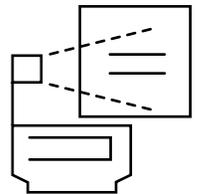


lección diez

acerca de la confidencialidad del consumidor



transparencias



la confidencialidad y la información

confidencialidad de la información:

- confidencialidad que involucra los derechos de los individuos con relación a la información sobre ellos que está circulando en la sociedad.

por qué la confidencialidad es un problema importante en la edad de la informática

- Mucha de la información sobre nosotros y nuestras actividades como consumidores está registrada y almacenada en los sistemas de computadoras.
- Nuestras computadoras se pueden compartir entre las organizaciones públicas y privadas. Por ejemplo, el IRS puede acceder a los datos financieros de su banco.
- Los datos de las computadoras pueden viajar y cambiar de manos en unos pocos segundos.
- Debido a estos factores, es de suma importancia tener datos correctos.

por qué la confidencialidad de la información es un asunto sensible

- ¡La información es un recurso de mucho valor!
- Hoy día el acceso a la información en nuestra sociedad ofrece muchos beneficios a los consumidores, y a la misma vez plantea una amenaza posible a nuestra confidencialidad.



tipos de información generalmente disponibles en las fuentes públicas

- Información demográfica (censo de los EE.UU.)
- Directorios telefónicos
- Archivos de nacimiento, matrimonio y divorcio
- Archivos de inscripciones para votar
- Contribuciones a las campañas
- Licencia de conducir e inscripción del vehículo
- Licencias y permisos (cazar, pescar, etcétera)
- Información legal (decisiones, bancarrotas, títulos de bienes raíces, etcétera)



bases de datos privadas disponibles solamente a aquellos individuos que tengan un propósito legítimo

- Información acerca del empleo

- Informes de crédito

- Información sobre los impuestos
(IRS y la Junta Estatal de Impuestos)

- Antecedentes penales

- Archivos sobre servicios sociales
(asistencia social, Medicaid, etcétera)

- Archivos escolares

- Archivos médicos



cómo enmendar o corregir los informes

la ley de confidencialidad

requiere que cada agencia federal que mantenga archivos permita que los individuos soliciten enmiendas a los mismos.

para enmendar o borrar un archivo, debe:

- Ponerse en contacto con la agencia en cuestión
- Esperar la revisión administrativa de la petición
- Si se niega la petición, puede pedir una revisión por los tribunales

la ley de informes justos sobre el crédito (fair credit reporting act)

otorga a los consumidores el derecho de disputar la información incorrecta y les permite insertar en un informe de crédito su propia versión de la información bajo disputa.



¿qué hay en un perfil de una base de datos?

Información sobre usted que está almacenada en los sistemas de computadoras y que se puede usar por una variedad de organizaciones, como:

- Dirección
- Números de teléfono y fax
- Número de seguro social
- Números de tarjetas de crédito
- Número de licencia de conducir
- Número de cuenta bancaria
- Historia del préstamo estudiantil
- Historial médico
- Archivo como conductor
- Archivos de seguro contra accidentes en el trabajo y de seguro
- Archivos sobre los impuestos
- Afiliaciones políticas
- Patrones de gastos
- Preferencias en cuanto a productos
- Ingreso estimado



lo que dice la ley: protección federal de la confidencialidad

1970: ley de informes justos sobre el crédito (fair credit reporting act)

- Garantiza los derechos del consumidor en la recopilación y reportaje de información para crédito, empleo, seguro y otras transacciones comerciales del consumidor.

1974: ley de confidencialidad (privacy act)

- Da a los ciudadanos estadounidenses el derecho a pedir, inspeccionar y objetar a sus propios archivos federales.

1974: ley de derechos educativos y de confidencialidad de la familia (family educational rights and privacy act)

- Da a los padres y a los estudiantes mayores de 18 años de edad acceso a los archivos de la escuela del estudiante.

1975: ley de oportunidad igual para el crédito (equal credit opportunity act)

- Prohíbe la discriminación al otorgar crédito debido a la edad, sexo, estado civil, religión, grupo étnico, origen nacional o recibo de asistencia pública.

1976: ley de reforma a los impuestos (tax reform act)

- Limita la divulgación de información sobre los impuestos y requiere que se notifique a los contribuyentes cuando los encargados de archivos requieren sus archivos impositivos.

