

Flavia-Gabriela Anghel  
Bogdan-Nicolae Glăvan  
Radu-Cristian Mușetescu



# Educație socială

Clasa a VIII-a



# Cuprins

	Nr pag.	Lecții
<b>UNITATEA 1</b> Cetățenia, dimensiunea economică	10	L1: Consumatorul A. Calitatea de consumator de bunuri și de servicii
	12	B. Calitatea de consumator de servicii financiare
	14	L2: Drepturile și responsabilitățile consumatorilor A. Drepturile consumatorilor
	17	B. Responsabilitățile consumatorilor
	20	L3: Producătorul
	24	L4: Spiritul antreprenorial
	30	L5: Risc și inițiativă
	34	<b>Recapitulare</b>
	35	<b>Evaluare</b>
	<b>UNITATEA 2</b> Banii și bugetul	38
42		L2: Nevoi și dorințe
46		L3: Bugetul A. Bugetul personal
50		B. Bugetul familiei
54		L4: Banii și funcțiile banilor
60		L5: Valoarea banilor
64		L6: Moneda națională a României
68		L7: Instrumente și mijloace de plată
72		<b>Recapitulare</b>
73		<b>Evaluare</b>
<b>UNITATEA 3</b> Relația consumatorului cu instituțiile bancare și financiare nebancare	76	L1: Produse și servicii bancare
	82	L2: Mijloace moderne de economisire. Instrumente de economisire pentru copii
	86	L3: Alegerea produselor bancare
	92	L4: Asigurările
	96	L5: Alegerea ofertei de asigurare
	100	<b>Recapitulare</b>
	101	<b>Evaluare</b>
	102	<b>Elaborarea și derularea proiectului educațional pe teme economico-financiare</b>
	104	<b>Fișă de observare sistematică a activității și a comportamentului elevilor</b>



#### Competențe specifice asociate

1.1, 1.2, 2.2

1.1, 1.2, 1.3,  
2.1, 2.2,  
3.1, 3.2

1.1, 1.2, 1.3,  
2.2, 3.2

1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2



#### Competențe generale

1. Raportarea critică la fapte, evenimente, idei, procese din viața personală și a diferitelor grupuri și comunități, prin utilizarea unor achiziții specifice domeniului social
2. Cooperarea pentru realizarea unor activități și pentru investigarea unor probleme specifice diferitelor grupuri și comunități, prin asumarea unor valori și norme sociale și civice
3. Participarea responsabilă la luarea deciziilor prin exercitarea spiritului de inițiativă și întreprinzător, respectiv prin manifestarea unui comportament social, civic și economic activ

#### Competențe specifice

- 1.1. Utilizarea corectă a termenilor specifici educației economico-financiare cu referire la fapte/eventimente economico-financiare
- 1.2. Asumarea calității de consumator avizat de bunuri și servicii și de servicii financiare, care își exercită drepturile și responsabilitățile
- 1.3. Manifestarea interesului pentru identificarea unor modalități de economisire și pentru reducerea risipei de resurse financiare
- 2.1. Întocmirea, prin lucru în echipă, a unui buget lunar al familiei/personal în scopul exersării bunei gestionări a veniturilor
- 2.2. Participarea, prin derularea unui proiect pe teme economico-financiare, la investigarea unor probleme specifice grupurilor și comunităților de apartenență
- 3.1. Elaborarea unui plan de acțiune personal/al familiei, manifestând inițiativă și responsabilitate
- 3.2. Alegerea responsabilă a unor produse de economisire/de creditare, a unor mijloace de plată prin compararea avantajelor și a riscurilor acestora

