

Hacia una Educación para el Consumo Responsable en Itapúa – Paraguay

Rosa María Vallejo de Cuella
Facultad de Humanidades,
Ciencias Sociales y Cultura Guaraní.
Abogado Lorenzo Zacarías López 255 y Ruta 1.
Universidad Nacional de Itapúa – Paraguay

Resumen

El artículo expone experiencias institucionales y preceptos legales en cuanto a la Educación para el Consumo en Itapúa – Paraguay, y la necesidad de que la Universidad Nacional de Itapúa, una de las principales instituciones universitarias del país, desde su función sustantiva que es la educación, aborde la temática del Consumo responsable, en colaboración con otros organismos afines, con propósitos formativos ante el consumismo masivo; considerando como sustento experiencias de la Universidad de Salamanca – España, institución que ha brindado su aporte para el estudio, con prácticas exitosas en cuanto a formación y capacitación de capital humano con metodología interinstitucional.

Como resultado de un estudio exploratorio – descriptivo se presenta, que la Ley 1334/98 de Defensa del Consumidor y del Usuario de Paraguay, brinda un amparo legal a sus habitantes, legislación bien enunciada pero poco divulgada, con una mayoría de ciudadanos en desconocimiento de sus derechos y deberes, como también escaso compromiso de la mayoría de los municipios del país en adherirse al Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.

Esto demanda que la universidad sea centro de coordinación de actividades colaborativas interinstitucionales para el abordaje, difusión y prácticas de consumo responsable, por medio de un diseño integral de: **Formación- Investigación- Extensión**, que al final del documento se plantea como propuesta.

Palabras claves: Consumo responsable. Consumidor. Educación. Formación. Extensión. Investigación.

Fecha de Recepción: 07/03/17

Fecha de Aprobación: 01/07/17

Abstract

This article exposes the institutional experiences and legal precepts about Education for Consumption in Itapúa – Paraguay. Additionally, expresses the need for the State University of Itapúa, which is one of the main universities of the country to tackle the issue of responsible consumption with the collaboration of other related organizations with formative purposes in mass consumerism using the university's substantive function, which is education. In that regard, as sustenance, the experiences of the University of Salamanca – Spain were highly considered. This institution has provided substantial contribution to the study with successful practices in terms of forming and training human capital with an inter-institutional methodology.

Resulting from an exploratory and descriptive study, it is noteworthy to mention the Law 1334/98 of Consumer and User Protection of Paraguay. Such law provides legal protection to the citizens with a well-stated legislation but with little diffusion, with the majority of the citizens in ignorance of their rights and duties, as well as the limited commitment of the majority of the municipalities of the country to adhere to the Integrated National System of Consumer Protection.

Such situation demands for the university to be the center of coordination of inter-institutional collaborative activities for the approach, dissemination and practices of responsible consumption by means of an integral design of **Training-Research-Extension**, suggested as a proposal at the end of the document.

Key words: Responsible consumption. User. Education. Formation. Extension. Research.

Mombyky

Ko vore oikuaauka mba'apoha rembiasakue ha tekojoja he'iséva pe mba'e jogua hekopete rekombó'e Itapúape- Paraguaiguápe ha tetã mbo'ehaoguasú Itapúagua

Peteĩva Mbo'ehaoguasú mba'eguasuvéva ko tetãme, ijapopy guive ha'éva tekombó'e, oikuaaukáva mbo'erã mba'ejogua hekópe rehegua, ñopytyvõme ambue ava ñemohenda heseguáva ndive, ohupytysegui pe mba'ejogua vaiguasu ñembohápe oñemyatyrõ haġua, ojehechávo pyendárõ Mbo'ehaoguasú Salamankagua rembiasakue, ko Mbo'ehaoguasú oipytyvõ kuri ojekuaa ha'ã haġua, tembiapo osẽporãva'ekue pe ava rembiapo repy rekombó'e ha mbokatupyrype, oipurúva taperekokuaa tembiapo redakuéra oñondive.

Peteĩ kuaha'ã kuaarã mombe'uanga rohechava'ekuérõ, ojohechauka léi 1334/48 Mba'ojoguahára ha Paraguaira poruhára pysyrõ rehegua, ome'ẽ peteĩ ñemo'ã hekojojáva hetãguápe, léi oĩ porãiteiva hákatu sa'i ojekuaaukáva, hetave tetãgua ndoikuaaáva hekorã ha hembiapopyrã, upéicha avei sa'i oĩ ñe'ẽme'ẽ umi táva ruvichakuéra tetayguágui, oñemoĩ haña pe tetã rembiapo oñondivegua umi mbaéjoguahára ñemo'ãme.