1978: ley de derechos a la confidencialidad financiera (rights to financial privacy act)

- Establece las condiciones bajo las cuales los investigadores federales puedan acceder a los archivos de la cuenta bancaria de un individuo.



lo que dice la ley: protección federal de la confidencialidad

1978: ley de transferencia electrónica de fondos (electronic fund transfer act)

- Requiere que los bancos proporcionen servicios de transferencia electrónica de fondos (EFT por sus siglas en inglés) para divulgar las circunstancias bajo las cuales la información sobre las cuentas se podría divulgar a terceros.

1980: ley de protección de confidencialidad (privacy protection act)

- Protege a la prensa y a otras personas que difunden información al público contra el allanamiento y secuestro del producto de su trabajo y otros materiales.

1984: ley de normas sobre la comunicación por cable (cable communications policy act)

- Protege la confidencialidad de los archivos de los suscriptores a la televisión por cable.

1986: ley de la confidencialidad de las comunicaciones electrónicas (electronic communications privacy act)

- Protege la confidencialidad de las comunicaciones electrónicas y los datos sobre las transacciones como los archivos telefónicos.

1988: ley de comparación por computadora y protección de la confidencialidad (computer matching and privacy protection act)

Protege la confidencialidad individual en conexión con los programas gubernamentales de beneficios donde los informes de un individuo en una agencia del gobierno se comparan con archivos similares en otras agencias.



cómo proteger su confidencialidad: sus opciones como un consumidor

“cómo optar por no participar” en los programas de mercadeo directo

- Pídale al comerciante que le borren de su lista de correspondencia.
- Póngase en contacto con la Asociación de Mercadeo Directo (Direct Marketing Association o DMA en inglés) para que borren su nombre de las listas de correspondencia de sus miembros:

Direct Marketing Association

Mail Preference Service

P.O. Box 9008

Farmingdale, NY 11735-9008

www.the-dma.org

- Póngase en contacto con la DMA para que borren su nombre de las listas telefónicas de sus miembros:

Direct Marketing Association

Telephone Preference Service

P.O. Box 9014

Farmingdale, NY 11735-9014

www.the-dma.org

sus opciones como consumidor

- Proporcione solamente la información necesaria en las tarjetas de garantía de los productos.
- Nunca dé por teléfono información personal ni financiera a menos que conozca la compañía y la forma como se usará la información.
- No dé información personal en las transacciones en el punto de venta.



¿qué hay en un informe de crédito?

información que lo identifica:

- Su nombre, número de seguro social, dirección y a veces número de teléfono, dirección anterior y empleador.

antecedentes de crédito:

- Tipos de crédito anteriores y actuales, proveedores de crédito, hábitos de pago, obligaciones y deudas pendientes y el grado de crédito otorgado.

información en los archivos públicos:

- Generalmente limitado a los derechos de preferencia a favor de los créditos impositivos, sentencias y bancarrotas.

los que han pedido la información anteriormente

- Nombres de las personas que han pedido información sobre este consumidor en el pasado.



la revisión de su informe de crédito

ley de informe justo del crédito

Estipula que un individuo, cuando lo solicita a la agencia de informes de crédito, puede tener acceso a una copia de su informe de crédito.

para recibir una copia de su informe de crédito, póngase en contacto con:

- **Experian Consumer Assistance Center**
P.O. Box 749029
Dallas, TX 75374-9029
1-800-643-3334
www.experian.com
- **Equifax Credit Information Services**
P.O. Box 105873
Atlanta, GA 30348
1-800-685-1111
www.equifax.com
- **Trans Union Consumer Relations**
P.O. Box 390
Philadelphia, PA 19064-0390
1-800-916-8800
www.tuc.com

se pueden dirigir preguntas adicionales sobre sus derechos en cuanto a su informe de crédito a:

- **Federal Trade Commission**
Correspondence Branch
Washington, DC 20580



dispositivos y servicios de las telecomunicaciones

- Teléfono (inclusive teléfonos celulares)
- Facsímiles (fax)
- Servicios de computadora en línea
- Identificación del llamador
- Número de identificación automática
(ANI por sus siglas en inglés)



vigilancia electrónica en el lugar de trabajo

tipos de vigilancia electrónica

- Vigilancia telefónica

- Vigilancia de correo de voz y de correo electrónico

- Vigilancia de sus golpes de las tecla de computadora

- Detectores de ubicación

- Cámaras de vídeo para la vigilancia

lección diez

acerca de la confidencialidad del consumidor



actividades estudiantiles

nombre: _____

fecha: _____



pruebe sus conocimientos sobre la confidencialidad

conteste cada una de las preguntas siguientes en el espacio proporcionado.