# U1

# Cetățenia, dimensiunea economică



Lecția 1

Lecția 2

Lecția 3

Lecția 4

Lecția 5

Recapitulare

Evaluare

10

Consumatorul

14

Drepturile și responsabilitățile consumatorilor

20

Producătorul

24

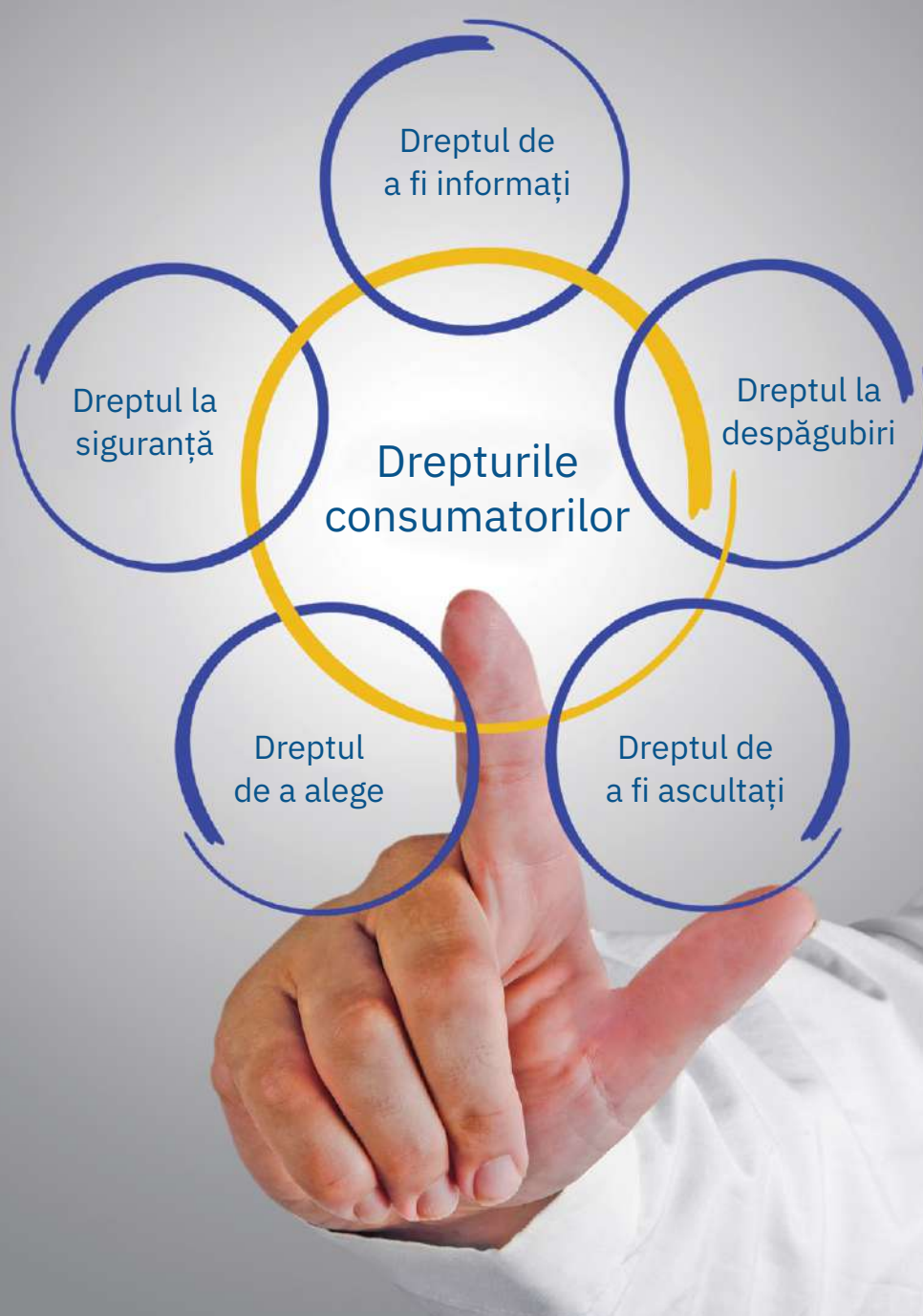
Spiritul antreprenorial

30

Risc și inițiativă

34

35



**15 martie**  
Ziua Mondială a  
Drepturilor Consumatorilor

# Consumatorul

## A. Calitatea de consumator de bunuri și de servicii

### Dicționar



#### bunuri de consum

elemente tangibile care contribuie direct la satisfacerea trebuințelor

#### servicii

elemente intangibile dorite de consumatori pentru satisfacerea anumitor nevoi sociale sau pentru efectuarea unor activități

### Pași importanți în decizia de a cumpăra:

- 1 Identifică lucrul de care ai nevoie.
  - Stabilește prioritățile.
  - Evită cumpărarea impulsivă.
- 2 Stabilește câți bani poți să cheltuești sau câți vrei să cheltuești.
  - Întocmește un buget.
- 3 Caută ofertele vânzătorilor.
  - Evaluează diferitele opțiuni.
  - Cere sfatul părinților sau prietenilor.
- 4 Evaluează alternativele în funcție de informațiile primite.
- 5 Ia decizia optimă.

Nu uita de costurile ascunse: comisioane, taxe de livrare etc.!



### Provocare

Când ai cumpărat ultima dată un produs, la ce v-ați gândit? Ați așteptat mult până să-l achiziționați sau decizia a fost mai degrabă rezultatul unui impuls? V-a sfătuit cineva ce să alegeți? Preferințele voastre sunt diferite de cele ale părinților ori ale prietenilor voștri? Dați exemple. Ce vă influențează deciziile de cumpărare: convingerile, prietenii, vânzătorii?



### Mă informez

Din perspectivă economică, fiecare dintre noi acționează în mai multe roluri: de consumator, de producător, de antreprenor ș.a.m.d. Indiferent de ipostaza în care ne aflăm, folosim bunuri și servicii pentru a ne atinge obiectivele.

**Bunurile** sunt orice element tangibil util activității omului. Ele pot fi bunuri de consum sau bunuri de capital (mijloace de producție), acestea din urmă fiind folosite la producerea altor bunuri.

**Serviciile** sunt activități utile oamenilor, precum serviciile turistice sau de distracții, serviciile de transport, cele stomatologice sau cele financiar-bancare.

**Bunurile de consum** sunt obiecte tangibile care ne satisfac direct nevoile, precum alimentele sau articolele de îmbrăcăminte. Ocazional, ne procurăm bunuri de consum direct din natură sau din gospodărie, ca atunci când culegem un măr din grădina bunicii sau când mama ne gătește o omletă. De cele mai multe ori însă, cumpărăm bunurile și serviciile necesare de la cei care le-au produs și le oferă spre vânzare.

**Consumatorul** este persoana care cumpără bunuri de consum și servicii pentru uz personal sau care folosește bunuri și servicii pentru a-și satisface nemijlocit nevoile.

Când cumpărăm un bun, ne ghidăm după câteva considerații: propriile dorințe, prețul, calitatea produsului, designul, impresiile altora. Consumul se bazează pe preferințele noastre subiective, însă trebuie să fim conștienți că preferințele sunt modelate de mediul în care trăim, de familie, de anturaj, de vârstă, de gen, de experiențele trăite și, nu în ultimul rând, de publicitatea vânzătorilor.

În același timp, decizia de cumpărare este rezultatul unui act rațional, prin care fiecare consumator pune în balanță costurile și beneficiile alegerii. Cu cât consumatorul beneficiază de mai multe informații (în legătură cu produsul, cu alternativele etc.), cu atât el este în măsură să ia decizii mai bune în viață. O manieră riguroasă de a lua deciziile se bazează, în esență, pe un plan.



