo al Consumidor

Harold Hütt Herrera, Unidad de Políticas y Apoyo al Consumidor

Miguel Miranda Sandí, Unidad de Políticas y Apoyo al Consumidor

Por el Ministerio de Educación Pública:

Daisy Orozco Rodríguez, Directora del Centro Nacional de Didáctica

Luis Fernando Duarte Martínez, Centro Nacional de Didáctica

Gabrie la Chinchilla Arguedas, Centro Nacional de Didáctica

Elvia María Espinoza Romero, Centro Nacional de Didáctica

Kathya Fallas Fallas, Centro Nacional de Didáctica

Ileana Ruiz Rodríguez, Centro Nacional de Didáctica

Luis Fernando Vega García, Corrector Filológico

Diseño y Diagramación: Carlos Gómez Monge, Imprenta Nacional.



TABLA DE CONTENIDOS

Presentación.....	1
Introducción	3
Primera Parte: Lo que deben conocer los niños y niñas	5
Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.....	5
Consumidor(a).....	7
Necesidades y Mercado	8
Educación del Consumidor.....	9
Ejercicios Didácticos.....	10
Segunda Parte: Los Derechos y Deberes del Consumidor.....	15
Derecho a la Salud.....	15
Derecho a la Seguridad	17
Derecho a un Ambiente Sano.....	19
Derecho de Información y Educación.....	21
Derecho de Protección Administrativa y Judicial.....	27
Derecho de Factura.....	29
Derecho de Garantía.....	31
Derecho de Retracto	35
Derecho de Calidad	36
Derecho de Buen Trato	38
Derecho de Organización	40
Derecho del Consumidor.....	41
Ejercicios Didácticos.....	43
Actividades	47
Tercera Parte: Aspectos importantes para que los niños sean buenos consumidores	48
Comamos sanamente.....	48
Mucho ojo con los juguetes	53

Cuidemos el ambiente.....	56
Veamos lo mejor de la TV.....	58
Ahorremos dinero.....	62
Ejercicios de Repaso.....	65
Consideraciones Finales.....	69
Glosario de Términos.....	70
Bibliografía.....	73



PRESENTACIÓN

La educación del consumidor constituye un aspecto esencial y prioritario en la defensa efectiva de los derechos del consumidor, en razón de que de ella depende la forma segura para lograr – especialmente desde la niñez – una mayor conciencia en la población costarricense, a efecto de que en sus relaciones de consumo asuma un comportamiento crítico y protagonista como agente económico y social.

Desde el año 1996, los Ministerios de Educación Pública (MEP) y de Economía, Industria y Comercio (MEIC) han venido realizando una serie de actividades conjuntas que tienden a fortalecer el compromiso interinstitucional para estimular programas educativos respecto a la defensa del consumidor.

Con estos esfuerzos conjuntos, ambas instituciones reconocen explícitamente que la educación del consumidor es un proceso cualitativo que permite a cada ciudadano adquirir destrezas y conocimientos necesarios para tomar decisiones de consumo sensatas y beneficiosas, con pleno conocimiento de sus derechos y de los mecanismos para ejercerlos.

Por ello, esperamos que esta nueva versión de la Guía Didáctica sobre Educación del Consumidor se consolide aún más como instrumento útil y práctico para todos aquellos que con espíritu y dedicación asuman el compromiso histórico de formar consumidores conscientes, activos, críticos y protagonistas.

Esta publicación tiene el propósito de abrir un camino entre la teoría y la práctica en materia de defensa del consumidor, de modo que sirva de comunicación efectiva en lo que respecta a los conocimientos adquiridos y aplicados en la realidad de consumo.

Este esfuerzo interinstitucional debe ser fortalecido por la labor tesonera de cada educador y educadora, ya que son ellos quienes tienen la noble responsabilidad de educar y formar a nuestras próximas generaciones, por



Ministerio de Economía,
Industria y Comercio

Educación al Consumidor

44444 Guía Didáctica para el Docente

Nivel Primaria

DIRECCIÓN DE APOYO AL CONSUMIDOR

ello, desde ya les damos las gracias a cada uno de ellos, por dedicar el mayor y mejor esfuerzo para conseguir los objetivos propuestos que están definidos para el beneficio de la sociedad.

Para todos los funcionarios y autoridades de ambas instituciones que aportaron su conocimiento para la reelaboración de esta guía, nuestro sincero reconocimiento y agradecimiento.

San José, setiembre del 2004



Gilberto Barrantes Rodríguez
Ministro de Economía,
Industria y Comercio



Manuel A. Bolaños Salas
Ministro de Educación Pública



INTRODUCCIÓN:

El presente documento tiene la finalidad de constituirse como una guía didáctica que facilite la enseñanza de los derechos del consumidor, tanto en sus aspectos conceptuales, como en la dinámica metodológica con los estudiantes.

Desde la perspectiva gubernamental, la educación del consumidor representa una prioridad incuestionable, no solamente porque el ser humano está vinculado al acto de consumo en cada momento de su vida (Delgado: 1994: 7) sino también porque lo está hoy día en medio de un contexto mucho más complejo, como lo es la globalización económica.

Pero la educación formal, como proceso cualitativo, se lleva a cabo coordinada y sistemáticamente, por lo que de aquí se desprende la importancia de abordar el tema de los derechos del consumidor desde la niñez.

La educación del consumidor se vuelve todavía más exigente cuando se analiza el comportamiento económico de manera objetiva y se comprueba que en dicha dinámica la mayoría de las veces las personas muestran indiferencia y pasividad respecto de los factores que de una u otra forma ejercen influencia en sus decisiones de compra.

En ese sentido, corresponde al Estado, a través de las instituciones competentes, estimular la formación de programas generales de educación e información del consumidor, con la finalidad de capacitarlo para que de manera racional aprenda a tomar sus decisiones para la compra de bienes y servicios, con pleno conocimiento de sus derechos. (Según Art. 33, inciso b, Ley 7472)

En dicho campo, la acción gubernamental es decisiva, puesto que no se ocupa solamente de establecer la legislación respectiva, sino que además es el primer responsable o protagonista en el proceso correctivo y el responsable absoluto de la ausencia o deficiencia en cuanto a los derechos del consumidor (Shulterbrandt y Salom: 5). Sin embargo, de la acción directa y protagonista de los consumidores depende la vigencia de legislación actualizada sobre sus derechos, y, sin duda alguna, la defensa efectiva de los mismos.



Ministerio de Economía,
Industria y Comercio

Educación al Consumidor

44444 Guía Didáctica para el Docente

Nivel Primaria

DIRECCIÓN DE APOYO AL CONSUMIDOR

Por ello, con este documento se pretende motivar a los educadores para que alienten a sus estudiantes a ejercer sus derechos como consumidores con mayor vehemencia, fortaleciéndose de esta manera cualesquiera de los programas gubernamentales que en el campo de la educación, la información y la organización, se formulan en beneficio del consumidor nacional.

La idea fundamental, es que todos los agentes económicos involucrados contribuyan a formar mejores ciudadanos, para que actuando de manera protagonista, se pueda lograr un cambio actitudinal enfocado al fomento de una mejor cultura de consumo, sobre la base de relaciones respetuosas y sujetas al derecho y a la ética.

PRIMERA PARTE

LO QUE DEBEN CONOCER
LOS NIÑOS Y NIÑAS

Lo que deben conocer los niños y niñas:

1. Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, No. 7472
2. Definición de Consumidor (a)
3. Necesidades y Mercado
4. Educación del Consumidor

1. LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR

En Costa Rica existe una Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, mediante la cual el Estado protege nuestros derechos y propicia un mercado competitivo, es decir, un lugar donde podamos comprar muchos productos, de acuerdo con nuestros gustos y preferencias.

En este mercado, nuestros padres pueden comprar, entre otros, los siguientes productos:

- Alimentos
- Ropa
- Zapatos
- Juguetes
- Útiles escolares
- Medicinas
- Servicios públicos (agua, teléfono, luz, gas)



CON LA LEY DEL CONSUMIDOR AHORA LOS NIÑOS
TENEMOS MÁS OPCIONES DE JUGUETES, PORQUE
NUESTROS PADRES PUEDEN ESCOGERLOS SEGÚN LA
CALIDAD, LOS PRECIOS Y LAS FORMAS

La Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor fue aprobada por nuestro Gobierno en el año 1995, y todos los niños tienen que conocer su importancia, porque el día de mañana serán ellos los que tomen sus propias decisiones de consumo, y deben estar preparados para ello, de modo que sean conscientes de sus derechos y de las obligaciones de los comerciantes.

a La Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor tiene tres objetivos fundamentales:

- Proteger los derechos y los legítimos intereses de los consumidores.
- Promover la sana y libre competencia.
- Eliminar trámites burocráticos innecesarios

Hace algunos años en nuestro país existía un modelo de economía “cerrada”, es decir, un mercado donde la comercialización de los bienes y servicios era muy limitada, dado que el Estado imponía una serie de impuestos a los productos de otros países, para proteger a los empresarios nacionales.

Con la nueva ley, la economía del país deja de ser “cerrada” y se convierte en una economía “abierta”, donde se eliminan las trabas impositivas y se abre la posibilidad para que otros bienes y servicios, de origen extranjero, se puedan vender en el mercado nacional.

a Cuando la economía es abierta:

- se facilita la libre competencia.
- la producción se diversifica.
- se da la apertura comercial.
- se suscriben tratados de libre comercio.

a Principios fundamentales de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor

De acuerdo con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, número 7472, podemos apreciar tres principios fundamentales:



Para promover un mercado, libre y competitivo es necesario eliminar y simplificar trámites burocráticos innecesarios.

Procurando un mercado, libre y competitivo, se garantiza la libertad económica y la soberanía del consumidor.



El consumidor (a) es un agente muy importante en el mercado, dado que sobre él giran todas las actividades económicas.

a Actitud seria y responsable por parte de los comerciantes:

Si bien es cierto la nueva ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumo, permite la libertad económica, los comerciantes tienen que asumir una actitud seria y responsable en el mercado, para lo cual deberán:

- Cumplir con las exigencias necesarias para proteger la salud, la seguridad y el medio ambiente.
- Abstenerse de manipular los precios de los bienes y servicios.
- Garantizar la prestación eficiente de servicios con estricta observación de los principios éticos y de calidad.
- Evitar prácticas que distorsionen la transparencia del mercado.
- Respetar los derechos de los consumidores.

2. DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR (A)

El consumidor (a) es toda persona que adquiere, disfruta o utiliza los bienes o servicios, en la etapa final de consumo. En el mercado participan diferentes personajes, por ejemplo:

- **Los productores o industriales:** quienes llevan a cabo el proceso de elaboración de todos los productos industriales y agrícolas para posteriormente comercializarlos en el mercado.
- **Los comerciantes, distribuidores o mayoristas:** quienes se encargan de llevar los productos a los establecimientos comerciales, donde van los consumidores a comprarlos. A éstos personajes también se les denomina proveedores.
- **Los comerciantes, detallistas o minoristas:** son las personas que venden los productos directamente al consumidor, como las pulperías, las sodas y los supermercados. A este personaje también se le denomina proveedor.
- **Los consumidores:** que somos todos nosotros, quienes vamos al mercado a comprar el diario, la leche, el pan, y muchas otras cosas más.



ES MUY AGRADABLE ACOMPAÑAR A NUESTROS PADRES A REALIZAR LAS COMPRAS. PROCUREMOS ACONSEJARLES QUE ANTES DE LA ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS CONSULTE PRECIOS, CALIDADES, GARANTÍAS.

Hacer compras nos gusta a todos, pero tenemos que hacer un alto en el camino para determinar cuáles productos son realmente prioritarios, pues muchas veces gastamos dinero en cosas que no son urgentes y nos privamos de hacer otras más adelante que sí lo son.

a ¿Qué es un consumidor(a)?

El consumidor es el destinatario final que adquiere, disfruta o utiliza los bienes y los servicios. De acuerdo con el Artículo 2 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, la definición de “consumidor” es la siguiente:

“Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano – en los términos definidos en el Reglamento de esta Ley – que adquiere productos terminados o insumos para integrar los en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros”

Los consumidores son muy importantes en la dinámica del mercado, pues de ellos depende la actividad de cada uno de los agentes económicos que conforman la cadena de producción y comercialización de bienes y servicios. Las actividades de los productores, de los comerciantes distribuidores o mayoristas y de los comerciantes detallistas o minoristas no tendrían razón de ser, sin los consumidores.

Por esa razón:

Unos consumidores:

- Un agente económico fundamental del mercado.
- Un agente protagonista de las relaciones comerciales.
- Un agente esencial que hace funcionar el mercado de manera competitiva.
- Un agente que merece respeto, como ser humano.
- Un agente que no ocasiona problemas, exige respeto por sus derechos
- Un agente que genera riqueza y productividad

3. NECESIDADES Y MERCADO

a Necesidades:

Por “necesidades” entendemos todo aquello que requerimos para la convivencia humana, no solamente cosas materiales, como la alimentación, el vestido y la vivienda, sino también aspectos relacionados con el afecto y el cariño.

Las necesidades son muchas y desde luego que muy variadas, por ello, conviene que nos esforcemos para poderlas identificar y saber tomar las decisiones correctas. Por ejemplo: en el mercado encontraremos muchos artículos lujosos, pero lo importante es que sean funcionales y se ajusten al presupuesto familiar.

a Mercado:

En fin, son muchas las cosas que necesitamos para vivir, y todas ellas las encontramos en un lugar que se llama “mercado”, es decir, el lugar donde se reúnen los compradores y los vendedores. Los compradores son los consumidores que buscan satisfacer distintos tipos de necesidades, y los vendedores son los comerciantes que obtienen ganancias con sus ventas (Delgado: 1994:27)

Para comprender de mejor manera la forma en que opera el mercado es preciso señalar las cuatro etapas de la cadena de producción y comercialización de bienes y servicios, compuesta por los productores, comerciantes distribuidores o mayoristas, comerciantes detallistas o minoristas y consumidores.



PRODUCCIÓN: Es la primera etapa, en ella se inicia el proceso de transformación y elaboración de los productos - industriales y/o agrícolas - que necesitan los consumidores.

DISTRIBUCIÓN MAYOREO: Es la segunda etapa, por medio de la cual se distribuye – por los distintos medios de transporte – los productos hacia los diferentes puntos de venta, o negocios.



COMERCIO DETALLISTA O MINORISTAS: Es la tercera etapa de la cadena, y consiste en los puntos de venta, es decir, los diferentes establecimientos comerciales – o negocios – donde vamos a comprar las cosas que necesitamos.

CONSUMO: Es la cuarta etapa de la cadena de producción y comercialización de bienes y servicios, está representada por los consumidores, es decir, por todas aquellas personas que, como destinatarios finales, hacen las compras para satisfacer sus necesidades.



4. EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

La educación del consumidor en las escuelas es muy importante porque permite a los niños adquirir conocimientos y habilidades para que puedan desempeñarse de manera responsable y solidaria en todas sus relaciones de consumo, conociendo sus derechos y sus deberes.

Es necesario que los niños empiecen a familiarizarse con la temática del consumo, y especialmente con los derechos del consumidor, pues es un aspecto que está presente durante toda la vida. Gracias a la educación podremos desarrollar aptitudes y destrezas para tomar decisiones de consumo sensatas y beneficiosas.

Con la educación sobre el tema de consumo, los niños y niñas podrán:

- Valorar de mejor manera las cosas que les compran los padres.
- Sabrán aprovechar y darle buen uso a los útiles escolares.
- Consumirán de preferencia productos sanos, como las frutas y las verduras.
- Ayudarán a sus padres en las compras, viendo las etiquetas y comparando los precios.
- Aprenderán a ser consumidores racionales.

Como veremos, la educación del consumidor – desde temprana edad – permite instruir a las actuales y futuras generaciones, promoviendo valores esenciales como la solidaridad, el protagonismo en defensa de sus derechos, el respeto, la ayuda mutua, la criticidad en el consumo y la organización como mecanismo de defensa.