1. Explique por qué la confidencialidad es un problema crucial de la edad de la informática.

2. Para las siguientes fuentes de información, ponga "**Pub.**" al lado de la información disponible en fuentes públicas y ponga "**Pr.**" al lado de la información que generalmente está sujeta a las restricciones de la confidencialidad.

Directorios telefónicos

Archivos sobre matrimonio y divorcio

Archivos de personal

Informes de crédito

Tenencia de bienes raíces

Archivos sobre suscripciones

Archivos sobre la inscripción para votar

Contribuciones a las campañas políticas

Licencias de conducir

Archivos médicos

3. Liste tres ventajas para usted si una compañía mantiene un perfil en una base de datos sobre usted. Liste tres desventajas.

4. Nombre cuatro elementos que forman parte de un informe de crédito.

5. Explique por qué es importante tener buenos antecedentes de crédito.



pruebe sus conocimientos sobre la confidencialidad clave de respuestas

conteste cada una de las preguntas siguientes en el espacio proporcionado.

1. Explique por qué la confidencialidad es un problema crucial de la edad de la informática.

Los registros en las computadoras se pueden almacenar y compartir a través de grandes distancias entre muchas organizaciones.

Los consumidores deben ser informados acerca de quién tiene acceso a estos informes y cómo pueden ser usados.

2. Para las siguientes fuentes de información, ponga "Pub." al lado de la información disponible en fuentes públicas y ponga "Pr." al lado de la información que generalmente está sujeta a las restricciones de la confidencialidad.

Pub. Directorios telefónicos

Pr. Archivos sobre suscripciones

Pub. Archivos sobre matrimonio y divorcio

Pub. Archivos sobre la inscripción para votar

Pr. Archivos de personal

Pub. Contribuciones a las campañas políticas

Pr. Informes de crédito

Pub. Licencias de conducir

Pub. Tenencia de bienes raíces

Pr. Archivos médicos

3. Liste tres ventajas para usted si una compañía mantiene un perfil en una base de datos sobre usted. Liste tres desventajas.

Ventajas:

- 1. Recibir correspondencia directa relacionada con sus intereses y de compañías donde ha comprado antes.*
- 2. Recibir descuentos especiales y ofertas promocionales.*
- 3. Uso más amplio de las ofertas hechas a los consumidores que de otra manera quizás no las reciban.*

Desventajas

- 1. Se puede alquilar o vender su perfil a otra compañía.*
- 2. Es posible que reciba solicitudes no deseadas por correo o por teléfono.*
- 3. Es posible que le nieguen un préstamo, un empleo, un seguro o una licencia debido a una mancha en su perfil.*

4. Nombre cuatro elementos que forman parte de un informe de crédito.

- 1. Información que lo identifica: nombre, número de seguro social, dirección y puede incluir el número de teléfono, direcciones anteriores y empleador.*
- 2. Antecedentes de crédito: tipos de crédito anteriores y actuales, fuentes y medida de crédito otorgado.*
- 3. Información de archivos públicos: litigios, , bancarrotas, sentencias, etcétera.*
- 4. Solicitantes previos: los nombres de los que han pedido información en el pasado sobre este individuo.*

5. Explique por qué es importante tener buenos antecedentes de crédito.

Cuando solicite cosas como un préstamo de estudiante, una línea de crédito, hipoteca, préstamo para un automóvil, tarjeta de crédito o un apartamento, necesitará buenos antecedentes de crédito o es posible que se niegue su petición.

nombre: _____

fecha: _____



¿qué haría usted?

lea los ejemplos descritos abajo y luego indique cómo respondería a cada uno.

1. Ha solicitado un préstamo de estudiante y le dicen que fue rechazado debido a un pago atrasado en su tarjeta de crédito. Usted quiere averiguar exactamente lo que dice su informe de crédito y hacer cualesquiera correcciones que sean necesarias.

2. Ha estado recibiendo catálogos de equipo deportivo que no tiene ningún interés en comprar. Sin embargo, también recibe catálogos de fabricantes de ropa que sí quiere seguir recibiendo. Le gustaría que borrarán su nombre solamente de la lista de correspondencia de la compañía de equipo deportivo.

