

ISBN: 223422

Primera Edición: noviembre de 2012

Tiraje: 500 ejemplares

Producción Ejecutiva: Equipo SERNAC

Producción: Plagio

Diseño y diagramación: Margarita Ibañez

Ilustraciones: Alberto Montt

Corrección de estilo: Stephanie S. Lean

Jurado ConsuCuento:

Juan Antonio Peribonio. Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.

Soledad Sui. Encargada de programación, diseño y planificación de contenidos de Novasur; Consejo Nacional de Televisión.

Paz Balmaceda. Secretaria Ejecutiva del Consejo Nacional del Libro y la Lectura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Se terminó de imprimir esta primera edición de 5.000 ejemplares en los talleres de World Color Chile S.A, Av. Gladys Marín Millie 6920, Estación Central, Santiago, en noviembre de 2012

DISTRIBUCIÓN GRATUITA / PROHIBIDA SU VENTA

Descarga gratuitamente la versión en audio de todos los cuentos incluidos en este libro en www.consucuento.cl



CONSUCUENTO
DETRÁS DE CADA COMPRA
HAY UNA HISTORIA

PRÓLOGO

UNA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

Una de las líneas de trabajo del SERNAC para cumplir con su misión de educar e informar a los consumidores, es el desarrollo de programas, cursos, talleres y materiales educativos con el fin de que cada día sean más los que conozcan y ejerzan sus derechos. De esta forma, se busca que los ciudadanos tengan un rol activo y responsable dentro de la sociedad.

La búsqueda constante de temáticas a desarrollar, así como de plataformas para impartir educación en estas materias, forma parte de los compromisos que tenemos como institución, sin mencionar los desafíos propuestos para promover –a través de la Educación para el Consumo– la formación de ciudadanos informados y responsables en el mercado.

En esta misma línea –y como reflejo de nuestra preocupación por incluir la perspectiva ciudadana en la Educación para el Consumo– nos planteamos la posibilidad de escuchar activamente a las personas, conocer sus vivencias, saber cómo se relacionan con el consumo y revelar qué hay detrás de cada acto de compra.

NACE CONSUCUENTO

Para ello, con ocasión de la segunda versión de la Feria del Consumidor, lanzamos el 20 de marzo de 2012 el primer concurso nacional de relatos de consumo:

“ConsuCuento, detrás de cada compra hay una historia”.

El objetivo principal fue incentivar la participación creativa

de todos los consumidores y motivarlos a que nos contaran sus historias sobre experiencias personales de consumo. Nos interesaba conocer el lado humano en el acto de compra y no sólo lo relacionado con el reclamo. Con este concurso, quisimos lograr que los consumidores se transformaran en los protagonistas de cada cuento.

Como resultado, podemos señalar que cumplimos, e incluso superamos, las expectativas propuestas. Primero, con la realización de una versión en vivo del concurso, donde los participantes nos contaron sus historias en no más de 30 segundos, a viva voz y en la Plaza de la Constitución. Luego, con la gran convocatoria que tuvo el concurso a nivel nacional, la que nos permitió leer 2.500 cuentos y conocer un pedacito de Chile con cada relato.

Hoy, una vez finalizado el concurso, estamos convencidos de que el consumo es un acto de la vida cotidiana, que va más allá de la compra y que está fuertemente presente en nuestras vidas.

A través de este libro, queremos compartir ese Chile expresado en los relatos ganadores y seleccionados, e involucrarlo en la Educación para el Consumo de manera viva y ciudadana.

Servicio Nacional del Consumidor

SERNAC

PALABRAS DEL DIRECTOR

PALABRAS DEL DIRECTOR

Quiero agradecer a todos los que participaron en este concurso, donde quisimos que los protagonistas fueran los consumidores.

Sabemos que detrás de cada compra hay una historia. Al SERNAC llegan más de 300 mil historias al año: un consumidor al que el vendedor le sonrió en la compra o le mostró los dientes cuando fue a cambiar el producto que salió malo; la cuenta que llegó a fin de mes con un seguro que nunca se contrató; o la empresa que llama al jefe de un consumidor para cobrar una deuda.

Para el Presidente Sebastián Piñera es crucial que cada reclamo o consulta que llega al SERNAC sea solucionada de raíz, pues sabemos que detrás de cada una de ellas puede haber una familia angustiada.

La historia que el SERNAC quiere contar es una con un final feliz, donde las empresas responden a sus clientes y respetan sus derechos. Estamos trabajando con mucha fuerza para que así sea.

Este libro es un compendio de las historias relatadas desde los consumidores, ya sean basadas en hechos reales o ficticios. Nadie mejor que ustedes puede transmitir lo que hay detrás de cada acto de consumo: entusiasmo, decepción, alivio por un crédito que se necesitaba o angustia por uno que no se puede pagar.

Cuando lanzamos este concurso, en el marco de la Feria del Consumidor, hubo algunos valientes que se atrevieron a contar sus historias a viva voz. Conocimos la riqueza de sus relatos, que transitaron desde las aventuras de la compra de zapatos, la elección de un regalo, la compra de la casa nueva, hasta el relato de una niña que sabiamente aconsejó a los adultos a “no caer en el derroche” y evitar las deudas, por más agradable que sea comprar.

Así como esas historias quedaron en los oídos y memoria de los asistentes, en este libro quedará un registro escrito de los mejores relatos que nos enviaron los más de 2.500 entusiastas que quisieron participar en este concurso.

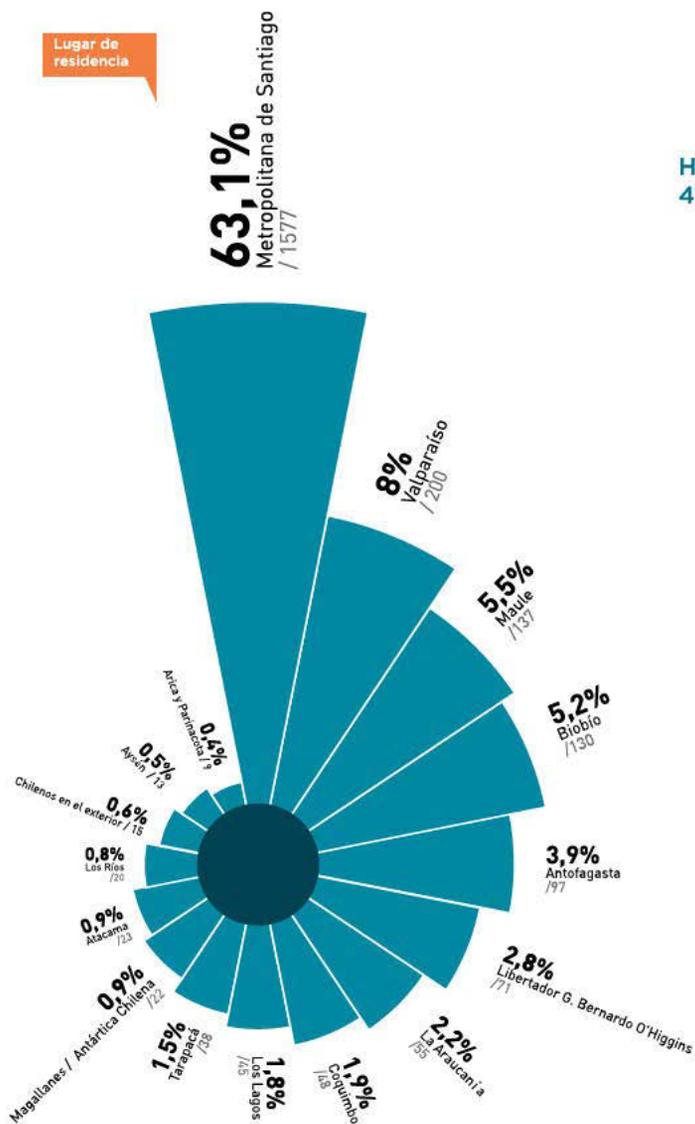
El relato ganador es una muestra de lo que los consumidores viven cotidianamente en sus relaciones de consumo, en este caso, en el gimnasio. Con este cuento, se logra mantener al lector en suspenso, sorprendiendo con un final gracioso y efectivo. También se destacan historias de amor detrás del consumo, de relaciones familiares, de regalos inesperados y un sinfín de historias con las que podemos identificarnos todos, porque de una u otra forma, hemos vivido situaciones similares. Todos somos consumidores y/o consumidoras. Los invitamos a disfrutar y compartir estos relatos.

Juan Antonio Peribonio Poduje
DIRECTOR SERNAC

CUENTOS RECIBIDOS

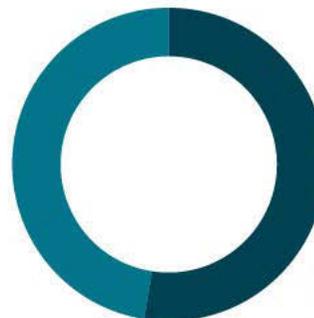
TOTAL CUENTOS RECIBIDOS: 2.500

Lugar de residencia



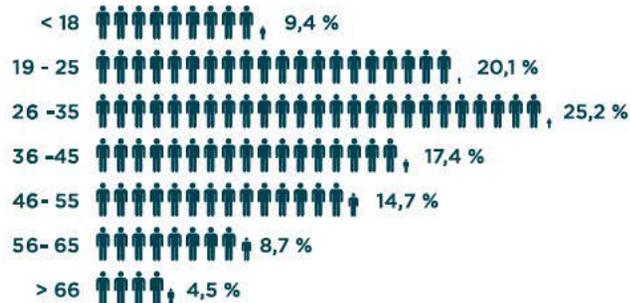
Sexo

HOMBRES
47,5% (1188)



MUJERES
52,5% (1312)

Rango de edad



CUENTOS SELECCIONADOS





Atención, atención que viene el público

Primer Lugar

Atención, atención que viene el público

Convencida de que ir al gimnasio era lo mejor para tener un cuerpo sano y atlético, sentirme joven y más confiada, hallé el lugar ideal: el centro deportivo de mi comuna. Cercanía, aranceles justos y calidad de servicio, eso decía la web. Cuando llegué, me impresionó la amplitud de las dependencias y el ambiente distendido. En la recepción, tres mujeres vestidas con uniforme atendían a otras tres que pagaban sus cuotas mensuales. Llegó mi turno: "Hola, buenas tardes". La mujer ni siquiera me miró, sólo me dijo, con la vista pegada a la pantalla: "¿Qué necesita?". "Quiero inscribirme en aerobox". Sacó una hoja y la extendió frente a mí. Aún no me miraba. "¡Ah!", le dije, "¿y esto qué es?". "Son los horarios de todos los cursos que tenemos. Elija uno". Me tomé mi tiempo. "Bueno, quiero el horario de los martes por la tarde", dije convencida. "Ese está completo", respondió, con la vista aún en la pantalla. "¿Y dónde hay cupos?", pregunté, ya algo molesta. "Ahí dice", contestó, al tiempo que deslizaba por la hoja su dedo índice de uña carcomida, evidenciando mordeduras causadas por la ansiedad de una vida descontenta. "Entonces que sean los sábados", me oí decir, aún con entusiasmo. "No, el profesor ya no hace clases los sábados". La observé. Su actitud despiadada me sobresaltó. Esa mujer llevaba al menos 10 minutos atendiéndome y aún no hacía contacto visual. Tomé la hoja y pasé la vista por cada palabra hasta el final, con la lentitud de un moribundo. "¿Y? ¿Ya decidió?", la escuché interpelar, con la misma displicencia. "¿Sabe? Aquí falta un curso". Entonces ella pareció revivir y por primera vez me dio la cara. "Imposible", enfatizó. "Le juro que sí", repliqué con calma, "falta el curso de atención de público, ¿adivine quién debe inscribirse?".

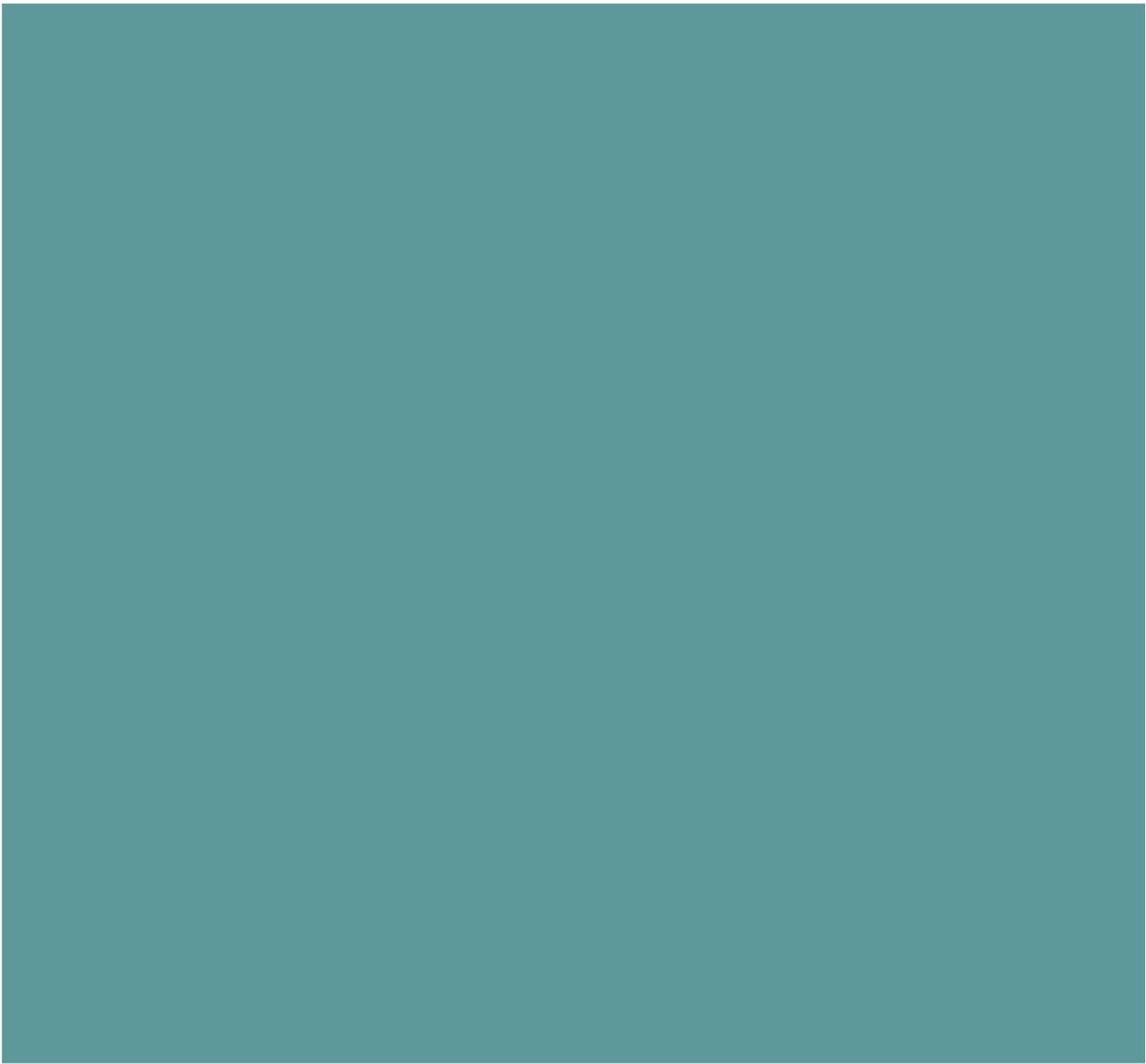
Mariana Marini Encina

42 años, Providencia



"Me parece muy positivo que se organicen este tipo de concursos, ya que en Chile hay un gran anhelo de instancias que permitan la expresión artística literaria. Además, que sean abiertos a todo público me parece excelente, más aún en este caso, pues todos somos consumidores y, con este espacio, se creó una oportunidad para transmitir un mensaje respecto al tema, de manera creativa".