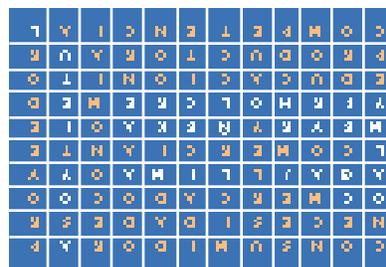
= EJERCICIOS DIDÁCTICOS:

Primer ejercicio: **SOPA DE LETRAS**

Encuentra las diez (10) palabras claves que aparecen en la sopa de letras

C	O	N	S	U	M	I	D	O	R	A	P
N	E	C	E	S	I	D	A	D	E	S	R
O	C	M	E	R	C	A	D	O	C	O	O
A	G	A	J	L	L	I	M	A	O	Y	V
L	C	O	M	E	R	C	I	A	N	T	E
M	B	V	R	Y	Ñ	B	K	A	O	I	E
Y	F	R	H	O	L	C	R	E	M	E	D
E	D	U	C	A	C	I	O	N	I	T	O
P	R	O	D	U	C	T	O	R	A	U	R
C	O	M	P	E	T	E	N	C	I	A	L

1. Ley. 2. Economía. 3. Competencia. 4. Mercado. 5. Consumidor. 6. Productor.
7. Proveedor. 8. Comerciante. 9. Necesidades. 10. Educación.



2015-2016

Segundo ejercicio: DEFINICIÓN DE PALABRAS CLAVES

Una vez identificadas las diez palabras claves, explique la definición de cada una de ella en los espacios siguientes:

1. LEY

2. ECONOMÍA

3. COMPETENCIA

4. MERCADO

5. CONSUMIDOR

6. PRODUCTOR

7. PROVEEDOR

8. COMERCIANTE

9. NECESIDADES

10. EDUCACIÓN



Tercer ejercicio: **DESARROLLO**

Describa el nombre de 15 productos que se compran en el mercado, de acuerdo con la siguiente clasificación (el objetivo de que el estudiante identifique la variedad de bienes que se comercializan en los establecimientos comerciales).

- Mencione el nombre de cinco productos alimenticios:

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

- Mencione el nombre de cinco juguetes

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

- Mencione el nombre de cinco prendas de vestir

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

- Mencione el nombre de cinco productos escolares

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Cuarto ejercicio: REFLEXIÓN

En grupos, los estudiantes reflexionarán sobre los siguientes temas.

= Tarea para el primer grupo de estudiantes

Describan los tres objetivos fundamentales de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y luego comenten su significado entre sí y después con el resto de los compañeros.

PRIMER OBJETIVO

SEGUNDO OBJETIVO

TERCER OBJETIVO

= Tarea para el segundo grupo de estudiantes

Describan los tres principios fundamentales de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y luego comenten su significado entre sí y después con el resto de los compañeros.

PRIMER PRINCIPIO

SEGUNDO PRINCIPIO

TERCER PRINCIPIO

= Tarea para el tercer grupo de estudiantes

Identifiquen los cuatro agentes que conforman la cadena de producción y comercialización de bienes y servicios y expliquen a la clase las funciones de cada uno dentro del mercado. Guíense por las siguientes palabras.

P	D
C	C

Quinto ejercicio: **DIBUJE Y COMENTE**

En los siguientes espacios, dibuja tres cosas que tú les pediste a tus padres que te compraran.

Reúnanse con varios compañeros y comenten entre sí lo siguiente:

- Muéstrales lo que dibujaste.
- Comenten las razones por las cuales pidieron a sus padres la compra de tales cosas.
- Pregúntense si todavía usan estas cosas y para que les sirven.
- Comenten si se sienten satisfechos de haber adquirido tales productos.

SEGUNDA PARTE

LOS DERECHOS Y DEBERES DEL CONSUMIDOR

Los Derechos y Deberes del Consumidor

1. Derecho a la salud.
2. Derecho a la seguridad.
3. Derecho a un ambiente sano.
4. Derecho de información y educación.
5. Derecho de protección administrativa y judicial.
6. Derecho de factura.
7. Derecho de garantía.
8. Derecho de retracto.
9. Derecho de calidad.
10. Derecho de buen trato.
11. Derecho de organización.
12. Deberes del consumidor.

Los derechos del consumidor son todas aquellas disposiciones legales que el Estado de Costa Rica establece en el marco de la Constitución Política para la protección del consumidor ante eventuales prácticas abusivas por parte de los comerciantes y las cuales fueron incorporadas en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

1. DERECHO A LA SALUD

La salud es un derecho de todos los consumidores. Ninguna actividad económica puede desarrollarse si no cumple los estándares de calidad necesarios para garantizar la salud a las personas.

Los niños deben comprender que la salud humana está relacionada con la alimentación, de hecho muchos de los problemas que afectan la salud del consumidor se originan por dos razones fundamentales:

- La mala nutrición.
- El exceso de consumo.

Ambos extremos significan un riesgo para el consumidor, pues en el primero de los casos, millones de personas en el mundo están a punto de morir por desnutrición, y otros tantos por exceso en la alimentación (Chávez:iii), ya que esto puede generar enfermedades de muy diversas índoles.

Tener una buena dieta, o lo que es lo mismo una buena alimentación, nos ayuda a tener buena salud, por ello cuando acompañemos a nuestros padres al mercado, pidámosles productos saludables, como:

- Frutas.
- Verduras.
- Legumbres.
- Refrescos naturales.

RECORDEMOS QUE NOSOTROS
SOMOS LO QUE COMEMOS. CUIDEMOS
NUESTRO CUERPO Y PROCUREMOS
ALIMENTARNOS SANAMENTE



En el mercado actual muchos de los productos que no son nutritivos se conocen como productos “chatarra”, es decir, productos que realmente no alimentan, y su consumo frecuente podrían afectar la salud de las personas, puesto que la mayoría de las veces las enfermedades están relacionadas con malos hábitos de consumo.

En ese sentido, lo primero que deben conocer los consumidores es que la relación entre los alimentos y la salud es muy estrecha, y que dependiendo de los alimentos que consumamos así será nuestra calidad de vida.

Nadie está exento de esta condición natural, a pesar de que el organismo humano es un perfecto amortiguador para los efectos nocivos de los alimentos inadecuados, tarde o temprano se manifestarán diversos trastornos que afectarán la salud (Chávez: 2).

Muchas de las enfermedades como:

- diabetes,
- infecciones respiratorias,
- infecciones gástricas,
- desnutrición y
- anemia,

tienen su origen en la mala alimentación, por ello, es deber de todo consumidor conocer estos aspectos y asumir una actitud responsable para garantizarse una mejor calidad de vida.



LOS NIÑOS Y NIÑAS TENEMOS QUE COMER PRODUCTOS
SANOS Y NUTRITIVOS, ADEMÁS DEBEMOS HACER EJERCICIOS
PARA TENER EL PESO CORRECTO Y EVITAR ENFERMEDADES
COMO LAS DEL CORAZÓN.

Algunas recomendaciones, según (Infante:100:1997) para mantener una dieta saludable son:

- Evitar el exceso de sal.
- Evitar las grasas, como la mantequilla y la manteca.
- Usar aceite en el cocimiento de los alimentos.
- Usar poca azúcar.
- Consumir frutas, verduras y legumbres.
- Limitar el consumo de carnes rojas.
- Preferir las carnes blancas.
- Restringir los alimentos “chatarra”.
- Hacer ejercicios y consumir bastante agua pura.

2. DERECHO A LA SEGURIDAD

Todos los productos:

- Alimenticios,
- Medicamentos,
- Cosméticos,
- Electrodomésticos,
- materiales escolares,
- juguetes y
- servicios

tienen que ser seguros, y presentar todas las advertencias para que los consumidores puedan evitar posibles riesgos a la hora de utilizarlos, ingerirlos o manipularlos.

Los productos alimenticios deben presentar aspectos esenciales como sus valores nutricionales y la fecha de vencimiento. Recuerde que las frutas y las verduras son saludables.



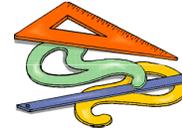
Cuando compramos electrodomésticos, juguetes y demás productos que requieren un uso cuidadoso, debemos fijarnos en la etiqueta, para conocer los posibles riesgos, empleo, voltaje y demás precauciones.

Los medicamentos deben consumirse con prescripción médica, deben venderse con las especificaciones de uso y contenido. Deben indicar la fecha de vencimiento y la información sobre efectos secundarios.



Todo producto cosmético, como pinturas, perfumes, aerosoles, líquidos para limpiar muebles, etc. deben indicar en la etiqueta la composición química, la fecha de vencimiento, los peligros para la salud que pueden ocasionar y la forma de usarlos.

Los niños tienen que tener mucho cuidado a la hora de usar los implementos educativos, como el compás y los lápices, pues un mal uso puede ocasionarnos problemas. Todos estos productos deben presentar condiciones de seguridad y calidad, como estuches o protectores.



Además de las medidas de seguridad que deben indicarse en la venta de juguetes y demás implementos para los niños y bebés, nosotros debemos ser muy cuidadosos siendo vigilantes con nosotros mismos y con los demás niños, de manera que no se presenten riesgos cuando están jugando.

La calidad del servicio y las medidas de seguridad y precaución deben ser garantizadas a los consumidores en todos los servicios públicos que demanda, como transporte, diversión, restaurantes, etc. Es importante conocer las advertencias que se hacen como por ejemplo, las salidas de emergencia.



Tanto en las relaciones de compra, como en la utilización misma de los productos, es muy importante que los consumidores aprendamos ciertas prácticas que nos ayudarán prevenir situaciones de riesgo, y como niños estudiosos de los derechos del consumidor, entonces debemos apoyar a nuestros padres con los siguientes consejos:

- Verifiquemos siempre la información que aparece en las etiquetas, ella nos permite tener un mayor conocimiento sobre las particularidades, especificidades y usos de los productos.
- Conviene consumir productos saludables, como las frutas, verduras, legumbres y las bebidas naturales.
- Además de tener una dieta balanceada, recordemos que es esencial hacer ejercicios.

- Es importante recordar que los electrodomésticos no son juguetes y que deben ser manipulados por los adultos, si queremos escuchar una canción, ver un programa de televisión, calentar un alimento, etc, debemos pedirle a los adultos que lo hagan por nosotros.
- Antes de instalar o poner en uso un producto es necesario que veamos primero las indicaciones y las medidas de precaución, para esto debemos revisar los manuales de instrucción y de uso, los cuales deben estar en idioma español.
- Los productos cosméticos deben estar guardados en lugares seguros, a una temperatura ambiente y no cerca de lugares calientes pues son inflamables y pueden provocar situaciones lamentables.
- No olvidemos que los implementos escolares son únicamente para uso didáctico, los lápices, gomas, reglas y compases deben estar guardados con medidas de protección como los estuches.
- Los juguetes deben estar limpios, no debemos llevarlos a la boca, y cuando uno de ellos tiene problemas de funcionamiento debemos decirselos a los adultos para que sean ellos quienes resuelvan la situación y nos enseñen cómo debemos hacerlo cuando no están presentes en ese momento.
- Cuando hagamos uso de los servicios públicos, verifiquemos que sean seguros, tanto en lo que corresponde a las instalaciones, como a las medidas de seguridad internas, como puertas y escaleras de salida.
- Los medicamentos son productos importantes para curar las enfermedades, pero solamente debemos consumir aquellos que nos recetan los médicos. No nos automediquemos y tampoco recetemos a otras personas. Guardemos los medicamentos en lugares frescos y seguros.

3. DERECHO A UN AMBIENTE SANO

En Costa Rica todas las actividades productivas deben cumplir normas internacionales de calidad de manera que no afecten la salud y la seguridad de los consumidores, pero también, es necesario prevenir riesgos para el medio ambiente.



ES IMPORTANTE QUE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LAS ESCUELAS DE COSTA RICA CONOZCAMOS ALGUNAS FORMAS DE CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.

a Formas de contaminación ambiental:

- **Degradación del ambiente:** En nuestras sociedades industrializadas sucede un fenómeno perjudicial para la población, se conoce como la degradación del ambiente, y se produce cuando la actividad económica – o cadena de producción y comercialización de bienes y servicios – avanza a una alta velocidad, lo cual obliga a desarrollar tecnologías capaces de extraer los recursos a un ritmo más rápido que la misma velocidad de renovación de los recursos naturales renovables (Guerra:28)
- **Contaminación industrial:** Sin duda alguna, el desarrollo industrial favorece a nuestro país, porque genera mayores empleos y porque el Estado puede recaudar más dinero para los programas sociales; pero, no olvidemos también que la contaminación industrial nos afecta de muchas formas, debido a la utilización de metales y sustancias tóxicas que se emplean en los procesos respectivos, tales como: el plomo y el cromo (Guerra:35).
- **Contaminación agrícola:** Nuestro país depende mucho de la agricultura, y en su proceso productivo se aplican productos químicos, tanto para favorecer la producción, como para preservar el producto. Así las cosas, muchos de los abonos y plaguicidas que se utilizan en el campo contaminan y pueden provocar problemas en la salud, como es el caso de un plaguicida conocido como DDT, el cual no sufre procesos de biodegradación rápida, sino hasta muchos años después, por lo que es absorbido por las personas y puede ocasionar daños fatales (Guerra:36)
- **Contaminación orgánica:** Uno de los problemas más serios que dañan el ambiente, y consecuentemente a los consumidores, está relacionado con la contaminación orgánica, por medio de la cual las industrias de scargan los desechos en los ríos, afectando considerablemente su riqueza hídrica, como suele suceder en Costa Rica con los desechos de lcafé (Guerra:37).
- **Contaminación del aire:** Otro de los problemas serios que viven las sociedades industrializadas tienen que ver con la contaminación del aire, tanto de los gases que emanan los complejos industriales, como por la combustión de los motores, muchas veces provocados por la mala calidad de los mismos, o por los insuficientes métodos de refinación del combustible. Lo cierto es que el derecho del consumidor se ve afectado, pues el ambiente se contamina de numerosas sustancias químicas que pueden producir serios problemas de salud a las personas.
- **Contaminación sonora:** El avance tecnológico también ha representado en nuestras sociedades un aumento desmedido de la emisión de sonidos o ruidos que producen la llamada contaminación sonora, y que también provocan consecuencias nocivas para la salud humana y animal, y también sobre elementos materiales susceptibles a los sonidos de alta intensidad (Guerra:67)



LOS NIÑOS Y NIÑAS TENEMOS DERECHO A VIVIR
Y JUGAR EN UN AMBIENTE SANO

Por ello, siempre seguimos los siguientes consejos:

- Les pedimos a nuestros padres que compren productos que no dañen el ambiente, como algunos aerosoles que dañan la capa de ozono.
- Apoyamos a los adultos cuando denuncian aquellas empresas que contaminan de distintas formas.
- Sugerimos que las personas compren productos reciclables¹.
- Ayudamos a mantener limpio nuestro ambiente, no tiramos basura a los ríos.

4. DERECHO DE INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Los consumidores tienen derecho a recibir educación sobre el tema de consumo y a ser informados correctamente sobre los productos y los servicios que se venden en el mercado con la finalidad de que puedan tomar decisiones adecuadas.



LA EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS
ESCUELAS DE COSTA RICA NOS FAVORECE A
TODOS PORQUE NOS ENSEÑA A SER MÁS
CUIDADOSOS EN LAS COMPRAS.

Gracias a la educación del consumidor:

- Seremos más diligentes en nuestras compras y será más difícil para los comerciantes irrespetar nuestros derechos.
- Podremos administrar de mejor manera nuestro presupuesto.
- Hacemos más competitivo el mercado, porque buscamos marcas, precios, calidades y mejor trato.
- Podemos prevenir situaciones que a diario suceden en el comercio, de modo que antes de poner una denuncia intentamos un arreglo con el comerciante.

¹Se refiere a productos con empaques o envases que se pueden reutilizar posteriormente para la protección del ambiente. (www.serviplus.com)

- Seremos cautelosos frente a las distintas formas de publicidad, consumiendo de acuerdo con nuestros valores y posibilidades económicas.
- Nos acostumbramos a visitar varios negocios para hacer comparaciones antes de comprar lo que necesitamos.
- Seremos capaces de organizarnos entre todos los consumidores para defender nuestros derechos.

