

¡OJO!

FTC Resources for Hispanic Communities

Vol. 2, No. 3 December 2006
ftc.gov/espanol

READ UP AND REACH OUT: A BILINGUAL GUIDE TO CONSUMER EDUCATION AND OUTREACH

In the next few years, purchasing power among Hispanic consumers is expected to top \$800 billion. To help consumers make important marketplace decisions, the FTC created *Read Up: How to be an Informed Consumer*.

“We wanted to create a comprehensive bilingual resource to help Hispanics manage their finances, make major purchases and investments, understand their consumer rights, avoid scams and rip-offs, and protect their personal information to avoid identity theft,” says Alvaro Puig, one of the FTC’s Hispanic Outreach Coordinators.

To help organizations get this information out to their constituents, the FTC also created *Read Up and Reach Out: A Guide to Consumer Education and Outreach*. It has tips to include consumer topics in existing programs, a Calendar of Events with a list of timely issues to speak about each month, and the background information to do so.

Read Up: How to be an Informed Consumer and *Read Up and Reach Out: A Guide to Consumer Education and Outreach* are available online at www.ftc.gov/espanol. You can order printed copies at www.ftc.gov/bulkorder. Both booklets are free.

To file a complaint, visit ftc.gov/complaint or ftc.gov/queja.

To receive this newsletter electronically, or to be added to or removed from our mailing list, email HispanicOutreach@ftc.gov.

ENTÉRATE Y ENSEÑA: UNA GUÍA BILINGÜE PARA LA EDUCACIÓN Y ASISTENCIA DE LOS CONSUMIDORES

Se espera que en los próximos años el poder de compra de los consumidores hispanos llegará a superar los \$800 billones de dólares. Para ayudar a los consumidores a tomar decisiones importantes, la FTC creó la guía titulada *¡Entérate! Cómo ser un consumidor informado*.

Álvaro Puig, uno de los coordinadores de la FTC para la Comunidad Hispana dijo: “Queríamos crear un recurso bilingüe integral para ayudar a los hispanos a administrar sus finanzas, hacer compras e inversiones importantes, entender sus derechos de consumidores, evitar estafas y engaños y proteger su información personal para evitar el robo de identidad”.

Para ayudar a las organizaciones a compartir esta información con la comunidad hispana, la FTC también creó *Entérate y Enseña: Una Guía para la Educación y Asistencia de los Consumidores*. Esta guía incluye consejos sobre como incluir temas de interés de los consumidores en programas comunitarios existentes, un Calendario de Eventos con una lista de contenidos que puede tratar mensualmente y la información necesaria para hacerlo.

Vea *Entérate!* p.4

INSIDE...

DETER, DETECT, DEFEND: AVOID IDENTITY THEFT
DETENGA, DETECTE, DEFIENDA: EVITE EL ROBO DE IDENTIDAD

EMPOWERING PARENTS TO PREVENT TEEN DRINKING

HERRAMIENTAS PARA PADRES PARA PREVENIR EL CONSUMO
DE ALCOHOL DE LOS ADOLESCENTES

FREE RESOURCES FROM THE FTC

RECURSOS GRATUITOS DE LA FTC

Comisión Federal de Comercio
ftc.gov/espanol ■ 1-877-FTC-HELP

DETER, DETECT, DEFEND: AVOID IDENTITY THEFT

Every year, millions of Americans have their identity stolen. Identity theft occurs when someone uses your personal information — like your name and Social Security number or credit card number — to commit fraud in your name.

The FTC recently launched *Deter, Detect, Defend: Avoid Identity Theft*, a national education program to let consumers know the dangers of identity theft, how to minimize the risk of becoming a victim, and what to do if they think their identity or personal information has been stolen.