Carmencita, my love

Mención Honrosa

Carmencita, my love

Carmencita me pidió una sorpresa especial. Perfumes, un ramo de rosas y los infaltables chocolates pasaron por mi cabeza, pero pronto fueron desechados. No, Carmencita se merecía algo inolvidable, algo que engalanara su cumpleaños y me dejara a mí como el único, más osado, romántico e increíble de todos sus pretendientes. Por eso, tenía que ser muy cuidadoso en la compra. Primero, porque habían otros competidores y, segundo, porque mi presupuesto era paupérrimo. Di vueltas por el centro, entré a un par de librerías y a una tienda de accesorios de belleza. Mi billetera siempre tiritaba. Entremedio se puso a llover. Nada de lágrimas, sólo carcajadas cayendo desde el cielo. Entonces, en una esquina, al alero de un árbol, encontré lo que buscaba. La vitrina era pequeña, pero decidora. De inmediato pensé en Carmencita, en esa forma que tiene de agradecer las cosas con mordiscos, lengüetazos y suspiros. Un poco tímido, ingresé al local. La vendedora, escrutando mis deseos y mis ganas de largarme pronto, me hizo algunas recomendaciones y yo le pagué sin regatear. Por la noche, llegué a la fiesta. En el living encontré globos, papas fritas y esas cosas típicas de los cumpleaños. Carmencita, con aires de Cenicienta, abrió los regalos a medianoche. Aparecieron bombones, libros de poesía e incluso una crema para las arrugas elegida por algún desubicado. Yo la esperé en la cocina y, cuando llegó a buscar un par de vasos, le mostré mi regalo. La zunga atigrada me apretaba un poco. Contuve el aire para disimular la guata mientras ella se deleitaba. Recibí risas y aplausos. Esa noche me convertí en la guinda de la torta.

Diego Vargas Gaete

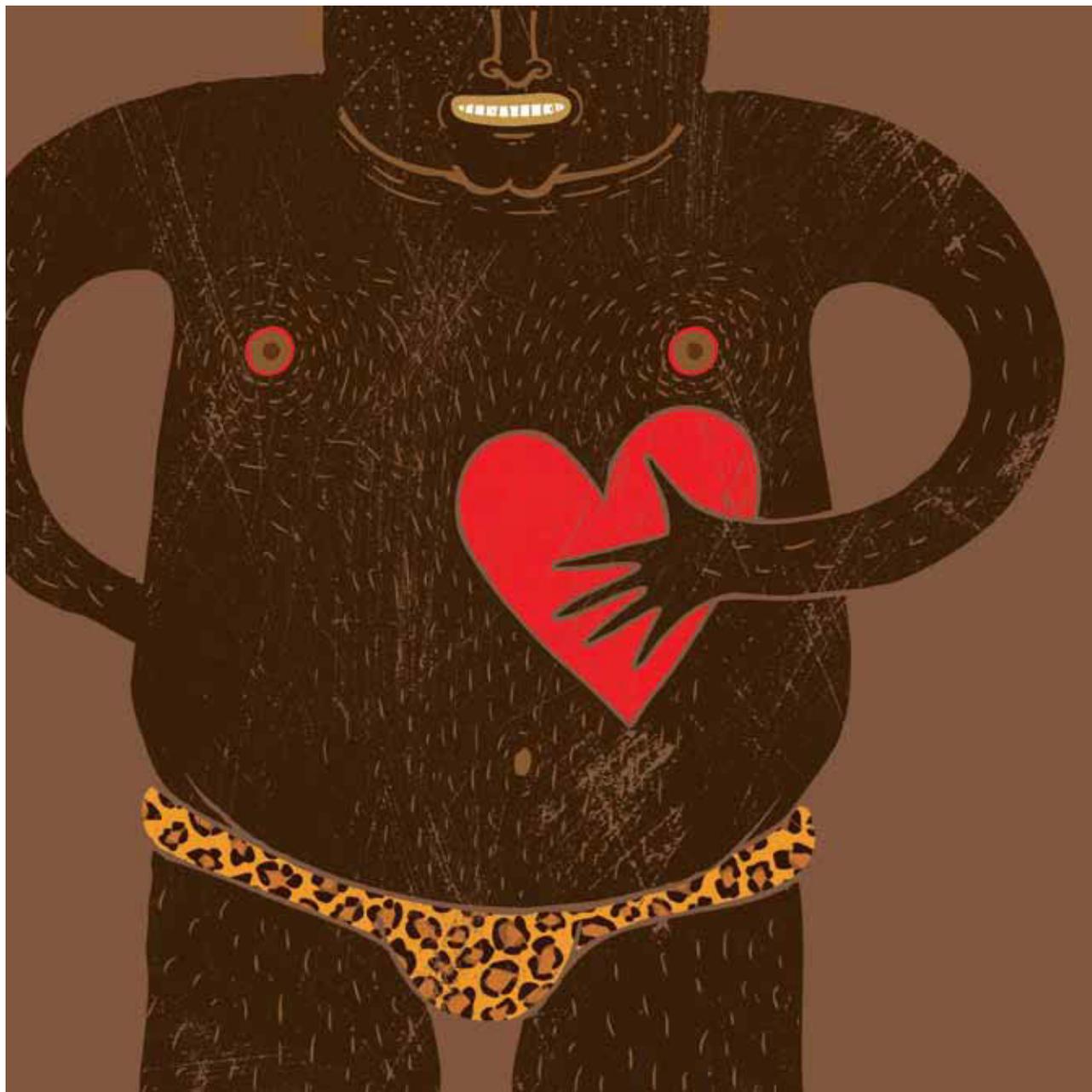
36 años, Santiago

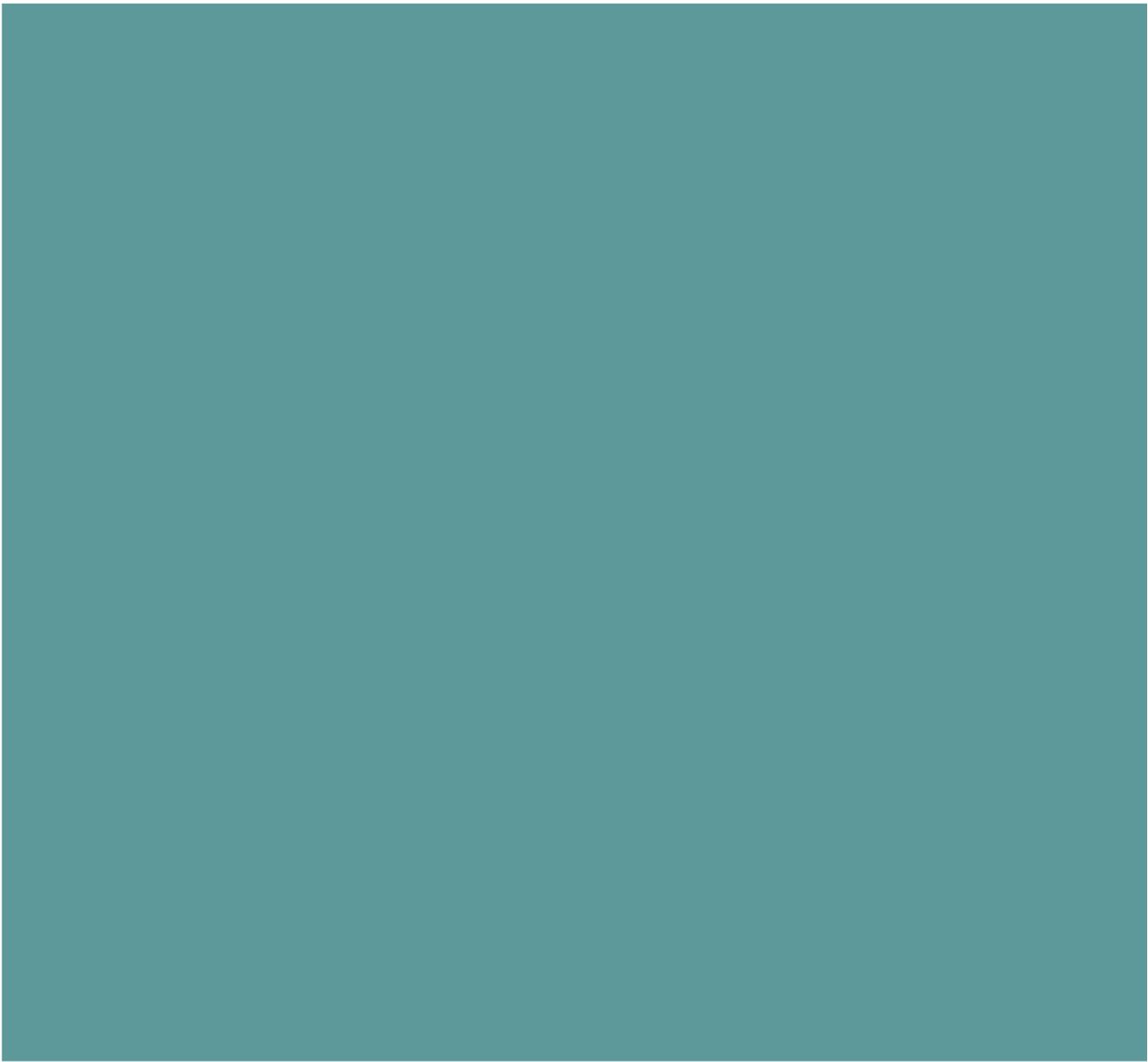


"Con el relato quise transmitir que una compra puede ser mucho más que una simple transacción, que no es necesario invertir tanto dinero en un regalo si se elige el objeto preciso y se cuenta con la ayuda de una buena asesoría en la venta

Pienso que la creatividad y el buen humor son las armas para vencer los períodos de vacas flacas, y eso mismo me motivó a participar.

Me gusta eso de que tantas personas hayan enviado sus historias, pues en Chile existe muy buena materia prima para narradores. Cuando supe que obtuve la mención honrosa, se me alegró el día y espero representar el espíritu de esos miles de participantes*.





Ver tomar helado

Mención Honrosa

Ver tomar helado

Agonizaba el invierno del '82 y la situación económica del país era un cadáver. Mi viejo paraba la olla trabajando en el POJH; mi vieja planchaba, lavaba y hacía aseo en casas particulares; yo, en las noches de semana cuidaba autos en el gimnasio del Colegio Claretiano y durante los fines de semana cortaba el pasto y limpiaba jardines en El Llano Subercaseaux. Todos aportábamos para sobrevivir y no había para darse gustos ni divertirse, así que le dábamos a la pichanga con una pelota plástica todas las tardes. Las zapatillas ya no resistían más parches ni costuras. Un domingo, mi viejo nos invitó a vitrinear a Franklin, que era lo más céntrico que concebíamos. "Vamos a ver tomar helados", me decía. En la boletería del metro Lo Vial clavé los ojos en un billete de cinco lucas que estaba en el piso, por donde pasaba la fila. Trataba de hacerle alguna señal a mi viejo, sin llamar la atención, y él las vio justo debajo de sus pies, pero no fue capaz de tomarlas. Es que no le pertenecían. Cuando la fila avanzó, un caballero las vio, se agachó y las recogió. Se acercó a mi viejo y dijo: "Tome señor, se le cayó esto cuando sacó su monedero". Mi viejo nos miró, y con mi viejita le gritamos: "¡Se te acaban de caer!". Él, nervioso y sudoroso, las recibió. A esa edad yo pensé que era un premio al esfuerzo, que ese billete nos esperaba. En una tienda de San Diego me compraron unas zapatillas con caña, lengua larga y cordones blancos. Pasamos a una gelatería por una once. Por primera vez estuve del otro lado del ventanal y la gente de afuera nos veía felices tomar helados.

Leonardo Cortés Varela

43 años, Pudahuel



"Para escribir 'Ver tomar helado', me inspiré en una vivencia de mi infancia, a la que le agregué algunas figuras literarias aprendidas con los años.

Quise participar para decir algo; expresarme, para que los vendedores y prestadores de servicios sepan que un consumidor es más que una cifra azul en sus libros contables y que todas las historias que desembocan en un consumo merecen un producto o servicio de calidad".



La china

Mención Honrosa

La china

Un domingo me fui a meter al Bío Bío. Mi mamá se enojó conmigo, porque no la acompañé a la feria ni le fui a comprar puchos. Hace tiempo que se enoja por todo. Ella fuma como china y me reta a mí porque gasto plata en "leseras". En el Bío me compré un megáfono para ir a hacer ruido a las marchas. El liceo nos prohíbe ir, pero yo voy igual. Mi mamá fuma como china. Yo hago lo que quiero. El siguiente domingo mi mamá tosía. Me pidió por favor que la acompañara a la feria y a mí me dio pena hacer lo que yo quería esta vez, porque mi mamá no sólo fuma como china, sino que también trabaja como china. De más que por eso anda enojada. El megáfono me costó cinco lucas y, por esas cinco lucas, mi mamá pudo descansar su voz. Me puse a gritar: "¡Pase, casera, lleve las papas! ¡Rico y fresco todo por aquí, casera!". Mi mamá estaba sentada en su puesto, pero estaba feliz. Fumaba como china, pero esta vez sonreía.