Por otra parte, la información es un aspecto esencial para que los consumidores puedan tomar las decisiones de consumo de manera correcta, esto significa que los comerciantes están obligados a informarle al consumidor de todos los aspectos que inciden en sus decisiones de consumo.

TODOS LOS CONSUMIDORES TENEMOS DERECHO DE RECIBIR POR PARTE DEL COMERCIANTE INFORMACIÓN SUFICIENTE Y VERDADERA SOBRE LOS BIENES Y SERVICIOS PARA PODER TOMAR DECISIONES RACIONALES. (Art: 34. Ley 7472)



La publicidad juega un papel esencial en la transmisión de la información, pues constituye un instrumento moderno mediante el cual los comerciantes dan a conocer las características y particularidades de los bienes y servicios. Sin embargo, tenemos que reconocer que muchas veces se recurre a la publicidad engañosa, con lo cual se viola el derecho de información, veamos el siguiente ejemplo de publicidad engañosa:

Ejemplo 1: Un anuncio de una juguetería nos indica que con 1000 colones podemos comprar una bola de fútbol, pero cuando vamos al negocio nos dicen que el juguete vale 2000 colones

Ejemplo 2: A la hora de comprar un televisor el comerciante le indicó a nuestros padres que tenía un año de garantía, pero luego nos dimos cuenta que solamente tenía seis meses.

Como podemos apreciar, la publicidad engañosa constituye una práctica indebida que viola el derecho de información verdadera y suficiente que tenemos todos los consumidores en Costa Rica, por eso, todos nosotros tenemos que aprender a ver y analizar la publicidad, para no caer en este tipo de trampas.



NO OLVIDEMOS ANALIZAR BIEN LA PUBLICIDAD ANTES DE HACER NUESTRAS COMPRAS, PUES MUCHAS VECES LA INFORMACIÓN ES INSUFICIENTE, ENGAÑOSA Y DUDOSA.

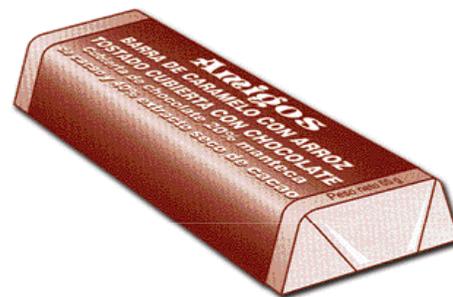
a IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS

Es importante que los consumidores sepan leer correctamente las etiquetas, por ello, se presentan a continuación algunos ejemplos con productos alimenticios de referencia.

¿Qué estoy comprando?

El alimento debe tener, además del nombre comercial, un nombre que nos diga qué estamos comprando.

Este chocolate se llama Amigos, ese es el nombre comercial, pero lo que me dice qué estoy comprando es donde dice que es una barra de caramelo con arroz tostado cubierto con chocolate, éste es nombre específico del producto.



¿Qué tiene lo que estoy comprando?

En la lista de ingredientes me indican qué cosas contiene el producto que estoy comprando. Entonces si soy alérgico a algún tipo de alimento puedo fijarme en esta lista y decidir si compro o no el producto.



También puedo tener una idea de la cantidad de cada ingrediente porque están ordenados empezando por lo que más tiene y terminando con lo que menos tiene. En este ejemplo lo que más tiene esta jalea es azúcar y lo que menos tiene es esencia de vainilla.

¿Cuánto del producto estoy comprando?

Todos los productos deben informar sobre el contenido neto de producto, o sea, la cantidad exacta que estamos comprando.

En este ejemplo, lo que pesa el chocolate son 65 g



¿Qué pasa si el producto viene en algún líquido como el atún o las frutas en almíbar?

Entonces yo tengo derecho a saber cuáles es el peso escurrido del producto, es decir lo que trae de atún quitándole el aceite o agua y lo que trae de frutas quitándole el almíbar.

¿Cuándo vence el alimento?

Todos los alimentos tienen una fecha de vencimiento que me dice a partir de cuándo el producto podría perder sus características originales y su consumo podría ser riesgoso. Después de esta fecha, el alimento no se considera comercializable.

Esto me lo indican con esta frase:

Consumir preferentemente antes del 23/07/04 o también

Consumir preferentemente antes del final del: 05/06 (mayo de 2006)

¿De dónde viene el producto?

Los consumidores tenemos derecho a saber de qué país importaron el alimento o si es producido en Costa Rica, por lo que todos deben ponerlo en la etiqueta.

¿Quién fabrica, vende o distribuye el producto?

Tenemos derecho a saber quién fabrica, vende, empaqueta, o distribuye el producto. Esto lo deben poner en la etiqueta y poner el nombre y la dirección de esta persona o empresa.

¿Cuántas almendras tiene el chocolate?

Si un producto me dice que tiene un ingrediente que hace especial al producto, me tienen que decir el porcentaje de este ingrediente especial.

Este chocolate parece ser distinto de los demás porque tiene almendras, entonces me deben indicar el porcentaje de almendras que trae (10%)



¿Cómo lo preparo?

Si es necesario, deben indicarme cómo debo preparar el producto para el consumo. Por ejemplo las tortas de hamburguesa preparadas, deben indicarme por cuánto tiempo debo cocinarlas, si debo descongelar antes o no, en fin; o por ejemplo los jugos de frutas que me indican que debo agitarlos antes de tomarlos.

¿Dónde lo guardo?

Si el producto requiere que se guarde en un lugar especial para evitar la descomposición, deben indicarlo en la etiqueta. Por ejemplo, las tortas de carne preparadas deben mantenerse en congelación o la leche debe estar en refrigeración, entonces estas instrucciones deben venir claras en la etiqueta.

¿Tienen permiso para venderlo?

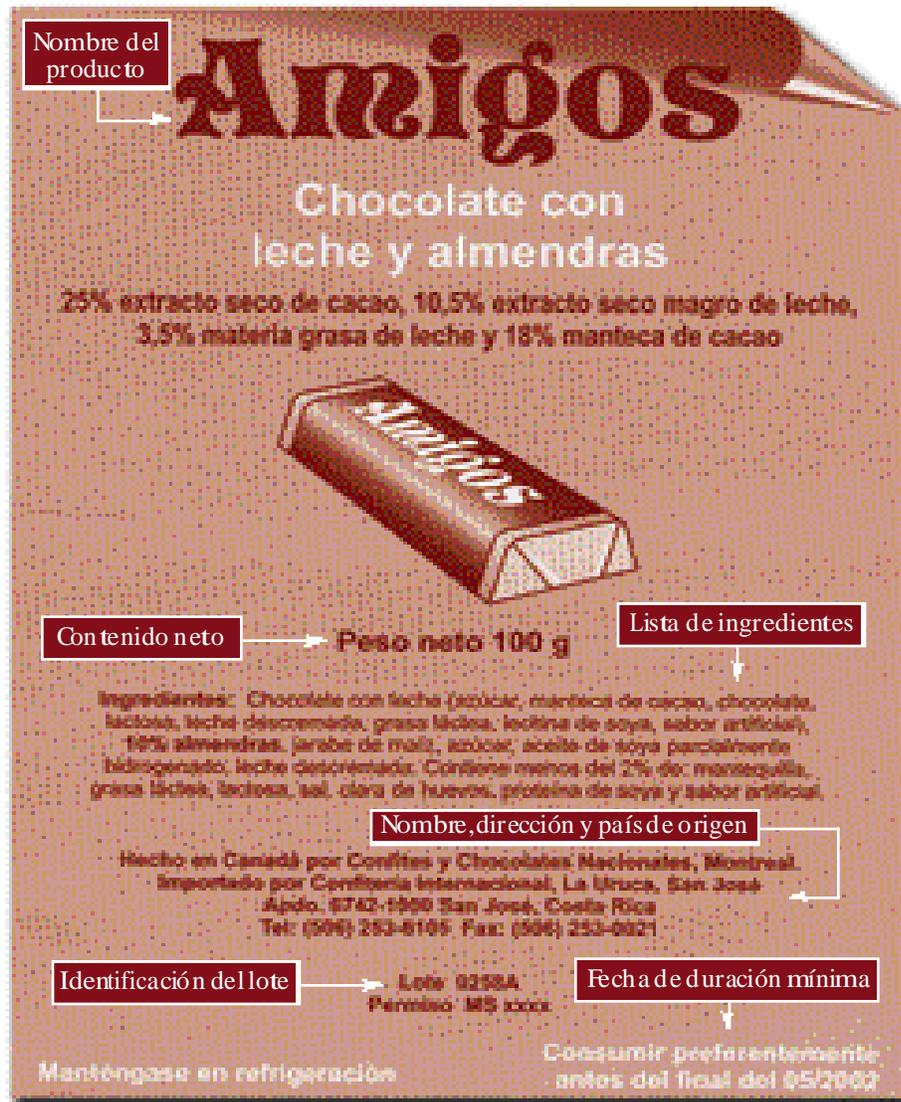
Todos los alimentos deben tener un número que me indica que fueron registrados en el Ministerio de Salud, este es un código como este: Registro # 2101-A-xxxx

¿Porqué es importante fijarse en todos estos datos?

Eso evita que nos engañen, nos asegura hacer una buena compra, porque consideramos todos los aspectos importantes para tomar una buena decisión.

¿Esto hará que sea lenta la compra?

No, son sólo 10 aspectos en los que hay que fijarse y la mayoría de ellos ya los tomamos en cuenta, como el nombre del alimento, el peso neto, la fecha de vencimiento.



Nombre del producto → **Amigos**

Chocolate con leche y almendras

25% extracto seco de cacao, 10,5% extracto seco magro de leche, 3,5% materia grasa de leche y 18% manteca de cacao

Contenido neto → **Peso neto 100 g**

Lista de ingredientes

Ingredientes: Chocolate con leche (cacao, manteca de cacao, chocolate, lactosa, leche descremada, grasa láctea, lecitina de soya, sabor artificial), 10% almendras, jarabe de maíz, azúcar, aceite de soya parcialmente hidrogenado, leche descremada. Contiene menos del 2% de mantequilla, grasa láctea, lecitina, sal, clara de huevos, proteína de soya y sabor artificial.

Nombre, dirección y país de origen

Hecho en Canadá por Confités y Chocolates Nacionales, Montreal.
Importado por Confitaria Internacional, La Uruca, San José.
Apdo. 8740-1900 San José, Costa Rica
Tel: (506) 253-6195 Fax: (506) 253-6921

Identificación del lote → **Lote 02394**
Permiso: MS 1000

Fecha de duración mínima

Manténgase en refrigeración

Consumir preferentemente antes del final del 05/2002

Como niños estudiosos de los temas del consumidor, ayudamos a nuestros adultos con los siguientes consejos a la hora de reconocer y analizar la publicidad:

- Nos preocupamos por averiguar de qué está hecho el producto.
- Nos cuestionamos para qué nos sirve el producto.
- Determinamos por qué se dice que el producto es bueno.
- Nos preguntamos qué beneficios tenemos con el producto.
- Analizamos con mucho cuidado las cualidades reales del producto, y
- Razonamos si de verdad necesitamos el producto y más bien lo vamos a comprar solamente por un asunto de vanidad, moda o estatus.

Como parte de la información que deben dar obligatoriamente los comerciantes a los consumidores están los siguientes casos:



Los precios de los bienes y servicios deben estar visibles al consumidor, ya sea en la etiqueta, el anaquel o en la góndola, así como en los menús, incluyendo los impuestos. Art. 34. Ley 7472.

Los bienes y servicios deben producirse y comercializarse en Costa Rica de acuerdo con los estándares internacionales de calidad. No se puede informar una calidad que no tiene el producto, o atribuirle condiciones de buena calidad cuando no es cierto. Art. 34. Ley 7472



Los comerciantes deben informar de manera clara, concisa y detallada todos los términos del contrato, y no pueden hacer modificaciones de ninguna clase que afecten los intereses de los consumidores. Art. 34. Ley 7472

Los comerciantes deben informar si en el país existen servicios de reparación y repuestos para un bien determinado. Además deben informar si los repuestos utilizados en reparaciones son usados. Art. 34. Ley 7472



5. DERECHO DE PROTECCIÓN ADMINISTRATIVA Y JUDICIAL

Los consumidores podemos acudir a la vía administrativa y/o judicial para la defensa efectiva de nuestros derechos. Una vez que los consumidores presenten las denuncias por la vía judicial, el Juez realiza una audiencia de conciliación con la finalidad de procurar un acuerdo satisfactorio entre las partes, es decir entre el consumidor y el comerciante.

Cuando un comerciante establece alguna cláusula o término en los contratos, ya sea en clubes de viajes, tarjetas de crédito, u otro, que por su condición es abusivo para los consumidores, entonces tenemos que recurrir a la vía judicial, igualmente si se tratara de daños y perjuicios.

Pero cuando el comerciante:

- No respeta los términos de los contratos
- No entrega factura
- No respeta el plazo de la garantía
- No informa correctamente sobre los precios
- Cobra más de lo indicado por él mismo
- Recurre a la publicidad engañosa

Entonces podemos presentar nuestros reclamos ante la Comisión Nacional del Consumidor, que es una oficina ubicada en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y que funciona como un tribunal administrativo.



La Comisión Nacional del Consumidor es una instancia administrativa que vela por el cumplimiento de los derechos del consumidor y las obligaciones del comerciante.

Los derechos del consumidor y las obligaciones de los comerciantes están contemplados en los artículos 32 y 34 respectivamente, de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, número 7472, vigente desde el 19 de enero del año 1995.

En la Comisión Nacional del Consumidor también se lleva a cabo un proceso conciliatorio, mediante el cual se procura un acuerdo entre las partes.



En toda reclamación, es importante que los consumidores agoten la vía, comunicándose en primera instancia con los comerciantes, a ellos debemos dirigirnos para expresarles nuestras opiniones sobre lo que

nos inquieta acerca de los bienes y servicios que hemos adquirido. Si el comerciante no escucha razones, entonces debemos dirigirnos de inmediato hasta la Comisión Nacional del Consumidor para formalizar el reclamo respectivo.

Para presentar denuncias ante la Comisión Nacional del Consumidor no se requiere mayor formalismo, y tampoco tienen que presentarla con la autenticación de un abogado, sin embargo, como todo trámite ante la Administración Pública, deben observarse las siguientes condiciones:

- Debe indicarse el nombre completo del consumidor, su número de cédula y la dirección completa donde atender notificaciones.
- El consumidor debe indicar el nombre del negocio y la dirección del mismo.
- Debe explicar de manera clara y precisa el problema que le aqueja.
- Es importante que presente todos aquellos documentos como facturas, garantías, contratos, testimonios etc., que le sirvan como prueba.
- Un asunto imprescindible es la indicación clara de su pretensión, es decir: si desea el cambio del producto, la reparación, la devolución del dinero, el cumplimiento del contrato, etc.

Una recomendación importante es que los consumidores pueden llamar a la línea de asesoría que el Ministerio de Economía, Industria y Comercio tiene disponible de forma gratuita (800-266-78-66) para que hagan sus consultas, en esta línea recibirán información y orientación por parte de un equipo de profesionales en la materia.

Además, existe una Dirección de Apoyo al Consumidor que dispone una plataforma de atención integral al consumidor (PACO), por medio de la cual se brinda información y asesoría por medios electrónicos y también de manera personalizada, a cargo de profesionales calificados.



En la Comisión Nacional del Consumidor un calificado equipo de profesionales trabaja día a día para informar, educar y asesorar a los consumidores.

6. DERECHO DE FACTURA

La factura es un documento muy importante en las relaciones de consumo porque es el comprobante de pago de los bienes y servicios que adquirimos en los establecimientos comerciales. En Costa Rica, los comerciantes están obligados a extenderla, con especificación clara del bien y/o servicio y del precio.