- **Deter:** Take steps to reduce your risk of ID theft
- **Detect:** Monitor your personal information
- **Defend:** Move quickly; take the right steps when you suspect identity theft

The program includes an **ID Theft Consumer Education Kit** with everything you need to educate your community on how to deter, detect, and defend against identity theft: a 10-minute video featuring the stories of real people who had their identity stolen; a consumer brochure; tips on how to coordinate an event to talk about identity theft; and recommendations about how to reach out in your community, at your place of work, and at other organizations to help consumers minimize their risk of becoming a victim of identity theft. The **ID Theft Consumer Education Kit** is available for free, in Spanish and English; you can order up to 10 copies at a time at www.ftc.gov/bulkorder. If your organization has counselors or staff who speak to the community about important issues like identity theft, consider ordering one copy of the kit for each staff member and encouraging them to use it to get the word out about how to deter, detect, and defend against identity theft.

DETENGA, DETECTE, DEFIENDA: EVITE EL ROBO DE IDENTIDAD

Todos los años, millones de estadounidenses son víctimas del robo de identidad. Este delito se produce cuando alguien usa su información personal — como por ejemplo su nombre y número de Seguro Social o número de tarjeta de crédito — para cometer fraude en su nombre.

Recientemente, la FTC lanzó *Detenga, Detecte, Defienda: Evite el Robo de Identidad*, un programa educativo para informar a los consumidores acerca del robo de identidad, cómo minimizar los riesgos de convertirse en víctimas y cómo proceder en caso de que crean que les han robado la identidad o la información personal.

El programa incluye un **Kit de Educación para Consumidores sobre el Robo de Identidad** que contiene todo lo necesario para educar a su comunidad sobre cómo detener, detectar y defenderse contra el robo de identidad: un video de 10 minutos que incluye historias reales de personas cuyas identidades han sido robadas; recomendaciones para coordinar un evento para hablar sobre el robo de identidad y consejos para llevar su mensaje a los miembros de su comunidad, colegas de trabajo y demás organizaciones con el fin de ayudar a minimizar el riesgo de ser víctimas del robo de identidad. El **Kit de Educación para Consumidores sobre el Robo de Identidad** es gratuito y está disponible en inglés y en español; usted puede pedir hasta 10 copias por vez visitando en Internet www.ftc.gov/ordenar. Si el personal de su organización participa en reuniones comunitarias hablando sobre temas importantes como el robo de identidad, considere pedir una copia del kit para

- **Detenga:** Tome medidas para reducir el riesgo del robo de identidad
- **Detecte:** Haga un monitoreo de su información personal
- **Defiéndase:** Actúe rápidamente, tome los pasos apropiados cuando detecte indicios de robo de identidad

cada uno de los consejeros y aliéntelos a que lo utilicen para pasar la voz sobre cómo detener, detectar y defenderse contra el robo de identidad.



www.ftc.gov/idtheft

According to a recent survey, the majority of teens who drink alcohol get it from “social sources” — parents of other teens, older siblings, and other relatives and friends. When these people provide alcohol to teens, they not only undermine the efforts of parents to protect their own kids from alcohol-related injury, but they also break the law.

A new national campaign, *We Don't Serve Teens*, strives to reduce underage drinking by focusing on these “social sources.”

“All adults can play a role in reducing teen access to alcohol. The goal of this campaign is to empower parents and others with tools to help reduce underage drinking,” says Lydia Parnes, director of the FTC’s Bureau of Consumer Protection.

To empower adults, the site provides tips on how to:

- speak with kids about the dangers of drinking
- teach kids how to say “no” when someone offers them alcohol
- talk to friends, neighbors, and others in the community to let them know they don't support underage drinking

The site also provides resources to help community organizations limit teen access to alcohol. These include materials to send to local newspapers — like an opinion article (op-ed), a sample press release and letter to the editor, and a column — and radio and TV public service announcements (PSAs) to send to local stations. Organizations can post *We Don't Serve Teens* banners and buttons on their websites, or let local retailers that sell alcohol know about free materials available for them to display in their store. For more information, visit www.dontserveteens.gov.



De acuerdo a los datos de una encuesta realizada recientemente, la mayoría de los adolescentes que consumen alcohol consiguen

las bebidas de fuentes “sociales” — padres de otros adolescentes, hermanos mayores y otros familiares y amigos. Cuando estas personas les proveen bebidas alcohólicas a los adolescentes, no solamente afectan

negativamente los esfuerzos de los padres para proteger a sus hijos, sino que también violan la ley.