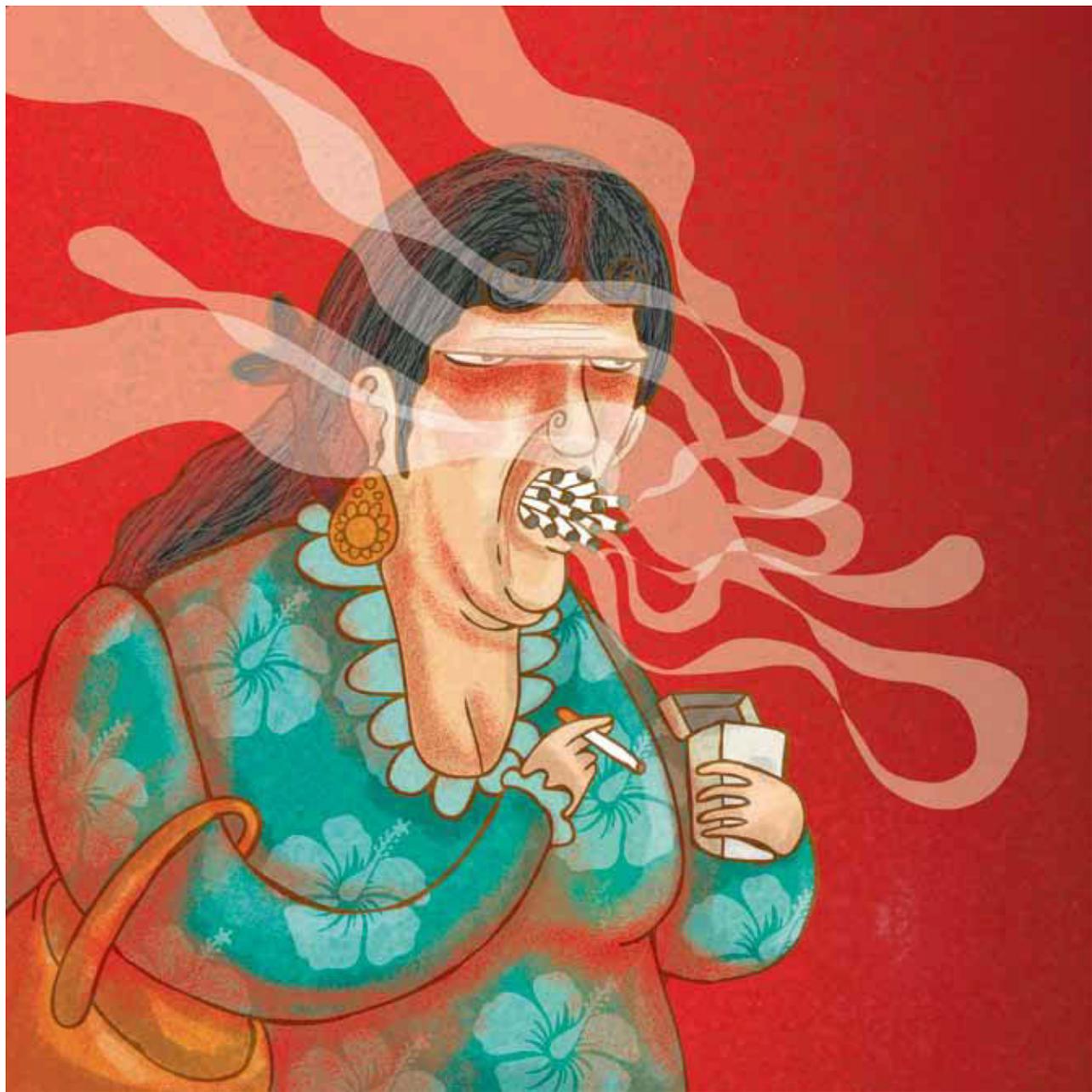
César Ramírez Aravena

29 años, Santiago



"Cuando vi el concurso, me dieron ganas de escribir de inmediato. Primero, porque me gusta mucho escribir y, segundo, porque la temática de la compra con valor me llamó mucho la atención. Es súper importante que se organicen estos concursos para que la gente anónima participe. Esta es una forma de conocer la memoria de Chile porque, mal que mal, uno termina escribiendo sobre lo que ve, lo que siente o lo que piensa de su entorno.

Cuando me dijeron que fui elegido entre 2.500 participantes, me costó asimilarlo. Me puse muy contento, sobre todo por salir en un libro. Me gusta escribir y siempre lo voy a hacer, pero es genial cuando reconocen tu tinta".





Cien pesos para el amor

Mención Honrosa

Cien pesos para el amor

Con cien pesos la enamoré. Con cien pesos agradecí la canción napolitana del funicular, la que entonan en Providencia los cantantes de ópera callejeros. De todo lo que recolectaron, la moneda fue repartida a la soprano del grupo, quien a su vez usó esa moneda como parte del dinero que le enviaba a su hija en Concepción. La niña ocupó esa misma moneda para comprar la colación del colegio en un día jueves. La señora del kiosco hizo una transferencia de dinero esa misma tarde a su hijo en Santiago, que estudia música en el Conservatorio. Él acaba de recibir su primer sueldo trabajando en un pub "de lo más que hay", aunado a la beca de estudios que consiguió, y por eso se permitió comprar el reproductor de mp4 que vendían a mitad de precio (en cuyo pago iban los famosos cien pesos). Sin saber nada de lo anterior, el que le vendió el aparato fui yo. Con ese dinero (monedita incluida) pude terminar de pagar la matrícula de mi Instituto, lo que me dio la posibilidad de concluir una carrera corta, que luego me dio la estabilidad y el coraje de poder preguntarle a mi actual esposa: "¿Quieres casarte conmigo?". Hoy, todavía escucho a los músicos en Providencia, aunque la monedita debe estar en un tragamonedas de un almacén en Independencia.

Héctor Astete Zúñiga

31 años, Buin



"Para este relato me inspiré en una serie de experiencias personales reales, las que conecté arbitrariamente entre sí para hacerlo más entretenido. Finalmente, lo que quise transmitir fue la experiencia en sí misma (o el conjunto de ellas), que me permitió, entre otras cosas, poder casarme con mi esposa Paula".



Día de la madre

Finalista

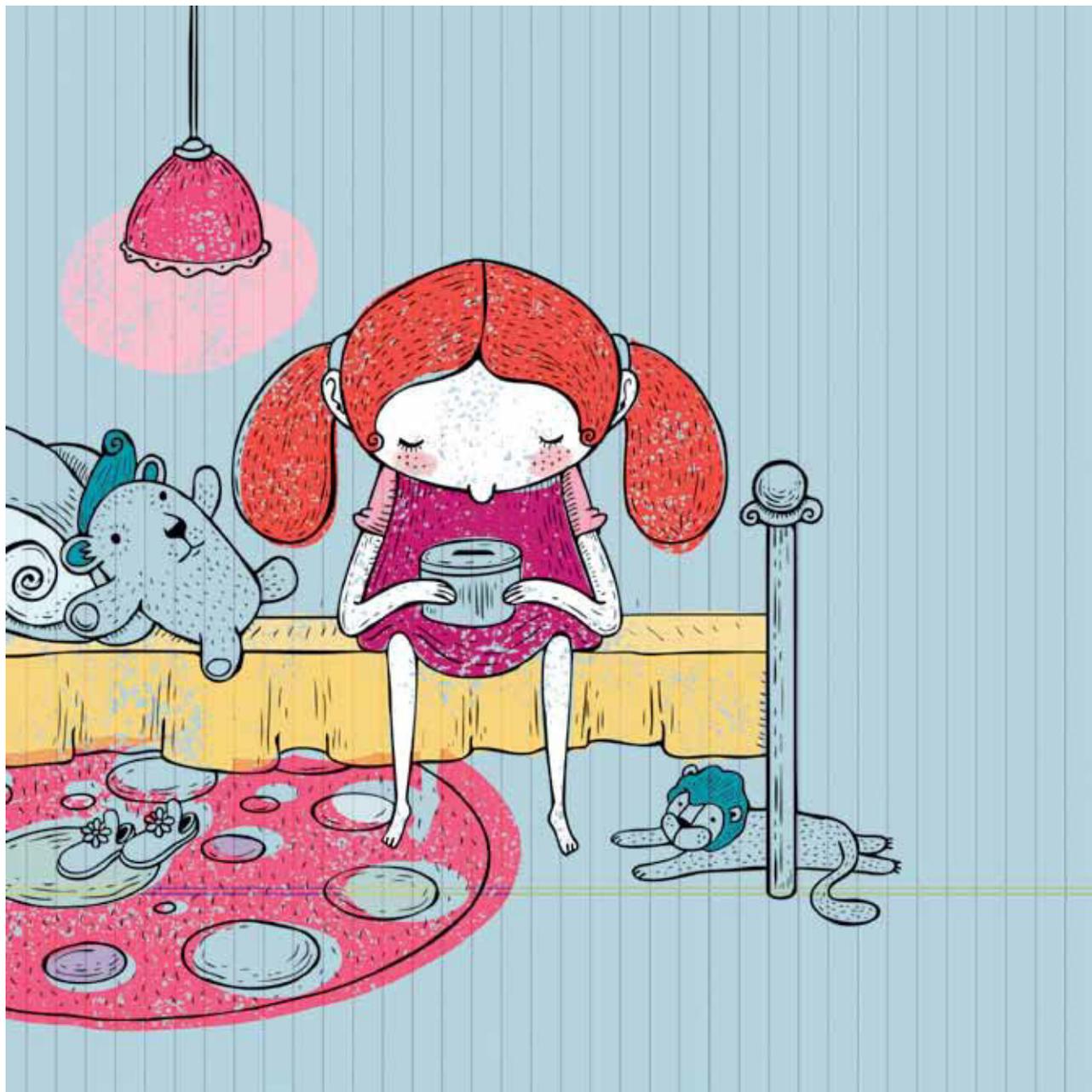
Era el día de la madre, fecha que la pequeña Mónica esperaba con ansias. A sus cortos años, contaba con cierta independencia y un ahorro para la ocasión. Algo dormida, se puso en pie. Del interior de una cajita que estaba bajo su cama, sacó un montón de monedas y las puso en su pequeña manito, la que apretó con firmeza para no perder tan preciado tesoro. Caminó despacio por el pasillo hasta la puerta de entrada, tomó un manojito de llaves y se fue al bazar de la esquina. El dependiente la miró con asombro y le preguntó: "Hola Mónica ¿qué haces tan temprano por acá?". La pequeña se alzó en las puntas de los pies y, dejando todo su dinero sobre el mostrador, respondió: "Quiero que me venda la muñeca más linda que tenga". "¿No te han regalado una tus padres?", preguntó el señor. "Pues sí, tengo muchas, pero esta no es para mí". Después de recibir con orgullo su primera compra, se retiró corriendo de vuelta hasta su casa. Entró sigilosa hasta el dormitorio y con ojos enormes se quedó observándola unos segundos al costado de la cama. Recordó con particular inocencia que aquel regalo era lo que su mamá siempre había soñado. La madre, sin moverse -sufría una parálisis severa-, asintió con la mirada. "Feliz día, mami", dijo la pequeña y acomodó lo mejor que pudo la muñeca entre los brazos de la mujer.

David Ramírez Godoy

41 años, Puente Alto



"Ser finalista es un gran logro para mí, sabiendo que soy completamente autodidacta. Mi reacción al enterarme fue de asombro y, luego de colgar la llamada, sin importar que estaba atendiendo público en mi negocio, saltaba, reía y no cabía en mí de felicidad. ¡Fue genial!"



Elvis

Finalista

“Los doctores dicen que el daño es irreversible”, me explica mi madre llorando. La noticia me golpea, especialmente tratándose de él. Porque pese a tener la presión alta y varios bypass en su corazón, mi abuelo es un tipo fuerte, activo, jovial. No me lo imagino inconsciente, postrado en una cama, apagándose lentamente. Mi abuelo sabe cómo disfrutar la vida. Cómo olvidar su cumpleaños número ochenta, una ceremonia memorable. Lo recuerdo como si fuera ayer: nos citó puntual, a las nueve, en su casa, ambientada como el mejor de los casinos de Las Vegas. Ahí apareció él, vestido entero de blanco, con su pelo engominado y un jopo perfectamente producido. Agarró el micrófono y, con la ayuda de una banda contratada para la ocasión, cantó los grandes éxitos de su ídolo. Love Me Tender fue su último tema. Se lo dedicó a mi abuela, a quien –a pesar de su avanzado Alzheimer– le dibujó una sonrisa. Camino por Providencia. Entro a una tienda de vinilos. El vendedor, un tipo joven, me pregunta qué busco. Le explico la situación. “Seguro que éste le gusta”, me dice. Me convence. Le pago, me da la boleta y me envuelve el álbum. Entro a su pieza y lo veo. Observo su rostro pálido, demacrado, sus ojos cerrados y su cuerpo conectado a diferentes máquinas y cables. Cada cierto tiempo sus pulmones se inflan, ayudados por un ruidoso ventilador mecánico. “Lo siento, ya no escucha nada”, me explica la enfermera que lo cuida. Le pido que, por favor, nos deje a solas un momento. La enfermera se retira. Abro el paquete y desenvuelvo el disco. Lo coloco. Love me tender, love me sweet, never let me go. Toco su pelo, cano y grasoso. Tomo una de sus manos. Se la acaricio durante largos segundos.

Francisco Scianca Missana

35 años, Ñuñoa



“Para escribir el cuento me inspiré en la muerte de mi abuelo materno. Un gran tipo, a quien quería y admiraba mucho. Cuando murió, me tocó vestirlo y afeitarlo. Ese hecho me marcó para siempre. Si quise transmitir algo, fue precisamente el cariño y la admiración que puede sentir un nieto por su abuelo o un joven por una persona mayor”.



Armando la casa

Finalista

Siempre soñé que mi cama sería el lujo más costoso de todos mis bienes. Por lo mismo, el jueves pasado, justo después de la mudanza, le dije a mi esposo: "Voy a endeudarme con el mejor catre que encuentre en el retail". Él se mató de la risa, pero pronto se dio cuenta de que hablaba en serio e intentó disuadirme: "Hay muchas otras cosas más necesarias y que precisamos con mayor urgencia como para perder el juicio por una cama", me dijo. Yo hice oídos sordos, porque cuando se me mete algo en la cabeza no hay manera de abdicar de mi objetivo. Al día siguiente, después de la pega, partí como caballo con tapaojos a la multitienda. Nada -excepto un vestido rojo en el camino, unos hermosos zapatos color marfil y una cartera que le pegaba al calzado- me detuvo de lo que sería, en un futuro próximo, el más placentero descanso. Llegué al sector línea blanca, me paré frente a un box spring tamaño queen y supe que ese sería definitivamente mi premio mayor. Gateé lentamente sobre él para reconocerlo, lo acaricié para identificar su acogida y lentamente me fui incorporando en su expansión para delimitar mis sueños. Comenzamos a viajar él y yo por encima de todos los que estaban ahí. No sé cuánto tiempo pasó, pero al abrir los ojos había gente sacándome fotos y un vendedor remeciéndome. Me desperté avergonzada, pero convencida de que cada cuota de mi compra valdría la pena.

Karina Sánchez Orellana

32 años, Ñuñoa



"Creo que este tipo de iniciativas son muy buenas para lograr participación ciudadana. Haber sido elegida como finalista me sorprendió muchísimo, hasta baile y salté, porque no podía creer que había quedado entre los 20 seleccionados, de 2.500 participantes. Me motiva mucho la idea de que mi cuento sea publicado".