La factura también cumple la función de garantía, pues si el comerciante no entrega un certificado de garantía adicional, entonces la factura cumple dicha función, por ello, es muy importante que los consumidores exijan siempre su factura de compra, y verifiquen que cumple con las siguientes especificaciones:

- Nombre de la persona que compra el producto o contrata el servicio.
- Nombre del negocio.
- Detalle específico del producto y/ o servicio.
- Fecha de emisión (fecha de la compra)
- Mención de las características de la garantía que le brinde el vendedor.
- Si la entrega del producto es en otra fecha, pida que le indiquen el plazo y las condiciones de entrega.
- Indicación del plazo de garantía, cuando no se entrega certificado.

NO OLVIDE QUE LA FACTURA
DEBE ESTAR EN ESPAÑOL,
SER COMPLETA, CLARA Y
FÁCILMENTE LEGIBLE.



Al contratar un servicio, el consumidor tiene que tener mucho cuidado respecto a los términos del mismo, pues muchas veces se presentan reclamos ante la Comisión Nacional del Consumidor pero sin las pruebas respectivas sobre : precio, plazos, características, etc.

Es importante tener claro dos aspectos fundamentales:

- Los comerciantes de servicios están obligados a respetar los términos, condiciones y modalidades que previamente le ofrecieron al consumidor.
- En los contratos de reparación los comerciantes deben entregar una cotización o presupuesto por escrito a solicitud del consumidor, en donde se especifique claramente el daño o los daños del bien a reparar y el costo.

En ese sentido, si un consumidor tiene que reparar – por ejemplo - su vehículo, es importante que se considere algunos aspectos vitales, como los siguientes:

- Contratación de un taller reconocido.
- Solicitar el diagnóstico previo del problema del auto.

- Nombre y dirección del comerciante.
- Descripción detallada del trabajo a realizar.
- Indicación del costo del trabajo y de los materiales que se utilizarán.
- Tiempo en que se realizará el trabajo.

Conozcamos algunos aspectos básicos sobre la factura o comprobante de pago:

(1) COMPañÍA EL BUEN CONSUMIDOR ² (2) Cédu la jurídica:		
(3) Fecha: (4) Nombre del Cliente:		
(5) Cantidad	(6) Producto/servicio	(7) Precio (IVI)

- (1) Se refiere al nombre de la empresa que vende el producto o presta el servicio. Es muy importante que éste siempre aparezca en la factura, pues es la única forma de poder sentar responsabilidades administrativas y judiciales.
- (2) La cédula jurídica de la empresa indica que la misma está debidamente inscrita ante el Registro Nacional. Sin embargo algunas pequeñas empresas y comercios no tienen cédula jurídica. En estos casos la falta de éste requisito no invalida la factura.
- (3) La fecha que aparece en la factura indica el día en el cual se hizo la compra o se contrató el servicio. Los consumidores deben pedir que la indiquen, pues a partir de la misma se empieza a regir el plazo mínimo de la garantía.
- (4) También es importante que los comerciantes indiquen el nombre del consumidor o cliente en la factura, pues con ello se hace constar que el producto detallado es propiedad de esa persona para los efectos de hacer valer sus derechos.

²El nombre indicado en este ejemplo de factura fue seleccionado, casualmente cualquier parecido con uno real es coincidencia.

- (5) Otro aspecto importante que debe quedar claro en la factura es la cantidad de los productos que el consumidor está comprando.
- (6) El detalle de lo comprado es esencial, conviene especificar el producto en sí, como las características del mismo y el modelo. Igualmente se deberá indicar si se trata de bienes usados o reconstruidos o cualquier otra condición similar. Muchas veces el comerciante indica en este espacio el término "varios", pero el consumidor a la hora de hacer sus reclamos puede tener problemas, pues no se detalla en forma clara los bienes o servicios comprados.
- (7) El precio debe quedar claro en la factura, de manera que no quede duda de su monto final, incluyendo todos los impuestos cuando correspondan.

TODO COSTO ADICIONAL QUE SEA NECESARIO DURANTE LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO Y QUE NO PUDO SER INCLUIDO EN EL PRESUPUESTO ORIGINAL DEBERA SER COMUNICADO POR ESCRITO AL CONSUMIDOR ANTES DE SU REALIZACIÓN O UTILIZACIÓN.

7. DERECHO DE GARANTIA

La garantía es una responsabilidad legal asumida por el productor y / o comerciante, cuya finalidad es asegurarle al consumidor el buen funcionamiento de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, por lo tanto, significa el compromiso VINCULANTE de los productores y comerciantes para que los bienes y los servicios ofrecidos funcionen correctamente.

De conformidad con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor de Costa Rica, todos los bienes y servicios que se ofertan en el mercado nacional tienen garantía, es decir, ningún producto está exento de ella, siendo el plazo mínimo 30 días hábiles.



Disposición sobre la garantía contemplada en el Artículo 43 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor: "Todo bien que se vende o servicio que se presta debe estar implícitamente garantizado en cuanto al cumplimiento de los estándares de calidad y los requerimientos técnicos que, por razones de salud, medio ambiente y seguridad, establezcan las leyes, los reglamentos y las normas respectivas, dictadas por la Administración Pública"

Es muy importante que los consumidores comprendan que el plazo mínimo legal de una garantía es de treinta días hábiles en relación con la Administración Pública, es decir, que no se contabilizan los días sábados, domingos y feriados. Veamos el siguiente ejemplo:



A Juan, su mamá le compró un par de aviones en ocasión del Día del Niño. La fecha de la compra fue el día anterior, o sea, el 8 de setiembre. Si descontamos los días sábados, domingos y feriados (el 15 de setiembre y el 12 de octubre) tenemos que el plazo de la garantía de los aviones se riga a partir del 8 de setiembre hasta el 21 de octubre, inclusive.

a Aspectos que están referidos en toda garantía:

Además del plazo mínimo de la garantía, es de suma importancia que sepamos también qué tipo de aspectos están referidos en toda garantía. Estos aspectos son:

- La naturaleza del producto y del servicio (Por ejemplo: una casa, un auto, un traje)
- Las características de los bienes y servicios (Por ejemplo; un juguete de batería o uno manual)
- Las condiciones en se ofertan los bienes y servicios (Por ejemplo: la entrega a domicilio del producto)
- La calidad de los bienes y servicios (por ejemplo; las marcas y los respaldos).
- La utilidad y la finalidad de los bienes y servicios (por ejemplo: la prioridad de los productos)

a Límites de la garantía:

Los productores y comerciantes pueden poner límites a los términos de la garantía, es decir, algunos pueden ofrecer un plazo mayor a los treinta días hábiles – pero ninguno puede ofrecer un plazo menor -, pueden ofrecer el cambio del producto desde el primer momento en que el consumidor reporta cualquier tipo de problema, y pueden cubrir o opcionalmente los costos del transporte cuando haya que llevar el bien al taller de reparación.

No se debe olvidar que hasta por la garantía los comerciantes compiten entre sí, pero todo ofrecimiento del comerciante debe informarse por escrito, puesto que si al final no cumple con uno u otro término, el consumidor puede denunciar el hecho ante la Comisión Nacional del Consumidor, aportando la prueba respectiva.

De acuerdo con las disposiciones establecidas en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, los comerciantes tienen que tener presente lo siguiente:

- Las limitaciones no pueden desnaturalizar el funcionamiento o razón misma del producto y/o servicio.

Por ejemplo: si un consumidor compra un televisor a control remoto, el comerciante no puede eximirse de la responsabilidad de reparar el control si este se dañara, dada la naturaleza del producto.



- Toda condición, limitación o términos de la garantía debe informarse al consumidor o cliente por escrito previamente a la compra del bien o a la prestación del servicio.



Por ejemplo: Si un comerciante le ofrece por escrito al consumidor el servicio de transporte para llevar la lavadora al taller de reparación, y luego no le cumple, entonces el caso puede denunciarse ante la Comisión Nacional del Consumidor, por incumplimiento de contrato en la garantía.

- El comerciante tiene que responder por los términos ofrecidos expresamente en la garantía.

Por ejemplo: Al igual que con el transporte, si un comerciante ofrece de manera expresa una garantía con un plazo mayor a los 30 días hábiles, deberá responder por ello, cumpliendo a cabalidad dicho plazo.



a Certificado de garantía:

La garantía, o más bien, los términos de la misma, deben expresarse por escrito cuando se refiera a los siguientes bienes y servicios:

- Equipos.
- Aparatos.
- Maquinaria.
- Vehículos.
- Herramientas.
- Servicios de reparación.
- Montaje.
- Reconstrucción de bienes.

Es importante recordar, para los demás productos y servicios, la obligación de los consumidores de pedir y conservar la factura o comprobante de pago, pues ella fungirá como documento probatorio de la garantía ante la Comisión Nacional del Consumidor, o cualquier otra instancia, administrativa o judicial.

a Aspectos que deben contemplarse en la garantía:

- **Alcance:**
Debe indicarse con absoluta claridad el alcance territorial. Muchas veces se ofrecen ciertos beneficios adicionales pero solamente para los consumidores del país de origen del producto, en estos casos debe aclararse por escrito al consumidor.

- **Duración:**

Debe quedar claramente referido el objeto sobre el cual recae la garantía. Esto es fundamental, pues algunas veces se entregan garantías sin especificación del producto y luego el consumidor tiene problemas a la hora de hacer sus reclamos, especialmente porque no todos los productos tienen el mismo plazo de la garantía. Hay productos con tres meses, otros con seis y algunos hasta de un año o más.

Debe establecer el plazo de la garantía, el cual puede ser mayor, pero nunca menor, a los treinta días hábiles.

- **Condiciones:**

Debe detallarse cada uno de los derechos o términos de la garantía. Como se mencionó anteriormente, todos los términos deben expresarse por escrito en la garantía, de modo que ni el consumidor puede exigir más de lo ofrecido, ni el comerciante limitarle a lo que tiene derecho.

Debe detallarse en forma clara las limitaciones de la garantía, pero éstas no pueden desnaturalizar (ir contra lo dispuesto legalmente) los derechos del consumidor.

- **Personas o empresas que extienden la garantía:**

Debe identificarse claramente la persona y la dirección del responsable de hacer efectiva la garantía. Este punto es esencial, dado que algunas veces no se hace esta indicación y el consumidor tiene dificultades para hacer valer su derecho.

a Titular de la garantía:

Algunas veces ciertos comerciantes no cumplen la garantía alegando que la persona reclamante no es la misma a quien se le vendió el producto. Sin embargo, es importante señalar que la garantía siempre acompañará al bien o servicio, mientras esta permanezca vigente.

Veamos un ejemplo:



Doña Juana le compró a su esposo, don Anibal, un reloj como regalo de cumpleaños. Si el reloj tuviese un problema de funcionamiento, Don Juan, puede redamar el derecho de la garantía, siempre y cuando esta esté vigente.

a Exigencia del consumidor:

El consumidor tiene derecho a exigir todos y cada uno de los términos ofrecidos por el comerciante en la garantía. Sucede que cuando un producto se daña, la mayoría de los consumidores pretenden el cambio del producto o la devolución del dinero, sin embargo, si el comerciante no se ha comprometido, por escrito, al cambio del bien o a la devolución del dinero, entonces el consumidor debe ajustarse a lo establecido legalmente, siguiendo el siguiente orden:

- Reparación totalmente gratuita de los vicios o defectos originales.
- Sustitución o reposición del objeto adquirido por otro de idénticas características.
- Devolución del precio pagado.

UN ASPECTO MUY IMPORTANTE QUE USTED DEBE CONOCER ES QUE MIENTRAS DURA LA REPARACION DEL PRODUCTO EL PLAZO DE LA GARANTÍA SE INTERRUMPE. ES DECIR, EL TIEMPO QUE DUREN LAS REPARACIONES EFECTUADAS AL AMPARO DE LA GARANTÍA NO SE CONTABILIZA DENTRO DEL PLAZO DE LA MISMA.

8. DERECHO DE RETRACTO

En varias ocasiones los consumidores después de haber hecho una compra o contratado un servicio deciden rescindirlos, es decir, anular el acto de consumo. En otros países, cuando un consumidor ya no quiere lo que compró sencillamente lo devuelve y el comerciante, a su vez, le devuelve el dinero pagado o le cambia el artículo.

En Costa Rica, salvo que así lo decida por su propia voluntad, el comerciante no está obligado a devolver el dinero cuando los consumidores ya no quieren el producto. La única forma de hacerlo es por un asunto de mal funcionamiento del bien, y de acuerdo con las condiciones señaladas anteriormente con respecto a la garantía.

Sin embargo, existe en nuestro país el derecho de retracto mediante el cual los consumidores podrán rescindir el contrato sin responsabilidad alguna, bajo ciertas condiciones que conviene que conozcamos todos:

El derecho de retracto se aplica únicamente cuando las ventas son a domicilio, es decir, cuando los comerciantes llegan a nuestras casas o lugares de trabajo. No se aplica en las compras que hacemos cuando visitamos los negocios.
Art.47. Reglamento Ley 7472



Si un comerciante toca nuestra puerta para ofrecernos servicios de fotografías, encargamos una foto nuestra y luego ya no la queremos, no se aplica el derecho de retracto, porque el comerciante no podría revender este producto.

Tampoco se aplica el derecho de retracto cuando el comerciante ha confeccionado un producto, como los anteojos, los cuales se elaborarán de conformidad con las necesidades propias del consumidor.



En resumen, de acuerdo con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, no habrá derecho de retracto cuando:

- Tratándose de bienes que por su naturaleza son consumibles, perecederos o que no pueden ser luego revendidos, una vez que hayan sido instalados, usados o sacados de su empaque.
- Cuando los bienes objeto del contrato deben ser confeccionados o alistados sobre medida, o importados por encargo especial de acuerdo a las necesidades propias del consumidor.

a Procedimiento para rescindir una compra o un servicio:

A partir del momento de la compra o contratación del servicio, el consumidor tiene un plazo de 8 días naturales para rescindir el contrato, es decir, para anular la compra o el servicio. Para esto, el consumidor deberá:

- Manifestarle al comerciante la decisión de rescindir el contrato, por escrito y enviándola a la dirección señalada, o presentándose personalmente en ese lugar, con el producto adquirido – si ya lo tuviera en su poder.



Es muy importante que sepamos que se tendrá por bien ejercido el derecho de retracto si el consumidor puede demostrar que procedió en tiempo y forma, incluso si la manifestación no llegare al comerciante por haber señalado éste en la factura a una dirección incierta, errónea o inexistente.

9. DERECHO DE CALIDAD

La calidad, como concepto y como valor, está ligada a todas las manifestaciones del desarrollo humano, no sólo en aspectos productivos y de comercialización, sino también a las actividades sociales, educativas, políticas y culturales, incluyendo el amor y el respeto hacia los demás y hacia el trabajo.

En el ámbito económico, y particularmente en las relaciones de consumo de bienes y servicios, la calidad representa un aspecto esencial para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes, no solamente porque media el derecho de la satisfacción de las necesidades básicas, sino también porque se resalta el derecho de consumir tales bienes y servicios de conformidad con los estándares internacionales de calidad.

De acuerdo con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, el tema de la calidad está comprendido de distintas formas, por ejemplo: como una función del Estado y como una obligación del comerciante:

Según el artículo 33 se establece como función del Estado, la siguiente: "Velar porque los bienes y servicios que se vendan y se presten en el mercado, cumplan con las normas de salud, seguridad, medio ambiente y los estándares de calidad."



Según el artículo 34 se establece como obligación del comerciante la siguiente: Cumplir con lo dispuesto en las normas de calidad y las reglamentaciones técnicas de acatamiento obligatorio.

La calidad de los bienes y servicios depende en gran medida gracias a los significativos avances tecnológicos y científicos en el proceso productivo y comercial, pero sin duda alguna también depende de la actitud crítica del consumidor para seleccionar lo mejor del mercado, de esta forma, el productor y comerciante sabrán que de las decisiones de los consumidores depende la colocación en el mercado de productos de buena calidad.

a Importancia de la educación:

Esta actitud crítica de los consumidores para seleccionar bienes y servicios de buena calidad se logra con educación, pues ésta representa un proceso cualitativo que permite a las personas tomar decisiones racionales de consumo. Por ello, es importante resaltar el papel decisivo que cada uno asuma en las relaciones de consumo, teniendo presente no solamente la capacidad para administrar con calidad y eficacia el presupuesto familiar, sino también para consumir con base en nuestros propios objetivos y escala de valores.