### Rețin

- În calitate de consumatori, folosim bunuri de consum și servicii.
- Dorințele de consum reflectă preferințele noastre.
- O alegere optimă este rezultatul unei strategii riguroase de evaluare a ofertei vânzătorilor.
- Verificarea atentă a informațiilor ne ferește de eventuale nemulțumiri.



## Aplic



- Realizați în caiet un tabel asemănător celui de mai jos, completând cu șapte exemple de bunuri de consum, respectiv servicii, pe care le cumpărați sau le folosiți frecvent pentru satisfacerea directă a nevoilor.

Bunuri de consum	Servicii
1. Apă plată îmbuteliată	1. Internet și telefonie
2.	2.
3.	3.
4.	4.
...	...

- Alimentația sănătoasă a câinilor trebuie să se bazeze în principal pe carne și pe legume și, în proporție foarte mică, pe cereale. Un magazin online vinde două tipuri de hrană pentru câini. Citiți în tabelul de mai jos compoziția, cantitatea și prețul acestora. Care dintre cele două sortimente este mai ieftin? Pe care l-ați alege pentru animalul vostru de companie, știind că, potrivit legii, lista ingredientelor enumeră elementele din care este compus produsul, în ordinea descrescătoare a ponderii lor în masa produsului?

Sortiment 1	Sortiment 2
Sac 15 kg	Sac 12 kg
Preț: 283 de lei	Preț: 205 lei
<b>Compoziție:</b> proteină deshidratată de pasăre, porumb, făină de porumb, grăsimi animale, grâu, orez, gluten de porumb, proteine animale hidrolizate, pulpă de sfeclă, ulei de pește, ulei de soia, minerale, drojdii, crustacee hidrolizate (sursă de glucozamină), cartilaj hidrolizat (sursă de condroitină)	<b>Compoziție:</b> carne de miel deshidratată, carne de curcan deshidratată, orez brun, grăsimi de curcan, cicoare (sursă naturală de fructooligozaharide și inulină), făină de roșcove, măr deshidratat, crustacee deshidratate din Antarctica (sursă naturală de EPA și DHA), drojdie de bere (sursă naturală de mananoligozaharide), taurine, glucozamine, condroitină, Yucca schidigera – MSM (metilsulfonilmetan), Rosmarinus sp., Vinis sp., Curcuma sp., Citrus sp., Syzygium sp.



## Învăț prin activitate. Metoda „Pălăriilor gânditoare”

Pentru organizarea evenimentului de absolvire a clasei a VIII-a, aveți nevoie de bunuri și servicii. Cu ajutorul profesorului, faceți o listă cu bunuri și/sau servicii necesare banchetului.

Profesorul împarte clasa în șase grupe, cărora le distribuie câte o pălărie colorată. Fiecare grupă de elevi va studia piața, va alege marca/furnizorul pentru bunurile și serviciile din listă și va argumenta alegerea făcută din perspectiva pălăriei pe care o poartă.

- **Pălăria albă** oferă informații obiective, neutre, despre produse și servicii.
- **Pălăria roșie** exprimă sentimente, emoții, față de produsele alese.
- **Pălăria galbenă** precizează avantajele, aspectele pozitive ale bunurilor selectate.
- **Pălăria neagră** menționează dezavantajele, aspectele negative ale bunurilor și serviciilor.
- **Pălăria verde** oferă idei noi, alternative în raport cu bunurile selectate.
- **Pălăria albastră** analizează comparativ și clarifică soluția.



„Nimeni nu poate să cunoască totul despre bunurile și serviciile pe care le cumpără, dar toată lumea ar trebui să știe suficiente lucruri pentru a face alegeri inteligente.”

**Virginia Knauer**,  
fost director al Oficiului  
pentru Protecția  
Consumatorilor din SUA

## Știi că...?



- În timpul regimului comunist, statul român decretase că necesarul de consum al unui om este de o jumătate de pâine pe zi, un litru de ulei și un kilogram de zahăr pe lună. Discutați cu părinții sau cu bunicii voștri despre consecințele pe care le-a avut această decizie.

## Etichetarea alimentelor

Principiile generale care stau la baza etichetării alimentelor au fost instituite în *Regulamentul 1169* din 2011, adoptat de Parlamentul European. Astfel, eticheta produsului trebuie să menționeze, printre altele:

- Denumirea;
- Lista ingredientelor – elementele din care este compus produsul, în ordinea descrescătoare a ponderii în masa produsului. Indicarea cantității unui ingredient e obligatorie când acesta face parte din denumirea produsului ori este asociat în mod evident cu produsul;
- Ingredientele care ar putea provoca alergii sau intoleranță;
- Cantitatea;
- Data valabilității;
- Condițiile de păstrare.

## Dicționar

**instituții financiare**

companii care oferă servicii financiare

**servicii financiare**

servicii legate de bani

**bănci**

companii care atrag bani de la deponenți și oferă credite

**cont curent**

cont în care titularii pot face încasări și plăți

**schemă Ponzi**

operațiune investițională frauduloasă, prin care deponenții sunt păcăliți că pot câștiga foarte mulți bani într-un timp foarte scurt

**dobândă**

sumă de bani primită sau plătită pentru utilizarea unui împrumut, în cadrul unei datorii

**comision**

recompensă bănească primită de o persoană sau bancă pentru efectuarea unui serviciu sau medierea unei afaceri

## Știi că...?



- Cele mai accesate servicii financiare de către consumatorii români sunt contul curent la o bancă, cardul bancar și polița de asigurare auto.