Peva ojerure po Mbo'ehaoguasú ha'eva'erãha pe osẽha pytyvõ po tembiapo joaju mba'apoha renda ndive, oñembo'e ojekuaauka ha jejogua hekópe jojapo, peteĩ tekombo'e, jeporeka- ñemyasãi ra'anga rupi, ko kuation ipahápe oikuaave'ẽva tembiaporãrõ.

Ñe' ěrapoite: Jejogua hokópe – Mba'ejoguahára – tekombo'e – Mbokatupyry – Ñemyasãi – Jeporeka.

Introducción

Apropiarse de la idea de Consumo responsable en Paraguay es un imperativo razonable, país inmerso en la fluida red global, su crecimiento económico proviene del sector, agro ganadero, comercial y de servicios, su población accede a la tecnología que lo envuelve en todos los aspectos e interacciona en tiempo real en el proceso comunicacional, por tanto deberá en materia de consumo fortalecer acciones en cuanto a educación y difusión de la Ley 1334 de Defensa del Consumidor y del Usuario, por medio de acciones colaborativas entre instituciones de carácter educativo, y las que tienen el compromiso de la defensa y protección de los consumidores, SEDECO – Municipios.

Existen hechos que demanda acción de las instituciones, mismo por la dinámica social, el avance de los medios de comunicación, que si bien es positivo, en algunos aspectos sobrepasa la formación de las personas en una sociedad de consumo, tantas publicidades capturan el interés de la gente, con variedad de productos y servicios que se ofertan sin mayores barreras para cuantos quieran y puedan adquirirlos, esto muchas veces lleva a generar actitudes irresponsables del hombre, sea por desconocimiento o por falta de educación en el tema. Optan por apropiarse de cuantas cosas les rodea, a veces hasta innecesarias, en detrimento de su propia economía, tranquilidad y con riesgo de daño al medio ambiente.

Bien lo plantea Rosa Ma. Pujol en, Educación y consumo, 1996, p, 16, que, Consumir es una acción inherente a la humanidad desde sus orígenes. Supone un acto individual, pero a la vez es un fenómeno social. Y esos actos tanto particulares como sociales debe ir acompañado de una educación constante en pro de las personas y del medio que lo rodea,

porque vemos a las personas como hipnotizadas por tantas cosas a su alrededor que hasta se diría cuesta establecer el equilibrio.

A esto se suma una sociedad poco informada desde las instituciones que poseen el mandato de divulgación y educación en cuanto a lo que la ley plantea en defensa del consumidor; así mismo en los planes curriculares educativos de las instituciones de enseñanza formal, consumo es un tema escasamente considerado, salvo en algunos contenidos aislados.

El artículo presenta una propuesta de intervención que se plantea desde el ámbito de la Universidad Nacional de Itapúa, contempla métodos y técnicas interinstitucionales que apuntan a la Educación como medio para el logro, en un futuro, de la práctica de un consumo responsable reproduciendo experiencias exitosas de instituciones y comunidades que han instalado en su colectivo social la cultura del consumo ético y respetuoso con su medio.

El contexto considerado es Paraguay, país ubicado en América del Sur, con casi 7 millones de habitantes, dividida en 2 regiones naturales, la oriental y la occidental o Chaco; Itapúa es el 7° departamento localizado al sur del país, en él está asentada la Sede de la Universidad Nacional de Itapúa, creada por Ley 1009/96 una de las principales universidades públicas del Paraguay, que lidera la educación superior en la región.

Objetivos abordados:

- a-Conocer de acciones llevadas adelante por la Universidad de Salamanca y el Ayuntamiento de Salamanca – ESPAÑA en relación a la Educación para el consumo responsable.
- b- Describir acciones que la Secretaría de Defensa del Consumidor (SEDECO) y otras instituciones realizan en cuanto a Educación para el consumo en Itapúa-Paraguay en base a la Ley 1334/98 y el abordaje de la UNI sobre el tema.
- c-Proponer estrategias para que instituciones educativas, universitaria y no universitaria, gobiernos municipales, departamentales, empresas y colectivo social consideren a la Educación para el consumo responsable como un medio de desarrollo, de protección al ambiente, que favorece el bienestar social.

Método

El estudio es de diseño no experimental de alcance exploratorio – descriptivo, exploratorio por ser, Educación para el consumo, tema escasamente abordado; descriptivo por mostrar las dimensiones y el contexto situacional, de SEDECO, involucramiento de municipios, predisposición de la universidad, y conocimiento de los usuarios en cuanto a derechos y obligaciones; como también experiencias institucionales.

De enfoque mixto por la “riqueza interpretativa” Hernández–Sampieri y Mendoza (2008) y por su “mayor poder de entendimiento”, en mayor grado lo cualitativo por la naturaleza del estudio.

Los datos, producto de entrevistas, encuestas, revisiones documentales de diversas fuentes, instituciones, sociedad de consumo; y las experiencias, particular de la Universidad de Salamanca-España en educación, formación y proceder para el consumo responsable, sirven como base de propuesta del Plan de Desarrollo integrado para la Educación en consumo responsable.