3. El montón de catálogos de pedidos por correo en su escritorio ha crecido hasta una altura cuatro pies. Ya no quiere recibir materiales de mercadeo directo de ninguna compañía y quiere que borren su nombre de todas las listas.

4. Quiere seguir recibiendo ofertas mercadeo directo por correo, pero no por teléfono.



¿qué haría usted? clave de respuestas

lea los ejemplos descritos abajo y luego indique cómo respondería a cada uno.

1. Ha solicitado un préstamo de estudiante y le dicen que fue rechazado debido a un pago atrasado en su tarjeta de crédito. Usted quiere averiguar exactamente lo que dice su informe de crédito y hacer cualesquiera correcciones que sean necesarias.

Haría lo siguiente: (1) pedir una copia de su archivo de las tres compañías principales de informes de crédito (es gratuita si le han rechazado un préstamo) y (2) avisar a la agencia si existen unos errores.

2. Ha estado recibiendo catálogos de equipo deportivo que no tiene ningún interés en comprar. Sin embargo, también recibe catálogos de fabricantes de ropa que sí quiere seguir recibiendo. Le gustaría que borrarán su nombre solamente de la lista de correspondencia de la compañía de equipo deportivo.

Escribir directamente a la compañía de equipo deportivo y pedir que borren su nombre de su lista de correspondencia.

3. El montón de catálogos de pedidos por correo en su escritorio ha crecido hasta una altura cuatro pies. Ya no quiere recibir materiales de mercadeo directo de ninguna compañía y quiere que borren su nombre de todas las listas.

Escribir a la Direct Marketing Association y pedir que borren su nombre de las listas de todos los comerciantes que sean miembros de la DMA. Tenga en cuenta que no todos los comerciantes son miembros de la DMA.

4. Quiere seguir recibiendo ofertas de mercadeo directo por correo, pero no por teléfono.

Póngase en contacto con la Telephone Preference Service de la Direct Marketing Association y pida que borren su nombre de las listas telefónicas de todos sus miembros (tenga en cuenta que no todos los comerciantes son miembros de la DMA). Si recibió llamadas de mercadeo por teléfono y no quiere llamadas futuras de este vendedor telefónico, dígaselo, citando la ley federal.

¿qué haría usted? (continuación) clave de respuestas

5. Ha hecho varias llamadas a los números 800 y 900 y aunque nunca dejó su número de teléfono, está empezando a recibir llamadas telefónicas solicitantes de estas mismas compañías e individuos. Quiere estar seguro que cuando llama a un número 800 ó 900 que no está dejando involuntariamente su número de teléfono con ese comerciante.

Verifique con su compañía telefónica para ver si pueden insertar un mecanismo para bloquear esto números "ANI."

6. Su evaluación trimestral en el empleo no es tan buena como esperaba. Le gustaría averiguar lo que está en su archivo de personal que pudiera explicar la evaluación mediocre.

Simplemente diga a su supervisor que desea ver su archivo. Si su empleador se niega a darle acceso, llame al Departamento del Trabajo (Department of Labor) para determinar sus derechos como un empleado. Aunque no se requiere por ley, la mayoría de las compañías cumplen con los lineamientos publicados por la Comisión de Estudio de la Protección de la Confidencialidad (Privacy Protection Study Commission) en 1977, que permite a los empleados acceder a sus archivos de personal.

nombre: _____

fecha: _____



¿cuánto se sabe acerca de usted?



Analice la siguiente muestra de una tarjeta de garantía. Llénela, usando información verdadera o información ficticia. Después que haya terminado, dé la garantía a un compañero para que la examine. Es el trabajo del compañero estudiar cada pregunta y escribir por lo menos una compañía, o tipo de compañía, que pueda estar interesada en la respuesta.

PhoTech **IMPORTANT!**
PhoTech OWNER REGISTRATION
 Please fill out and return within the next 10 days

Welcome to the PhoTech family! Please complete this form and return it within 10 days to register your PhoTech product. A complete description of PhoTech's limited warranty is packaged with the product. Thank you!