Mecheo en proceso

Finalista

Ingresó al supermercado, llevaba un muy mal aspecto: su cara sin afeitarse; jeans azules (o más bien celestes, gracias a los múltiples lavados), raídos y con enormes orificios; zapatillas de marca con un vistoso agujero en cada planta; pelo largo sin peinar y una leve cojera producto del partido de baby, jugado ayer en la cancha de la sede de la población. Al verlo ingresar, el primer guardia dio la alerta por radio: "Atento Charly. Atento Charly. Mecheo en proceso". Luego, sólo se escuchó un "Copiado". El guardia continuó: "Señas: jeans desteñidos, patilla, zapatillas blancas, pelo largo y cojera". Se oyó nuevamente un "Copiado". El sospechoso recorrió a diestra y siniestra el supermercado y en cada pasillo que aparecía, un guardia lo vigilaba desde cerca. Eran más de cinco, que estratégicamente lo siguieron por cerca de 17 minutos. Él, tranquilamente, se dirigió a la caja y dio su R.U.T. ("16.033.421-0"). Era socio del supermercado y acumulaba pesos o tenía descuento. Pagó el paquete de galletas sabor naranja, sus favoritas. Salió del súper y al doblar la esquina lo esperaba la "Pecas", audaz y diestra mechera que, elegantemente vestida, minutos antes había entrado detrás de él al supermercado. Él llegó disfrutando su compra, por la cual tuvo un muy buen descuento por ser socio del supermercado. Lo miró y le dijo: "Ya, Brayan, fue muy fácil. No había ningún guardia. Buen trabajo", y se largó a reír. "Ahora sólo hay que venderlos". "Sí", dijo él, "a don Lucho no le quedaba mercadería en su almacén". Y tomaron rumbo hacia la población.

Jaime Infanta Ramírez

46 años, La Serena



"La inspiración para este relato es la discriminación hacia algunas personas. La historia ocurrió justamente en un supermercado. Observé con atención cómo los guardias de seguridad del recinto ponían más atención en las personas de más bajo estrato económico, suponiendo que éstas ingresaban a robar al supermercado. Yo supuse que quizás eso sería de utilidad para los verdaderos 'mecheros'".



Hacerse la América

Finalista

“¡No sabe cuánto lo sentimos! ¿Qué podemos hacer para compensarla y que el día de hoy se vaya feliz?”, me decía la vendedora en el país gringo, tras intentar cambiar un par de zapatos. Pensé que seguramente no había entendido bien, total, vengo recién llegando a este país con un inglés paupérrimo (adquirido gracias a una oferta de un curso capitalino) o ¡peor!, tal vez le causé lástima porque se dio cuenta de lo pobre que soy (le conté que era una estudiante becada). He ahí mi primer recuerdo de Chile en una de las grandes tiendas: “Señorita, vengo a cambiar este pantalón”, acto seguido la cara de la vendedora pasó de ser la empleada del mes a tener que trabajar en domingo. “Mmm”, enfatizó, “bueno, para eso tiene que ir al piso 8”. Estábamos en el segundo y –por supuesto– el ascensor no funcionaba. “Además, debe llevar todos los documentos necesarios”, mínimo tres, “hablar con la encargada”, un ser inalcanzable y divino, “y ver si cumple los requisitos para su devolución”, prenda no usada, no probada, no comprada un mes atrás, no adquirida en liquidación, con etiquetas, sin manchas, sin olor, ojalá más nueva que cuando se adquirió. Cada vez que necesité hacer un cambio, era inevitable preguntarme si realmente no era una delincuente. Con el “What can we do for you?” (¿Qué podemos hacer por usted?), volví a la realidad. Tímidamente, pero no menos chilena, respondí: “¿Qué tal un descuento?”. “No estoy autorizada para ello”, me dijo la gringa, “pero le entregaré una tarjeta de regalo para su próxima compra”. Resignada por mi propia idiosincrasia, miré la tarjeta en cuestión. ¡Valía más que mi propia compra! Y pensé: “Ya sé por qué los chilenos decimos ‘hacerse la América’”.

Judith Tello Vega

34 años, Santiago



“Esta historia fue inspirada en mi hermana Karinna, quien es la reina de los cambios y vive quejándose de la mala atención que entregan en esas situaciones. Quise transmitir un pequeño rasgo de nuestra idiosincrasia chilena. ¡Ay, que tenemos un mal servicio de atención al cliente!

Me parece fantástico que en este tipo de concurso no exista ningún tipo de discriminación y sea absolutamente abierto. Cualquier persona es capaz de contar alguna experiencia, lo que en mi caso es más valorable aún, puesto que me encuentro en el extranjero, pero soy tan o más chilena que aquellos que viven allá”.



Compré un chamuscón

Finalista

En calidad de adulta mayor, como se dice hoy, me bajó la pretensión y accedí a las ofertas del mercado en el campo de la belleza y la buena línea: masajes modeladores y reductivos. Son bastante onerosos, la mitad de mi jubilación mensual, pero como me juraron las medidas de la Jane Fonda - dado que en las arrugas andamos parecidas-, pagué agradecida tamaña expectativa. Empezamos bien: masajes fuertes (incluso con hematomas), forros plásticos azules que me hacían ver como elefanta, ventosas vibratoras con forma de abanicos. Como se trataba de belleza, me sometí gustosamente. Avanzamos cinco sesiones y ¡zas!, cortocircuito con golpes de corriente por las costillas. Mi grito se escuchó en todo el piso y la encargada me dice: "No se preocupe, casi nunca pasa". Me sacan los aparatos y miro estupefacta que tenía grabados muchos abaniquitos, con su red de cables eléctricos, en mi abdomen. Exijo la devolución de lo pagado y empieza mi calvario como consumidora de belleza arrepentida, escuchando un absurdo tras otro: "¡No se devuelve nada, retírese por decisión propia!", "Puede traspasar el tratamiento a otra persona", "Si insiste tanto, le devolveremos el valor, pero en tratamientos faciales. Tenemos una oferta que alcanza para dos años de limpieza y rejuvenecimiento de cutis. Quedará regia". Frente a tamaña insensatez y después de averiguar que pude tener riesgo de infarto, acudí al SERNAC. Recuperé mi dinero en una discreta notaría. La masajista que acudió me expresó secretamente que "estas máquinas son muy antiguas y sin mantención. Las nuevas las llevaron a Las Condes". Ahí entendí todo, estaba en la popular sucursal del Paseo Ahumada. Seguí con mis arrugas tipo Jane Fonda, me resigné al abdomen chamuscado y, además, con la plata recuperada pagué una consulta al cardiólogo, por si acaso.

Lupe María Barría Cataldo

62 años, Providencia



"Decidí concursar por dos razones: una, que considero importante el rol del SERNAC en materia de protección ciudadana ligada al consumo; la otra, que la vida cotidiana está llena de cuentos, y éste lo tenía guardado en mis recuerdos. Me encantaría que hubiese más eventos similares. Es la primera vez que participo en un concurso, y me gustó mucho expresar una vivencia real y cotidiana, enfocada con humor".



La Pequeña Maravilla

Finalista

Aún recuerdo el boom que causó la llegada de La Pequeña Maravilla. Este aparato era un chip que se adhería al panel de control del automóvil y que permitía que este se auto-acoplara, es decir, se convirtiera en un vehículo más pequeño que podía guardarse en el bolsillo. El gran invento del siglo – como lo llamaron los medios de comunicación – fue promocionado con bombos y platillos por una cadena de tiendas. Muchos chilenos se volcaron a ellas, ansiosos por conseguir el milagroso artefacto. Estaban seguros de haber hecho la compra del año. Los problemas se presentaron seis meses después, cuando al señor Juan Pérez González se le agrandó el auto que llevaba en el bolsillo mientras caminaba por el Paseo Ahumada en dirección a su trabajo. El hombre murió de forma instantánea. El caso provocó revuelo nacional, pero no fue el único: tres sucesos de similares características se presentaron en Iquique, Valparaíso y Puerto Montt. La histeria colectiva no tardó en llegar y los consumidores exigieron la devolución de su dinero, aludiendo a una estafa. La tienda se excusó, señalando que la letra chica del contrato mencionaba la posibilidad de que este tipo de percances ocurrieran. El gobierno decidió hacerse cargo de la situación y ordenó la devolución del dinero, además del retiro de todos los chips a lo largo del país. Al final, La Pequeña Maravilla – que pasó a la historia como La Pequeña Porquería, gracias al titular de un diario – resultó ser un peligro para nuestra población.

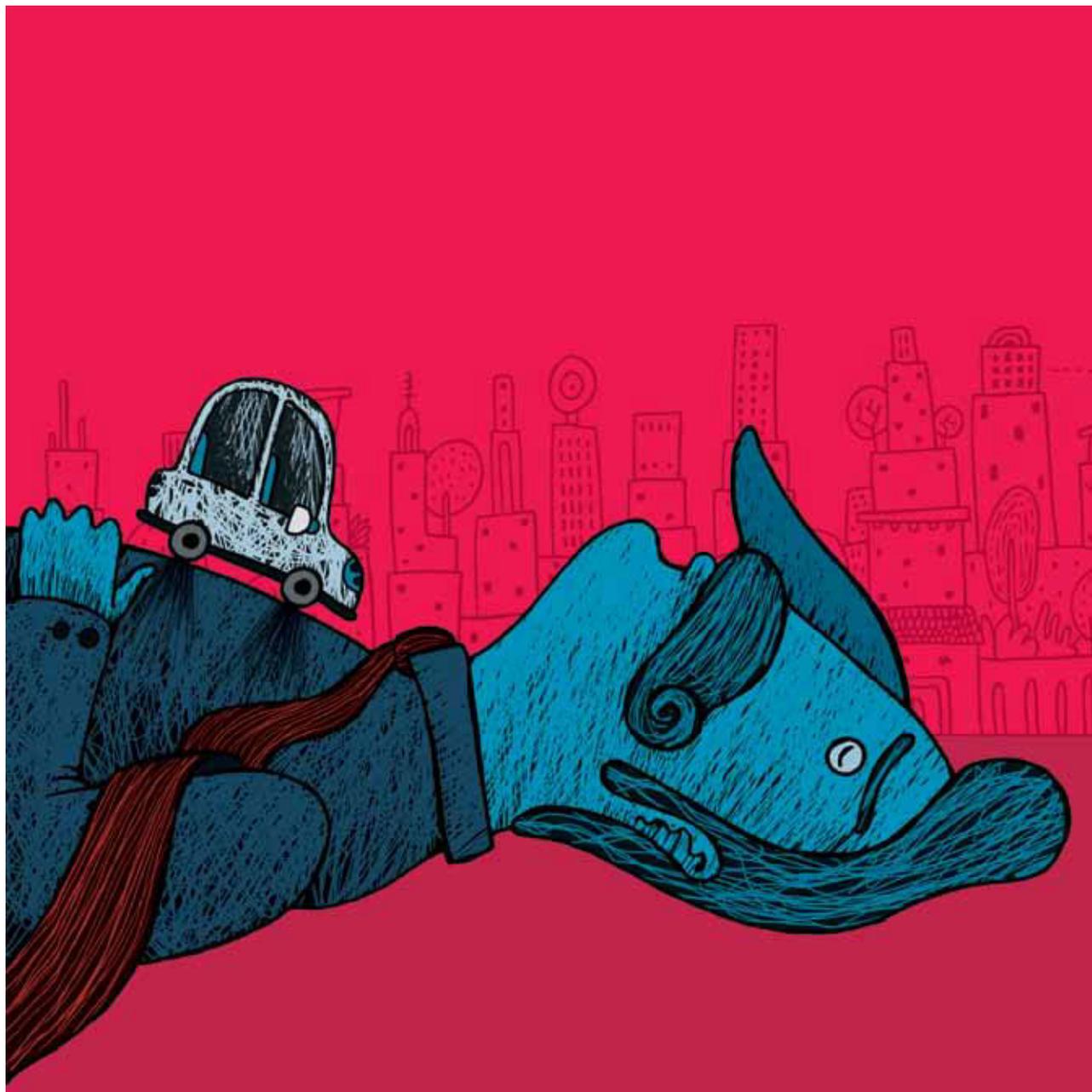
Lisette Álvarez Capello

27 años, Puente Alto



"Para escribir este relato me inspiré en la sociedad de consumo que reina en la actualidad. Hoy en día, el concepto de humanidad ha perdido su real sentido, ya que todos nos hemos convertido en meros números para las grandes empresas. En realidad, ya no importa el bienestar del individuo, sólo vender un producto, aunque éste ponga en peligro nuestras vidas.

Me parece fantástico que este tipo de llamados se realicen, pues Chile no es sólo un país de poetas, también tenemos muchas personas interesadas en la narrativa".



Un día frío en el persa

Finalista

Era un día frío y oscuro cuando fui al persa con mi hija y nos perdimos entretenidas por los pasillos, comiendo cabritas y viendo un montón de cosas entretenidas. Recordé que desde que se construyó el mall, nunca más me aparecí por ese lugar. Estaba explicándole eso a la niña, cuando nos encontramos frente a un local que estaba en un pasillo oscuro, porque esa zona estaba cerrada. Apareció un anciano que estaba con gorro, chaleco, chaquetón y una bufanda cruzada en el cuello, todo tejido a mano por su señora, me imaginé, que debía ser igual de viejita que él. Apoyándose con su bastón, me preguntó qué andaba buscando. Nosotras quedamos pegadas al piso al contemplarlo y ver que tenía unos pelos largos en las cejas. Le pregunté por pantalones para mi hijo, que en ese momento estaba en un cumpleaños. Él me pidió la talla y le contesté "8". Sabía exactamente dónde estaban los productos en su local, eran de confección antigua y los colores eran como de viejito, incluso tenían marcado el colgador por el tiempo que habían estado en la tienda. Pensé en no llevar los que me mostró, porque quizás no le gustarían a mi regalón, pero al ver los ojos cansados del anciano no lo dudé y compré además una chaqueta que era del mismo estilo. Me dijo que por las dos cosas eran \$10.000. Cuando le entregué el dinero, pensé que quizás era la única venta que había hecho en el día. Él, con su cara llena de alegría, me entregó la boleta. En el camino, pensaba que no obligaría al niño si no los quería ocupar. Mi hija y yo nos fuimos casi sin hablar de regreso a la casa, pero nuestros corazones sabían muy bien lo que pasaba.

Viviana Quinteros Pérez

43 años, San Joaquín



"Siempre estoy escribiendo pequeños cuentos y pensé que sería una buena idea participar en el concurso, ya que es gratis, no hay grandes requisitos y es abierto a todo el que quiera participar. Me parece que es una gran oportunidad para personas comunes y corrientes, que tienen ganas de expresar algo y cumplir el sueño de verlo publicado en un libro".