La descripción situacional en materia de Consumo, es resultado de un análisis FODA, más el cuadro comparativo de España - Paraguay que expone aspectos de orden legal, institucional y de formación.

Un muestreo no probabilístico, por conveniencia fue la técnica aplicada para la selección de los contextos y de las unidades de análisis, considerando una población tipo, cuyo resultado pueda generalizarse por sus características comunes con otra población (transferencia de resultados), la de Coronel Bogado, cuya densidad poblacional, flujo educativo, económico y financiero es similar a las de otros distritos donde están asentadas filiales de la UNI y que sus municipios no cuentan con oficina de atención al consumidor.

Resultados

Todos los datos aportados por los participantes han sido atendidos como relevantes, se han considerado casos adicionales que sirvieron para confirmar los resultados, chequeo con los participantes, a más de situaciones que son abiertamente evidentes (como la ausencia en 29 municipios de un total de 30, de la Oficina de Atención al consumidor, la no existencia en los currículos educativos “Consumo” ni como tema transversal, solo disposiciones escuetas del Ministerio de Educación).

Cuadro 1.

FODA resumido de diagnóstico situacional sobre Consumo, que permite trazar acciones.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Existencia de legislaciones claras relacionadas al Consumo; y al Cuidado del Medio ambiente. - Instituciones responsables de la atención a consumidores - Experiencias de Municipios con Oficinas de atención al consumidor. - Experiencia de Asociaciones de Consumidores. - Consumo y producción sostenible, objetivos del Desarrollo Sostenible de las NNUU. - Voluntad de superiores jerárquicos, do centros universitarios para el abordaje de la Educación para el Consumo responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones educativas de todos los niveles para el fomento de las campañas hacia un Consumo responsable y de producción sostenible. - Reconocimiento del MEC hacia los objetivos del Desarrollo Sostenible. - Inclusión como líneas de Investigación sobre Consumo y Producción en Carreras universitarias. - Población joven y con predisposición al voluntariado y ganas de aprender. - Experiencias exitosas, aplicables, de instituciones universitarias y no universitarias extranjeras.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Insuficiencias presupuestarias institucionales. - Escaso involucramiento de empresas en campañas de difusión y formación hacia el consumo responsable y producción sostenible. - Incipiente investigación sobre el tema. - Escasa formación de expertos en tema Consumo. - Instituciones Municipales (Itapúa), en su mayoría, no cuentan con Oficinas de Defensa del Consumidor. Escasas Municipalidades, adheridas al SNIPC - Temática abordada de forma muy aislada, solo como breves contenidos, no visibilizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinformación de los consumidores y usuarios. - Incipientes campañas de Educación sobre Consumo por las instituciones responsables. - Exceso publicitario de productos y servicios, a campañas de consumo responsable y producción sostenible. - Carencia de Educación para el Consumo, como transversal, en los currículos de formación. - Interacción social en el mundo global con escasa educación en consumo responsable, producción sostenible.

En Paraguay la Ley 1334/98, de Defensa del Consumidor y del Usuario es la primera legislación que ampara a la persona como consumidor y usuario de bienes y servicios, la ley nombra al Ministerio de Industria y Comercio (MIC) como autoridad de aplicación, posteriormente en el año 2013 se crea por Ley 4974/13 la Secretaría de Defensa del Consumidor (SEDECO) institución que pasa a administrar las disposiciones de la Ley 1334 y demás leyes y reglamentos que rigen en la materia, en el territorio nacional, y las mismas prerrogativas concede a las municipalidades que se adhieren al Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.

En el país existen 250 distritos con igual cantidad de Municipalidades, de las cuales 23 se hallan adheridas al sistema y no todas funcionan como plantea la Ley.

Fig. 1. Oficinas del Consumidor en territorios comunes con la UNI.



Esta valoración se refiere al territorio, donde la Universidad Nacional de Itapúa posee filiales, en el Departamento de Itapúa – Paraguay. Abarca 30 municipios de los cuales en 7 opera la UNI. (Campus Central en Encarnación, luego el de Coronel Bogado, General Artigas, San

Pedro del Paraná, Natalio, María Auxiliadora, y Mayor Otaño), localizadas en el centro, sur y nordeste del departamento. Solo 1, Encarnación, está adherida al SNIPC, hasta la fecha del estudio.

Educación y Formación, en materia de Consumo.