## B. Calitatea de consumator de servicii financiare

**Provocare**

Ați făcut vreodată plăți, fie în magazin, fie online, folosind un card bancar? Știți însă că o astfel de modalitate de plată nu ar fi posibilă fără a cumpăra câteva servicii financiare, de exemplu serviciul de cont curent bancar și serviciul de plată cu cardul?

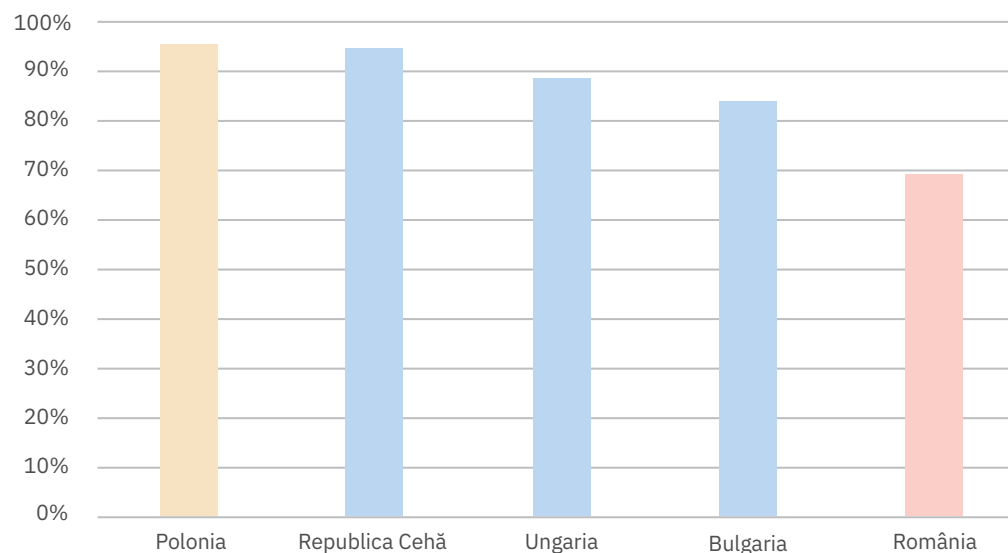
**Mă informez**

Instituțiile financiare sunt companii a căror activitate constă în principal în atragerea și gestionarea depozitelor bancare ori a altor fonduri, în acordarea de credite, în furnizarea de servicii de plăți, oferirea de asigurări, pensii, emiterea de garanții ori în schimbarea diverselor monede. Cele mai importante instituții financiare sunt băncile. În principal, printre clienții acestora se numără cei care doresc să economisească, banii depuși fiind folosiți pentru acordarea de împrumuturi.



Când deschidem un cont bancar, când achităm cu cardul sau când luăm un împrumut, suntem consumatori de servicii financiare. Nu toți românii sunt consumatori de astfel de servicii. Conform datelor oferite de Banca Mondială, România se află pe ultimul loc din UE la incluziunea financiară. Doar 69,1% din populația adultă deține un cont bancar (4,7 milioane de români nu dețin cont bancar), față de 84% în Bulgaria și 95,7% în Polonia.

Ponderea persoanelor (peste 15 ani) care dețin un cont bancar



Sursa: Banca Mondială, 2021

**Contul curent** este cel mai simplu serviciu financiar, pe baza căruia putem achiziționa produse mai complexe. Dacă vrem să economisim, să ne împrumutăm ori să plătim cu carduri bancare, avem nevoie în primul rând de un cont curent. Contul curent este un serviciu prin care banca ne găzduiește banii; în acest cont putem primi sume de bani (indemnizații, salarii etc.) și putem depune bani; banii din contul curent pot fi retrași de la bancomat sau pot fi folosiți pentru a efectua plăți direct, transferându-i în contul altcuiva, de exemplu cu ajutorul **cardului bancar**.

În cazul pierderii sau furtului de card bancar, primul lucru care trebuie făcut este contactarea băncii emitente pentru blocarea cardului.



## Rețin

- Serviciile financiare sunt servicii legate de bani, pe care le oferă companii specializate precum băncile.
- Dacă avem un cont curent, putem face plăți cu cardul.



## Aplic

Împărțiți în echipe, completați fișa de analiză a cel puțin trei oferte pentru carduri destinate persoanelor care nu au împlinit vârsta de 18 ani.

Fișa de analiză trebuie să cuprindă denumirea produsului financiar, instituția financiară care îl oferă, informații despre deschiderea și administrarea conturilor, suma minimă necesară pentru deschiderea contului, eliberarea cardului, utilizarea cardului, dobânda aferentă contului, comisioane, beneficii (card gratuit, acces la aplicații mobile ș.a.).

Includeți fișa de analiză realizată în **Portofoliu**.



## Studiu de caz

### Frauda financiară

Schema Ponzi este o fraudă financiară. Aparent, aceasta seamănă cu activitatea bancară și constă în atragerea banilor de la „deponenți” (ori investitori), în schimbul promisiunii că, după o perioadă scurtă de timp, aceștia vor putea retrage sume de bani mult mai mari. Deponenții sunt convinși să creadă că banii vor fi investiți cu un profit foarte mare datorită talentului celui care orchestrează întreaga afacere și că așa se explică posibilitatea de a retrage ulterior sume mult mai mari decât cele investite. În realitate, banii nu sunt investiți în nimic; persoana care comite fraudă atrage succesiv noi și noi deponenți și folosește banii celor din urmă pentru a restitui sumele promise primilor „deponenți”, care, văzând că schema funcționează, îi încurajează și pe alții să participe, astfel că circuitul financiar capătă o amploare tot mai mare.