1 1. Mr. 2. Mrs. 3. Ms. 4. Miss

FIRST NAME INITIAL LAST NAME

STREET ADDRESS APARTMENT #

CITY STATE ZIP CODE

2 DATE OF PURCHASE MONTH DAY YEAR

3 DEALER CITY STATE ZIP CODE

4 PRODUCT PURCHASED- Please indicate EXACT product name/number

5 DATE OF BIRTH of person whose name appears above MONTH DAY YEAR

6 MARITAL STATUS
 1. Married 2. Divorced
 3. Widowed 4. Single/Never Married

7 WHAT IS YOUR OCCUPATION? YOU SPOUSE

Homemaker	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
Professional/Technical	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
Executive/Administrative	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
Clerical or Social Worker	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Tradesman/Machine Operator/Laborer	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
Retired	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
Student	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
Self-Employed/Business Owner	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>

8 WHAT ARE THE AGES OF ALL CHILDREN LIVING AT HOME?

<input type="checkbox"/> None	<input type="checkbox"/> 5 yrs.	<input type="checkbox"/> 10 yrs.	<input type="checkbox"/> 15 yrs.
<input type="checkbox"/> Under 1	<input type="checkbox"/> 6 yrs.	<input type="checkbox"/> 11 yrs.	<input type="checkbox"/> 16 yrs.
<input type="checkbox"/> 1 yr.	<input type="checkbox"/> 7 yrs.	<input type="checkbox"/> 12 yrs.	<input type="checkbox"/> 17 yrs.
<input type="checkbox"/> 2 yrs.	<input type="checkbox"/> 8 yrs.	<input type="checkbox"/> 13 yrs.	<input type="checkbox"/> 18 yrs.
<input type="checkbox"/> 3 yrs.	<input type="checkbox"/> 9 yrs.	<input type="checkbox"/> 14 yrs.	<input type="checkbox"/> 19+ yrs.
<input type="checkbox"/> 4 yrs.	<input type="checkbox"/> 0 yrs.		

9 WHICH AMOUNT DESCRIBES YOUR FAMILY INCOME?

1. <input type="checkbox"/> Under \$10,000	5. <input type="checkbox"/> \$50,000-\$59,999
2. <input type="checkbox"/> \$20,000-\$29,999	6. <input type="checkbox"/> \$60,000-\$74,999
3. <input type="checkbox"/> \$30,000-\$39,999	7. <input type="checkbox"/> \$75,000-\$99,999
4. <input type="checkbox"/> \$40,000-\$49,999	8. <input type="checkbox"/> \$100,000 & over

¿cuánto se sabe acerca de usted? (continuación)

10 WHERE DID YOU PURCHASE THIS PRODUCT?

- 1 Camera Store 5 Catalog
 2 Discount Store 6 Received as a Gift
 3 Department Store 7 Sporting Goods Store
 4 Mail Order 8 Other

11 WHAT MOST INFLUENCED THE PURCHASE OF THIS PRODUCT?

- 1 Dealer recommendation
 2 Professional recommendation
 3 Ads
 4 Dealer ads
 5 Friends

12 THIS PRODUCT WILL BE USED PRIMARILY FOR:

- 1 Commercial/Industrial 4 Creative/Hobby
 2 Scientific/Medical 5 Family Travel
 3 Photo Journalism 6 Sport/Outdoors

13 HOW DID YOU PAY FOR THIS PRODUCT?

- 1 Cash 4 Store Credit Card
 2 Personal Check 5 Store Finance
 3 Credit Card 6 Other

14 WHICH OF THE FOLLOWING DO YOU USE REGULARLY?

- 1 American Express, Diners Club, Carte Blanche
 2 Bank Credit Card (MasterCard, Visa)
 3 Gas, Dept. Store, etc. Credit Cards
 4 Airline Club/Frequent Flyer Program
 5 None of the above

15 FOR YOUR PRIMARY RESIDENCE, DO YOU:

- 1 Own a house? 3 Rent an apartment?
 2 Rent a house? 4 Own a townhouse or condo?