En materia educativa enfocada directamente para la Formación y Educación del Consumidor en aula es bastante escasa, se halla supeditada a voluntad de directivos y docentes de centros de enseñanza, en el 2015 se extiende una Circular, por la cual el MEC solicita su abordaje en aula.¹ Los docentes desconocen temáticas y técnicas relacionadas a Consumo, entonces mal se puede afirmar que lo abordan con sus estudiantes en aula, cuando que debiera

¹ [www.mec.gov.py/Circular MEC](http://www.mec.gov.py/Circular%20MEC). “Incorporación de los 17 objetivos en los planes de mejora educacional (con mención particular de los ODS 2030) en los consejos educativos departamentales, en las coordinaciones departamentales de supervisión, en las supervisiones educativas, en los proyectos educativos institucionales, en los proyectos curriculares institucionales y en los planes de aula”. Los 17 objetivos: no pobreza, no hambre, buena salud, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia y saneamiento, energía renovable, buenos trabajos y crecimiento económico, innovación e infraestructura, menos desigualdad, ciudad y comunidades sostenibles, consumo responsable, proteger el planeta, vida debajo del agua, vida en tierra firme, paz y justicia, y sociedades para las metas.

ser transversal desde las diferentes áreas del conocimiento, en todos los niveles, tanto en centros urbanos como rurales de gestión pública y privada.

Esa formación debiera darse no únicamente con una visión conceptual Pujol, R.M. (1996) p.44, sino también procedimental, actitudinal, impulsar al alumnado a conocer la situación de consumo, analizar los temas planteados, y asumir posturas es cuestión fundamental en la sociedad de consumo, ello supone a la vez recurso humano capacitado.

Desde la perspectiva de los mismos educadores, existe el interés que la Educación para el consumo:

- Forme parte del currículo educativo,
- Se propicie formación y capacitación en el tema,
- Elaboración de materiales didácticos,
- Apoyo permanente de los estamentos comprometidos con el área de consumo,
- Difusión y promoción de Educación en consumo por SEDECO, municipalidad, universidades, asociaciones de docentes, otros.

Cuadro 2.

Síntesis de cómo “Consumo” es considerado en Paraguay y España, visto desde 3 aspectos. (Legal, atención institucional, y de formación), donde se visualiza las formas o régimen de abordaje.

COMPARATIVO DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO		
Aspectos	ESPAÑA	PARAGUAY
N o r m a t i v a l e g a l	- Por Real Decreto Legislativo corresponde al Estado Administrar promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios.	- Por Ley de la Nación (1334/98) se establece la Defensa del Consumidor y Usuario, su aplicación la realiza Secretaria de Defensa al consumidor y Usuario s/ Ley 4974/13; el Ministerio- (MIC) es autoridad de aplicación a nivel nacional.

	<ul style="list-style-type: none"> - Las comunidades autónomas por Estatutos y Leyes orgánicas promueven y desarrollan la defensa y protección al Consumidor y usuario 	<ul style="list-style-type: none"> - La Ley 1334, a menciona a los gobiernos departamentales para la formulación de planes de Educación para el consumo y el fomento para la creación de asociaciones de consumidores. - No menciona que deba promover la Defensa y protección del Consumidor, ni que pueda habilitar oficinas de atención.
	<ul style="list-style-type: none"> - Los ayuntamientos, como corporación local promueven y desarrollan la defensa y protección del Consumidor de acuerdo a las legislaciones del estado y de las comunidades autónomas a las que pertenecen 	<ul style="list-style-type: none"> - La Ley menciona a las Municipalidades como organismos de aplicación de la Ley a través del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor, pero no las obliga es por adhesión voluntaria.
	<ul style="list-style-type: none"> - La legislación posee un mandato nacional, todas las comunidades autónomas y municipios lo deben promover y desarrollar la defensa y protección del consumidor y usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> - La legislación posee mandato nacional para la Secretaría Defensa del Consumidor – SEDECO, no así para los municipios que no están obligados a adherirse, es voluntaria.
Institucionalización	<ul style="list-style-type: none"> - Todas las comunidades autónomas cuentan con su oficina territorial de Consumo, y en los Ayuntamientos habilitadas las OMIC. 	<ul style="list-style-type: none"> - De los 250 municipios solo 23 municipalidades se hallan adheridas al Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor y poseen oficinas de atención al Consumidor habilitadas.
	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria General de Sanidad y Consumo, le corresponde la promoción de la política de consumo mediante la propuesta de regulación, en el ámbito de las competencias estatales, que incida en la protección y la promoción de los derechos de los consumidores y usuarios, el establecimiento e impulso de procedimientos eficaces para la protección de los mismos, la cooperación 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Industria y Comercio. Secretaria Defensa al Consumidor-SEDECO, Autoridad de Aplicación en el ámbito Nacional de la Ley de Defensa del Consumidor y el Usuario y de las demás Leyes y reglamentos que rigen la materia.
		<ul style="list-style-type: none"> - Asociación de consumidores - Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición – INAM, MSPyBS

