



# EL CONSUMO Y EL AHORRO. PRETEXTO PARA ABORDAR LOS CONTENIDOS ESCOLARES Y FOMENTAR EL PENSAMIENTO SOCIOECONÓMICO

**DE LA VEGA GUZMÁN ROSALÍA**

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO-FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
[rosaliadelavega@gmail.com](mailto:rosaliadelavega@gmail.com)

**RANGEL MORALES JESSICA ISABEL**

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO-FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
[jessicaisabelrm@gmail.com](mailto:jessicaisabelrm@gmail.com)

## Resumen

La forma en que se desarrolla el mundo económico al que actualmente se enfrentan los miembros más jóvenes de la sociedad, requiere cada vez más de formación de conocimientos y habilidades específicas que permitan un tránsito en él de manera más exitosa (Bauman, 2007). La idea anterior sirve como base para desarrollar un estudio descriptivo con el objetivo de analizar la forma en que la información de temas socioeconómicos, relacionada con contenidos curriculares, fomenta el pensamiento socioeconómico en niños de primaria. Par llegar a este objetivo se diseñaron lecciones didácticas relacionadas con los contenidos de los libros de texto. Los temas ejes fueron el consumo y el ahorro. La muestra fue no aleatoria por conveniencia constituida de 38 niños, con una edad promedio de 10.0 años pertenecientes a una escuela primaria pública de Morelia, Michoacán. Los resultados muestran que los participantes identificaron la información organizada didácticamente en torno al mundo económico, y al mismo tiempo reflexionaron sobre ella. Por lo tanto la manera en la que se organizó la información, sirvió como guía para ordenar la realidad económica que regularmente se presenta fragmentada en los escenarios por los que transitan los niños, por lo que esta forma de comprender la economía es susceptibles de trasladarse a la vida adulta, ya que el currículum no incluye de manera específica la discusión de temas que relacionen a los ciudadanos con la economía de manera más real, y por lo tanto significativa, como por ejemplo los temas de consumo y ahorro.

**Palabras clave:** Pensamiento socioeconómico, consumo, ahorro, alfabetización económica.





## INTRODUCCIÓN

Lugo y Ríos (2012) afirman que actualmente una tendencia mundial en las actividades de las instituciones financieras es colaborar en la divulgación y promoción de la educación económica y financiera entre la población con el fin de propiciar el desarrollo económico y financiero de los países. Para estos autores la educación financieras favorece en la población una mejor toma de decisiones en dichos ámbitos, fomenta la bancarización y, a su vez, permite que la política monetaria sea más efectiva, es decir, una población financieramente alfabetizada y educada facilita la labor de los bancos centrales, pues los ciudadanos contribuyen a la estabilidad económica, requisito para un entorno favorable para el crecimiento y el desarrollo de los países en crecimiento y de los que ya están en desarrollo (Lugo & Ríos, 2012). Por ello, este tema resulta relevante al organizar los contenidos escolares que contribuyen a la formación de los ciudadanos.

Sin embargo la educación económica que actualmente fomentan las instituciones financieras, se ocupan más en formar actitudes y conocimientos centrados específicamente de asuntos que atañen a estas instituciones, como por ejemplo conocer qué significa un interés en un préstamo bancario, un inversión, cómo funcionan las tarjetas de crédito, etc. pero no se interesan en la manera en que las personas reflexionan sobre temas como el consumismo y las implicaciones que tiene éste en la vida de cotidiana, tanto a nivel ambiental como social, o la forma en que el consumo se relaciona con las formas de ahorro y las actitudes personales que los sujetos van desarrollando al enfrentarse a un mercado voraz (Schor, 2004). Por lo tanto, la alfabetización y educación económica son elementos clave y necesarios para fomentar no sólo el desarrollo de habilidades financieras, sino también competencias individuales que tengan efectos sociales, como en la manera en que se perciben las desigualdades sociales, las actitudes raciales, entre otros.

Por lo anterior es necesario definir qué se entiende como alfabetización económica. Para Yamane (1997) es el constructo que hace referencia a aquel conjunto de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes que permiten al individuo la comprensión del entorno socioeconómico cercano y global, y la toma de decisiones eficientes de acuerdo a sus recursos financieros.

En México la educación económica, sólo tuvo un intento de inclusión curricular en la educación básica en 2008, cuando la Secretaria de Educación Pública diseñó material complementario que buscaba habilitar en el conocimiento económico, la educación financiera y





el consumo inteligente y sustentable, ya que para esta dependencia gubernamental son elementos esenciales en la formación del ciudadano del siglo XXI y son herramientas de supervivencia y desarrollo de las personas y las sociedades (Programa de educación económica y financiera, 2008).