Llame ya

Finalista

¿Aló? Sabe, estoy llamando justo dentro de los 10 minutos que me dijeron en el comercial de la tele que tenía que llamar para que me dieran dos productos a la vez. Quiero dos almohadas. Son las dos para mí. Es que me da vergüenza decirlo, pero yo soy mujer y ronco. Mi marido no ha podido dormir bien durante los años que llevamos de casados. Eso me dice. Son 30 años. Yo me pongo de lado, de guata, me siento y no hay caso. Yo usaría las dos almohadas al mismo tiempo, para que no haya opción de roncarle. No me odiaría tanto. ¿Usted cree que con esto de la almohada mi marido no me odiaría tanto? Además, siempre me reclama contra la comida. Ya no sé qué hacerle. ¿Usted me recomienda algo para cocinar? ¿Todavía venden esa sanguchera por la tele? Lo tendría a puros sânguches con queso derretido. Yo creo que él, feliz. Si estoy dentro de los 10 minutos, ¿me mandaría dos sangucheras? Durmiendo bien y comiendo rico, quizás volvería a ser el mismo de antes. El de antes-antes. Pero dicen que esos hombres ya no existen. ¿Usted cree que con esto de la almohada más lo de la sanguchera, mi marido volverá a ser el del comienzo? De repente, yo podría cultivar más mi figura para ver si él cambia. ¿Usted tendrá algo como para eso? Pero no quiero esas máquinas que se arman y desarman para meterse debajo de la cama. Ésas no. Hay unas zapatillas que, con sólo caminar, hacen que una saque músculos en todas partes. ¿Las tienen? Si estoy dentro de los 10 minutos, ¿me mandaría dos pares? Entonces, con dos almohadas, dos sangucheras y dos pares de zapatillas, ¿usted cree que mi marido me vuelva a querer?

Macarena de la Parra García

31 años, La Reina



**Para escribir este cuento me inspiré en las compras telefónicas. En ellas, los operadores ponen voces cálidas, que te hacen sentir acompañada por el vendedor, pero en verdad estás más sola que nunca y comprando algo nuevo. Así, quise transmitir la soledad que se puede hallar detrás de una transacción. Comprar llena un vacío, pero no el vacío correcto. A veces uno no necesita un mueble que atiborre la pieza, sino más bien un afecto que lo complete a uno*.*



El diario de la tía

Finalista

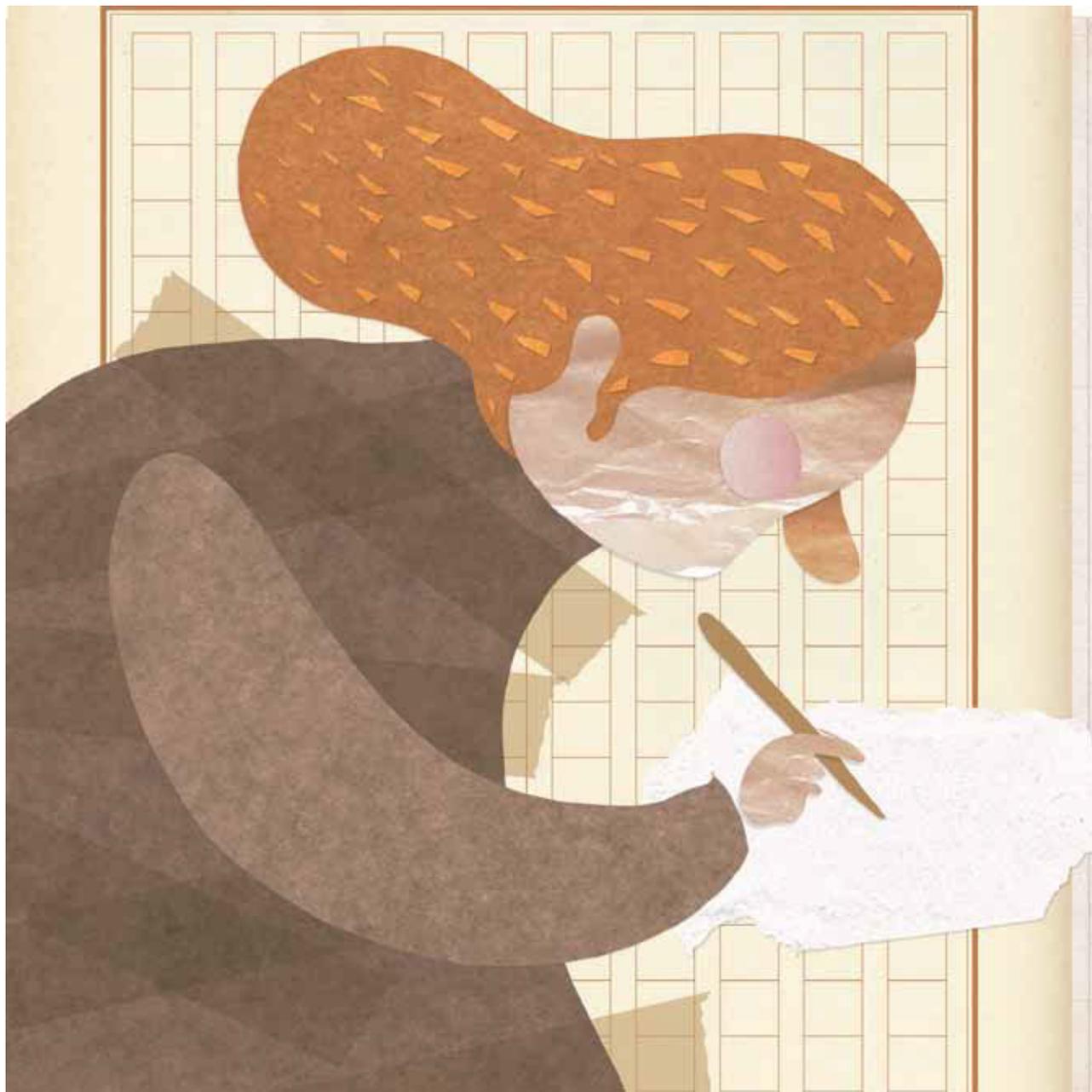
Tras el fallecimiento de la tía, nos reunimos en familia para repartirnos sus pertenencias. La formalidad inicial se disipó. No hubo diferencias, cada uno recibió lo debido. Sin embargo, la posesión del diario de vida de la tía hizo surgir un intercambio que fue adoptando tono de claro desacuerdo entre mis dos hermanas. Divertido por la escena, me desentendí recordando el origen de ese documento. Siempre fui torpe en materia de regalos, invariablemente ofrecía libros. Las bromas me llovían. "Siempre lo mismo: un libro. Yo cuento mejores historias", se reía la tía de mi pobre imaginación. Para su cumpleaños número cincuenta, me acerqué como de costumbre a una librería, explicando mi problema. La dueña me aconsejó regalarle un diario de vida, "así tendrá que escribir", agregó sonriente. Brillante idea. Ufano, le entregué el presente a mi tía, señalándole -socarrón-: "Inmortaliza aquí tus relatos". La noté desconcertada. Me dije que seguramente escribiría un poco, luego se cansaría, y me regocijé de antemano por mis bromas. Pero esta mujer se tomó en serio el cometido. Minuciosamente empezó a transcribir todos los acontecimientos familiares. Cada cierto tiempo, si estaba de malhumor, mostraba amenazante el diario, diciendo: "Aquí tengo todo escrito", dando a entender episodios reprensibles de nosotros. Cauteloso, yo revisaba en mi mente mis eventuales deslices. Con los años, la enfermiza dedicación de la susodicha transformó el diario en un voluminoso ladrillo. Todos ansiábamos -en secreto- leer sus indiscreciones, destruyendo las que nos concernían. Me trajeron bruscamente de vuelta al presente los insultos entre mis hermanas. Ardía Troya. Con mis cuñados tuvimos que forcejear duro para separarlas. La reunión, comenzada amablemente, terminó en batalla campal. Ahora me digo filosóficamente que, sin querer, una simple compra puede transformarse en bomba de tiempo y destruir una familia.

Luis Alberto Castro Nilo

60 años, Santiago



"Abrir la posibilidad a la participación masiva del público en concursos literarios constituye un poderoso puente para generar interés por la escritura y la lectura. La multiplicación de iniciativas de este orden permitiría, sin duda, recuperar parte del terreno perdido en este ámbito de la formación de nuestra gente, por la supremacía de la imagen ante las letras. Este concurso es una prueba de ello".



El santo equivocado

Finalista

Una tarde, hasta la florería en donde yo trabajaba llegó un apuesto joven a comprar un ramo de rosas para su madre, que se encontraba de santo. Con muchísimo esmero le confeccioné su pedido. Cuando lo fue a retirar, le entregué la boleta con el número de mi celular en el reverso, porque me fascinaron su amable sonrisa y modo de expresarse. Al rato, me telefoneó preguntándome si podía devolver el bouquet de flores, ya que se había equivocado en la fecha del santo, que se celebraría en dos días más. Yo le respondí que viniera al local para tener la posibilidad de verlo nuevamente y cambiar su compra por otro ramo similar, que retiraría el día exacto del aniversario. El joven quedó tan agradecido que me invitó a tomar un café. Yo me sonrojé, pero acepté gustosa, advirtiéndole previamente que su invitación no le daba el derecho a volver a cambiarlo y mucho menos a devolverle su dinero.

Aylin Torrejón Henríquez

31 años, Antofagasta



**Decidí participar en este concurso porque, aun estando privada de libertad, creo cumplir con los requisitos y poder demostrar así mis cualidades y la mentalidad sana que uno puede tener. Haber sido elegida finalista entre los 2.500 cuentos recibidos me hace sentir realmente emocionada y muy feliz. Aún siento como si esta noticia hubiese sido algo increíble. Jamás imaginé que podría tener posibilidad alguna, por el hecho de encontrarme recluida. Todavía no lo puedo creer*.*



XXL

Finalista

La mujer avanzó unos pasos, dudó un poco y se asomó a la puerta. Desde dentro, la vendedora la observaba. Cuando se atrevió a entrar y levantó la mirada, la dependienta preguntó: "¿Se le ofrece algo?". La mujer titubeó y luego esbozó una sonrisa culpable: "Es que ando buscando un vestido elegante para el matrimonio de mi hija". "Si es para usted, no tenemos", sentenció la vendedora. "¿Cómo?". "Para su talla, no hay nada", repitió. Luego, le dio la espalda y se alejó. Abatida, la mujer continuó su peregrinación por el mall. "Es la historia de mi vida", pensó. "¿Qué puedo hacer, si las dietas no me resultan y no tengo dinero para operarme? Ahora tendré que ir a la fiesta con el mismo vestido azul de siempre, que me hace ver diez años mayor. Mi hija se avergonzará". Al día siguiente, en la peluquería, oyó a una mujer comentar sobre una tienda nueva en el barrio, que traía ropa importada. "Tal vez allí encuentre algo", se dijo esperanzada. "Las mujeres europeas son más grandes". Esa tarde se dirigió al lugar, que era enorme e iluminado. Muchas hileras de trajes colgados le daban la bienvenida. Había de todo, en diversos colores y tallas. Descubrió una fila de trajes con etiquetas L, XL y XXL. Quiso abrazarlos. Luego trató de serenarse, sacó tres de diferentes colores y con ellos se dirigió al probador. ¡No podía creerlo! Todos le quedaban perfectos. Sin embargo, tenía que escoger sólo uno. Había tantos otros gastos. Después de probárselos de nuevo, decidió que el verde la haría verse más juvenil y realzaría sus ojos claros, que últimamente nadie parecía notar. Se dirigió a la caja y pagó por su trofeo. Salió de allí disfrutando su recién recuperada autoestima.

María Alexandra Basualto Percy

67 años, La Reina



"La inspiración de este cuento es bastante autobiográfica. Más de una vez pasé por la humillación de entrar a una tienda con la esperanza de conseguir algo de ropa y fui rechazada por una vendedora poco empática, probablemente disconforme con su trabajo. Con esta historia quiero estimular a los comerciantes. Por un lado, a instruir bien a su personal sobre cómo atender a los clientes y, por otro, a darse cuenta de la diversidad de tallas y estilos que cada vez caracterizan más a los clientes chilenos. Deben motivarse y producir para ellos lo que necesiten, sin esperar que sean los productos extranjeros los que satisfagan sus necesidades".



El helado de piña

Finalista

Mi vecino es honrado. En el verano fue al supermercado a comprar una cassata de helado de piña. Cuando llegó a su casa, lo puso en el freezer. Al rato, fue a probarlo y se dio cuenta de que había traído dos envases y sólo había pagado uno. Así que tomó una de las cassatas y volvió al supermercado, ingresó con su paquete y lo devolvió al frigorífico. En la noche, se quedó enmudecido cuando su madre empezó a gritar: "¿Quién tomó los porotitos verdes que tenía congelando?". Mi vecino es honrado.

María Paulina Gamonal Fernández

43 años, Peñalolén



"Decidí enviar mi relato a este concurso porque creo que es interesante ser una ciudadana que participa en las actividades culturales que se realizan en nuestra comunidad. Cuando se dan esas oportunidades, las aprovecho.

Haber sido elegida dentro de los finalistas ha sido una gran alegría, ya que implica que mi voz existe. Algo llamó la atención de mi cuento, pese a haber tantos participantes, y me da gusto que mis ideas puedan llegar a otras personas. Sentí un gran asombro al enterarme de la noticia".



El robo del auto

Finalista

Hermoso día de sol en septiembre. No me pregunten qué año, tengo muy mala memoria. Mi casa era la sede del asado familiar y, acercándose la hora del evento, mientras los carbones se encendían y los aperitivos aparecían, uno a uno los familiares fueron llegando. Al final éramos unos cuantos, todos disfrutando y riendo, menos el dueño de casa, quien siempre debe estar atento a los detalles que faltan. Esta vez no fue la excepción: algo faltó. No recuerdo qué era, pero tuve que ir al supermercado que está a algunas cuadras a comprarlo. Fui solo. Apuré el vehículo para volver rápido y seguir mi tarea de anfitrión. Estacioné entre muchos autos, entré a la tienda y compré todo lo necesario. Volví con mis bolsas, pero cuando llegué ¡el auto no estaba! No podía creerlo, el vehículo definitivamente había desaparecido. ¿Quién querría robarse un viejo Charade? Un poco incrédulo pensé que había estacionado en otro lugar (es que tengo mala memoria) y busqué todos los autos rojos del estacionamiento. Pasé varios minutos en esta tarea y nada. Con una mezcla de nerviosismo y risa, me dispuse a buscar un teléfono -en ese entonces no existían los celulares- para llamar a la casa, pedir socorro y contar lo que me había pasado. Luego habría que ir a la Comisaría a dejar constancia. Toda la reunión familiar se echaría a perder. Tomé el auricular y dejé caer la moneda. Eso fue mágico. De pronto, hubo luz en mi cerebro. Volví al estacionamiento y abrí el sedán amarillo de mi mamá, vehículo en el que había ido a comprar, ya que el mío lo habían dejado bloqueado las visitas. Cuando volví, conté la anécdota inmediatamente, antes de que se me olvidara (es que tengo mala memoria).