<p>institucional interterritorial en la materia, así como el fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios y el apoyo al Consejo de Consumidores y Usuarios.</p>	<p>- Instituto Nacional de Tecnología y Normalización y Metrología-INTN, presta servicios a consumidores, industrias, comercio y servicios, mediante investigación y asistencia técnica, normalización, certificación y metrología, con un enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad. Convenio con Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) de España²</p>
<p>- Cuenta con una Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, que integra y desempeña en el marco competencial de la administración general del estado las funciones relacionadas con la promoción y el fomento de los derechos de los consumidores y usuarios en bienes y servicios, así como la seguridad alimentaria y la nutrición saludable³</p>	<p>- Secretaría del Ambiente -SEAM, encargada del ordenamiento ecológico y del ambiente en general, para la mejora de condiciones de vida de los todos sectores de la sociedad paraguaya que garantiza condiciones de crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad ecológica⁴</p>
<p>- Dirección de Consumo Territorial, en las comunidades autónomas.</p>	<p>- MERCOSUR, Comité Técnico N° 7 órgano subordinado a la Comisión de Comercio del MERCOSUR (CCM) y que reúne a los órganos nacionales de defensa del consumidor de los Estados Partes.⁶ Su función, controlar y monitorear las relaciones de consumo; educar, asesorar y brindar al consumidor la información necesaria para que tenga un consumo eficiente y responsable a través de programas y planes y basados en la normativa que lo legisla.</p>
<p>- Ayuntamientos, con oficina permanentes de Oficina Municipal de Información al Consumidor-OMIC.</p>	
<p>- Unión Europea, 28 países poseen acuerdos para la Defensa del Consumidor. Funciona como una asociación entre la Unión Europea (UE), sus países miembros y sus ciudadanos. Se basa en principios fundamentales del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)⁵</p>	

² <http://www.intn.gov.py>

³ <http://www.aecosan.msssi.gob.es>

⁴ <http://www.seam.gov.py>

⁵ http://europa.eu/pol/index_es.htm. Comprender la Políticas de la Unión Europea. Consumidor es lo primero.

⁶ Protocolo de Ouro Preto, Sección III, Art. 15 al 21. Dec. CMC N° 09/94; Res. GMC N° 61/96 "Reglamento Interno de la Comisión de Comercio del MERCOSUR - CCM"; Dir. CCM N° 05/96 "Reglamento Interno de la Comisión de Comercio del MERCOSUR - CCM".

	<p>- Red de Centros Europeos del Consumidor- CEC, tiene por misión el desarrollo del consumo transfronterizo dentro del espacio comunitario.</p>	<p>- MERCOSUR, con ECONORMAS, Programa de Apoyo a la Profundización del Proceso de Integración Económica y Desarrollo Sostenible del MERCOSUR, con apoyo de la UE. Inicia en 2009, con la Comisión de las Comunidades Europeas y el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) del Grupo Mercado Común del Sur.</p>
Formación	<p>A cargo de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidades autónomas y ayuntamientos - Fundaciones que colaboran en el proceso de capacitación y formación, en línea, con aportes didácticos y actividades para maestros, estudiantes y familias. 	<p>A cargo de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SEDECO, Formula, realiza y fomenta programas de educación e información al consumidor, a través de medios masivos de comunicación, y de otros mecanismos disponibles. Sus acciones llegan a grupos estudiantiles, Asociación de Consumidores, Funcionarios de Municipios encargadas de la Oficina de atención al consumidor.
	<ul style="list-style-type: none"> - Escuelas, Colegios e Institutos, la Ley dispone niños y jóvenes en edad escolar, de forma transversal. es de abordaje continuo, como contenidos curriculares, forma parte del Plan Educativo Institucional; se ejecuta a través de Proyectos con los Ayuntamientos, Oficinas de Información al Consumidor de los Municipios; Fundaciones, y Servicios territoriales. Por medio de Empresas públicas y privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Municipios adheridos, realizan acciones con el apoyo técnico de SEDECO, a estudiantes de colegio
		<ul style="list-style-type: none"> - Escuelas y Colegios no contemplan en sus currículos; Educación para el Consumo, solo se puede incluir por adecuación curricular EEB; plan Optativo Bachillerato, o por Proyectos si la institución lo define en el PEI.

<p>- Universidades: dictan cursos de Formación a nivel de Grado y Posgrado (Especialización, Master con titulación propia). Poseen equipos de Investigación relacionados al tema. Publicaciones periódicas. Convenios con instituciones, organismos y empresas para el abordaje del tema Consumo.</p>	<p>- Universidades: como actividades complementarias; Tema de Extensión universitaria; Forma parte de Líneas de Investigación. Posgrado: cursos con temas afines. Independiente: Investigaciones con mayor énfasis en el ámbito del Derecho.</p> <p>- MERCOSUR - ECONORMAS, Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) del Uruguay como Entidad Ejecutora del Proyecto. Una de líneas de acción es Producción y Consumo Sostenible (PCS), cuyas directrices son, producir utilizando menos recursos naturales, minimizando los residuos y promoviendo el consumo de forma responsable y saludable. En Py. desarrolló acciones con el Sector de producción.</p>
---	---

Una vez analizada las informaciones que toman en consideración la problemática planteada, se procede a la transferencia, Mertens (2010) citado por Sampieri⁷ p. 458, donde los resultados se utiliza como fundamento para un Plan de mejora y desarrollo, como medio de empoderamiento para la Educación hacia el Consumo responsable.