Para Denegrí y sus colaboradores (2006) la inclusión curricular temprana de la alfabetización económica en la formación de educación básica primaria mediante aproximaciones didácticas que potencien la reflexión, el pensamiento crítico y el trabajo cooperativo, cobra especial relevancia para el desarrollo de actitudes y destrezas que permitan a niños y niñas el control, y especialmente el autocontrol, de sus procesos de consumo; ya que el desarrollo de las destrezas en el uso y administración del dinero puede ayudarlos a prepararse de manera real para los problemas de toma de decisiones económicas que deberán enfrentar en la vida adulta, y, por ello, ayuda a la transición entre la vida escolar y laboral.

Pero para autoras como Diez-Martínez, (2009) en la alfabetización en el campo de la economía debe comprender competencias que impacten directamente a la sociedad por que es necesario también desarrollar un pensamiento socioeconómico que implique a los ciudadanos de manera colectiva. Este tipo de pensamiento se da a través de las experiencias sociales, mediante las cuales los niños comienzan a entender situaciones socioeconómicas, la naturaleza y uso de las mismas en su sociedad, sin dejar de lado que sus ideas y comprensión al respecto, estén afectados por aspectos motivacionales y por la experiencia cotidiana. (Diez-Martínez, 2009)

## **MÉTODO**

Por lo anterior se desarrolló una investigación que buscaba fomentar el desarrollo de pensamiento socioeconómico, específicamente sobre el ahorro y el consumo en niños de primaria a través de actividades de la alfabetización económica relacionadas a los contenidos escolares y a su contexto social. El tipo de investigación fue cualitativo-descriptivo. El muestreo fue no aleatorio por conveniencia, por lo que la muestra estuvo constituida de 38 niños en edad escolar de 9 a 11 años de edad de ambos sexos, con una edad promedio 10.0 años. Todos los niños cursaban el 5º grado en una Escuela Primaria Pública de la Ciudad de Morelia Michoacán.

Cabe mencionar que los resultados que se presentan en esta comunicación son parte de una investigación más amplia, en donde previamente se realizó un análisis de los libros de texto





gratuitos de la SEP de quinto grado; lo que permitió el diseño de lecciones didácticas de aprendizaje sobre consumo y ahorro que aquí se presentan.

A partir del análisis de los libros de texto se diseñaron en total once lecciones didácticas, con una duración aproximada de dos horas cada una, así mismo cada lección tuvo un objetivo general y un objetivo específico que guiaba las actividades. Los temas generales abordados en las lecciones fueron los siguientes

1) Saberes previos sobre el tema de consumo y ahorro; 2) Publicidad engañosa; 3) Conceptos, formas y ventajas del ahorro, 4) Ventajas de ahorrar o consumir; 5) Toma de decisiones económicas relacionadas al consumo y al ahorro; 6) Establecimiento de metas de consumo y de ahorro; 7) Relación entre consumismo, deseo, moda, publicidad y necesidad; 8) Identificación de los elementos para las prácticas y hábitos de consumo y ahorro, en diferentes contextos; 9) Consumo responsable, consumo sustentable y su relación con las actitudes; 10) El consumo y el ahorro y su relación con cuidado ambiental y finalmente en la sesión 11) se desarrolló una evaluación general de los temas abordados.

Para organizar las actividades de las lecciones didácticas se emplearon diferentes técnicas grupales, materiales físicos y audiovisuales. Algunos de estos fueron proporcionados por la delegación de CONDUSEF en Michoacán.

Los datos analizados y presentados aquí, se obtuvieron de las actividades de evaluación programadas en cada una de las lecciones por lo que se pudo describir los saberes obtenidos por cada actividad aplicada dentro de la lección didáctica correspondiente.

Por razones de espacio sólo se presentaran en este documento algunos de los resultados que se consideran más relevantes para explicar la forma en que se llegó al objetivo de la investigación.

## **RESULTADOS**

En la primera lección se indagaron los saberes previos de los participantes sobre los conceptos de consumo y ahorro a través de una técnica grupal. Los datos muestran que los niños conciben al consumo como actividad relacionada con la adquisición de bienes y servicios, pero en sus representaciones incluyen aspectos como “comprar cosas que no necesitas” o “consumir en





exceso”, además que también su concepto incluye argumentos relacionados a la idea de que consumir también es “gastar agua o luz”.

