



U.E.D.C.A



UNIDAD EDUCATIVA DR. CARLOS ALOMOTO AYALA

Docente: Miguel Ángel León

GUIA DE NIVELACIÓN FORMATIVA

Tema:

EL CONSUMO Y EL DINERO EN LOS JÓVENES

El mundo del consumo

Objetivo: Reconocer la importancia del consumo en la vida cotidiana, sus beneficios e impactos.

Para reflexionar

¿Qué implica consumir?

Es la acción o el efecto de consumir o gastar, ya sean productos, bienes o servicios, buscando de esta manera satisfacer necesidades o deseos.

Sabías que...

A lo largo de la vida de una persona (cálculo promedio sobre 65 años de edad), son muchos los productos o servicios que se consumen. Según cálculos promedios consumirá 8.868 litros de leche, tomará 74.802 tazas de café, 4.239 rollos de papel higiénico y en promedio se bañará 7.163 veces durante su vida, usando casi un millón de litros de agua.



U.E.D.C.A



UNIDAD EDUCATIVA DR. CARLOS ALOMOTO AYALA

La persona promedio usará 656 pastillas de jabón, 272 barras de desodorante, 276 tubos de pasta dentífrica, 411 productos de cuidado de la piel y 35 tubos de gel para el cabello durante toda su vida.

También usará 198 frascos de champú y se lavará el cabello 11.500 veces durante el transcurso de su vida.

Lo anterior sin contar que consumirá alrededor de 13.345 huevos, 4.280 barras de pan, 845 latas de alimentos, 4.500 litros de cerveza, 10.000 barras de chocolate, 4 vacas, 15 cerdos, 1.200 pollos.

Ahora, ¿tú qué piensas de estas cifras?...

"A lo largo de toda una vida, habremos consumido una gran lista de productos naturales y manufacturados, unos con la posibilidad de volverse a generar y otros como residuos que se desechan y dejan impacto en el ambiente mismo".

Sesión # 1





A partir de las siguientes imágenes, construye un breve relato que refleje una situación de consumo (incluye personajes, anécdotas y vivencias particulares).

Actividades para desarrollar en casa

1. Haz una lista de las cosas que compraste en tu última salida al centro comercial.
2. Selecciona los productos que fueron necesarios en tu compra.
3. Selecciona los productos que no fueron necesarios, pero que compraste porque te gustaron, porque los viste en la vitrina, porque te los recomendó tu mejor amigo/a, entre otras alternativas.
4. Selecciona los productos que compraste y no utilizaste.
5. ¿Qué conclusiones haces frente a las compras que realizaste?

Conclusiones

Comprary consumir se convierte en un motivador importante para los jóvenes, ya que a través de ello se determina el acceso a los grupos, la aceptabilidad entre el grupo de pares y se acentúan las diferencias y semejanzas entre iguales. Ir de compras se destaca como una experiencia de relacionamiento entre jóvenes, donde consumir implica gastar dinero, siendo una manera de esparcimiento, diversión e integración. Sin embargo, es importante tener



U.E.D.C.A



UNIDAD EDUCATIVA DR. CARLOS ALOMOTO AYALA

en cuenta algunos consejos a la hora de programar las compras con tus amigas/os y vivir una experiencia inolvidable, evitando gastar más dinero del contemplado:

- a. Haz una lista de las cosas que deseas comprar, evita salirte de la lista.
- b. Lleva solo el dinero que crees que vas a necesitar, evita llevar la tarjeta de crédito ya que es una gran tentación y si el dinero se agota y no has terminado de hacer tus compras es porque no planificaste bien las mismas.
- c. A la hora de hacer compra de ropa o accesorios, es importante recorrer varias tiendas de ropa primero, antes de decidirte por un modelo acorde a tus necesidades, por lo anterior es aconsejable comprar prendas básicas que puedas combinar con otras.
- d. Aprovechar los descuentos de fin de temporada es una buena alternativa de comprar lo que te gusta, sin tener que invertir más allá de lo normal.
- e. Por último, evita salir cuanto estés deprimida/o y aburrída/o, ya que lo único que lograrás es comprar cosas que no necesitas, gastando más dinero del que tienes.
- f. Deja una huella positiva en el ambiente evitando compras innecesarias; el Planeta te lo agradecerá. Hay muchos productos que se compran y se desperdician y que afectan nuestra sobrevivencia.