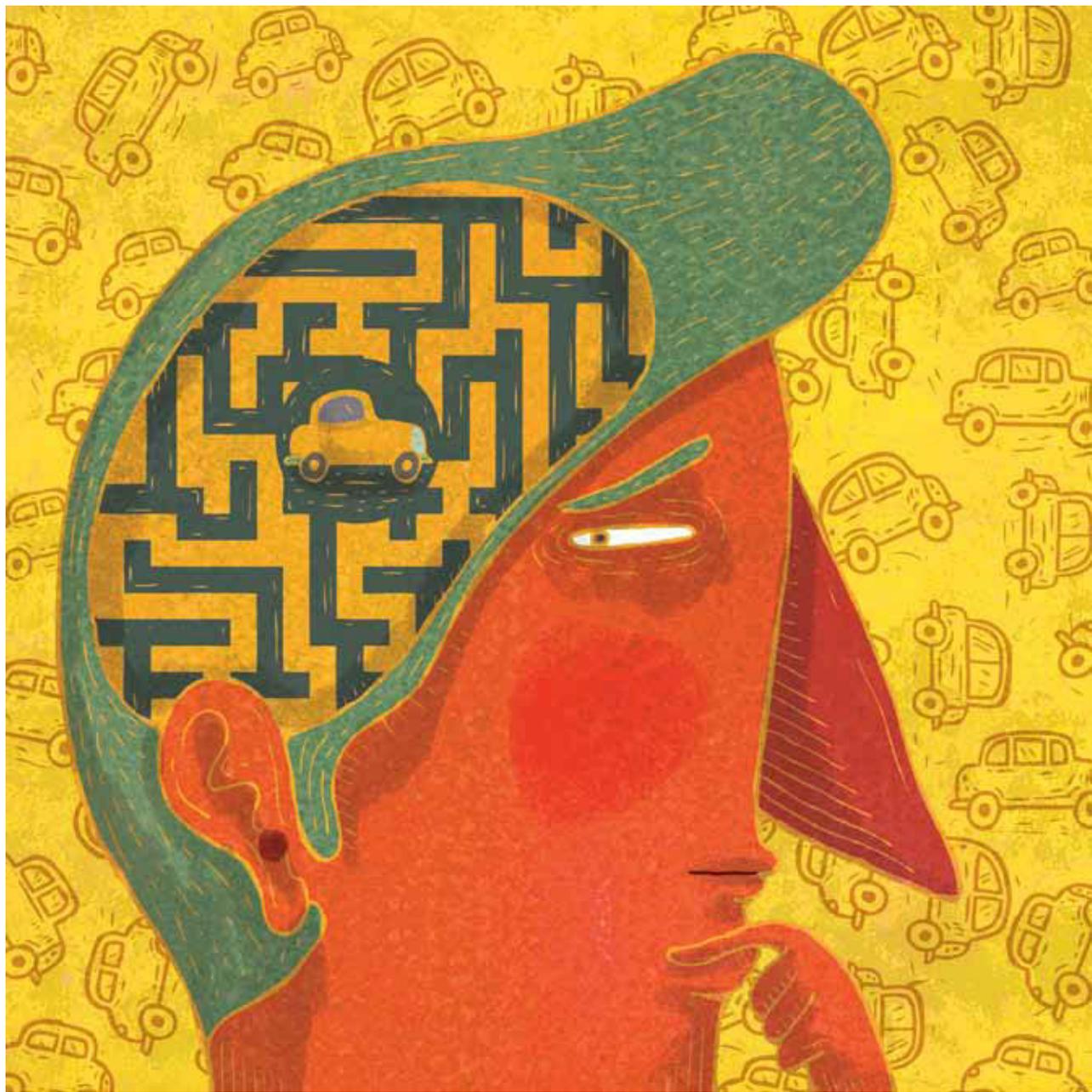
Carlos Iturra Briones

60 años, La Florida



"Siempre me han calificado de distraído y, teniendo la capacidad de reírme de mí mismo, quise dejar registro de una anécdota ocurrida hace algunos años, en un relato absolutamente autobiográfico."

Creo que hay muchos seres anónimos que, por una razón u otra, no han tenido la posibilidad de dar a conocer sus talentos. A esas personas, este tipo de actividades les permite mostrar sus capacidades, venciendo sus temores y compartiendo sus habilidades y creaciones."*



Tango del confite náufrago

Finalista

En vano busqué y fracasé. En viejos almacenes de Plaza Echaurren, en ese Valparaíso siempre suburbano que cuelga penas y lágrimas en su cara risueña de prometedor bohemio febril. Me perdí en la tristeza mohosa del Santiago que coexiste más allá de la Alameda. Estéril esfuerzo, porque los regentes peruanos que rescataron los comercios de otro siglo nunca entendieron el fragor de mi empeño. Indagué en el Santiago de cultura campesina, arrinconado y moribundo en las espaldas de Estación Central. Otra vez, nada. Lo más cercano a una ilusa pista me lo entregó un viejo que moría lentamente, a la sombra de unas estanterías vacías, en su almacén de lástimas en la calle Almirante Latorre: "Ah, esas eran de Calaf, ¡pero están discontinuadas!". Discontinuadas, qué palabra con gusto a muerte, a callejón perdido de arrabal. Ni Calaf, ni Ambrosoli, ni Costa. Comencé a creer que todo no era más que un recuerdo fantasma, de una infancia truncada para siempre por el cataclismo inmisericorde.

Julio Mayorga Ojeda

60 años, Chiloé



"Sospecho que con este relato quiero transmitir nostalgia de almacenes, de caseros de pueblo, de mostradores con pastillas de colores, de frustraciones infantiles que sin duda dejan marcas. Escribir suele tener ribetes terapéuticos, según yo.

Ser uno de los finalistas me provoca sorpresa, grata sorpresa. Que haya sido seleccionado entre 2.500 relatos me mueve a una reafirmación personal que necesito. Siempre he tenido mucho pudor por mostrar lo que escribo, pero espero que valga la pena. Mi reacción fue de incredulidad y de no entender mucho la noticia pero, claro, también de mucha alegría".



LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO EN CHILE

1. ANTECEDENTES

Desde la perspectiva del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), **la Educación para el Consumo** consiste en la entrega de una serie de **conocimientos, habilidades, actitudes y valores** para que las personas puedan tomar decisiones informadas en el mercado y se desempeñen como consumidores responsables en su relación con el entorno.

Esta definición, construida a lo largo del tiempo, considera tanto la experiencia internacional como las particularidades de la realidad de nuestro país.

A nivel internacional, este tema se instala en el año 1962, cuando John Fitzgerald Kennedy (presidente de los Estados Unidos de América), entrega el primer discurso sobre los consumidores.

«Somos **el grupo económico más grande en el mercado**, que afecta y es afectado **por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas... pero también el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados**».

Esta frase es el punto de partida para las legislaciones en materia de consumo en distintos países. Esto es, principalmente, porque nombra por primera vez

cuatro derechos de los consumidores: a la seguridad, a la información, a la libre elección y a la existencia de competencia de precios. Estos servirán de base para la declaración de los derechos de los consumidores. También revela que la educación es una de las herramientas más importantes para incorporar conceptos relacionados con los derechos de los consumidores entre los ciudadanos, señalando además la necesidad de contar con información oportuna y al alcance de todos para ejercer nuestros derechos.

En nuestro país, la educación para el consumo tiene sus primeros antecedentes en la década de los '80, cuando la Dirección de Industria y Comercio (DIRINCO), institución antecesora al SERNAC, creó el Club Escolar de las Ardillas. Este club tenía como objetivo incentivar a los niños y niñas integrantes a ser buenos consumidores y, al mismo tiempo, ser un ejemplo para sus padres y el entorno escolar.

El programa, desarrollado entre los años 1983 y 1989, benefició a más de 300 escuelas básicas municipalizadas a lo largo de todo el país. Entre las actividades desarrolladas destacan la realización de diaporamas, programas radiales, construcción del himno del Club, aprendizajes sobre el control de higiene y etiquetado en los kioscos, participación en compras junto a sus padres y otras actividades educativas-recreacionales.

Posteriormente, con la creación del SERNAC en el año 1990, la Educación para el Consumo adquiere un rol estratégico en la misión institucional, incluyéndose como uno de los pilares y objetivos fundamentales en su trabajo hacia la ciudadanía. Desde entonces a la fecha, el Servicio ha desarrollado distintas líneas de trabajo y una gama de productos enfocados a diferentes grupos de la población, con el propósito de educar a los consumidores en todos los aspectos relativos a la Ley N° 19.496 y a la N° 20.555.

El Servicio Nacional del Consumidor es un servicio público chileno, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, responsable de cautelar y promover los derechos del consumidor, establecidos en la Ley N° 19.496.

Su misión es informar, educar y proteger eficientemente a los consumidores, vigilando que se respeten sus derechos. Esto se logra a través de la promoción de una cultura de consumo responsable y participativa entre los actores relevantes del mercado, con el fin de contribuir a su desarrollo y transparencia.

2. LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO EN EL SERNAC

2.1. Año 1990, definiendo la educación para el consumo

Para comenzar a trabajar en esta materia, lo primero que hizo el Servicio Nacional del Consumidor fue indagar en el concepto de educación y definir qué se entendería por Educación para el Consumo.

Educación tiene relación con el verbo latino 'educare', que significa sacar fuera, criar. Educación, por lo tanto, sería la acción de criar.

En la crianza hay un doble movimiento: el de alimentar, es decir, proporcionar sustancias ajenas que se incorporan al organismo; y el de facilitar el desenvolvimiento de las fuerzas o energías interiores.

En este contexto está la idea de modificación, que supone el paso de una situación a otra que se considera mejor.

Esta búsqueda tuvo como resultado el determinar como objetivo la entrega de una serie de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para que las personas se desempeñen mejor en esta economía, de acuerdo a sus intereses y principios. Esto implica el conocimiento, la práctica y el ejercicio sistemático de los derechos y deberes como consumidores, transformándose éstos en los ejes articuladores de todas las propuestas educativas del Servicio.

En este proceso de conformación de la línea educativa, se determinó que la mejor forma de trabajar en la Educación

para el Consumo sería a través de una metodología participativa, que implicara el rescate de espacios cotidianos de aprendizaje. Es decir, partir de las experiencias, entregar información, desarrollar habilidades y volver nuevamente a la práctica, de manera de poder articular los tres niveles del aprendizaje: el del conocimiento, el de la emoción y el de la acción.

Bajo estas premisas de trabajo, el SERNAC se focalizó en dos áreas:

En primer lugar, la **Educación Formal**, entendida como la educación que ocurre en el colegio o la escuela, en el ámbito del currículo oficial de la educación chilena y que integra a

toda la comunidad escolar. En segundo lugar, la **Educación No Formal**, definida como aquella que se imparte a la ciudadanía en general, específicamente, a la población adulta como agrupaciones de mujeres, adultos mayores, capacitadores, representantes de juntas de vecinos, organizaciones sociales y proveedores, entre otros.

Para ambas líneas de trabajo, el desafío es lograr que la comunidad participante comprenda que es tarea de todos desempeñarse como ciudadanos y ciudadanas responsables y proactivos en el mercado.

Los Derechos del Consumidor o Consumidora.

- › Elegir libremente un determinado bien o servicio.
- › Acceder a una información veraz y oportuna.
- › No ser discriminado arbitrariamente por parte de los proveedores de bienes y servicios.
- › A tener seguridad en el consumo de bienes y servicios.
- › A la reparación e indemnización.
- › Acceder a educación para un consumo responsable.
- › A retracto o termino del contrato sin la voluntad del proveedor.
- › A tener garantía, esto es: cambio, devolución del dinero, reparación por productos nuevos que resulten defectuosos o malos.

Los Deberes como Consumidor o Consumidora.

- › Realizar sus compras y contrataciones sólo en el comercio establecido.
- › Exigir la boleta cada vez que realice una compra.
- › Leer detalladamente los contratos antes de firmarlos.
- › Tomar sus decisiones de compra libre e informadamente.
- › Solicitar la reparación o indemnización por los daños materiales y morales derivados de actos de consumo, y de acuerdo a los medios que indica la Ley.
- › No hacer denuncias imprudentes en contra de proveedores.
- › Buscar los medios para acceder a la Educación para el Consumo.

Para mayor detalle, revisar www.sernac.cl

2.2. La educación formal y sus principales hitos

En esta línea de trabajo podemos distinguir, a lo largo de los años, momentos o hitos importantes, que refieren tanto a cambios de metodologías utilizadas, así como al aumento de cobertura de población.

Primera Experiencia en el Aula.

En 1991, el SERNAC invita a los profesores de la comuna de Conchalí a participar de una Escuela de Invierno. El objetivo de esta actividad era presentar los temas de consumo impulsados por la institución y, en conjunto, planificar actividades a nivel de sala de clases y comunidad educativa, para ver la relación con el currículo. Tras el trabajo de una semana con profesores de nivel básico y de escuelas especiales, se logró revisar la aplicación de cada contenido en el aula y de esta manera comprobar su utilidad.



“Para nosotros, como escuela especial, es muy importante enseñarle a los niños en qué tienen que fijarse cuando van a comprar, la exigencia de la boleta, el poder reclamar si un producto sale mal. Todo eso los ayuda a desarrollar un nivel de autonomía, por lo tanto, para nosotros como escuela es muy pertinente”. (Profesora escuela especial, 1991)

Los temas trabajados (el consumidor y sus necesidades; el consumidor en el sistema económico social; la compra de bienes y servicios; la información, un elemento relevante en la decisión de compra; la administración financiera en el ámbito familiar; consumo y medio ambiente; el consumidor, primer y mejor defensor de sí mismo) reafirmaron la opción de trabajar con la comunidad escolar por su importancia para los profesores a nivel personal y profesional, así como su pertinencia a nivel del currículo.

Segundo paso: los primeros convenios y las nuevas propuestas.

La aprobación de las primeras actividades por parte de los profesores y la búsqueda, como Servicio, de ampliar la cobertura educativa entregada, se tradujeron en un convenio con el Centro de Perfeccionamiento, Experimentación e Investigaciones Pedagógicas del Ministerio de Educación (CPEIP), organismo encargado de la capacitación y certificación de los cursos de los docentes del país.

De esta manera, en 1992 se realiza el primer curso docente a distancia, con algunas instancias presenciales en todas las regiones de Chile y certificado por CPEIP.

Este curso se implementa para docentes de educación básica, conectando los temas de consumo con los objetivos

fundamentales transversales y los contenidos mínimos del Ministerio de Educación. Con esta innovación, un docente del subsector de matemáticas pudo enseñar los contenidos de las cuatro operaciones (suma, resta, división y multiplicación) o porcentajes a través de un presupuesto para un cumpleaños o una cotización para un paseo. Así también, un docente de lenguaje pudo analizar el contenido de un texto mediante un mensaje publicitario. Es decir, se incorporaron

ejemplos prácticos en materia de consumo, para impartir conocimientos y habilidades en los contenidos propios del currículo de enseñanza básica.