Para resaltar la importancia de la calidad, como una condición favorable de la convivencia humana en todas sus manifestaciones de desarrollo integral, la Organización de Naciones Unidas (ONU) estableció el mes de octubre de cada año como el Mes Internacional de la Calidad.

a Calidad y condiciones del mercado:

Generalmente visualizamos la calidad en relación con las características de los bienes y servicios, pero la calidad también es un aspecto que debe estar presente en las relaciones sociales de consumo, por ello se considera que:

- Es importante que el mercado se caracterice por la comercialización de bienes y servicios que cumplen estrictamente las normas de calidad establecidas, incluyendo a que las normas de carácter internacional.

- La calidad tiene que reflejarse en el buen trato hacia los consumidores, para lo cual se requiere el cumplimiento de las obligaciones, puesto que más que un comprador, el consumidor es un ser humano que merece respeto y consideración a la vez.
- Las personas no deben ser vistas solamente como compradores de bienes y servicios, es preciso valorarlas como seres humanos resaltando la importancia de la calidad en términos del nivel de vida, considerando aspectos como: como la salud, la educación, la vivienda, la seguridad ciudadana y otros más.

10. DERECHO A RECIBIR UN BUEN TRATO

La Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor establece que los comerciantes tienen la obligación de apegarse a la equidad, los buenos usos mercantiles y a la ley, en su trato con los consumidores.

Lamentablemente, algunos comerciantes no muestran la misma actitud de cordialidad y de amabilidad con los consumidores cuando éstos se presentan para hacer reclamos por problemas que tuvieron, por una u otra razón, con los productos que compraron.

Siempre se ha dicho que el cliente tiene la razón, y aún cuando esto no sea cierto del todo, puesto que también muchas veces algunos consumidores tratan de aprovecharse de las circunstancias, en el fondo lo que el mensaje quiere decir es que toda persona tiene el derecho de ser escuchada respecto a su queja o inquietud, con la finalidad de ayudarla en la solución del problema.

SABER ESCUCHAR AL CONSUMIDOR
ES EL PRIMER PASO PARA BUSCAR
UNA SOLUCIÓN INMEDIATA QUE A
TODOS CONVIENE.



a Acciones de los comerciantes para respetar el derecho de buen trato al consumidor:

El buen trato hacia el consumidor, por parte del comerciante, no solamente se da con su amabilidad y cordialidad, sino también con el cumplimiento de las obligaciones estipuladas en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, en ese sentido, conviene que los comerciantes tomen en consideración las siguientes acciones:

- Cumplir con las exigencias necesarias para proteger la salud, la seguridad y el ambiente.
- Abstenerse de manipular los precios de los bienes y servicios, de acaparar, de especular, de discriminar el consumo y de hacer ventas atadas o condicionadas, a menos que así se haya ofrecido, públicamente y de manera inequívoca a los consumidores.

- Garantizar la prestación eficiente de servicios con estricta observancia de los principios éticos y de calidad.
- Evitar prácticas que distorsionen la transparencia del mercado.

a Buen trato y técnicas de comercialización:

Son muchas las formas empleadas por los comerciantes para atraer mayor cantidad de consumidores. Lo hacen conscientes de que el éxito de sus negocios radica en la aplicación de ciertos métodos y técnicas que permiten precisamente aumentar dichas ventas.

Sin embargo de entre tantas técnicas para aumentar las ventas, un excelente trato al consumidor constituye la llave del éxito puesto que les proporciona a los comerciantes competir entre sí, por las preferencias del consumidor, mediante criterios de confiabilidad.

a Protagonismo del consumidor:

Algunas veces los comerciantes confunden la exigencia y el protagonismo del consumidor como aspectos negativos y no como aspectos positivos que a todos en el mercado conviene, porque son una muestra clara de actitud crítica del consumidor en sus relaciones de consumo. Los comerciantes deben aprovechar este comportamiento del cliente como una oportunidad para mejorar y así poseer como empresas serias que compiten teniendo como norte la confianza del consumidor.

Todo comerciante debe saber que un consumidor protagonista es aquel que:

- Manifiesta una actitud racional en sus relaciones de consumo.
- Compra lo necesario, que le permita satisfacer sus necesidades básicas. Esto es que no derrocha sus recursos, consume inteligentemente.
- Compara precios y calidad.
- Revisa la fecha de vencimiento.
- Se informa sobre los talleres de reparación.
- Analiza las ofertas y las promociones.
- Indaga cuidadosamente los planes de crédito y ventas a plazo
- Reclama toda irregularidad comercial.



Los comerciantes responsables y conscientes del protagonismo del consumidor, entienden de mejor manera que brindar un buen trato al consumidor es la forma más efectiva de obtener su confianza.

11. DERECHO DE ORGANIZACIÓN

La efectividad de la defensa de los derechos del consumidor depende en mucho de su capacidad para organizarse y llevar a cabo una labor ordenada y solidaria en la protección de sus derechos e intereses económicos y sociales.

En una democracia como la costarricense, los criterios de los consumidores tienen que ser tomados en cuenta por las autoridades políticas en la toma de las decisiones sobre aquellos asuntos que son concernientes a sus intereses.

Las organizaciones de consumidores cumplen, en ese sentido, un papel muy importante, dado que por su medio los habitantes podrían representar sus intereses y expresar sus opiniones sobre los asuntos de consumo ante las autoridades públicas.

De acuerdo con el Artículo 33 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, el Poder Ejecutivo tiene la siguiente función: “Fomentar y promover las organizaciones de consumidores y garantizar su participación en los procesos de decisión y reclamo, en torno a cuestiones que afectan sus intereses.”



En el ámbito de los derechos de los consumidores, el Poder Ejecutivo por medio del Ministerio de Economía Industria y Comercio, debe fomentar, promover y apoyar la formación de grupos y organizaciones de consumidores para que sus opiniones sean realmente escuchadas en los distintos espacios, públicos y privados.

a Objetivos de las organizaciones de consumidores:

- Defender los derechos de los consumidores
- Propiciar una cultura de consumo sobre la base de criterios racionales.
- Representar los legítimos intereses de los consumidores.

a Importancia de las organizaciones de consumidores:

- Son las mejores aliadas en la protección de los derechos del consumidor.
- Constituyen el camino adecuado para prevenir y solucionar problemas que surgen en las relaciones comerciales.
- Representan el mecanismo idóneo para hacer más competitivo el mercado.

a Actividades de las organizaciones de consumidores:

- Participan en los “espacios” que ofrece el Estado para la defensa de los intereses de los consumidores.

- Apoyan a los consumidores en las denuncias planteadas por éstos, en la Comisión Nacional del Consumidor y los Tribunales de Justicia
- Detectan irregularidades en la comercialización de productos y servicios.
- Realizan comparativos de precios.
- Orientan a los ciudadanos sobre los cuidados que debe tener un consumidor al realizar sus compras cotidianas, así como en las ofertas y promociones especiales.
- Informan y educan al consumidor para que éste desarrolle mejores hábitos de consumo, propiciando el desarrollo de una mejor cultura de consumo.
- Plantear denuncias patrimoniales y por infracción a la Ley 7472, ante la Comisión Nacional del Consumidor o los Tribunales de Justicia.

a Fortalezas de las organizaciones de consumidores:

- Son el principal mecanismo de autodefensa de los consumidores.
- Son espacios abiertos que permiten la participación ciudadana en el análisis, discusión y toma de decisiones de los asuntos del consumidor

a ¿Cómo organizarse?

- Es muy fácil. Converse con sus compañeros de trabajo, vecinos o amigos para motivarse mutuamente y formar un grupo organizado de consumidores.
- Convencer a otras organizaciones afines tales como: grupos de mujeres, jóvenes o adultos mayores, entre otros, para que asuman el papel de Organizaciones de Consumidores (ODEC).
- Todas las Asociaciones de Desarrollo Comunal, según el Decreto Ejecutivo No., 26909-MEIC-G, tienen ahora entre sus funciones defender a los consumidores. Eso significa que también pueden asumir esta función.



Con la unión de las organizaciones de consumidores, es posible garantizar que sus intereses estén efectivamente representados en los distintos espacios y foros de decisión.

12. DEBERES DEL CONSUMIDOR

Los consumidores no solamente deben ser conscientes de sus derechos, también deben serlo de sus deberes, puesto que todo derecho tiene como contrapartida una obligación (Delgado:1994:67)

Así como los derechos nos permiten un mercado transparente, con bienes y servicios de calidad, los deberes nos exigen una actitud protagonista para contribuir en la construcción de ese mercado transparente.

De acuerdo con el autor Juan Timboli (Delgado:1994:68), existen cinco deberes básicos que debemos conocer, puesto que ellos nos ayudarán a ser cada día más responsables en nuestras relaciones de consumo de bienes y servicios. Veamos estos deberes:

CONCIENCIA CRÍTICA: Los consumidores necesitan aprender a distinguir entre las necesidades y los deseos, así como a pedir información acerca de precios, disponibilidad y calidad de bienes y servicios.



CONCIENCIA SOCIAL: Los consumidores necesitan ser conscientes del impacto del consumo sobre los ciudadanos, en especial sobre los grupos más débiles y postergados a nivel local, nacional e internacional.

PARTICIPACIÓN ACTIVA: Los consumidores necesitan ser conscientes de sus responsabilidades y activar en consecuencia con la finalidad de obtener un trato justo. En tanto permanezcan pasivos seguirán siendo postergados.



CONCIENCIA AMBIENTAL: Los consumidores necesitan ser conscientes de su responsabilidad en relación con las consecuencias ambientales de su consumo. Todos nosotros debemos reconocer nuestra responsabilidad individual y social para la conservación de los recursos naturales y la protección de la tierra para las futuras generaciones.

SOLIDARIDAD: Los consumidores necesitan aprender de qué manera se puede desarrollar su fuerza y su influencia a través de las organizaciones y la comunidad, con el objetivo de proteger y promover sus intereses.



Como puede apreciarse, parte de la responsabilidad del consumidor consiste en ser un agente crítico y solidario en sus relaciones de consumo, no solamente consigo mismo, sino con los demás. Para ello, conviene, dentro de sus deberes, observar las siguientes cuatro reglas fundamentales:

- Informarse correctamente sobre todos los aspectos del mercado para poder tomar decisiones acertadas de consumo.
- Preferir para la realización de las compras de productos y servicios al buen comerciante: Aquel proveedor que respeta los derechos del consumidor y cumple sus obligaciones con el cliente.
- Organizarse en torno a sus legítimos intereses.
- Reclamar ante quien corresponda el respeto a sus derechos.

a Ejercicios Didácticos:

En esta sección, vamos a sugerir una serie de ejercicios didácticos sobre los principales temas abordados en la presente guía didáctica relacionada con los derechos y deberes de los consumidores. La dirección de los mismos estará a cargo de los educadores, quienes podrán utilizar otros materiales didácticos complementarios para llevar a cabo cada uno de los ejercicios propuestos.

= Cadena de producción y comercialización de bienes y servicios

El objetivo de este ejercicio es identificar mediante la actuación de los estudiantes a cada uno de los agentes económicos que conforman la cadena de producción y comercialización de bienes y servicios.

PLAN DE ACCION:

De la clase se formarán cinco grupos de estudiantes de la siguiente manera:

Grupo 1: Simularán ser los productores.

Grupo 2: Simularán ser los distribuidores o proveedores.

Grupo 3: Simularán ser los comerciantes detallistas o minoristas.

Grupo 4: Simularán ser los consumidores.

Grupo 5: Serán observadores.

La dinámica consiste en simular el proceso de producción, por ejemplo, algún tipo de golosina. Los grupos deberán actuar según el papel que les corresponde, de acuerdo con la materia analizada en esta guía. El quinto grupo observará la actuación de los otros cuatro, y al final, todos comentarán la experiencia vivida.

= Necesidades

El segundo ejercicio consiste en pedirle a los estudiantes la elaboración de una lista de las principales necesidades requeridas por los seres humanos para su supervivencia.

PLAN DE ACCION:

La dinámica consiste en que cada uno de los estudiantes escriba en una hoja un producto y/o un servicio que requiere la persona para satisfacer una necesidad.

Posteriormente, cada uno pegará en la pizarra la hoja con la descripción detallada, los clasificarán según su tipo, es decir: alimentos, vestido, servicios, juguetes.

Finalmente, la clase hará una reflexión sobre la dinámica, comentando la importancia de la satisfacción de las necesidades y señalando cuáles son prioritarias y cuáles son suntuarias.

= Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor

El ejercicio número tres consiste en identificar los principales objetivos de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, analizando la importancia de cada uno de ellos.

PLAN DE ACCION:

La dinámica consiste en dividir la clase en tres grupos. Cada uno analizará un objetivo de la Ley del Consumidor, de acuerdo con la materia vista, entre ellos harán comentarios y al final cada grupo hará una exposición del tema asignado.

= Visita al comercio

El ejercicio cuarto consiste en una visita al comercio para conocer su funcionamiento.

PLAN DE ACCION:

La dinámica de este ejercicio es muy sencilla y se compone de dos acciones concretas:

La primera acción consiste en pedirle a cada estudiante que acompañe a sus padres al establecimiento comercial donde acostumbran realizar las compras, comúnmente conocido como "el diario". El estudiante observará varias cosas que deberá anotar en una libreta, tales como:

- Variedad de los productos
- Información de los precios
- Información de las etiquetas
- Calidad de la atención al cliente

La segunda acción consiste en comentar en la clase la experiencia vivida por cada estudiante, anotando todas aquellas irregularidades que observaron en el negocio y que están al margen de la ley.

= [Análisis de la etiqueta](#)

Este ejercicio consiste en analizar la información contenida en la etiqueta de un producto, con la finalidad de crear en la conciencia de los niños la importancia de esta práctica, pues muchas veces los empresarios no brindan información suficiente.

PLAN DE ACCION:

La dinámica consiste en formar cuatro grupos de estudiantes, cada grupo analizará la información contenida en la respectiva etiqueta del producto asignado, de la siguiente manera:

- Grupo 1:** Analizará un paquete de galletas.
- Grupo 2:** Analizará una caja de jugo.
- Grupo 3:** Analizará un chocolate.
- Grupo 4:** Analizará una bolsa de papas tostadas.

Los aspectos que deberán ser considerados en el análisis son los siguientes:

- Nombre del alimento
- Lista de ingredientes
- Contenido neto
- Nombre y dirección del fabricante
- País de origen
- Identificación de lote o fecha de vencimiento
- Instrucciones para la conservación
- Permiso del Ministerio de Salud

Una vez realizado el análisis cada grupo anotará la información obtenida y harán una reflexión sobre la misma, comparando cada uno de los casos.

= [Análisis de la publicidad](#)

El sexto ejercicio consiste en el análisis de un espacio publicitario, previamente seleccionado de un periódico, con la finalidad de responder una serie de interrogantes muy importantes.

PLAN DE ACCION:

Se formarán cinco grupos de estudiantes, cada uno seleccionará un comercial publicado en la prensa, y responderá a las siguientes preguntas:

- ¿Nombre del producto que se está anunciando?
- ¿A qué grupo de consumidores va dirigido el mensaje? (niños, adultos, hombres, mujeres)
- ¿Características que anuncian sobre el producto?
- ¿Precio del producto?
- ¿Es un producto básico para satisfacer las necesidades fundamentales o por el contrario es un producto de lujo?

Después del análisis, cada grupo expondrá al resto de la clase su experiencia.

= Identificación de derechos

El presente ejercicio consiste en identificar los derechos del consumidor de acuerdo con el comportamiento del comerciante, según cada caso particular.

PLAN DE ACCION:

El ejercicio consta de dos secciones. En la primera parte un estudiante irá al frente de la clase y hará una exposición breve sobre un caso particular de consumo, donde el comerciante no respeta sus derechos, después de hacerla el resto de clase identificará el derecho violado por el comerciante. En la segunda parte, cada uno de los estudiantes narrará alguna experiencia personal como víctima de algún problema de consumo.