Schema poartă numele lui Charles Ponzi, cel care, la începutul anilor 1920, a organizat în Statele Unite ale Americii un sistem piramidal financiar înșelător. Inițiatorul le promitea celor care îi oferă bani un profit de 50%, dacă așteaptă 45 de zile, sau de 100%, dacă așteaptă 90 de zile.

Tratați cu circumspecție ofertele financiare care par neobișnuit de avantajoase. Este posibil ca acestea să ascundă o fraudă.



- Organizați-vă în echipe de câte 4-5 elevi și studiați cazul Caritas, o fraudă financiară din România.

„Ioan Stoica, un contabil originar din Brașov, a ademenit milioane de români cu iluzia îmbogățirii peste noapte, lăudându-se că a ticluit o formulă matematică secretă prin care putea să înmulțească banii și să scoată România din sărăcie. Oricine depunea bani la Caritas urma să primească, după trei luni, de opt ori mai mult, iar respectarea acestei promisiuni în prima parte a desfășurării jocului și mediatizarea «miracolului» au creat o reacție în lanț. Apăsăți de neajunsuri și dornici să se căpătuiască, românii s-au agățat cu disperare de această himeră. În toamna lui 1993, șeful Băncii Naționale a României estima că o treime din lichiditățile țării sunt la Caritas.”

(Sursa: „Caritas, prima țepă națională. Jocul care a adunat o treime din banii României”, *Adevărul*, 6 aprilie 2015)

1. Documentați-vă pe internet despre fenomenul Caritas și selectați informații relevante.
2. Analizați cazul din perspectiva celor implicați și menționați consecințele pe care le-a avut.
3. Elaborați un poster prin care să comunicați rezultatele analizei voastre. Prezentați-l colegilor.

### Criterii de evaluare

- ☑ Acuratețea și diversitatea informațiilor
- ☑ Pertinența concluziilor
- ☑ Prezentarea coerentă și atractivă a rezultatelor

## Știai că...?



**Charles Ponzi (1882-1949)**

- Charles Ponzi s-a născut în Italia și a absolvit Universitatea La Sapienza din Roma. A traversat Atlanticul și a ajuns la Boston în 1903. El a declarat ulterior pentru ziarul *The New York Times*: „Am sosit în această țară cu 2,50 dolari în numerar și cu un milion de dolari în speranțe, iar speranțele nu m-au părăsit niciodată.”



**Bernard Madoff (1938-2021)**

- Bernard Madoff, fost președinte al bursei de valori americane NASDAQ, este autorul celei mai mari scheme Ponzi din istorie. A dezvoltat una dintre cele mai mari firme de investiții din sectorul financiar american și timp de peste un deceniu a organizat un joc piramidal sofisticat. Acuzat de fraudă, a fost arestat în anul 2008. Atunci s-a aflat că diverși investitori contribuiseră cu circa 36 de miliarde de dolari, pagubele fiind estimate la aproximativ 18 miliarde de dolari.

# Drepturile și responsabilitățile consumatorilor

## A. Drepturile consumatorilor

### Dicționar



#### drept

prerogativă legal recunoscută a unei persoane de a se bucura de anumite privilegii, în mod firesc

#### responsabilitate

atitudine conștientă, simț de răspundere față de obligațiile sociale

#### reglementare

operație de stabilire a unei norme sau a unui regulament

#### protecția consumatorului

ansamblu de măsuri luate pentru protejarea cetățenilor în calitatea lor de consumatori, asigurând cadrul necesar accesului neîngrădit la produse și la servicii și informarea lor completă și corectă

#### publicitate înșelătoare

orice formă de publicitate care, prin modul de prezentare, poate induce în eroare persoanele cărora li se adresează și care poate afecta comportamentul economic al acestora

### Știi că...?



- Ziaua Mondială a Drepturilor Consumatorilor se sărbătorește pe 15 martie, dată la care, în anul 1962, președintele american John F. Kennedy a trimis Congresului un mesaj în care a susținut cele patru drepturi fundamentale ale consumatorilor.



### Provocare

„Csaba a cumpărat un Smart TV LED de la un magazin online din Ungaria. După ce produsul a fost livrat și pornit, Csaba a observat o pată neagră în partea de sus a ecranului. A luat imediat legătura cu vânzătorul și a trimis fotografiile ale televizorului și ale pachetului. Pachetul nu avea însă nicio urmă de deteriorare. Prin urmare, vânzătorul a cerut un document care să arate că, la momentul livrării, Csaba i-a atras atenția curierului asupra defectului. Numai că respectivul document era imposibil de trimis, pentru simplul fapt că defectul a putut fi observat numai după pornirea televizorului. În aceste condiții, vânzătorul a refuzat să ia vreo măsură.”

(Sursa: Centrul European al Consumatorilor România)

Ce soluție are Csaba în situația de față? Trebuie să se mulțumească cu produsul defect, așa cum i-a fost livrat, sau poate face ceva? Discutați cazul în clasă.



### Mă informez

Oamenii vând și cumpără deoarece schimbul le sporește bunăstarea. Cineva care este cu adevărat talentat la copt prăjituri își poate deschide o cofetărie și va începe să facă schimb cu oameni care nu au timpul, cunoștințele sau abilitățile necesare pentru a face prăjituri la fel de bune. Cumpărătorii îi oferă în schimb bani, cu ajutorul cărora maestrul cofetar își poate cumpăra, la rândul său, ceea ce dorește.



Produsul cofetarului face obiectul tranzacției între vânzător și cumpărător.

menționa într-un document tot ce așteaptă unul de la celălalt.