La nueva campaña nacional llamada *No le servimos a menores* es un esfuerzo destinado a reducir el consumo de alcohol de los menores de 21 años centrando la atención en estas “fuentes sociales”.

Lydia Parnes, Directora del *Negociado de Protección al Consumidor* de la FTC declaró: “Todos los adultos pueden cumplir una función para reducir el acceso de los adolescentes a las bebidas alcohólicas. El objetivo de esta campaña es brindarles a los padres y demás adultos las herramientas necesarias para ayudarlos a reducir el consumo de bebidas alcohólicas de los menores”.

Para facilitar a los adultos las herramientas necesarias para ocuparse de este tema, el sitio Web suministra recomendaciones sobre cómo:

- Hablar con los chicos sobre los peligros relacionados con el consumo de alcohol.
- Enseñarles a los adolescentes a decir “no” cuando alguien les ofrece alcohol.
- Hablar con los amigos, vecinos y otros miembros de su comunidad para informarles que no aprueban que los menores de 21 años consuman bebidas alcohólicas.

Vea *Menores*, p.4

FREE RESOURCES FROM THE FTC

To order free consumer publications, visit www.ftc.gov/bulkorder. Allow four to six weeks for delivery.

To see banners and buttons you can add to your website and link to an FTC web site, visit www.ftc.gov/ftc/consumer/partners.html.

To file a consumer fraud complaint, call 1-877-FTC-HELP and to file an identity theft complaint, call 1-877-ID-THEFT. Spanish-speaking counselors are available. You can also file a general complaint online at www.ftc.gov/complaint or an identity theft complaint at www.ftc.gov/idtheft.

RECURSOS GRATUITOS DE LA FTC

Para ordenar publicaciones para consumidores, visite en Internet www.ftc.gov/ordenar. Tenga en cuenta que los materiales serán entregados dentro de un plazo de entre cuatro y seis semanas.

Para ver los botones electrónicos y banderas que puede agregar a su sitio Web y para establecer un enlace electrónico con el sitio Web de la FTC, visite www.ftc.gov/ftc/consumer/partners.html.

Para presentar una queja de fraude contra el consumidor llame al 1-877-FTC-HELP y para presentar una queja sobre un caso de robo de identidad llame al 1-877-ID-THEFT. Estas líneas telefónicas disponen de consejeros hispanohablantes. También puede hacer una queja en Internet. Para quejas sobre temas generales visite www.ftc.gov/queja, para quejas sobre el robo de identidad visite www.ftc.gov/robodeidentidad.

Menores, de p.3

El sitio Web también proporciona recursos para ayudar a las organizaciones de la comunidad a limitar el acceso de los adolescentes a las bebidas alcohólicas. Estos recursos incluyen materiales



para enviar a los periódicos locales — como por ejemplo un artículo editorial, modelos de un comunicado de prensa, una carta para

el editor y una columna de opinión — y anuncios de servicio público de radio y televisión para enviar a las estaciones locales. Las organizaciones pueden colocar botones electrónicos y banderas de la campaña *No le servimos a menores* en sus sitios Web o comunicarles a los propietarios de licorerías locales acerca de la disponibilidad de materiales gratuitos para exhibir en sus tiendas. Para más información, visite en Internet www.dontserveteens.gov/espanol.

Entérate! de p.4

Las publicaciones *¡Entérate! Cómo ser un consumidor informado* y *Entérate y Enseña: Una Guía para la Educación y Asistencia de los Consumidores* están disponibles en Internet en www.ftc.gov/espanol. Usted puede pedir copias impresas en www.ftc.gov/ordenar. Ambas guías son gratuitas.

REACH OUT IN YOUR COMMUNITY

JANUARY
Free credit reports
Managing debt

FEBRUARY
National Consumer
Protection Week
(Feb. 4-11)
Buying jewelry

MARCH
Travel scams
Home improvement

ENSEÑE EN SU COMUNIDAD

ENERO
Informes de crédito
gratuitos
Administración de
deudas

FEBRERO
Semana Nacional de
Protección del
Consumidor (4 al 11
de febrero)
Cómo comprar joyas

MARZO
Estafas de viajes
Mejoras en el hogar