16 TO HELP US UNDERSTAND OUR CUSTOMERS' LIFESTYLES, PLEASE INDICATE THE INTERESTS AND ACTIVITIES IN WHICH YOU OR YOUR SPOUSE ENJOY PARTICIPATING ON A REGULAR BASIS:

- | | | |
|--|---|--|
| 01. <input type="checkbox"/> Bicycling Frequently | 20. <input type="checkbox"/> Electronics | 39. <input type="checkbox"/> Our Nation's Heritage |
| 02. <input type="checkbox"/> Golf | 21. <input type="checkbox"/> Home Workshop/Do It Yourself | 40. <input type="checkbox"/> Real Estate Investment |
| 03. <input type="checkbox"/> Physical Fitness/Exercise | 22. <input type="checkbox"/> Motorcycles | 41. <input type="checkbox"/> Stock/Bond Investments |
| 04. <input type="checkbox"/> Running/Jogging | 23. <input type="checkbox"/> Recreational Vehicles | 42. <input type="checkbox"/> Veterans Benefits/Programs |
| 05. <input type="checkbox"/> Snow Skiing Frequently | 24. <input type="checkbox"/> Stereo, Records/Tapes/Disco | 43. <input type="checkbox"/> Entering Sweepstakes |
| 06. <input type="checkbox"/> Tennis Frequently | 25. <input type="checkbox"/> Avid Book Reading | 44. <input type="checkbox"/> Home Video Games |
| 07. <input type="checkbox"/> Bowling | 26. <input type="checkbox"/> Bible/Devotional Reading | 45. <input type="checkbox"/> Household Pets (cats, dogs, etc.) |
| 08. <input type="checkbox"/> Camping/Hiking | 27. <input type="checkbox"/> Current Affairs/Politics | 46. <input type="checkbox"/> Money Marketing Opportunities |
| 09. <input type="checkbox"/> Fishing Frequently | 28. <input type="checkbox"/> Health Foods/Vitamins | 47. <input type="checkbox"/> Science Fiction |
| 10. <input type="checkbox"/> Hunting/Shooting | 29. <input type="checkbox"/> House Plants | 48. <input type="checkbox"/> Wildlife/Environmental Issues |
| 11. <input type="checkbox"/> Power Boating | 30. <input type="checkbox"/> Photography | 49. <input type="checkbox"/> Career-Oriented Activities |
| 12. <input type="checkbox"/> Sailing | 31. <input type="checkbox"/> Attend Cultural/Arts Events | 50. <input type="checkbox"/> Personal/Home Computers |
| 13. <input type="checkbox"/> Crafts | 32. <input type="checkbox"/> Charities/Volunteer Activities | 51. <input type="checkbox"/> Science/New Technology |
| 14. <input type="checkbox"/> Crossword Puzzles | 33. <input type="checkbox"/> Fashion Clothing | 52. <input type="checkbox"/> Watching Cable TV |
| 15. <input type="checkbox"/> Needlework/Knitting | 34. <input type="checkbox"/> Fine Art/Antiques | 53. <input type="checkbox"/> Watching Sports on TV |
| 16. <input type="checkbox"/> Outdoor Gardening | 35. <input type="checkbox"/> Foreign Travel | 54. <input type="checkbox"/> NONE OF THE ABOVE |
| 17. <input type="checkbox"/> Sewing | 36. <input type="checkbox"/> Gourmet Cooking/Fine Foods | |
| 18. <input type="checkbox"/> Walking for Health | 37. <input type="checkbox"/> Coin/Stamp Collecting | |
| 19. <input type="checkbox"/> Automotive Work | 38. <input type="checkbox"/> Collectibles/Collections | |

17 FROM THE ABOVE LIST, PLEASE INDICATE THE NUMBERS REPRESENTING THE 3 MOST IMPORTANT ACTIVITIES FOR:

YOU

--	--	--

YOUR SPOUSE

--	--	--

Thanks for taking the time to fill out this questionnaire. Your answers will be used for market research studies and reports—and will help us better serve you in the future. They will also allow you to receive important mailings and special offers from a number of fine companies whose products and services relate directly to the specific interests, hobbies, and other information indicated above. Through this selective program, you will be able to obtain more information about activities in which you are involved and less about those in which you are not. Please check here if for some reason, you would prefer not to participate in the opportunity



¿cuánto se sabe acerca de usted?

clave de respuestas



Analice la siguiente muestra de una tarjeta de garantía completada y la clave de respuestas para determinar las compañías o tipos de compañías interesadas basado en el ejemplo.

PhoTech **IMPORTANT!**
PhoTech OWNER REGISTRATION
 Please fill out and return within the next 10 days

Welcome to the PhoTech family! Please complete this form and return it within 10 days to register your PhoTech product. A complete description of PhoTech's limited warranty is packaged with the product. Thank you!