Conclusión

Las experiencias analizadas llevan a pensar que la formación de los ciudadanos en educación para un consumo responsable en Paraguay es aún incipiente, con una sociedad conformista y sumisa, pero con instituciones con mandatos legales que pueden operar de manera positiva hacia esa sociedad. Ello hace que un obrar en conjunto de instituciones educativas y las propias instaladas para la Defensa de los consumidores, es necesario, con labor comprometida y coordinada, para llegar justificada y sostenidamente a todos los sectores sociales.

⁷ Hernández Sampieri, R. (2014) Metodología de la Investigación. Hace referencia al uso de los resultados de una investigación como, Transferencia – traslado, donde pone de manifiesto la aplicabilidad de los resultados, no se refiere a generalizar los resultados a una población más amplia, sino que parte de ellos o su esencia puedan aplicarse en otros contextos (Savin-Baden y Major, 2013; Morse, 2012; y Williams, 2015). Manifiesta Hernández Sampieri que resulta difícil que los resultados de una investigación cualitativa particular puedan transferirse a otro contexto, pero en ciertos casos, (*donde se toma como caso aplicable el de la Educación para el consumo en Paraguay*), pueden dar pautas para tener una idea general del problema estudiado y la posibilidad de aplicar ciertas soluciones en otro ambiente.

Con una mirada holística, la **Universidad Nacional de Itapúa**, institución con acabado prestigio, experiencia en materia educativa y acciones cooperativas a nivel nacional e internacional, debe erigirse como centro de análisis y de acciones, definir escenarios educativos permanentes, con actores concretos, ir más allá de talleres y charlas aisladas, a entablar profundos debates, serios análisis de las implicancias del Consumo.

Educación para el consumo es sensibilizar a que los actos de consumo implican la destrucción de los recursos, Arana M. (2015) p: 28, y representa un compromiso a lo que la universidad no se muestra insensible sino ha puesto siempre la voluntad política – educativa para cimentar la sociedad democrática ordenada como plantea Antonio Bernat.

Entonces abordarlo es en sí mismo es un compromiso que incumbe a la educación y a las instituciones que la ostentan; por ello se plantea una praxis integrada, que propone instalar una cultura institucional hacia el consumo responsable y permee desde esa comunidad a la sociedad de consumo.

PLAN DE DESARROLLO.

“EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE.”

Plantea el abordaje y la acción a partir de tres ejes y que a la vez son fines de la universidad: **Formación, Investigación y Extensión**; y responde al 3er. Objetivo del estudio.

Justificación.

El Plan se concibe como una herramienta práctica para la incidencia en la construcción de un pensamiento más crítico, solidario y responsable en cuanto a consumo, que servirá para modificar los esquemas operativos de la sociedad, desde la educación superior hacia la sociedad que lo envuelve, como medio de mitigar la inequidad y por qué no decir la pobreza que aqueja a importante número de la población mundial.

Dimensiones

Educativa, Económica, Legal, Social – Antropológica.

Perspectivas

Transversalidad en la malla curricular de las diferentes carreras. Inclusión como disciplina en los cursos de grado.

Temporalización

Año 2017 - 2020

Iniciativas de empoderamiento y potenciación del Consumo responsable desde la UNI

- Declarar de interés institucional la Educación para el Consumo Responsable y lograr el allanamiento de otras instituciones y organismos a su reconocimiento y apoyo sostenido.
- Crear convenios con instituciones públicas y privadas nacionales y extranjeras para el delineamiento de acciones y desarrollo de actividades en Educación para el Consumo
- Incentivar permanentemente, la Formación, Investigación y Extensión universitaria en la temática de Educación para el Consumo sostenible.

Objetivos Generales y Acciones a realizar.

El objetivo general del Plan de Desarrollo propone la Educación como un modo de conocer, formar e intervenir en la práctica del consumo responsable como vía para el logro de una vida más sana en todos los aspectos y de equilibrio con el medio, en una sociedad globalizada y muy comunicada, con participación directa de la Universidad en su entorno social.

- Diseñar y ejecutar acciones educativas desde la UNI enfocadas al Consumo responsable, en colaboración con instituciones, organismos, organizaciones sociales y empresas, como ocupación real hacia la concreción de objetivos 2030 de Desarrollo Sostenible de las NNUU.
- Favorecer la presencia de la Educación para el consumo en el ámbito universitario con valor agregado de servicios a la ciudadanía en materia de asesoramiento y educación.