El objetivo principal fue agrupar a un número de profesores para que desarrollara experiencias de inserción de la Educación para el Consumo a nivel de las asignaturas, a través de una metodología participativa.

Ejemplo de inserción de temas de consumo en los objetivos transversales y fundamentales para ser trabajados en la sala de clase.

Título de la ficha: **El Tatuaje.**

Subsector de Aprendizaje: **Estudio y Comprensión de la Sociedad**

Nivel: NB 6 (8º básico)

Unidad	Derechos y deberes que conlleva la vida en sociedad.
Objetivos Fundamentales Transversales	La información sobre los derechos, pero también sobre las responsabilidades en el marco de un estado democrático.
Objetivos Fundamentales Verticales	Comprender los derechos y responsabilidades individuales implicadas en la vida en sociedad.
Contenidos Mínimos	Derechos y responsabilidades individuales: reconocimiento de su ejercicio en la familia, escuela, etc.
Objetivos de Educación para el Consumo	Ejercer en forma responsable la necesidad de pedir información para tomar decisiones de consumo.
Derechos implicados	Derecho a elección. Derecho a información. Derecho a la seguridad. Derecho a garantía.
Responsabilidades Implicadas	Pedir información. Solicitar el servicio en el comercio establecido. Pedir y guardar la boleta.

Posteriormente, y para enriquecer este curso, se crea un boletín informativo y formativo que reflexiona e incluye en sus contenidos distintas temáticas relacionadas con el consumo: estudios de productos, análisis sobre el consumo en la época, información sobre lo que sucedía en América Latina en materias de Educación para el Consumo y proyectos relevantes realizados por los profesores del curso, entre otros temas. El boletín se llamó Complemento Directo y se editó entre los años 1994 y 1999.

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN SERNAC - N° 1 - 1999

COMPLEMENTO *Directo*

E dice que el modelo de consumo que tiende a imponerse en nuestra sociedad fomenta nuestro hedonismo, que con él pretendemos satisfacer nuestras carencias afectivas y necesidades insálubres; que es un mecanismo de compensación a las frustraciones del diario vivir, y lleva a un consumismo que hace peligrar nuestro sistema de valores. Eso es cierto, es una tendencia real en el mundo de hoy. Pero, también, es cierto que, frente a ella, empezamos a adquirir fuerza una contratendencia sustentada en los valores de la convivencia democrática: respeto a la diversidad; de la solidaridad y del respeto al medio ambiente. La que contribuye a fortalecer la formación ética de las personas; a orientar el crecimiento y autoafirmación personal, y a orientar sociales, hace una labor de difusión a través de boletines y programas radiales en todas las regiones. Es decir, enfrenta el desafío de hacer que cada vez un mayor número de personas entienda el consumo en su vida cotidiana y pueda realizar mejores desempeños.

Hoy comienza un nuevo año; el sexto en que se entregan becas a profesores a lo largo del país para que realicen el curso de educación a distancia "No se Consuma en el Consumo".

El departamento saluda a todos los profesores que, de una u otra forma, han estado en contacto con el tema del consumo; que han entendido el significado de una buena alimentación; que han practicado distintas formas de organización del presupuesto; que han ejercido el derecho a ser respetados, encontrando con gran satisfacción que así puede lograrse; que han experimentado que el consumo es un fenómeno relevante desde los primeros cursos y sus acciones de ser integrados a las asignaturas; que han tratado de vincular a este aprendizaje a los padres y apoderados, y los invita a continuar con la labor educativa.

Saludamos y damos la bienvenida a los profesores que este año comienzan el curso y han en su propio recorrido; en el que el departamento de educación estará presente.

Saludamos a todos los que consideran el consumo como un tema cotidiano, presente en todas nuestras actividades.

EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

la forma en que la persona se relaciona con otras personas y con el mundo.

Tal es el sentido que el SERNAC, a través de su Departamento de Educación, está empeñado en imprimir a su trabajo en educación para el consumo.

La educación para el consumo sólo se justifica si entrega, por una parte, elementos que permitan a las personas comprender el funcionamiento del mundo en que se desenvuelven como consumidores, y, por la otra, les ofrece posibilidades para desarrollar las competencias idóneas para resolver con éxito los problemas que la cotidianidad del consumo les plantea.

En eso consiste la labor educativa. Por eso es que el Departamento de Educación realiza cursos de capacitación a profesores, elabora materiales educativos para los colegios, imparte cursos y charlas a miembros de organismos

Editorial

Ejemplo de un proyecto realizado por profesores del curso pertenecientes a la Escuela Municipal de Mañiuco (1999).

La creatividad de los profesores mueve a muchos niños y niñas... y apoderados también.

A 17 kilómetros de Galvarino, en la IX Región, se encuentra ubicada la escuela Básica Municipal Mañiuco, donde 136 alumnos -en su mayoría de origen mapuche- están descubriendo las frutas y las verduras. Este importante cambio se debe a la implementación de un Huerto Escolar. Este proyecto fue presentado por 5 profesores de la escuela, que realizaron el curso "No se consuma en el consumo", en el año 1998.

El proyecto consistió en la confección de un huerto que abarcó todas las etapas: desde la preparación de la tierra hasta la siembra y cosecha de diversas verduras, donde profesores, alumnos y apoderados se integraron. Las especies cultivadas fueron las lechugas, repollos, ajos, cebollas, zapallos, rabanitos, cilantro, tomates y coliflor.

La profesora Ivonne Chávez explica que este huerto fue la continuación de otro proyecto educativo y respondió a

detectar el déficit alimentario en los niños. Se propusieron trasladar estos hábitos a los padres.

"La idea nació porque los profesores opinaban que el mejor regalo que los padres le hacen a estos niños es comprarles dulces o comida chatarra. Además, en sus casas no comen ni frutas ni verduras".

"Cuando los niños probaron las ensaladas, se dieron cuenta de que eran ricas en sabor y muchos han querido plantar verduras en los huertos de sus casas. Pero varios de ellos no conocían ni las lechugas, ni las acelgas. Las cultivaban, pero como alimento para los chanchos". (Ivonne Chávez)

La primera cosecha fue repartida entre los alumnos, para que les enseñaran a sus padres. Otro se vendió para obtener recursos y financiar la compra de un diario.

En una segunda etapa, piensan comprar una cocina donde los niños aprendan a preparar las verduras, enseñar a las madres a cocinarlas e incluir recetas mapuches. Participan los 60 alumnos y 45 apoderados.

(Boletín Complemento Directo N° 2, 1999).

En paralelo al curso implementado, el SERNAC toma contacto con algunas editoriales, entregando materiales pertinentes para las asignaturas, de manera que pudieran ser incorporados en los textos escolares.

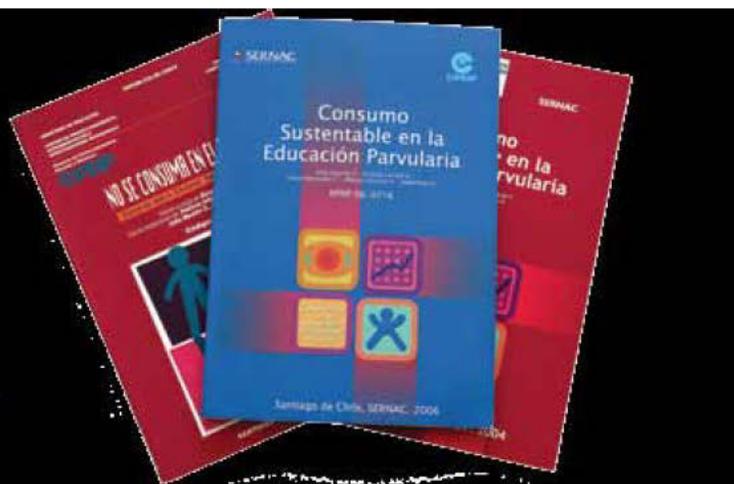
Esto se mantiene en el tiempo, permitiendo que las editoriales integren contenidos de consumo en sus textos. Por ejemplo, en la asignatura de Historia y Ciencias Sociales para 1º medio, se integró el tema de Presupuesto Familiar (2004); en Estudio y Comprensión de la Sociedad, 6º básico, el artículo “Más vale un pascuero por viejo que por pascuero”, elaborado en el año 2002; en Educación Parvularia, en la guía para el profesor y el alumno, un texto sobre “Los retornables” (2005). Incluso, una editorial integró en las cuatro asignaturas básicas una página de temas de consumo que se llamaba “Opinando Informadamente” o “Haciendo Ciudadanía” (2006).

Actualmente, también se ha utilizado material educativo audiovisual realizado en conjunto con el Consejo Nacional de Televisión (CNTV). A partir de esta herramienta, se generan guías para los profesores, como las desarrolladas para la serie Diego y Glot Consumidores.

Considerando la cobertura que tienen los textos sobre la población escolar, éste ha sido un excelente medio de difusión para la Educación para el Consumo.

Nuevos participantes en los cursos de Educación para el Consumo: Educación Parvularia.

A partir del año 2002, el Ministerio de Educación implementa las Bases Curriculares de la Educación Parvularia. Esta acción posibilita que el SERNAC realice un curso para este sector de



la población llamado “Consumo Sustentable en Educación Parvularia”. La modalidad era a distancia, con la realización de talleres presenciales.

Este curso se impartió anualmente hasta el año 2006, con un intervalo de revisión de contenidos que permitió ejecutarlo nuevamente en 2009, a través de la modalidad a distancia.

Los temas trabajados a través de los diferentes núcleos de aprendizaje fueron: seres vivos, autonomía, identidad, convivencia, lenguaje verbal, formación lógico-matemática, grupos humanos, formas de vida y acontecimientos relevantes. Todos ellos significaron la socialización de los temas de consumo a nivel pre escolar, confirmando

la importancia de recibir este tipo de información desde los primeros años, para contribuir en el desarrollo de la autonomía, por la importancia de conocer aspectos alimentarios, para fomentar el derecho a elegir, etc. La opinión de los profesores en los talleres realizados por el SERNAC demostró la pertinencia de los diferentes contenidos impartidos a través de esta línea de educación.

"En las mañanas, los niños tenían como hábito llevar comida chatarra para sus colaciones. Nosotras conversamos con la familia y les dimos a entender que esas colaciones no les hacían bien y nos apoyaron. Les dijimos a los apoderados que no es bueno asociar el cariño con la comida. Si nosotros queremos realmente a nuestros hijos y queremos que tengan una vida sana, entonces debemos proporcionarles una comida sana".

"A mí me gustó Seres Vivos y su Entorno, con la actividad de la basura y reciclaje. Una colega de básica fue con sus niños a una planta de reciclaje, y sus alumnos fueron a hacer una disertación a mi curso, fue una articulación muy buena que logramos con básica. Este año compramos tres basureros para cada sala, uno para las frutas y verduras (color verde), para los papeles y cartones (color blanco), y para los plásticos y vidrios (color rojo). Ahora tengo niños nuevos con los que les voy a aplicar este material a partir de agosto".

"Con respecto al Núcleo de Convivencia, a mí me gustó mucho también algo que nosotros hemos hecho siempre, pero no con el sentido que le da este libro y que es la actividad de la Feria y el Comercio. En esta ocasión, yo le di duro a los derechos, como el derecho a elegir y a exigir la boleta". (Focus SERNAC, 2005).

› **El SERNAC ingresa al currículum de la Educación de Adultos.**

Posteriormente, en el año 2008, el Ministerio de Educación incorpora en el Currículo de la Educación de Adultos un subsector llamado "Consumo y Calidad de Vida", en cuya gestación participa activamente el SERNAC. Por primera vez se incluyen las materias de consumo como una asignatura especial para este grupo de la población, pudiéndose profundizar en los contenidos y actividades asociadas a la temáticas.

Paralelamente, se elabora el curso "Educación para el Consumo, Educación para la Vida", manteniendo la modalidad de los cursos anteriormente descritos, esto es, a través de un texto y materiales complementarios. Algunos de los temas trabajados en esta oportunidad fueron los derechos y deberes de los consumidores, la publicidad y la compra a crédito, entre otros. Todos significaron un aporte para la enseñanza de este tópico.

"El texto es buen material guía para entender los temas de consumo. Es fácil de leer, me tomó de la mano, didáctico, aprendí y perfeccioné lo que no sabía. Me hizo sentido".

"Se nota que los que hicieron el libro manejan el tema de la educación. Los ejemplos están bien explicados y a los alumnos les gustan las historias en base a las cuales se trabaja".

"Me acomoda cómo está planificada la transferencia". (Focus profesores, 2009).

› **Integración de todos los Niveles de la Educación.**

Considerando las encuestas de satisfacción de los docentes y las sugerencias de mejora de quienes participaban de nuestros talleres, a contar del año 2009 se decide realizar un nuevo modelo de curso, que incluye a docentes de todos los niveles de la educación (parvularia, básica, media y adultos). En este nuevo modelo, el curso comienza a impartirse como aula virtual, lo cual permite que puedan acceder a él un número mayor de docentes, desde las localidades menos pensadas del país.

De esta forma, la Institución logra llegar a todos los niveles de la educación con un curso que desarrolla competencias para generar consumidores y consumidoras informados (que saben), inteligentes (que saben hacer con lo que saben) e involucrados

(que asumen las consecuencias de sus decisiones).

El curso contiene también material pedagógico de apoyo complementario, que permite una comprensión lúdica de los temas de consumo, en él se encuentran herramientas como: material audiovisual, animaciones pedagógicas, juegos en la plataforma web y un cuaderno de trabajo para realizar actividades con la familia.

Desde el 2000 hasta el 2011 se capacitan 11.345 profesores. Si consideramos que cada docente ha desarrollado algún tema de consumo con al menos 2 cursos -cada uno de 30 alumnos- la socialización de las materias podría llegar a más de 650.000 personas.

Lo anterior implica que cada vez más alumnos conocen, aprenden y ejercen sus derechos como consumidores.



En paralelo al desarrollo de cursos para docentes, el SERNAC, en conjunto con el Portal Nova Sur del Consejo Nacional de Televisión, ha realizado una amplia gama de series audiovisuales. El Portal Nova sur, es la televisión educativa del Consejo y ofrece contenidos Audiovisuales educativos a través de diversos canales de televisión e Internet, con un especial énfasis en la comunidad educativa y las familias del país.

El material generado en esta colaboración consiste en historias cotidianas donde, a través de una lógica lúdica y experiencial, los estudiantes conocen sus deberes y derechos y aprenden a tomar las mejores decisiones de consumo para actuar como consumidores proactivos en la sociedad actual.

Además de formar parte de los elementos del curso, el contenido se encuentran en la página web del SERNAC, www.sernac.cl, en el portal de Nova Sur y en el Portal Educar Chile, junto con fichas de trabajo para desarrollar en el aula.