În cazul altor tranzacții însă, cum ar fi cele de valoare însemnată sau cele care se derulează într-o perioadă îndelungată de timp, drepturile și obligațiile părților sunt trecute într-un contract oficial, semnat atât de vânzător, cât și de cumpărător. Așa se întâmplă, de exemplu, când cumpărăm un automobil sau când vrem să împrumutăm bani de la bancă. Chiar și așa, dată fiind complexitatea produsului respectiv, drepturile și responsabilitățile părților nu sunt ușor de determinat.

În vremuri mai vechi, așezările umane aveau dimensiuni reduse, precum satele sau orașele mici de astăzi. Vânzătorii și cumpărătorii se știau destul de bine. Între ei se dezvoltă nu doar o relație comercială, ci și una de încredere, pe termen lung. Vânzătorii erau puternic motivați să îi servească pe cumpărători cu maximum de atenție, deoarece, în caz contrar, pierdeau clienți. În societatea modernă însă, rareori se întâmplă să îl cunoaștem pe producătorul bunurilor pe care le cumpărăm. Schimburile se desfășoară


Schimbul reprezintă, în esență, un transfer de **drepturi** și de **obligații**: vânzătorul îi transferă cumpărătorului dreptul de proprietate asupra bunului care face obiectul tranzacției, iar cumpărătorul îi transferă vânzătorului banii ceruți de acesta.

Când cumpărăm de la cofetărie un eclair, tranzacția noastră nu este înregistrată într-un contract scris, fiindcă e foarte simplă și clară pentru ambele părți. Cumpărătorul și vânzătorul ar pierde mult timp dacă ar

la scară globală, putem cumpăra online bunuri fabricate la mii de kilometri distanță, de persoane pe care probabil nu le vom cunoaște niciodată. Și, de multe ori, nu știm exact ce cumpărăm până când nu intrăm în posesia produsului.

Preocuparea pentru drepturile consumatorilor a existat din cele mai vechi timpuri. De exemplu, în secolele trecute, cârciumarii erau obligați să servească băuturile în căni sau ulcele al căror volum trebuia să respecte măsura oficială, pentru a preveni înșelăciunile. Această preocupare s-a dezvoltat considerabil în epoca modernă, odată cu extinderea piețelor și creșterea complexității produselor.

În 1962, John F. Kennedy, președintele Statelor Unite ale Americii, a transmis Congresului ceea ce putem numi „Carta drepturilor consumatorilor”, un document în care sunt formulate patru drepturi fundamentale:

CASA ALBĂ 

MESAJ SPECIAL DESPRE PROTEJAREA  
INTERESULUI CONSUMATORULUI

„Prin definiție, calitatea de consumator ne include pe toți. Consumatorii sunt cel mai mare grup din punct de vedere economic, influențând și fiind afectat de aproape orice decizie economică publică sau privată. Două treimi din totalul cheltuielilor din economie sunt suportate de către consumatori. Dar ei sunt singurul grup important din economie care nu este organizat în mod eficient, ale cărui opinii nu sunt auzite foarte des.”

Extras, în traducere, din mesajul adresat Congresului Statelor Unite ale Americii de către președintele John F. Kennedy.

### Dreptul la siguranță

Dacă le utilizează conform modului stabilit de producător, consumatorii au dreptul de a nu fi răniți de produsele pe care le cumpără. Fabricanții au obligația de a testa produsele, de a-l avertiza pe consumator în legătură cu potențialele pericole și de a retrage de la vânzare produsele defecte sau care pun în pericol sănătatea cumpărătorilor.

### Dreptul de a fi informați

Pentru a cumpăra în cunoștință de cauză, consumatorii au dreptul să fie informați în mod corect și complet. Producătorii sunt obligați să nu îi inducă în eroare pe cumpărători prin informații mincinoase sau publicitate înșelătoare.

### Dreptul de a alege

Afirmă importanța existenței unei varietăți de produse din care consumatorii să poată alege produsul ce răspunde cel mai bine nevoilor lor. Producătorii sunt obligați să nu recurgă la practici care restrâng concurența și limitează dreptul de alegere al cumpărătorilor.

### Dreptul de a fi ascultați

Consumatorii au dreptul de a formula cereri în legătură cu produsele cumpărate. Producătorii și statul au obligația de a răspunde eventualelor plângeri și de a rezolva problemele reclamate.

În Uniunea Europeană, practicile corecte de comerț sunt apărute prin *Tratatul privind funcționarea Uniunii* și prin numeroase alte legi, o importanță aparte având-o *Directiva 2011/83/UE* privind drepturile consumatorilor. Aceasta conține prevederi despre informațiile la care cetățenii trebuie să aibă acces înainte de a cumpăra bunuri și servicii, din magazine fizice sau online, la livrarea și la rambursarea bunurilor cumpărate etc.

### Astfel, când cumpărăm de la un magazin online, avem dreptul:

- de a fi informați în legătură cu: identitatea vânzătorului și datele sale de contact, caracteristicile produsului, prețul complet (incluzând toate taxele și cheltuielile de transport), termenul de livrare, garanția produsului etc.;

### Știi că...?



- În Uniunea Europeană, anumite produse, precum jucăriile, aparatele electronice și cele care funcționează cu electricitate sau pe gaz, trebuie să poarte emblema CE.