1 1. Mr. 2. Mrs. 3. Ms. 4. Miss

DEBRA **A** **ADAMS**
 FIRST NAME INITIAL LAST NAME

123 MAIN STREET **APT 4**
 STREET ADDRESS APARTMENT #

ANYTOWN **CA** **00000**
 CITY STATE ZIP CODE

2 DATE OF PURCHASE **03** **10** **99**
 MONTH DAY YEAR

3 **DEALER**
 CITY STATE ZIP CODE

4 **PDQ340 35MM CAM**
 PRODUCT PURCHASED- Please indicate EXACT product name/number

5 DATE OF BIRTH of person whose name appears above **04** **23**
 MONTH DAY YEAR

6 MARITAL STATUS
 1. Married 2. Divorced
 3. Widowed 4. Single/Never Married

7 WHAT IS YOUR OCCUPATION? YOU SPOUSE

Homemaker	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
Professional/Technical	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
Executive/Administrative	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
Clerical or Social Worker	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Tradesman/Machine Operator/Laborer	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
Retired	6. <input checked="" type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
Student	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
Self-Employed/Business Owner	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>

8 WHAT ARE THE AGES OF ALL CHILDREN LIVING AT HOME?

<input checked="" type="checkbox"/> None	<input type="checkbox"/> 5 yrs.	<input type="checkbox"/> 10 yrs.	<input type="checkbox"/> 15 yrs.
<input type="checkbox"/> Under 1	<input type="checkbox"/> 6 yrs.	<input type="checkbox"/> 11 yrs.	<input type="checkbox"/> 16 yrs.
<input type="checkbox"/> 1 yr.	<input type="checkbox"/> 7 yrs.	<input type="checkbox"/> 12 yrs.	<input type="checkbox"/> 17 yrs.
<input type="checkbox"/> 2 yrs.	<input type="checkbox"/> 8 yrs.	<input type="checkbox"/> 13 yrs.	<input type="checkbox"/> 18 yrs.
<input type="checkbox"/> 3 yrs.	<input type="checkbox"/> 9 yrs.	<input type="checkbox"/> 14 yrs.	<input type="checkbox"/> 19+ yrs.
<input type="checkbox"/> 4 yrs.			

9 WHICH AMOUNT DESCRIBES YOUR FAMILY INCOME?

1. <input type="checkbox"/> Under \$19,999	5. <input type="checkbox"/> \$50,000-\$59,999
2. <input checked="" type="checkbox"/> \$20,000-\$29,999	6. <input type="checkbox"/> \$60,000-\$74,999
3. <input type="checkbox"/> \$30,000-\$39,999	7. <input type="checkbox"/> \$75,000-\$99,999
4. <input type="checkbox"/> \$40,000-\$49,999	8. <input type="checkbox"/> \$100,000 & over



¿cuánto se sabe acerca de usted?

(continuación) clave de respuestas

10 WHERE DID YOU PURCHASE THIS PRODUCT?

- 1 Camera Store
- 2 Discount Store
- 3 Department Store
- 4 Mail Order
- 5 Catalog
- 6 Received as a Gift
- 7 Sporting Goods Store
- 8 Other

11 WHAT MOST INFLUENCED THE PURCHASE OF THIS PRODUCT?

- 1 Dealer recommendation
- 2 Professional recommendation
- 3 Ads
- 4 Dealer ads
- 5 Friends

12 THIS PRODUCT WILL BE USED PRIMARILY FOR:

- 1 Commercial/Industrial
- 2 Scientific/Medical
- 3 Photo Journalism
- 4 Creative/Hobby
- 5 Family Travel
- 6 Sport/Outdoors

13 HOW DID YOU PAY FOR THIS PRODUCT?

- 1 Cash
- 2 Personal Check
- 3 Credit Card
- 4 Store Credit Card
- 5 Store Finance
- 6 Other

14 WHICH OF THE FOLLOWING DO YOU USE REGULARLY?

- 1 American Express, Diners Club, Carte Blanche
- 2 Bank Credit Card (MasterCard, Visa)
- 3 Gas, Dept. Store, etc. Credit Cards
- 4 Airline Club/Frequent Flyer Program
- 5 None of the above

15 FOR YOUR PRIMARY RESIDENCE, DO YOU:

- 1 Own a house?
- 2 Rent a house?
- 3 Rent an apartment?
- 4 Own a townhouse or condo?