En lo que se refiere al concepto de ahorro los niños participantes entienden esta concepto como una actividad de almacenar bienes o servicio, como por ejemplo “guardar dinero”, “no desgastar tanto las cosas”, “ahorrar comida”, “ahorrar agua, luz, gas” o “comprar lo que realmente necesites”.

Estos datos muestran que los niños tienen una representaciones generalizada sobre lo que significa el consumo y el ahorro, es decir, sus ideas parecen estar constituidas por la información que obtienen de sus propios contextos en los que se desarrollan (Amar, Abello, Tirado & Sotomayor, 2004; Delval, 2007; Denegri, Del Valle, Gemp, & Lara, 2006; Diez-Martínez, 2009). Estas ideas las encontramos de manera coloquial y recurrente cuando los padres les dicen a los niños que no malgasten su dinero, o que no compren cosas que no necesiten, afianzando las estrategias de socialización económica en las familias (Amar, Abello, Tirado, & Sotomayor, 2004).

Con relación al tema de publicidad engañosa el énfasis estuvo en la reflexión sobre la influencia de la publicidad en las decisiones de consumo y ahorro. Para esta actividad primeramente se les pidió a los participantes que identificarán las cosas que más consumen y las que más ahorran, lo que permitió a los niños identificar sus hábitos de consumo y de ahorro así como los productos específicos que consumen. Posteriormente se analizaron los elementos de un comercial publicitario en función de lo que utiliza el mercado para atraer a los posibles consumidores. Con base en las actividades anteriores se les solicitó a los participantes que desarrollaron un comercial en donde podían plasmar la reflexión sobre el tema de la publicidad engañosa. Los datos muestran que los niños son capaces de distinguir las características y recursos que utilizan los publicistas para vender los productos que no necesariamente son benéficos o útiles a la sociedad.

La toma de decisiones en las prácticas de consumo y ahorro es un factor fundamental para fomentar hábitos de consumo y de ahorro saludables, financieramente hablando, por lo que en la lección 5 se diseñaron actividades lúdicas con el material que proporcionó la CONDUSEF, como el juego de las serpientes y escaleras. Aunque este material sólo muestra a los jugadores situaciones en donde la toma de decisiones afecta en el futuro, los niños pudieron conocer las





consecuencias que acarrearán las decisiones de consumo y de ahorro que no son reflexionadas en función de diferentes elementos, como la cantidad de dinero que se tenga o los gastos imprevistos e innecesarios. Un ejemplo de lo anterior es la idea de que “el consumo es malo si no lo sabes practicar” o “no se deben comprar cosas innecesarias”, argumentos que fueron mencionados por los niños al finalizar la lección que abordaba este tema.

Respecto a la lección que abordaba el tema de la relación entre consumismo, deseo, publicidad, moda y necesidad, se organizaron actividades en donde se les solicitaba a los participantes reflexionaran nuevamente sobre sus prácticas y hábitos de consumo, con dos finalidades; la primera, para evaluar los conocimientos adquiridos hasta el momento de la aplicación de esta lección (la número 7); y la segunda, para que los niños reflexionaran la importancia de identificar las necesidades y diferenciarlas de los deseos que, muy probablemente el mercado genera. Por lo tanto estas actividades pudieron mostrar la forma en que los niños toman en consideración diferentes elementos en las prácticas de consumo, como por ejemplo fijarse en las etiquetas de los productos, en la forma en que las ofertas se presentan, identificar las “letras diminutas” de la propaganda, entre otros.

Uno de los elementos que se olvidan regularmente en los programas de educación económica que fomentan las instituciones financieras, son las actitudes que se generan en torno a las prácticas de consumo, y cómo éstas están ligadas a aspectos como la personalidad, a las formas de ser y de valorar del contexto sociocultural, a las costumbres y tradiciones, y que van aprendiendo de la sociedad en la que se desarrollan (Van, 1981). Por lo anterior es que se diseñó una lección en donde se buscaba que los niños analizaran la forma en que se puede administrar de mejor forma los recursos y la forma en que se pueden utilizar de manera más responsable bienes y servicios habituales con el fin de mejorar su calidad de vida así como el cuidado del ambiente. Para este tema se les pidió que listaran los bienes y servicios que cotidianamente emplean y que discutieran sobre cuáles de esos productos y servicios dañan o benefician al medio ambiente. Después se les pidió que, de manera escrita, hicieran un compromiso para el cuidado del medio ambiente. Los resultados muestran que los participantes pudieron identificar la relación entre consumo y cuidado del medio ambiente. Es necesario aclarar que algunas de las ideas que se expusieron en esta lección fueron anteriores a la información que se les presentó, es decir, los niños tienen conocimiento previo sobre el tema y parece ser que de manera natural,





se preocupan por el medio ambiente en el que viven. (Delval, Denegri, Keller, Palavecinos, & Ripoll, 1998).