- Emblema CE reprezintă declarația producătorului că bunul respectiv respectă cerințele de siguranță care există în UE pentru a proteja consumatorii.
- 1962 – mesajul adresat Congresului de președintele SUA, John F. Kennedy, în care sunt enumerate cele patru drepturi ale consumatorilor: dreptul la siguranță, dreptul la informație, dreptul de a alege, dreptul de a fi ascultați
- 1985 – Organizația Națiunilor Unite adoptă „Ghidul protecției consumatorului”, care completează setul de drepturi statuat: dreptul la satisfacerea nevoilor de bază, dreptul la despăgubiri, dreptul la educația consumatorului și dreptul la un mediu sănătos.
- 2011 – Parlamentul European adoptă Directiva privind drepturile consumatorilor.

## Știi că...?



- Orice vânzare cu preț redus trebuie să fie însoțită de denumirea *Solduri/Lichidări de stoc/Promoții* și de durata ei (data de început și data de încheiere). Consumatorii trebuie informați dacă oferta se aplică doar în limita stocului disponibil sau dacă este valabilă doar în anumite condiții.
- În cazul cumpărăturilor online, aveți dreptul de a returna produsul în termen de 14 zile de la data primirii acestuia, fără a preciza motivul.
- În Uniunea Europeană, garanția legală este de doi ani. În acest termen, dacă produsul a avut defecte de la bun început, vânzătorul trebuie să îl repare, să îl înlocuiască, să restituie suma plătită sau să ofere despăgubiri.

Când călătorim cu avionul, avem următoarele drepturi:

- dreptul de a fi informați. Compania aeriană trebuie să ofere explicații în legătură cu serviciile oferite, să propună alternative de zbor etc.;
- dreptul la rambursarea sumei plătite, în cazul în care zborul a fost anulat;
- dreptul la compensații, în cazul în care zborul are o întârziere de cel puțin trei ore și în cazul deteriorării sau pierderii bagajului;
- dreptul de a primi asistență. În cazul întârzierii sau anulării zborurilor, compania trebuie să asigure cazare, alimente și transport.

- **Portofoliul** este în fapt un dosar/o mapă în care vei aduna diferitele materiale pe care le-ai realizat în cadrul activităților la clasă sau suplimentare.

- de a ne răzgândi asupra contractului și de a primi înapoi suma plătită în termen de 14 zile;
- de a primi produsul în termenul precizat sau în cel mult 30 de zile, în cazul în care termenul de livrare nu este precizat.



Nu pot fi returnate alimente, programe de calculator, bilete pentru spectacole sau produse personalizate.

### Când dorim să luăm un credit, avem, printre altele, următoarele drepturi:

- să primim informații detaliate legate de oferta băncii, cu cel puțin 15 zile înainte de a semna contractul de credit;
- să primim un exemplar al contractului;
- să ne retragem din contract în termen de 14 zile, fără a invoca vreun motiv;
- să rambursăm anticipat creditul.



### Rețin

- Cele mai importante drepturi ale consumatorilor sunt: dreptul la siguranță, dreptul de a fi informați, dreptul de a alege, dreptul de a fi ascultați, dreptul la satisfacerea nevoilor de bază, dreptul la despăgubiri, dreptul la educația consumatorului și dreptul la un mediu sănătos.



### Aplic



1. De ce avem nevoie de reglementări care să specifice drepturile consumatorilor în fața vânzătorilor? Avem nevoie de reglementări care să-i apere pe vânzători/producători în fața consumatorilor? Discutați pe grupe, apoi împărtășiți colegilor opiniile voastre.
2. Povestiți colegilor o situație în care voi/părinții voștri ați mers la magazin sau ați comandat online și nu ați fost mulțumiți de produsul cumpărat. A fost din vina producătorului? A fost din vina voastră? Cum ați procedat în această situație? Utilizați în povestire termeni noi din lecția de azi.
3. Asociază fiecărui scenariu dreptul pe care îl are consumatorul:

Scenarii	Drepturi
Alexia vrea să cumpere din supermarket o sticlă cu suc de rodii, dar aceasta nu are etichetă în limba română.	Dreptul la alegere
Marc a cumpărat de la un magazin online un tricou care nu i se potrivește și vrea să-l returneze, dar vânzătorul refuză.	Dreptul de a fi ascultat
Violeta cumpără o jucărie pentru fratele ei, dar aceasta se sparge în bucăți mici.	Dreptul la returnarea produsului în 14 zile
Beatrice a cumpărat un bilet de avion pentru a merge la Iași, însă compania aeriană a anulat brusc zborul.	Dreptul la informare
Matei vrea să își ajute bunicul să cumpere o bormașină de la un magazin online și descoperă că magazinul nu are un formular de reclamații.	Dreptul la siguranță
Tudor vrea să cumpere un laptop, însă vânzătorul îi impune să cumpere și un anumit software de editare video.	Dreptul la despăgubire



### Portofoliu

În anul 2014, o companie a inscripționat pe ambalajul sortimentului de pâine „București” mențiunea „Cea mai bună pâine a Bucureștilor de ieri și de azi”. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor a decis că această mențiune îi poate induce în eroare pe consumatori, deoarece nu se bazează pe un studiu, ci este doar un slogan inventat în scop publicitar. În consecință, a obligat compania să elimine de pe ambalaj respectiva specificare.

Documentați-vă și realizați un poster despre alte campanii de publicitate înșelătoare. Adăugați acest poster în **Portofoliu**.

## B. Responsabilitățile consumatorilor



### Provocare

Solicitați bonul fiscal când cumpărați un produs? Ce dovedește acesta? În ce situații credeți că devine utilă prezentarea bonului fiscal?



### Mă informez



Orice consumator devine, practic, parte a unui contract. Pentru a vă proteja interesele, este important să vă informați în prealabil în legătură cu oferta vânzătorului și să păstrați documentele cu care puteți dovedi tranzacția efectuată.