Para la primera parte, se sugieren los siguientes casos:

- Una persona llega a un negocio interesada en comprar un televisor, el precio que aparece en la etiqueta dice que vale 50 mil colones, pero cuando llega a la caja le cobran 60 mil colones.
- Un consumidor sufre una intoxicación como consecuencia de haber ingerido un producto en mal estado.
- Un comerciante entrega el manual de instrucciones solamente en idioma inglés.
- Un comerciante se niega a entregarle al consumidor el comprobante de pago sobre los productos que compró.
- Un consumidor compró un teléfono celular, a los 15 días de comprado se dañó y el comerciante se niega a repararlo.
- Unos amigos van a un restaurante a cenar y en el menú no aparece el precio de los platos.

Actividades

A continuación sugerimos una serie de actividades que los educadores podrán desarrollar con la clase.

- Realice una mesa redonda con los niños y por medio de una lluvia de ideas desarrolle el tema sobre los derechos de los consumidores.
- Realice en el aula un “collage” con recortes de periódicos sobre las necesidades de consumo de los seres humanos y las posibles formas de satisfacerlas.
- Lleve a cabo una discusión con los niños sobre los problemas que puede producir los deseos irracionales en los consumidores.
- Haga una lista de alimentos que ofrezcan un alto contenido nutricional, basado en información de expertos y literatura de ese mismo.
- Realice una discusión acerca de la importancia que tiene para salud el consumo de frutas y verduras.
- Solicite a los estudiantes que lleven varias envolturas de ciertos productos y analicen en la clase la información contenida en la etiqueta.
- Deje una extra clase sobre el tema de las medidas de seguridad que se debe tener al almacenar productos tóxicos o inflamables.
- Haga un listado de las medidas necesarias en la protección del ambiente y discútalas en clase.
- Reflexione con los estudiantes la clase los beneficios de los envases reciclables.
- Deje una extra clase sobre los problemas que tiene para la salud la contaminación ambiental.
- Realice una mesa redonda con los estudiantes y comente la importancia de la educación y la información en las relaciones de consumo.
- Solicite a los estudiantes aportar facturas de compras que sus padres han realizado para el hogar, con la finalidad de hacer un análisis comparativo de los tipos de negocios, productos, servicios, precios.
- Solicite a los estudiantes aportar algunos certificados de garantía con la finalidad de llevar a cabo análisis comparativos por tipos de negocios, productos, plazos, condiciones.



TERCERA PARTE

ASPECTOS IMPORTANTES PARA QUE LOS
NIÑOS SEAN BUENOS CONSUMIDORES

Aspectos importantes para que los niños sean buenos consumidores

1. COMAMOS SANAMENTE
2. MUCHO OJO CON LOS JUGUETES
3. CUIDEMOS EL AMBIENTE
4. VEAMOS LO MEJOR DE LA TV
5. AHORREMOS DINERO

En este apartado queremos compartir con todos los niños y niñas algunos temas importantes que sin duda alguna les ayudará a ser buenos consumidores.

No olvidemos que el objetivo fundamental de la educación es precisamente dotar desde la niñez a la población para que tomen decisiones racionales de consumo.

Algunos expertos han considerado que los niños son el principal blanco de la publicidad, por ello, consideran que los programas de información y educación deben partir desde las escuelas, enseñando a los niños aspectos fundamentales para asumir responsabilidades en sus relaciones de consumo.

1. COMAMOS SANAMENTE

Los niños deben aprender a consumir productos saludables, sanos y nutritivos, como las frutas, las verduras, legumbres. De acuerdo con la Guía para la educación en nutrición y alimentación en las comunidades, elaborada por el Ministerio de Salud de Costa Rica, es importante tener en cuenta las siguientes consideraciones:

a Los alimentos que comemos

Los alimentos son las partes comestibles de los vegetales y de los animales. Poseen ciertas características físicas como sabor, olor, color y consistencia, que estimulan los sentidos haciéndolos en general apetecibles y permitiendo satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano: su alimentación.

Los alimentos contienen cantidades variables de seis sustancias nutritivas: carbohidratos, grasas, proteínas, minerales, vitaminas y agua.



Una alimentación balanceada o equilibrada es aquella que contiene todos esos elementos en cantidad y calidad adecuada, permitiendo llevar una vida sana y activa.

La energía de los alimentos se mide en kilocalorías a las que comúnmente se llaman “calorías”. Las grasas son la mayor fuente de energía, los carbohidratos y las proteínas también la proporcionan pero en menor cantidad.

La mayor parte de la población del mundo obtiene la energía que necesita de uno o más de los alimentos básicos: arroz, maíz, trigo, mijo, sorgo, raíces, tubérculos y productos de origen animal.

En los países más pobres la base de la alimentación la constituyen los cereales y las raíces harinosas. En cambio en los países ricos, se comen más frutas, hortalizas y productos de origen animal.

La elaboración o manipulación de los alimentos puede reducir su valor nutritivo. Tal es el caso del arroz y el trigo, cuya refinación ocasiona la pérdida de elementos nutritivos que contienen las envolturas del grano y que son desechadas durante su industrialización.

Una dieta constituida por alimentos variados asegura al organismo el aporte de todos los elementos necesarios para su buen funcionamiento, su actividad diaria, su constitución y crecimiento normales.

a Los alimentos y su función en el organismo

La buena salud depende de muchos factores, tales como la alimentación, el clima, la herencia y la actividad, siendo la alimentación el fundamental. Los alimentos han merecido la mayor importancia desde los comienzos de la humanidad, por ser el material indispensable para mantener la vida.

Cuando los alimentos se utilizan en la cantidad y calidad requeridas por el organismo humano, se favorece un buen estado de nutrición y un óptimo rendimiento físico, mental y social.

Todos los alimentos que proporciona la naturaleza, ayudan a la conservación de la salud. Su valor alimenticio varía de acuerdo con el contenido de sustancias nutritivas, por lo cual, éstas determinan las funciones de los alimentos en el organismo.



a Alimentos Protectores

Los alimentos protectores son aquellos responsables de la formación y renovación de tejidos en el organismo, es decir, los alimentos ricos en proteínas.

Durante el crecimiento, tanto los músculos como los huesos, aumentan de tamaño y el niño debe comer los alimentos que le proporcionen las sustancias necesarias para formarlos.

Cuando una persona se corta, la herida cicatriza y cuando el cuerpo sufre una queadura, la parte lesionada se repara. Lo mismo sucede cuando es atacado por una enfermedad, tal como el sarampión, paludismo o tuberculosis.

El cuerpo puede soportar mejor los daños y el desgaste diario, gracias a las proteínas contenidas en los alimentos denominados "protectores". De acuerdo con lo anterior, se puede hacer una lista de las personas y las funciones que cumplen los alimentos ricos en proteínas en el organismo:

- El adulto sano, para reparar su organismo.
- La mujer embarazada, para reparar su organismo y formar el niño que está creciendo en su seno.
- La madre lactante, para reparar su organismo y para producir la leche para alimentar a su niño en crecimiento.
- El niño, para crecer y para reparar sus tejidos.
- El adulto enfermo, para reparar el daño ocasionado por la enfermedad.
- El niño enfermo, un requerimiento extra para reparar sus tejidos, así como para crecer.

Existen alimentos que se distinguen por su contenido de proteínas, siendo por lo tanto, necesarios para la formación y renovación del organismo. Según la fuente son:

De origen animal:

- Leche, especialmente materna, de vaca y de otros animales. Derivados de la leche, como queso, cuajada y yogur.
- Pescados de todas las clases, ya sea fresco o seco, de mar o de río.
- Carnes de todas las variedades de animales que se usan para el consumo humano, incluyendo los de caza, la sangre y todas las vísceras.
- Los huevos de diversas aves.

LA CALIDAD DE LAS PROTEÍNAS DE
ORIGEN ANIMAL ES SUPERIOR A LAS DE
LOS ALIMENTOS VEGETALES

De origen vegetal:

- Cereales como el arroz, el maíz, el trigo, la avena, la cebada y los alimentos elaborados a base de ellos: tortillas, pan fideos, galletas y otros.
- Leguminosas como los frijoles, las lentejas, los garbanzos, las arvejas secas, el maní y la soya.
- Las mezclas vegetales preparadas generalmente a base de alguna leguminosa y un cereal, en forma de harina, proporcionan proteínas de buena calidad.
- También se recomienda comer juntos un cereal con una leguminosa (arroz con frijoles o lentejas), así el organismo obtiene una proteína de mejor calidad.

a Alimentos Reguladores

Los alimentos reguladores son aquellos que proveen al organismo vitaminas y minerales necesarios para su equilibrio y buen funcionamiento.

Cuando se construye una casa, hacen falta detalles además de los ladrillos y la energía para hacer el edificio, como clavos y una cerradura para la puerta.

Una cerradura no parece importante, pero es necesario conservar la casa segura; de la misma manera, el cuerpo utiliza unos materiales, para trabajar adecuadamente y permanecer saludable, que son las vitaminas y minerales. Estas se encuentran en los alimentos y regulan las funciones del organismo.

El organismo necesita las vitaminas en diferentes cantidades, pero todas son de igual importancia para su nutrición:

- Los alimentos como las hortalizas verdes y amarillas, las frutas de color amarillo y algunos de origen animal, como la yema de huevo, la manteca y especialmente el hígado, son ricos en vitamina A. Esta se necesita en el organismo para mantener los ojos y la piel sanos.
- La vitamina D se obtiene por medio de la exposición de nuestro cuerpo a la luz solar, por ello, se recomienda asolear a los niños desde pequeños. Se encuentra además en aceites de peces, manteca, hígado, yema de huevo y la leche. Tiene como función ayudar a la formación de los huesos y los dientes, por lo que está relacionada con el crecimiento del organismo.
- Otros alimentos como las frutas, son ricos en vitamina C, especialmente la guayaba, el marañón, el mango, la papaya, los cítricos, la piña y algunas verduras, como el chile dulce, repollo y lechuga. Esta vitamina es necesaria para conservar sanas las encías, arterias y venas, además de ayudar a evitar infecciones.
- Las vitaminas del complejo B1 (tiamina), B2 (riboflavina), y la Niacina, actúan en estrecha relación, de tal forma que la deficiencia en el consumo de una de ellas, puede alterar la utilización de las demás. Se encuentran en los alimentos de origen animal, en especial, las vísceras, en las leguminosas y algunos cereales. Son necesarias para que los alimentos puedan producir la energía requerida por el organismo.
- Los minerales también entran en la composición del organismo y dentro de los más importantes, está el calcio para formar los huesos y dientes, dándoles fuerza y rigidez. Los tienen la leche y sus derivados, en cantidades altas.

a Alimentos Energéticos

Son los alimentos fuentes de carbohidratos (azúcares, harinas) y grasas; como su nombre lo indica, son los encargados de producir energía. Para que un carro funcione necesita combustible; de la misma manera nuestro organismo necesita alimentos que lo activen.

Cuando un carro se apaga no usa más gasolina; en cambio, el organismo la utiliza permanentemente. Al estar dormidos, el corazón bombea y se necesita respirar y conservar el calor; al realizar un trabajo, también se requiere energía.

Por esta razón, el cuerpo debe recibir los alimentos que le suministren estas sustancias nutritivas (carbohidratos, grasas y también las proteínas) La cantidad de ellos que debe comer cada persona, estará de acuerdo con el trabajo que realiza. A mayor trabajo, se necesitan más alimentos que den calor y fuerza. Pero si se comen en demasía, la persona aumenta de peso y esto puede ocasionarle serios problemas de salud.

Con muy pocas excepciones, los alimentos que contienen carbohidratos, son de origen vegetal y constituyen la mayor parte de la fuente de energía del organismo humano y son la base de la alimentación.

- Alimentos de este tipo son los cereales y derivados como arroz, trigo, avena, maíz, y productos elaborados: raíces y tubérculos, como la papa, yuca, camote; los plátanos de todas las variedades, azúcares y dulces en general.
- Las grasas son sustancias nutritivas de gran importancia en la nutrición humana, por ser los mejores energéticos. Según su origen pueden ser de dos clases: animales, las que se extraen de los tejidos grasos de animales, (ejemplo: manteca de cerdo) y vegetales, las que se sacan de las plantas (ejemplo: aceite de maíz, palma africana, soya y otros)
- Los alimentos que aportan al organismo mayor cantidad de grasa son: aceites, manteca, mantequilla, margarina, tocino, etc.
- Los carbohidratos proporcionan la energía que el organismo necesita y evitan que las proteínas se gasten en la producción de energía. Si una comida contiene solamente proteínas (que son más costosas) y no hay carbohidratos, ni grasas, las proteínas serán desperdiciadas, porque se usarán para proporcionar energía y no en la formación de tejidos. La grasa es útil para cocinar, hacer sabroso el alimento y suministrar la mayor cantidad de energía que necesitamos.

Las proteínas y los carbohidratos difieren de una manera muy importante. Si una persona come más carbohidratos de los que necesita, su cuerpo los convierte en grasa y los almacena. En cambio, el cuerpo no puede almacenar más que una pocas proteínas. Por lo tanto, si se cuenta con una cantidad escasa de ellas, no se deben comer todas al mismo tiempo, ya que serán desperdiciadas debido a que no pueden almacenarse.

Para que los adultos permanezcan sanos y capaces de trabajar fuerte y para que los niños crezcan, necesitan suficiente cantidad de cada uno de los nutrientes antes mencionados.



Una comida que contenga alimentos que ayuden a la formación de nuestro organismo, que proporcione energía para la actividad diaria y suministre aquellos que regulen las funciones de nuestro cuerpo, se dice que es balanceada y equilibrada.

Para lograr una adecuada utilización de los alimentos y que el organismo aproveche las sustancias nutritivas, se requiere no sólo consumirlos, sino practicar buenos hábitos de higiene, desde el momento en que se compran hasta cuando se van a ingerir. Se recomienda, además, para mejorar el valor nutritivo de algunos alimentos, mezclarlos con otros alimentos, como por ejemplo: frijoles o lentejas con arroz, arroz con verduras, etc.

No olvidemos que los alimentos son los encargados de satisfacer las necesidades de crecimiento, mantener las funciones corporales, reparar y reemplazar tejidos gastados y suministrar energía para las actividades diarias del ser humano. Es decir, ayudarán a asegurar un buen estado de salud, factor indispensable en todos los seres humanos para disfrutar de un completo bienestar.

Por todas estas condiciones importantes de la buena alimentación, los niños tenemos que aprender a comer sanamente. Sigamos los siguientes consejos:



- Evitemos consumir alimentos en la calle, porque pueden enfermarnos, dado que muchas veces las personas que los venden no lo hacen siguiendo las medidas básicas de higiene.
- Recordemos que es mucho mejor comer en nuestras casas, pues es muy importante lavar y desinfectar las frutas y las verduras, cocinar bien los alimentos.
- Procuremos no comer siempre comida “chatarra” pues aún cuando nos quitan el hambre, la verdad es que esos productos no nos alimentan.
- Cuando vayamos a comprar frutas, averigüemos con nuestros padres que sean de temporada, pues son frescos y tienen mejor precio.
- Pidamos a nuestros padres que nos preparen jugos y refrescos naturales.

2. Mucho ojo con los juguetes

Nada es más agradable para un niño que la compra de un juguete nuevo, y actualmente, el mercado ofrece toda una gran variedad de opciones. Siempre es importante tener presente que los juguetes son

fundamentales en el desarrollo intelectual de los niños, pues gracias a ellos, aplican sus conocimientos y reafirman su carácter y su personalidad

Desde la perspectiva de consumo, sin duda alguna a todos los niños estarían felices de recibir uno cada día, pero a juicio de los profesionales en el campo de la psicología, esto sería contraproducente, dado que se podría perder muy rápidamente el entusiasmo y se acentuaría la dispersión, pues el niño iría de un juego a otro sin concentrarse en alguno de ellos.