En lo que concierne a la última lección, se reforzó el aprendizaje sobre los conceptos vistos durante las lecciones didácticas al proyectar una breve presentación de power point sobre los conceptos básicos revisados así como también se jugó lotería financiera con el mismo objetivo, al mismo tiempo que se fomentaba una actitud lúdica al abordar temas como estos.

Por último, se recogió con un cuestionario la opinión de cada participante con respecto a las actividades realizadas y los resultados generales del trabajo grupal, para permitir a los investigadores retroalimentarse respecto a los logros e inconvenientes de las actividades realizadas durante las lecciones didácticas.

## **CONCLUSIONES**

La aportación principal de este trabajo consiste en mostrar que la alfabetización económica desarrolla el pensamiento socioeconómico, fortalece conocimientos como los relacionados al desarrollo de habilidades para funcionar en el mundo económico en temas como el ahorro, el gasto, el consumo y la toma de decisiones económicas que tienen que ver con la vida diaria de los ciudadanos, como cuando se contrata un servicio, o se decide por vivir en un lugar barato, pero alejado o en vivir en un lugar cercano pero caro, brindando a los participantes elementos conceptuales y prácticos en torno a temas económicos de la vida cotidiana, que además, se conjugaban con asuntos sociales y ambientales.

Con este tipo de investigaciones es posible señalar también la importancia de la planeación didáctica en los proyectos educativos, ya sea que se enfoquen a los contenidos escolares básicos que el propio currículum propone, o se enfoquen en temas extracurriculares útiles para la formación integral de los miembros de la sociedad. Sin embargo, también es posible subrayar que la planeación didáctica flexible, permite incluir otro tipo de contenidos extracurriculares, como los temas de consumo, sin descuidar los objetivos que persiguen los planes y programas de estudio de la SEP.

Este estudio también da cuenta de que los niños tienen información sobre el mundo económico que pocas veces es explicado de manera formal en las escuelas, y que éste puede





ser utilizado para fomentar una idea más clara sobre el mundo económico al que se tendrán que enfrentar en un futuro como adultos.

Finalmente cabe resaltar que las habilidades y estrategias cognitivas que poseen, son también un recurso que puede ser utilizado por los educadores para formar un pensamiento tan complejo como lo es el pensamiento económico, pero es aún más complejo que los niños relacionen lo que constituye al mundo de la economía con el mundo social, elementos clave para el fomento de un tipo de pensamiento más complejo aún, el pensamiento socioeconómico.







## **BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS**

- Amar, J., Abello, R., Tirado, D., & Sotomayor, Z. (2004). Desarrollo infantil y construcción del mundo social. Colombia: Ediciones uninorte.
- Bauman, Z. (2007). Vida de Consumo. Fondo de Cultura Económica.
- Delval, J., Denegri, M., Keller, A., Palavecinos, M., & Ripoll, M. (1998). Desarrollo del pensamiento económico en la infancia y la adolescencia. Boletín de Investigación Educativa, 13, pp.291-308.
- Denegri, M., Gempp, R., Del Valle, C., Etcherbarne, S., & Yessica, G. (2006). El aporte de la psicología educacional las propuestas de educación económica: loa temas claves. Revista de Psicología, XV(2), 77-94.
- Diez-Martínez, E. (2009). La Alfabetización Socioeconómica y Financiera y la Educación para el Consusmo Sostenible en México: algunas Reflexiones desde la Psicología y la Educación. CPU-e, Revista de Investigación Educativa(8), pp.1-15.
- Lugo, F., & Ríos, V. (2012). Educación Económica y Financiera. REPÚBLICA DEL PARAGUAY , MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA.
- Schor, J. (2004). Nacidos para comprar. Barcelona: Paidós.
- Van, R. W. (1981). Economic Psychology, Journal of Economic Psychology.
- Yamane, E. (1997). "The meaning of "economics education" in Japanese Elementary and Secondary Education: An historical Perspective". Proceedings of the Second Conference of the International Asssociation for Children´s Social and Economics Education, 101-104.