Un consumator informat citește cu atenție detaliile ofertei sau clauzele din contract și, dacă are nelămuriri, se adresează vânzătorului înainte de a cumpăra.

Când cumpărăm un produs, vânzătorul este obligat, de regulă, să ne elibereze unul sau mai multe documente doveditoare ale tranzacției:

- factura – documentul care conține datele de identificare ale vânzătorului și ale cumpărătorului și care enumeră produsele vândute, cantitatea și prețul acestora, taxele aplicabile și valoarea totală a tranzacției;
- chitanța – documentul emis când plata se efectuează direct, în numerar (bancnote sau monede), și care însoțește factura; se emite, în general, în tranzacțiile dintre firme;
- bonul fiscal – documentul emis de casa de marcat, care dovedește plata.

În cazul în care se consideră nedreptățit, consumatorul trebuie să încerce să rezolve amiabil conflictul cu vânzătorul. Dacă încercarea de soluționare amiabilă nu dă rezultate, consumatorul are dreptul de a formula reclamații către instituțiile competente ale statului (de exemplu, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor).

Un consumator responsabil păstrează documentele ce dovedesc achiziționarea unui produs (după caz, bonul fiscal, factura, contractul), precum și celelalte acte care îi conferă drepturi în legătură cu produsul (certificat de garanție etc.). Un consumator avizat își exercită drepturile și responsabilitățile pentru a nu deveni victima unei fraude. În acest sens, este important să ținem cont de câteva reguli, în special atunci când primim oferte nesolicitate de bunuri și servicii:

- Fii vigilent în fața ofertelor „prea bune ca să fie adevărate”, care îți promit un câștig extraordinar;
- Ia-ți timp de gândire, nu accepta oferta imediat;
- Nu semna și nu plăti nimic până când nu verifici calitatea vânzătorului;
- Nu transmite informații personale/bancare unei persoane necunoscute;
- Ferește-te să accesezi linkuri din mesaje primite de la necunoscuți.



Bonul fiscal dovedește plata produselor pe care le-am cumpărat.

### Știi că...?



- Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) este o instituție publică ce funcționează ca organ de specialitate al administrației publice centrale din România, cu personalitate juridică, în subordinea Guvernului. Aceasta acționează pentru prevenirea și combaterea practicilor care dăunează vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor.



## Biografie



**Ludwig von Mises**  
(1881-1973)

Ludwig von Mises a fost un economist și filozof politic austriaco-american. „Adevărații șefi în economia de piață sunt consumatorii. Ei, prin deciziile de a cumpăra sau de a refuza să cumpere, decid cine să se îmbogățească și cine să producă. Ei determină ce să se producă, cât de mult și ce calitate să aibă produsele. Atitudinea lor îl face pe antreprenor să obțină profit sau să piardă. Ei pot să-i îmbogățească pe săraci și să-i sărăcească pe bogați. Nu sunt niște șefi ușor de suportat.”

**Rețin**

- Consumatorul are responsabilitatea de a se informa înaintea unei tranzacții.
- Consumatorul are responsabilitatea de a solicita și de a păstra bonul fiscal.
- În cazul în care sesizăm încălcarea drepturilor, păstrarea bonului fiscal și a altor documente care probează cumpărarea produsului este importantă pentru exercitarea ulterioară a acestor drepturi.
- Nu suntem consumatori informați dacă ne bazăm intenția de cumpărare pe zvonuri sau pe simple sloganuri a căror menire este exact captarea atenției publicului.

**Studiu de caz**

Organizați-vă în echipe de câte 4-5 elevi și studiați cazul de mai jos. Elaborați, în numele Violetei, o reclamație către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

*Violeta cumpără online, plătind cu cardul, o rochie pentru petrecerea de absolvire a școlii. La primirea pachetului constată însă că rochia e decolorată. Anunță vânzătorul că trimite înapoi produsul, solicitând restituirea banilor, însă nu i se mai răspunde la telefon/e-mail. Soluționarea amiabilă este deci imposibilă.*



În cazul în care nu s-a ajuns la o înțelegere cu vânzătorul, avem dreptul să depunem o reclamație, completând un formular de sesizare online.

1. Documentați-vă cu privire la datele pe care trebuie să le conțină o reclamație, vizitând site-ul [www.anpc.ro](http://www.anpc.ro) (datele de identificare ale cumpărătorului și ale vânzătorului, data achiziționării și modalitatea efectuării acesteia, documentele care probează achiziția produsului, pretențiile celui care face reclamația etc.).
2. Realizați reclamația sub forma unui poster, folosind date fictive acolo unde este necesar.
3. Prezentați posterul colegilor, insistând asupra pașilor care trebuie parcurși în realizarea unei reclamații.

**Criterii de evaluare**

- Corectitudinea informațiilor
- Organizarea clară a reclamației



Pentru a beneficia de un voucher, regulamentul campaniei promoționale trebuie citit cu atenție.

**Aplic**

1. În anul 2014, ziarul *Observatorul Prahovean* a relatat cazul unui client al unui mall din Ploiești. Consumatorul a făcut într-o zi două cumpărături în valoare de 999, respectiv 139 de lei. În regulamentul campaniei promoționale, scris cu litere mici, se făceau următoarele precizări:

„Pentru a participa la prezenta campanie, suma de 200 de lei trebuie să fie cumulată de maximum două bonuri fiscale emise în aceeași zi.

Se eliberează un singur voucher pentru bonul fiscal/bonurile fiscale prezentat(e), indiferent de valoarea inscripționată pe bon(uri). Indiferent de valoarea bonului/bonurilor de cumpărături, dar nu