Para algunos expertos en el campo de la psicología familiar, el juego ayuda al niño a reconocer su realidad, especialmente cuando los padres participan con ellos y le hacen sentir su afecto e interés por las actividades emprendidas con los juguetes (El Consumidor: 1996:7)



“ Es fundamental que el juguete desarrolle en el niño la facultad de soñar, imaginar y crear ”

María Ester Flores Sandoval
Sicóloga de Familia

Se ha manifestado que los juguetes pierden sentido si los padres solamente los regalan para que el niño se distraiga y no les exija atención, situación que es muy lamentable pues en realidad nada puede sustituir el cariño, el amor y la atención de los padres.

Otro aspecto importante que debemos considerar respecto a los juguetes es la abundancia de juguetes bélicos y de complicada tecnología que desarrollan en el niño un falso sentido acerca del juego, pues lejos de procurarles un espacio de crecimiento interior los vuelve agresivos, intolerantes e incluso retraídos, pues los juguetes de este tipo son productos terminados, sin posibilidades para que el niño le incorpore elementos propios.

En ese sentido, es bueno que los padres compren a sus hijos aquellos productos que les ayude a soñar, imaginar y crear, tales como:

- Rompecabezas.
- Cubos.
- Mecanos.
- Libros de láminas atractivas.
- Juegos en grupos.
- Juegos o figuras de animales y ecología.
- Pinturas.
- Juguetes de ejercicios, como: bolas, bicicletas, patines.
- Juguetes de construir, manejar y amar.



a Juguetes según edades³:

- = **APARTIR DE LOS TRES MESES:** juguetes que estimulen la atención del bebé, ya sea con sonidos, colores o movimientos. Por ejemplo: chilindrines y móviles.
- = **A PARTIR DE LOS CINCO MESES:** objetos que suenan, ojalá de goma y de fácil manipulación.
- = **AL OS OCHO MESES:** grandes juguetes de goma.
- = **A LOS DOCE MESES:** juegos más activos, como cajas para llenar y vaciar, botes, juguetes de plástico y goma, animales de peluche.
- = **DE LOS 15 A LOS 18 MESES:** primeros libros con ilustraciones grandes y llenas de color. Se recomienda que sean de plástico lavable, tela o cartón grueso.
- = **APARTIR DE LOS 21 MESES:** juguetes para alinear, ensartar, llenar y arrastrar, bloques de plástico o cartón ligero, cubos de plástico o madera: Objetos que lo estimulen a crear nuevas formas.
- = **A PARTIR DE LOS DOS AÑOS:** juguetes destinados al desarrollo psicomotor, como rompecabezas sencillos (una a cinco piezas) en madera o cartón grueso, pelotas, juegos de equilibrio, caballos y coches montables.
- = **APARTIR DE LOS CUATRO AÑOS:** juguetes de armar y desarmar, de piezas grandes. Toboganes, columpios, aros, que estimulen la acción de brincar, correr o trepar.
- = **APARTIR DE LOS TRES AÑOS:** continúa la conquista de equilibrio. Juguetes como triciclos y cajitas para saltar.
- = **AL OS SIETE AÑOS:** juguetes de precisión, boliche, aros pelotas.
- = **DE LOS SIETE AÑOS EN ADELANTE:** se pasa a los juegos de deportes, de competencia y grupales.

³Según estudio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Revista del Consumidor Nº 1. 1996.

a Lo que deben hacer los niños:

- Los niños deben elegir juguetes que sean durables y constructivos.
- Los niños deben dialogar con los padres y con los maestros acerca de la conveniencia de uno u otro juguete.
- Los niños deben cuidar mucho los juguetes, entre más los cuide más tiempo durarán.
- Los niños no deben dejarse influenciar por la publicidad.

3. Cuidemos el ambiente

Todos los seres humanos son una gran familia que pertenece al planeta tierra, como miembros de esta familia universal, y como habitantes del planeta, tenemos no solamente derechos ambientales, sino también obligaciones con el ambiente.

Si bien es cierto tenemos el derecho de disfrutar y a vivir en un contexto ambiental sano, también es importante que los niños sepan que todos los seres humanos tienen la obligación de conservar el planeta, puesto que es una condición imprescindible para que la calidad ambiental pueda ser disfrutada por las futuras generaciones.

Lamentablemente, existen múltiples causas que provocan contaminación y degradación del ambiente, con lo cual la salud del planeta, y la salud humana, así como todo tipo de vida, se ven seriamente afectadas.

En realidad, es fundamental que desde la niñez se aprendan a valorar aspectos esenciales para la consecución de una auténtica calidad de vida, dado que los valores éticos, por ejemplo, son muy importantes en el campo de la conservación del ambiente, pues están en función de tres principios elementales, que son:

- La vida humana como un bien sagrado.
- La integridad física de la persona.
- La defensa de la vida y la salud.

Cuidar el ambiente constituye una tarea prioritaria en razón de que todo tipo de contaminación ambiental trae como consecuencia una evidente amenaza tanto de la vida como la salud de las personas.

En el ámbito normativo de Costa Rica, ninguna actividad económica puede poner en peligro la salud de las personas, por ello, los consumidores tienen la obligación de denunciar todas aquellas actividades que ponen en riesgo el patrimonio ambiental y la salud humana.

DECLARACION DE ESTOCOLMO
CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE
1972

“La protección y mejoramiento del ambiente humano es el mayor problema que afecta el bienestar de los pueblos y el desarrollo económico en todo el mundo; es también la urgente aspiración de todos los pueblos del mundo.”

Como puede apreciarse, todos los seres humanos tienen el derecho fundamental de vivir en un ambiente sano, en condiciones de vida adecuadas, cuya calidad ambiental les permita una vida digna y de bienestar.

Pero también les asiste la responsabilidad de proteger y mejorar las condiciones ambientales, tanto para las presentes generaciones, como para las futuras. En tal sentido, conviene mencionar los tres principios básicos referidos por el autor Brown Weiss, en 1987 (Borrero: 11):

a Principio de la conservación de las opciones

Cada generación deberá conservar la calidad ambiental y diversidad de la biosfera tanto como la diversidad cultural humana, de manera tal que no limite las opciones de futuras generaciones en la satisfacción de sus necesidades y solución de sus conflictos.

a Principio de la calidad ambiental

Cada generación deberá entregar la calidad del planeta en condiciones no peores a aquellas en que fue recibida. Para garantizar el ejercicio de este principio las intervenciones humanas en la biosfera deberán regularse por el criterio de límite óptimo sostenible en el uso de los recursos vivos y ecosistemas.

a Principio de conservación al acceso

Cada generación deberá conceder a sus miembros derechos y mecanismos de acceso al legado de las generaciones pasadas. Este principio otorga a la presente generación un derecho equitativo de acceso no discriminatorio de la oferta ambiental de la biosfera.

“Como miembros de la especie humana todos tenemos una obligación fiduciaria de conservar nuestro planeta Tierra para las futuras generaciones... los tres principios de equidad intergeneracional – de conservación de la diversidad, calidad y acceso – proporcionan un modelo de justicia para que cada generación tenga por lo menos el mismo nivel de beneficios de la generación precedente, evitando tendencias degradantes y alentando mejores opciones para las generaciones subsiguientes”

Brown Weiss

a ¿Qué pueden hacer los niños?

Los niños y niñas pueden hacer muchas cosas para cuidar el ambiente, veamos algunos ejemplos:

- En razón de que los combustibles contaminan el ambiente, pídale a tus papás que usen menos el automóvil.
- Separa la basura de acuerdo con sus características: vidrio, aluminio, papel. Recuerda que hay materiales que pueden reciclarse y volverse a utilizar.
- Tire la basura siempre en el “basurero” no en la calle.
- Prefiera los productos que vengan en paquetes que puedan reciclarse, como el cartón.
- Cuando hagan las fiestas de cumpleaños u otras, pídale a sus papás que compren platos y vasos de cartón, son más baratos y se pueden reciclar.
- Participa en las campañas de limpieza de parques y ríos.

4. Veamos lo mejor de la TV

Sin duda alguna, la televisión ha sido uno de los más importantes inventos de la humanidad, de hecho hoy día constituye el medio de comunicación por excelencia.

La televisión es un medio muy importante porque entretiene e informa, además promueve valores y pautas de conducta. En el ámbito de consumo, la TV es fundamental para publicitar los bienes y servicios.



Lamentablemente, en los últimos años se ha evidenciado una enorme preocupación por parte de las autoridades gubernamentales – y otros sectores de la sociedad – dado que recurrentemente la televisión ha proyectado escenas sumamente violentas en la programación.

Muchas veces ni siquiera importan los horarios en que son transmitidos estos programas nocivos, especialmente para los niños. Además, se aprovecha la audiencia infantil para descargar toda una serie de espacios publicitarios, teniendo a los niños como el principal blanco.

Está claro que la televisión no es la culpable de los múltiples problemas por los que atraviesa una sociedad, pero sin duda alguna, la programación nociva sin ningún tipo de restricciones puede favorecer la pérdida de valores, tales como:

- El respeto a las personas mayores.
- El respeto a la condición humana.
- La honestidad.

- La honradez.
- La rectitud.
- La solidaridad.

Un hecho muy lamentable que los niños de Costa Rica deben conocer, es que la violencia en la televisión se ha multiplicado en todo el mundo. Según un estudio hecho por el Dr. Donald F. Roberts, de la Universidad de Stanford, Estados Unidos de América, publicado en la Revista del Consumidor, de México en el año 1997, podemos conocer las siguientes cifras:

- En el 73 % de los casos se cometen actos violentos que quedan impunes.
- El 57 % de los programas de entretenimiento contienen escenas de violencia.
- El 52 % de ellas se realizan en escenarios reales, no en un foro, lo cual le da más realismo a la escena, por eso los niños pueden asumirlas como actitudes normales.
- En el 44 % de los programas se pretende justificar la violencia, por ejemplo, por salvar la vida de una persona, evitar un asalto o defender a una dama.
- En el 25 % de las actuaciones violentas se utiliza una pistola.
- En el 15 % de dichos programas destaca la presencia de sangre.

Los estudios realizados concluyen que antes de terminar la primaria, los niños americanos (estadounidenses) han sido expuestos a 8 mil asesinatos y 100 mil actos violentos.

De acuerdo con los expertos en este campo, la influencia de los programas violentos en los niños puede provocar los siguientes efectos negativos:

- Pueden volverse menos sensibles al dolor y al sufrimiento.
- La tendencia de los menores a imitar conductas observadas los lleva a actuar violentamente después de ver escenas de ese tipo.
- Los contenidos violentos alteran la percepción de los niños, llevándolos a concebir un mundo mucho más peligroso de lo que es en la realidad.
- Pueden incitar a los pequeños a aprobar la violencia y la agresión como una forma de solucionar los problemas.

En el ámbito de las relaciones de consumo, también la televisión juega un papel muy importante pues los niños desde muy temprana edad ya son sujetos activos del consumo. Se ha mencionado que hasta los 2 ó 3 años de edad de los niños los padres deciden por ellos, sin embargo, a partir de los 3 años los niños influyen las decisiones de compra, por esa razón, es que los niños son el “blanco favorito” de la publicidad (Delgado: 1994:7)



La televisión juega un papel fundamental en el desarrollo del vocabulario infantil, así como en la adquisición de ciertos patrones de conducta. La fuerza de los medios es tal que compete fuertemente con otros agentes socializadores, como la familia y la escuela.

Este importante impacto de la televisión en la niñez costarricense permite la recomendación de una serie de pasos que deben ser observados por los padres de familia. Veamos algunos ejemplos:

- Es importante sentarse con los niños para ver aquellos programas seleccionados previamente. Con esto los padres se asegurarán dos aspectos fundamentales, primero: que el niño se instruya con el programa, y segundo: que el niño evite estar cambiando de canal, pues con esto al final no ve nada especial y se gasta corriente innecesariamente.
- Siempre es importante que los padres orienten a sus hijos en el análisis de la publicidad, respondiendo con objetividad cada una de las inquietudes de los niños, sobre todo cuando se evidencia que la publicidad es engañosa.
- No es conveniente emitir comentarios subjetivos sobre los programas de televisión, procure discutir cualquier tema con objetividad, esto ayuda a los niños a ser críticos respecto a lo que ven, escuchan o leen.

La televisión es un medio muy frecuentado a nivel mundial, especialmente en las sociedades industrializadas. Por ejemplo, la American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, de los Estados Unidos de América, (Academia Americana de Psiquiatría del Niño y del Adolescente) establece que cuando los niños estadounidenses hayan terminado su escuela, habrán pasado más tiempo mirando televisión que en el salón de clases.

De acuerdo con esta academia, el tiempo que pasan los niños frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes como:

- La lectura.
- El trabajo escolar.
- El juego.
- La interacción con la familia.
- El desarrollo social.

Desde luego que la televisión es muy importante e instructiva para los niños, sin embargo, a través de ella muchos niños pueden aprender cosas inapropiadas e incorrectas. Por ejemplo:

- Muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la TV y la realidad.
- Están bajo la influencia de miles de anuncios comerciales que ven al año, muchos de los cuales son de bebidas alcohólicas, comidas malsanas y comidas chatarra, entre otros.

Si los niños no mantienen un cierto equilibrio entre ver la televisión y atender sus otras actividades, estarán en riesgo de:

- Sacar malas notas en la escuela.
- Leer menos libros.
- Hacer menos ejercicios.
- Tener sobrepeso.

En una sociedad de consumo y sumamente compleja como la que estamos actualmente viviendo, son muchos los factores negativos que se proyectan por la televisión, tales como la violencia, la sexualidad, el racismo, el consumo de drogas, y muchos otros males, que pueden hacer que los niños vean todos estos fenómenos como algo normales, y consecuentemente pueden generar en los niños comportamientos y actitudes intolerables.

Por estas razones es esenciales, es que los padres de familia tienen una responsabilidad que cumplir con los niños asegurándose que tengan experiencias positivas con la televisión. En tal sentido, los padres podrán ayudar de la siguiente manera:

- Mirando los programas de televisión con sus hijos.
- Escogiendo los programas apropiados para la edad de los niños.
- Poniendo límites a la cantidad de tiempo que pasan los niños ante la TV.
- Apagando la TV durante las horas de las comidas en familia y del tiempo de estudio.
- Apagando los programas que no les parezca apropiados para sus hijos.

CON LA ORIENTACIÓN APROPIADA LOS NIÑOS PUEDEN APRENDER A USAR LA TELEVISIÓN DE UNA MANERA SALUDABLE Y POSITIVA. RECUERDE QUE MIRAR LA TELEVISIÓN DEBE SER UN PROCESO ACTIVO PARA EL NIÑO Y EL PADRE.



A criterio de la Dra. Magdalena Cerón R., del Hospital Infantil de México, la televisión juega actualmente un papel sumamente importante en el desarrollo y la educación de los niños, por ello, es necesario que los padres estén al pendiente de la forma en que la televisión ejerce influencia en los menores.

Por ejemplo, la Dra. Cerón afirma que la actitud pasiva del niño frente a la televisión evita que ellos desarrollen su creatividad, limita su imaginación y condiciona también que puedan tomarse imitadores activos de conductas violentas y de consumidores compulsivos.

Sobre esto último, sostiene que los comerciales son mensajes que los niños están captando en forma constante pues se transmiten repetidamente y logran trascender en niños pequeños, a veces por lo

melodiosos, coloridos, e ingeniosos, suelen proporcionar mucha información en pocos segundos, se considera que un niño puede recibir un promedio de mil anuncios televisivos en un año.

De acuerdo con la Dra. Cerón, el grueso de estos anuncios invita a consumir en forma exagerada, juguetes, dulces, cereales, refrescos, tabaco y alcohol, tratando de convencer que estas conductas conducen a la felicidad o a la popularidad, por lo que los niños necesitan la orientación de un adulto para explicarles que mucho de ese consumo puede no ser necesario o incluso cuál puede ser nocivo para la salud.

