Actividad N° 04

«¿Lo necesito o solo lo deseo? Aprendemos a tomar decisiones de consumo responsables»

Tutor(a): Silvia E. Salazar A.	Grado y sección: 3ero C y H	Fecha: ____ / _11_ / 2026

Dimensión: Personal y social	¿Qué buscamos?	Materiales:
Eje temático: Autonomía, pensamiento crítico y consumo responsable	Que las y los estudiantes reconozcan cómo la publicidad, las emociones y la presión del grupo influyen en sus compras, para tomar decisiones críticas y responsables.	Anuncios ficticios de ofertas; tarjetas de casos; ficha de trabajo; papelotes, plumones y lapiceros..

APRENDIZAJES ESPERADOS

- **Propósito:** analizar críticamente la influencia de la publicidad y las emociones en el consumo adolescente y proponer decisiones responsables.
- **Competencia vinculada:** Construye su identidad. Capacidades: se valora a sí mismo y reflexiona y argumenta éticamente. Tutoría: autonomía y toma de decisiones.
- **Evidencias:** análisis escrito de tres situaciones, participación en juego de roles y decálogo grupal del consumidor responsable.

Estrategia:

PRESENTACIÓN - INICIO Tiempo: 20 min

Acogida (3 min). Se acuerda respetar las diferencias económicas de los hogares y no solicitar información sobre compras personales.

Motivación «¡Oferta irresistible!» (10 min).

Se presenta este anuncio ficticio: «Zapatillas de moda: 50 % de descuento SOLO HOY».

Camila tiene zapatillas en buen estado, pero desea comprarlas porque sus influencers favoritos las usan.

En parejas discuten: ¿las necesita?, ¿qué emoción siente?, ¿qué intenta conseguir la publicidad?, ¿qué información falta para saber si la oferta conviene?

Saberes previos y conflicto cognitivo (7 min).

Se plantea: «Si compro con 50 % de descuento, siempre ahorro dinero». Los estudiantes toman postura y justifican.

La docente recoge ideas y comunica el propósito y los criterios: identificar influencias, comparar opciones, reconocer alertas y argumentar una decisión.

DESARROLLO - PROCESO Tiempo: 60 min

Actividad 1. Detectives del consumo (20 min).

Equipos de cuatro leen en la ficha los casos de Diego (monedas de videojuego), Valeria (mochila de marca) y Sebastián (mensaje de premio).

Identifican necesidad o deseo, emoción o presión, información que deben verificar y una decisión fundada. Comparten hallazgos sin juzgar a los personajes.

Actividad 2. Juego de roles «Convénceme de comprarlo» (20 min).

En tríos: vendedor, consumidor y observador. El vendedor usa un anuncio ficticio; el consumidor formula al menos tres preguntas (precio real, utilidad, condiciones, alternativas); el observador registra una estrategia de persuasión y un argumento crítico. Intercambian roles. La docente guía: ¿cuándo una oferta informa y cuándo presiona?

Actividad 3. Nuestro decálogo (20 min).

Cada equipo elabora diez consejos breves para comprar con responsabilidad, incluyendo comparación de precios, espera antes de compras impulsivas, verificación de tiendas y protección de datos. Presentan el decálogo en afiche o lista y sustentan dos consejos con ejemplos.

CIERRE - SALIDA Tiempo: 10 min

Metacognición (5 min).

¿Qué influencia descubrí? ¿Qué evidencia necesito antes de decidir una compra? ¿Qué estrategia usaré ante una oferta urgente?

Ticket de salida (5 min).

Cada estudiante completa: «Antes de comprar, me preguntaré…»; «Una señal de alerta que ahora reconozco es…»; «Mi compromiso para esta semana es…». Compartir es voluntario.

EVALUACIÓN FORMATIVA

Lista de cotejo (Sí / En proceso):
1) identifica influencias publicitarias o emocionales
2) distingue necesidad y deseo según el contexto;
3) reconoce señales de alerta digital
4) justifica una elección considerando alternativas y consecuencias
5) construye consejos claros y respetuosos.

ORIENTACIONES PARA LA DOCENTE

Trabajar solo con situaciones y anuncios ficticios. No solicitar compras o ingresos de las familias. Evitar presentar todo deseo como algo negativo: lo importante es elegir con información y prioridades. Si surge un mensaje sospechoso, orientar a no abrir enlaces, no compartir datos ni hacer pagos y consultar con un adulto de confianza.