FORMACIÓN		
Objetivo operativo	Línea de acción	Acciones específicas a realizar
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar acciones académicas de sensibilización y formación con contenidos específicos de Educación para el Consumo responsable y de respeto al Medio Ambiente. - Habilitar espacios de formación de expertos en Educación para el Consumo y Desarrollo Sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación de docentes en el área de Consumo Responsable 	<p>Realización de Cursos de Posgrado (Especializaciones y Master) en Educación para el Consumo, desde la Universidad en forma conjunta con instituciones u organizaciones.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Integrar contenidos de Educación para el Consumo responsable y de respeto al Medio Ambiente a través de la Ejecución 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación a estudiantes de grado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración y ejecución de Proyectos interdisciplinarios, en las diferentes carreras.

<p>de Proyectos conjunto, participativo, entre diversas disciplinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interactuar en espacios de formación para niños con Proyectos específicos en coordinación con el MEC e instituciones educativas de la EEB. - Fomentar a través de Seminarios y cursos breves el conocimiento y la práctica del Consumo responsable para un Desarrollo Sostenible en ámbitos de la educación no formal. - Producir y difundir material informativo, breve, sobre Consumo Responsable y Desarrollo Sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación a sociedad en general, empleados, funcionarios de empresas e instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de talleres formativos para niños de la EEB, conjuntamente con las Supervisiones de Enseñanza y Escuelas como temas transversales. - Elaboración y ejecución de talleres formativos, en convenio con instituciones y empresas, con participación de la banca comercial y sociedad civil. - Elaboración de material informativo y de difusión masiva para participantes de talleres y medios de comunicación. - Elaboración de material informativo para las disciplinas curriculares.
---	---	--

INVESTIGACIÓN		
Objetivo operativo	Línea de acción	Acciones específicas a realizar
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer como líneas de Investigación el Consumo Responsable y Desarrollo Sostenible para la Investigaciones en el ámbito de la UNI. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporación como de líneas de investigación en las establecidas por el Rectorado de la UNI. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión de la Educación para el Consumo como línea de Investigación para docentes investigadores dependientes del Rectorado de la UNI. - Composición de Grupo de Investigadores Ad hoc, para el abordaje de Educación para el Consumo. - Realización de Intervenciones en base a los Diagnósticos producto de las investigaciones.
<ul style="list-style-type: none"> - Incluir en los estudios e investigaciones de Trabajo Final de 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión como temática de 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de investigaciones de Trabajo Final de grado que tengan como

<p>Grado, temas relacionados a Consumo y Comercio Justo, en las diversas carreras</p>	<p>investigaciones en Trabajos Finales de grado.</p>	<p>temática el Consumo y desarrollo sostenible. - Elaboración de estudios de campo para niños y adolescentes, de la EEB sobre temas relacionados al Consumo y desarrollo sostenible, con tutorías de estudiantes universitarios, por periodos breves, trimestrales o semestrales.</p>
---	--	---

<p>GESTIÓN Y EXTENSIÓN</p>		
<p>Objetivo operativo</p>	<p>Línea de acción</p>	<p>Acciones específicas a realizar</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Crear en el ámbito de la UNI la oficina de Desarrollo Sostenible. - Establecer como un eje de la política institucional el Consumo responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamiento y seguimiento de temas de Desarrollo Sostenible. <i>(Consumo, Inclusión, Género)</i> - Encuentros con interlocutores válidos en cuanto al Consumo responsable y Desarrollo Sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de acciones para la organización de actividades dentro y fuera de la UNI. - Contacto con las instituciones para el acercamiento a los temas de Consumo responsable y Desarrollo Sostenible.
<ul style="list-style-type: none"> - Instrumentar normativas legales en el seno de la Universidad para la ejecución de acciones de Desarrollo Sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés focalizado hacia el Consumo responsable como acción para el Desarrollo sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Declaración de interés institucional de Proyectos para el Consumo responsable y de Desarrollo sostenible.