Lo que deben hacer los niños

- Comenta con tus padres tus opiniones, dudas y experiencias sobre tus programas preferidos.
- Identifica lo que es real y lo que es ficción; no olvide que no todas las ventajas que se señalan en los anuncios son ciertas, a veces se utilizan trucos técnicos para que los productos parezcan más atractivos.
- Establezca un horario para ver la TV y desarrolle otras actividades importantes como: el dibujo o la lectura.

5. Ahorremos dinero

Lo primero que deben saber los niños, es que el dinero está definido como todo aquello que circula libremente de una persona a otra como medio de pago y mediante el cual surge el intercambio de productos y servicios (Rodríguez de Roque: 63)

De esa manera si un niño desea comprar un jugo, unas papas tostadas, un chocolate, alguna fruta, u otro producto que desee, necesita tener dinero para poderlo adquirir, pues el dinero es el medio de intercambio en el sistema económico actual.

Consideraciones y atributos del dinero como medio de intercambio:

Consideraciones generales

- **El Dinero como medida de valor:** Cuando una persona desea intercambiar algún producto o servicio necesita hacer un estimado del valor de la utilidad que tendrá dicho bien. Al ocurrir la transacción comercial, o sea el intercambio de valores, para que éste sea efectivo se debe llegar a un acuerdo sobre un valor estándar que será aceptable a ambas partes. Este acuerdo es la cantidad de dinero que una de las partes va a recibir a cambio del producto o servicio que está ofreciendo en venta.
- **El poder adquisitivo del dinero:** Cuando se trabaja se recibe a cambio dinero, cuando se vende un producto también se recibe dinero, en ambos casos el dinero que se recibe se puede guardar por algún

tiempo reteniendo relativamente el mismo valor que tuvo cuando se adquirió. Esto quiere decir que el dinero conserva su valor o poder de adquisición. Pero debido a la devaluación conviene tenerlo en un banco ganando intereses.

- **El dinero como patrón de pagos diferidos:** A veces surge la necesidad de adquirir un producto pero no alcanza el dinero. En este caso se puede dejar para más tarde si adquirimos el producto y lo pagamos a plazos o con algún plan de pago diferido o sistema de crédito. En estos casos el dinero se ha utilizado como patrón para indicar la cantidad que se debe pagar.

Atributos

- **Aceptación:** El dinero, como medio de intercambio, es aceptado por todos los agentes económicos que interviene en el mercado.
- **Facilidad de transporte:** Esto significa que el dinero circula de un lugar a otro.
- **Durabilidad:** El dinero debe tener suficiente consistencia para que no se deteriore fácilmente. Todos tenemos la obligación de cuidar el dinero, no debemos rayarlo, mancharlo ni romperlo.
- **Homogeneidad:** Esto significa que las unidades deben ser de un mismo valor, cuando son de una misma denominación, por ejemplo, en colones.
- **Divisibilidad:** El dinero debe fraccionarse, en términos de valor, para facilitar las transacciones. Por ejemplo: en billetes y monedas de distinta denominación.
- **Facilidad de reconocimiento:** Los billetes y las monedas deben tener diseños uniformes. De esta forma se facilita al público reconocerlo sin problemas.

a La virtud del ahorro

Como se pudo apreciar, el dinero es muy importante en el mercado pues con él todas las personas podemos hacer nuestras compras y pagar por los servicios que requerimos.

Pero un aspecto que no podemos pasar inadvertido es que el dinero es limitado, es decir, no siempre tenemos todo el dinero suficiente para comprar todo lo que queremos.

Por lo tanto, son muchas las necesidades pero limitados los recursos. Lo cual nos obliga, como consumidores racionales, a establecer, por un lado, las prioridades, y por otro, una serie de ejercicios fundamentales para desarrollar la virtud de economizar a la hora de hacer las compras, incluyendo el ahorro.

Cuando ahorramos dinero, nos garantizamos la posibilidad de disponer de un remanente para poder utilizarlo en otros bienes y servicios que nos hagan falta más adelante.

Conviene no gastar todo el dinero a la vez, pues entonces no dispondremos del medio de intercambio, lo que significa privarnos de otras cosas elementales. No se trata de guardarlo todo, pues igualmente nos privaremos de los productos que queremos consumir, sino más bien de tener la capacidad de guardar una parte para utilizarlo racionalmente en otra ocasión.

Los niños también deben aprender a ahorrar su dinero, de esta forma podrán ir acumulando una cantidad importante que luego podrán utilizar para comprar algo que deseen, como un juguete, un libro, un alimento, etc.

Ahorrar el dinero es una forma de mantenerse vigente como consumidor activo, es decir, con disponibilidad de hacer compras de productos necesarios en el momento indicado. Si un padre entrega una suma de 500 colones a su hijo, podrá gastar la mitad en ese día, ahorrará 250 colones. Si el fenómeno se repite durante cinco días lectivos, entonces el niño al final tendrá un ahorro de 1250 colones. Con este ahorro podrá comprar otras cosas necesarias más adelante.

Sin embargo, es importante tener presente que no solamente ahorrando o guardando el dinero podremos disponer de él en otras compras, también podemos ahorrar dinero si realizamos una serie de ejercicios en el mercado, como las comparaciones de precios, de modo que podríamos comprar en los negocios con los mejores precios, ahorrándonos las diferencias.

a Acciones para ahorrar el dinero y para utilizarlo racionalmente:

- Debemos planear con mucho cuidado la forma cómo invertiremos el dinero, comprando aquello que es realmente necesario. Cuando compramos cosas no necesarias o no prioritarias, estaremos mal gastando el dinero.
- Debemos revisar cuidadosamente los productos, y establecer una adecuada relación entre su calidad y el costo.
- Debemos comprar en aquellos negocios de reconocida reputación, donde nos den información suficiente y nos traten muy bien.
- Debemos tener mucho cuidado con las marcas de los productos, comprando aquellas que nos ofrecen garantía, repuestos y talleres de reparación.

- Debemos ser cuidadosos con la verificación del peso del producto. Si un consumidor tiene duda sobre el peso, debería verificarlo y denunciar ante la Comisión Nacional del Consumidor si encuentra una irregularidad.
- Debemos comprar aquellos productos y servicios que mejor se adaptan y convengan a la personalidad de cada quien.
- Debemos comparar precios, calidades y servicios antes de decidir la compra.
- Debemos preferir aquellos productos que nos ofrezcan mayores plazos de garantía.

Ejercicios de repaso:

1. Explique la importancia de consumir alimentos sanos:

2. Mencione los tres tipos de alimentos y comente en clase la función de cada uno de ellos:

TIPO	FUNCIÓN
TIPO	FUNCIÓN
TIPO	FUNCIÓN



3. Indique la función esencial de los juguetes:

4. Haga una lista de aquellos juguetes que estimulan la creatividad de los niños:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

11. _____

5. Mencione una razón especial que considere importante para la conservación del ambiente, coméntela en clase con los compañeros:

6. Explique lo dispuesto por las Naciones Unidas en la Declaración de Estocolmo, respecto al ambiente:

7. Haga una lista mencionando los aspectos positivos y negativos de la TV:

ASPECTOS POSITIVOS DE LA TV
1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

ASPECTOS NEGATIVOS DE LA TV
1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

8. Explique y comente en clase cuáles la función del dinero:



Ministerio de Economía,
Industria y Comercio



Guía Didáctica para el Docente

Nivel Primaria

Educación al Consumidor

DIRECCIÓN DE APOYO AL CONSUMIDOR

9. Haga una lista indicando posibles formas para ahorrar dinero:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____



CONSIDERACIONES FINALES

“La educación del consumidor nace como una necesidad de formar e informar a la ciudadanía acerca de sus derechos y responsabilidades ante la desprotección en sus relaciones de mercado, así como generar conciencia sobre el necesario equilibrio entre consumo, desarrollo humano sustentable y calidad de vida”

ANGELA ZAMBRANO

Nuevamente reiteramos nuestro criterio sobre la importancia de la enseñanza de los derechos del consumidor en nuestras escuelas y colegios, al mismo tiempo que resaltamos el imprescindible rol que juegan en este proceso los educadores.

La educación del consumidor es un labor prioritaria porque como se ha dicho, representa un proceso cualitativo que permite formar consumidores críticos y protagonistas en sus relaciones del intercambio comercial.

Como derecho humano, la educación de la población en los asuntos relacionados con el consumidor se presenta como una responsabilidad compartida entre la sociedad civil y el Estado, cuyo objetivo fundamental no es otro más que procurar la promoción de una nueva cultura de consumo que le permita al ciudadano emplear criterios racionales en sus decisiones de compra de bienes y servicios, y ajustar, en su propio beneficio, su comportamiento en el transcurrir del tiempo de acuerdo con los cambios que sucedan a futuro en la dinámica de los mercados.

Si bien es cierto es importante considerar al consumidor como el agente más relevante del proceso económico, lo es aún más el hecho de que un consumidor educado tiene la capacidad para permitir un mayor grado de competitividad de los mercados, sobre todo cuando de la calidad de los bienes y servicios se trata.

Especialmente cuando dicho proceso de educación se contextualiza en un ambiente histórico-social determinado por la llamada globalización de la economía, donde los consumidores tienen la oportunidad de escoger entre una mayor variedad de bienes y servicios provenientes de todas partes del mundo.

Ante esa situación, el Estado costarricense, por medio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio y el Ministerio de Educación Pública reconocen la importancia de la educación del consumidor, puesta de manifiesto en la elaboración de esta guía didáctica para el docente, para que a su vez éstos lo hagan con sus estudiantes, a efecto de despertar el interés del consumidor, desde la niñez, por los profundos cambios que experimenta la economía nacional, así como su impacto en las relaciones comerciales. Esperamos que este documento sea de gran utilidad para los objetivos y metas propuestos.



GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Agentes económicos:** Toda persona física, entidad de hecho o de derecho, pública o privada, participe de cualquier forma de actividad económica, como comprador, vendedor, oferente o demandante de bienes o servicios, en nombre propio o por cuenta ajena, con independencia de que sean importados nacionales o que hayan sido producidos o prestados por él o por un tercero.
2. **Ahorro:** Guardar o reservar alguna parte del ingreso ordinario, como prevención de necesidades futuras.
3. **Circuito económico (proceso):** Son las etapas del funcionamiento del mercado: producción, distribución, venta y consumo.
4. **Comerciantes detallistas:** Toda persona física, entidad de hecho o de derecho, privada o pública que, en nombre propio o por cuenta ajena, se dedica en forma habitual a ofrecer, distribuir, vender, arrendar, conceder el uso o del disfrute de bienes, o a prestar servicios, sin que necesariamente ésta sea su actividad principal.
5. **Competencia:** Situación de mercado en la cual las empresas luchan independientemente por captar la mayor cantidad de compradores o vendedores.
6. **Comportamiento del consumidor:** Conducta específica de cada ser humano para dirigir su vida y acciones en materia de consumo.
7. **Consumidores:** Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o artesano.
8. **Consumo racional:** es la adquisición de bienes y servicios tomando decisiones acertadas y argumentadas que partan de la de la reflexión y el pensamiento.
9. **Derechos del consumidor:** Facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece a favor de los consumidores.
10. **Distribuidores o comerciantes mayoristas:** Agentes económico que está en la cadena de comercialización de productos y servicios y se encarga de repartir o distribuir los mismos a terceros para que este los venda a los consumidores.

11. Economía de mercado: Sistema económico que deja a las leyes de la oferta y la demanda (compradores y vendedores), fijar las condiciones de precio, calidad y oportunidad de los bienes y servicios.
12. Educación del consumidor: Es la capacitación del individuo para que adquiera las destrezas, los conocimientos y la comprensión que se requiere para tomar decisiones sensatas y beneficiosas, buscando obtener la máxima satisfacción y utilización de los recursos, evaluando las alternativas del mercado, ejerciendo sus derechos y responsabilidades y desempañarse de manera adecuada en una economía de mercado.
13. Globalización: Nuevo orden económico que facilita la circulación y el libre tránsito de mercancías y capitales, se eliminan las distorsiones del mercado, se liberaliza la economía y entran a regir las leyes de la oferta y la demanda.
14. Libertad económica: es el derecho que tienen todos los agentes económicos de acceder libremente al mercado y de autorregular su actividad económica de acuerdo a las leyes del mercado.
15. Libre competencia - libre concurrencia: Situación de mercado en la cual las empresas luchan independientemente por captar la mayor cantidad de compradores o vendedores.
16. Monopolio: Es la organización del mercado en la cual sólo hay una empresa que vende un bien o servicio para el cual no existe ningún sustituto próximo. El comercio monopolista posee poder en el mercado para fijar los precios, por lo que tiende a aumentarlos y a disminuir la cantidad y calidad ofrecida.
17. Presupuesto Familiar: Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana según el ingreso total de la familia.
18. Proceso Económico: Dinámica del mercado considerando las funciones que ejercen cada uno de los agentes económicos, tales como productores, distribuidores, comerciantes y consumidores.
19. Productores: Agente económico que está en la cadena de comercialización cuya finalidad es fabricar o adquirir productos terminados o insumos, con el propósito de integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.
20. Publicidad engañosa: Todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión, puedan inducir a engaño, error o confusión al consumidor.



Ministerio de Economía,
Industria y Comercio

44444 Guía Didáctica para el Docente

Nivel Primaria

Educación al Consumidor

DIRECCIÓN DE APOYO AL CONSUMIDOR

21. Sana competencia: En el mercado que los agentes económicos compitan en igualdad de condiciones con reglas claras y definidas en cuanto a costos, precios, publicidad, etc.
22. Servicio público: Todas aquellas actividades dirigidas por la administración estatal y destinada a satisfacer intereses colectivos.
23. Soberanía del consumidor: Autoridad suprema con que dispone cada consumidor para elegir o decidir frente a un acto de consumo.
24. Ventas atadas o condicionadas: Cuando se condicione el perfeccionamiento de una venta o la prestación de servicios a la adquisición de otro producto o a la contratación de otro servicio, a menos que así se haya ofrecido, públicamente y de manera inequívoca a los consumidores



BIBLIOGRAFÍA:

- 1- American Academy Child & Adolescent Psychiatry, Los Niños y la Televisión, www.aacap.org/publications/apntsfam/fff54.htm -2004 (año de búsqueda)
- 2- Borrero, José. Los derechos ambientales una visión desde el sur. www.joseborrero.com .2004 (año de búsqueda)
- 3- Cerón R. Magdalena, El Niño y la Televisión, www.mipediatra.com.mx/infantil/television.htm 2004 (año de búsqueda)
- 4- Chávez, Adolfo. La Nueva Alimentación. PROFECO, México, 1995.
- 5- Delgado Zegarra, Jaime, Manual de Educación del Consumidor, Instituto de Derecho del Consumidor, Perú. 1994.
- 6- Diccionario de la Lengua Española, Vigésima Primera Edición. Espasa Calpe. 1992
- 7- Enciclopedia Multimedia y Biblioteca Virtual (EMVI), Monopolios www.enued.net/coursecon/ 2004 (año de búsqueda)
- 8- Guerra, Tomás. Ecología y Política en América Latina, CEDAL, Costa Rica, 1984.
- 9- Infante, Patricio, y otros. Ministerio de Educación, Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, No se consume en el consumo, educación para el consumo: educación para la vida, Chile, 1997.
- 10- Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, número 7472. MEIC. Costa Rica. Imprenta Clásica 2002.
- 11- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. El Consumidor, revista número 1. San José, 1996.
- 12- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Ministerio de Educación Pública. Educación del Consumidor (Guía Didáctica para el Docente) Costa Rica. 2000.
- 13- Ministerio de Salud, Guía para la educación en nutrición. Costa Rica. 1990.
- 14- Miranda Sandí, Miguel. Algo más sobre globalización. Prensa Libre 12 de abril del 2003.
- 15- Miranda Sandí, Miguel. Nueva Cultura de consumo. Prensa Libre, 18 de marzo de 1997. Pág. 15.
- 16- Procuraduría Federal del Consumidor, Revista del Consumidor número 248, México, 1997.
- 17- Procuraduría Federal del Consumidor, Revista del Consumidor, número 242, México, 1997.
- 18- Rodríguez de Roque, Páez de Abreu, Principios de Comercio.