En Familia: para jóvenes de 3º y 4º medio dentro del subsector de aprendizaje de Lengua Castellana y

Comunicación, con énfasis en consumo responsable, endeudamiento, alimentación saludable, derecho a la garantía y discriminación (2008).

Planeta C: serie orientada a jóvenes de 1º y 2º medio dentro del subsector de aprendizaje de Lengua Castellana y Comunicación. Desarrolla las temáticas de consumo sustentable, inteligente e informado (2006).

Diego y Glot Consumidores: complementa las temáticas de consumo asociadas a los objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios de educación matemática de 5º a 8º básico (2007).

Canal 72: está dirigido a alumnos de 3º y 4º básico, relacionando los temas de consumo tales como alimentación, discriminación, promociones, con los contenidos de Lengua Castellana y Comunicación (2010).

Matilde y Martín: trabaja el tema del consumo y el cuidado del medio ambiente a través de las Bases Curriculares en el ámbito de comunicación. Su núcleo es el lenguaje verbal para el nivel transición en la Educación Parvularia (2009).



2.3.- La educación no formal: Capacitando a la ciudadanía

Las charlas y los talleres han sido una forma de entregar información educativa a la comunidad en general, desde los inicios del SERNAC.

A partir del año 1991, éstos se potenciaron, aumentando la cobertura y privilegiando a sectores de escasos recursos o que tuvieran más dificultades de acceso a la información. En esta labor, las Direcciones Regionales del SERNAC han tenido un rol protagónico, haciendo de las charlas una de sus funciones educativas más relevantes y, junto con ello, posicionando al Servicio en sus localidades. En la actualidad, existe el Programa de Actividades Educativas Presenciales, que se imparte a nivel nacional, de acuerdo a las peticiones y necesidades de la ciudadanía, considerando las particularidades del territorio y de los participantes. Por ejemplo, en el año 2011 se realizaron talleres para más de 6.500 personas, sobre temas como: derechos y deberes de los consumidores, Ley 19.496, el reclamo, consumo sustentable, los proveedores, asociatividad en consumo, presupuesto familiar, educación de medios y SERNAC Financiero, entre otros.

El contacto a través de instancias presenciales como éstas es una forma de relación directa con los consumidores del país, lo que permite identificar su situación, territorialidad, entorno y problemáticas.

En paralelo, también en el año 1991, y con el objeto de seguir aumentando la cobertura, se crea un boletín informativo a nivel nacional, para llegar a un público objetivo de menores ingresos o de localidades más alejadas. Su distribución

se realizó en todo el país por medio de las Direcciones Regionales, las Oficinas Comunales de Información al Consumidor (OCIC), organismos de gobierno y organizaciones no gubernamentales. Este boletín, llamado "13 millones de consumidores", tenía periodicidad bimestral, con un tiraje de 20.000 ejemplares. Se distribuyó hasta 1999, año en que pasó a llamarse "15 millones de consumidores".

Por la alta demanda de las charlas presenciales y la necesidad creciente de los consumidores de contar con mayor información acerca de temas específicos de consumo, se puso a disposición de los usuarios de nuestro sitio web (www.sernac.cl) material para descargar datos sobre diferentes problemáticas de consumo, como los derechos y deberes del consumidor, cómo hacer un reclamo, las asociaciones de consumidores y publicidad, contenidos que se plasmaron en el Manual para Relatores. Este material estuvo dirigido principalmente a personas que se desempeñan como relatores o capacitadores de ciertos grupos de personas, por ejemplo, juntas de vecinos, docentes, trabajadores, grupos organizados y sociedad civil en general.

Asimismo, a raíz de la realización de la campaña País de Eficiencia Energética, en el año 2007 se crea una mesa de trabajo con instituciones del sector público, la que culmina con la creación del e-Reading "Uso Eficiente de la Energía". Esta propuesta tiene por objetivo primordial sensibilizar a la población para crear consumidores responsables en esta materia y promover hábitos de consumo sustentables.

Luego, a fines del año 2009, el SERNAC crea una plataforma virtual para dar respuesta a las nuevas necesidades de los

consumidores en el ámbito de la capacitación en materia de consumo. Es así como nace el e-Reading de **Presupuesto Familiar**, destinado a todas las personas que quieran aprender a gestionar sus finanzas personales.

En el año 2010, en tanto, se desarrolla la **Guía del Consumidor Responsable**, que entrega sugerencias y consejos de cómo manejarse en distintos mercados, tales como servicios básicos, transporte y turismo, mercado del retail, seguros, alimentación y mercado financiero. Las recomendaciones se orientan a

promover un estilo de consumidor responsable, informado y consciente de las implicancias sociales que derivan de las decisiones individuales.

Estos tres e-Readings continúan disponibles hasta hoy en día para cualquier persona que acceda a la página web del SERNAC, www.sernac.cl



Uno de nuestros aliados en el fomento de la Educación para el Consumo durante todos estos años ha sido **Consumers International**. Este organismo internacional surge en 1960, llamándose Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU en su sigla en inglés), y desde 1985 su nombre cambia a Consumers International (CI). Este es el primer movimiento mundial de consumidores, y uno de sus grandes logros fue la aprobación de las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, en el año 1985.

Hoy en día, CI es la única voz global e independiente que hace campañas en favor de los consumidores. Con más de 220 miembros en 115 países, se dedica a construir un poderoso movimiento internacional para ayudar a proteger y fortalecer a los consumidores en todo el mundo.

Para mayor detalle, sugerimos revisar <http://es.consumersinternational.org/>

En Chile, la primera Asociación de Consumidores fue creada en 1985 (ACHICO). Actualmente, el movimiento asociativo de los consumidores cuenta con 80 organizaciones, distribuidas en la casi totalidad de las regiones del país. En el **área de Educación**, desarrollan acciones o líneas de trabajo en temas de formación o capacitación a dirigentes de organizaciones sociales y a consumidores en general, todo relacionado con diversas temáticas.

3. NUEVAS PROPUESTAS EDUCATIVAS Y DESAFÍOS INSTITUCIONALES

Con la entrada en vigencia del SERNAC Financiero, en marzo de 2012, el Servicio se planteó la necesidad de elaborar un proyecto que responda a las necesidades que emergen a partir de esta nueva Ley.

3.1. Educación formal

Al respecto, el SERNAC ha propuesto la implementación de un programa de Educación Financiera que tiene como objetivo alfabetizar financieramente a la comunidad escolar. Para ello, incorpora temas como el uso del dinero y transacción, crédito, ahorro, inversión y derechos financieros en actividades curriculares y extra curriculares en las que puede participar

toda la comunidad educativa (estudiantes, docentes, padres, apoderados y la dirección). De esta forma, el programa reconoce la importancia de educar a los niños y niñas desde su más temprana edad, para desarrollar hábitos de ahorro y consumo responsable.

Este año, el trabajo se inició con la implementación de un plan piloto en 30 establecimientos de la Región Metropolitana –municipales y particulares subvencionados– en comunas como Santiago, La Pintana, Maipú, Peñalolén, y Puente Alto, por mencionar algunas.

De esta manera, la Educación Financiera se revela como una prioridad para el SERNAC y el Ministerio de Economía. Al mismo tiempo, esta propuesta responde a las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las cuales dictaminan la necesidad de que sus países miembros promuevan políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo, a través de la inclusión y educación financiera.

Ley SERNAC Financiero (N°20.555), complementa la Ley N° 19.496 de Protección al Consumidor y entró en vigencia el 5 de marzo de 2012.

En términos simples, es un **nuevo marco** legal que:
Fortalece los derechos de los consumidores de productos y servicios financieros;
Impone nuevas obligaciones a las empresas; y
Da más facultades al SERNAC.

Más información en: www.sernacfinanciero.cl

Otro de los nuevos productos elaborados por el Servicio fue el realizado con la colaboración del Programa de Cohesión Social Unión Europea-Chile, coordinado por la Agencia de Cooperación Internacional de Chile (AGCI). Se trata del juego “Compra Bien”, para que niños y niñas –a partir de los 10 años– aprendan a manejar dinero, comprar y ejercitar los derechos como consumidores.

Esta herramienta se ha difundido y distribuido en diferentes escuelas a nivel nacional y también está disponible en la página web www.compra-bien.cl y en nuestro sitio web institucional www.sernac.cl. El material busca entretener a los niños y niñas y entregar conceptos de consumo aplicables a su realidad cotidiana a través de un proceso creativo de juego, que puede involucrar incluso a la totalidad de la familia.

Una prueba de su recepción en la ciudadanía es la experiencia de una profesora con niños de una escuela del país:

“Les escribo para agradecerles el envío del material “Compra Bien”, que recibí con gran sorpresa y gratitud. Utilizamos el juego de consumo responsable en un taller de refuerzo que imparto para mis estudiantes de cuarto año básico, con un grupo de 8 integrantes.

Desde que recibimos este material, hemos trabajado con él 3 veces. Desde mi punto de vista, considero que es un material concreto y aplicable a todas las edades que corresponden al nivel básico y medio, porque es un juego que enseña no sólo a ser un consumidor responsable, sino que permite fortalecer muchas áreas, de forma entretenida”.**(Paola Andrea Coloma Porma** Profesora Educación Básica Especialidad en Educación Matemática).

3.2. Educación no formal

En el área educativa **No Formal**, en tanto, se diseñan tres nuevos cursos, dirigidos a la ciudadanía en general y a grupos específicos como los relatores, proveedores, Carabineros de Chile e Inspectores Municipales.

Se realiza el curso de Relatores **"Introducción a la Educación Financiera"**, que tiene como base el e-Reading de Presupuesto Familiar antes descrito. Es un curso dirigido a las personas en general, con énfasis en profesionales que se desempeñan en las áreas de Recursos Humanos o Departamentos de Bienestar, monitores de organizaciones no gubernamentales, capacitadores de juntas de vecinos, de empresas y servicios. Uno de los objetivos es que los conocimientos se pueden replicar en sus talleres o charlas. Los temas que se trabajan (la importancia de la educación financiera en el mercado del consumo, conceptos básicos para tomar decisiones financieras, las instituciones y los productos que oferta el mercado financiero, los derechos del consumidor en el ámbito financiero y la organización del presupuesto familiar) permiten al consumidor posicionarse en el mercado con mayor conocimiento para tomar decisiones informadas y responsables. Este curso cuenta con la revisión y respaldo del Centro de Excelencia en Psicología Económica y Consumo de una universidad chilena.

El curso de **"Calidad y Garantía Legal"**, por su parte, está dirigido a personas que se desempeñan en empresas proveedoras, es decir, vendedores y trabajadores de áreas de servicios al cliente y atención post venta. Este curso entrega a los comerciantes, vendedores y proveedores de bienes y

servicios, las herramientas básicas para lograr una mejor atención a los consumidores y, para eso, se trabajan temas como la garantía y las obligaciones de los proveedores, entre otras temáticas.

Por otra parte, el curso **"Infracciones a la Ley 19.496"** está dirigido a funcionarios de instituciones del Estado, específicamente a Carabineros de Chile e Inspectores Municipales. Su objetivo es orientarlos en sus funciones hacia la comunidad. Los temas que se trabajan tienen relación con reforzar competencias para poder denunciar infracciones o incumplimientos a la Ley 19.496 de Protección al Consumidor y la Ley 20.555 del SERNAC Financiero.

3.3. Nuevas herramientas

Para apoyar la realización de los cursos y programas expuestos anteriormente, también se han realizado **Series Audiovisuales** que permiten incentivar, motivar y aclarar de una forma simple los Derechos del Consumidor, así como otras temáticas relacionadas, como el presupuesto, el endeudamiento, el crédito, la publicidad y la educación para el consumo.

La primera de ellas, **"Consuma Bien Viva mejor"** es un conjunto de animaciones que duran aproximadamente tres minutos cada una. A través de pequeñas situaciones, enseñan aspectos sobre el ejercicio de los derechos o sobre temas que necesitamos comprender para un mejor ejercicio de éstos. El objetivo es sensibilizar y motivar a través de las charlas o talleres, como parte de los cursos de aula virtual (2011).

La segunda, **“Historias de Consumo”**, es una serie que contiene 6 capítulos de una duración de 7 minutos cada uno, donde se plantean diferentes situaciones que, a través del humor, se resuelven o quedan en suspenso para que el auditor reflexione individual o grupalmente (2012).

Por otra parte, a raíz del concurso **“ConsuCuento”**, basado en historias de consumo y donde participaron más de 2.000 personas a nivel nacional, el presente año se realizará –en convenio con el Consejo Nacional de Televisión– una serie audiovisual compuesta por cuatro capítulos, dirigida a la población joven. Esta serie tomará como base las ideas originales de cuatro finalistas seleccionados, para transmitir contenidos educativos asociados al consumo.

Finalmente, para la socialización de todas estas nuevas herramientas educativas han sido claves las alianzas con instituciones significativas, como el Consejo Nacional de Televisión, el Portal Educar Chile, el Centro de Excelencia en Psicología Económica y Consumo y la Confederación de Comercio Detallista y Turismo de Chile, lo que ha permitido ampliar la cobertura y difusión de los contenidos educativos.

En síntesis, la propuesta educativa actual del SERNAC integra productos que han tenido una labor significativa en los años anteriores, como el Curso de Perfeccionamiento Docente –actualmente llamado “Educación para el Consumo en la Escuela”– y las Actividades Educativas Presenciales –plataforma clave para entregar contenidos de manera presencial a distintos grupos de población en diferentes lugares del país–.

Al mismo tiempo, se despliegan nuevas modalidades de





CUNCUNA
RAYDELINA

enseñanza que buscan educar de manera integral a todos los actores que son parte de un mismo sistema, así como abarcar a nuevos grupos de consumidores, que incluyen a la comunidad escolar, los trabajadores de empresas, Carabineros e Inspectores Municipales.

4. LOS DESAFÍOS COMO SERNAC EN EL ÁMBITO DE LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

Uno de los principales desafíos que tiene el Servicio Nacional del Consumidor es diseñar e implementar productos educativos capaces de generar una cultura de consumo responsable en una sociedad cada vez más compleja y con distintas necesidades.

Esto implica facilitar oportunidades de aprendizaje sobre el ejercicio de los derechos y responsabilidades del consumidor, así como fomentar una cultura que enfatice el ahorro y evite el sobreendeudamiento.

Para alcanzar los objetivos señalados, es importante trabajar en distintas líneas de acción: desde incorporar temas de consumo en el currículo escolar, trabajar al interior de la comunidad educativa, continuar las alianzas con instituciones significativas, hasta generar nuevos nichos de trabajo que incorporen a poblaciones vulnerables.

Por lo tanto, el desafío es que cada vez más personas sean conscientes de la importancia de sus actos en la sociedad y sean capaces de tomar decisiones informadas en el mercado, para escoger estilos de vida responsables.