<p>- Difundir en entornos educativos y sociales de Legislaciones y normativas vigentes a Nivel Nacional e Internacional sobre Consumo, Comercio Justo, Desarrollo Sostenible.</p>	<p>- Incentivación al Voluntariado. - Campañas masivas para la sensibilización social.</p>	<p>- Creación de grupos de voluntarios para campañas de Consumo responsable y Desarrollo sostenible, integrado por estudiantes y docentes de todos niveles. - Establecimiento de la Semana del Consumo responsable, con actividades de promoción de los derechos de los consumidores. - Realización de talleres formativos para niños de la EEB, conjuntamente con las Supervisiones de Enseñanza y Escuelas como temas transversales.</p>
<p>- Gestionar convenios de cooperación con instituciones públicas, privadas, organismos de sociedad civil y empresas para diseño y ejecución de proyectos relacionados al Consumo y Desarrollo Sostenible.</p>	<p>Direccionadas a: - Formación - Servicios - Orientación, etc.</p>	<p>Formación a la sociedad en general: -Servidores públicos - Funcionarios de empresas privadas - Colectivos de la 3ra. Edad, Discapacitados, Niños, Mujeres. - Policía Municipal - Academia de policía. - Autoridades municipales. - Formación de Asesores jurídicos en materia de Consumo. Técnicas: - Charlas - Seminarios - Cursos breves/Diplomados, <i>dictados por expertos de las instituciones que conforman el convenio.</i></p>
<p>- Diseñar con Medios de Comunicación, Radio, TV, spot de sensibilización para Consumo responsable.</p>	<p>- Campañas masivas de sensibilización, dirigidas a la</p>	<p>- Escribir, describir, grabar creativamente, guiones de las campañas de sensibilización, dirigidas a la sociedad, en lenguas oficiales.</p>

	<p>sociedad con convenios con Radios, TV</p>	<p>- Participación activa de niños, jóvenes y adultos en los spot elaborados.(artistas, deportistas, escritores, etc.)</p>
<p>- Hacer uso de la tecnología para la promoción del Consumo responsable en el segmento joven.</p>	<p>- Campañas virtuales dirigida a jóvenes y creada por jóvenes con incentivos educativos</p>	<p>- Creación de APP para móviles y ordenadores, gratuitos, dirigida a usuarios jóvenes, por estudiantes de la carrera de Informática, cuya participación será a través de un concurso de ideas.</p>
<p>- Construir espacios, propios, de difusión a través de las revistas institucionales</p>	<p>- Inclusión de escritos y eventos sobre consumo y en las revistas de la UNI - Uso de papel reciclado en la FaCyT y con imprenta propia</p>	<p>- Difusión de ideas, eventos, investigaciones sobre consumo y desarrollo sostenible. - Creación de una imprenta institucional con materia prima de papel reciclado</p>

Referencias bibliográficas

1. Arana, J. (coord.); de Castro, D. (coord.). (2015). Consumir sin consumirse. Educación para el consumo. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S. A.).
2. Berlanga, S. (2010) La Educación del consumidor en el aula, en la familia y en la sociedad. Zaragoza: Mira Editores, S. A.
3. Bernal, C.A. (2010) Metodología de la Investigación *administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra. Ed.). Colombia: Pearson Educación. Universidad de la Sabana.
4. Hernández Díaz, J. M. (coord.); Hernández Huerta, J.L. (ed.). (2014). Historia y Presente de la Educación Ambiental. Ensayos con Perfil Iberoamericano. Salamanca: Fahren House.
5. Pujol, R. (1996) Cuaderno de Educación. Educación y Consumo. La formación del consumidor en el aula. Barcelona: Editorial Horsori. Universidad de Barcelona.
6. Lara, G.; Colin, G. (2007). Sociedad de Consumo y Cultura Consumista, en Zygmunt Bauman. *Argumentos UAMx*, 20,211-216.
7. Cristoffanini, P. R. (2006). La cultura del consumo en América Latina. Sociedad y discurso, *AAU*, 10, 92-108.
8. Grupo SI(e)TE. (2007). Educación. Educación y Consumo. *Universitaria*. 2-13. Publicación especial.
9. Alonso, L. (2005). La era del consumo. *RIS, Madrid, Siglo XXI*, 49, 231-235.
10. Programa de la Naciones Unidas. Para el Medio Ambiente y el Desarrollo. *Marco Decenal de Consumo y Producción Sostenible, 10YFP*.
11. PNUMA, 2011. *Hacia una economía verde: Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza - Síntesis para los encargados de la formulación de las políticas*. www.unep.org/greeneconomy
12. España. Universidad de Córdoba. *Plan de Acción de Consumo Responsable y Comercio Justo*. 2011-2012.
13. *Ley 1334, 1998*. De Defensa del Consumidor y Usuario. *Biblioteca y Archivo Nacional del Congreso Nacional de la República del Paraguay*. 30 de octubre de 1998.
14. *Ley 4974, 2013*. De la Secretaria de Defensa del Consumidor y el Usuario. *Biblioteca y Archivo Nacional del Congreso Nacional de la República del Paraguay*. 28 de agosto de 2013

15. *Decreto del Poder Ejecutivo N° 2199*, que Reglamenta la Ley 4974/2013 que crea la Secretaria de Defensa del Consumidor y el Usuario, de la República del Paraguay. 8 de setiembre de 2014.

16. Paraguay. Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario. SEDECO. (2015). *Informe Ejecutivo de Gestión*. Asunción: Enrique Bordón, Secretario.