16 TO HELP US UNDERSTAND OUR CUSTOMERS' LIFESTYLES, PLEASE INDICATE THE INTERESTS AND ACTIVITIES IN WHICH YOU OR YOUR SPOUSE ENJOY PARTICIPATING ON A REGULAR BASIS:

- | | | |
|---|---|--|
| 01. <input type="checkbox"/> Bicycling Frequently | 20. <input type="checkbox"/> Electronics | 39. <input type="checkbox"/> Our Nation's Heritage |
| 02. <input type="checkbox"/> Golf | 21. <input type="checkbox"/> Home Workshop/Do It Yourself | 40. <input type="checkbox"/> Real Estate Investment |
| 03. <input type="checkbox"/> Physical Fitness/Exercise | 22. <input type="checkbox"/> Motorcycles | 41. <input type="checkbox"/> Stock/Bond Investments |
| 04. <input type="checkbox"/> Running/Jogging | 23. <input type="checkbox"/> Recreational Vehicles | 42. <input type="checkbox"/> Veterans Benefits/Programs |
| 05. <input type="checkbox"/> Snow Skiing Frequently | 24. <input type="checkbox"/> Stereo, Records/Tapes/Disks | 43. <input type="checkbox"/> Entering Sweepstakes |
| 06. <input type="checkbox"/> Tennis Frequently | 25. <input checked="" type="checkbox"/> Avid Book Reading | 44. <input type="checkbox"/> Home Video Games |
| 07. <input type="checkbox"/> Bowling | 26. <input type="checkbox"/> Bible/Devotional Reading | 45. <input type="checkbox"/> Household Pets (cats, dogs, etc.) |
| 08. <input type="checkbox"/> Camping/Hiking | 27. <input type="checkbox"/> Current Affairs/Politics | 46. <input type="checkbox"/> Money Marketing Opportunities |
| 09. <input type="checkbox"/> Fishing Frequently | 28. <input type="checkbox"/> Health Foods/Vitamins | 47. <input type="checkbox"/> Science Fiction |
| 10. <input type="checkbox"/> Hunting/Shooting | 29. <input type="checkbox"/> House Plants | 48. <input type="checkbox"/> Wildlife/Environmental Issues |
| 11. <input type="checkbox"/> Power Boating | 30. <input type="checkbox"/> Photography | 49. <input type="checkbox"/> Career-Oriented Activities |
| 12. <input type="checkbox"/> Sailing | 31. <input type="checkbox"/> Attend Cultural/Arts Events | 50. <input type="checkbox"/> Personal/Home Computers |
| 13. <input type="checkbox"/> Crafts | 32. <input type="checkbox"/> Charities/Volunteer Activities | 51. <input type="checkbox"/> Science/New Technology |
| 14. <input type="checkbox"/> Crossword Puzzles | 33. <input type="checkbox"/> Fashion Clothing | 52. <input type="checkbox"/> Watching Cable TV |
| 15. <input type="checkbox"/> Needlework/Knitting | 34. <input type="checkbox"/> Fine Art/Antiques | 53. <input type="checkbox"/> Watching Sports on TV |
| 16. <input checked="" type="checkbox"/> Outdoor Gardening | 35. <input checked="" type="checkbox"/> Foreign Travel | 54. <input type="checkbox"/> NONE OF THE ABOVE |
| 17. <input type="checkbox"/> Sewing | 36. <input type="checkbox"/> Gourmet Cooking/Fine Foods | |
| 18. <input type="checkbox"/> Walking for Health | 37. <input type="checkbox"/> Coin/Stamp Collecting | |
| 19. <input type="checkbox"/> Automotive Work | 38. <input type="checkbox"/> Collectibles/Collections | |

17 FROM THE ABOVE LIST, PLEASE INDICATE THE NUMBERS REPRESENTING THE 3 MOST IMPORTANT ACTIVITIES FOR:

YOU

YOU

YOUR SPOUSE

YOUR SPOUSE

Thanks for taking the time to fill out this questionnaire. Your answers will be used for market research studies and reports—and will help us better serve you in the future. They will also allow you to receive important mailings and special offers from a number of fine companies whose products and services relate directly to the specific interests, hobbies, and other information indicated above. Through this selective program, you will be able to obtain more information about activities in which you are involved and less about those in which you are not. Please check here if for some reason, you would prefer not to participate in the opportunity



¿cuánto se sabe acerca de usted?

clave de respuestas

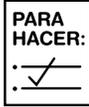
# de campo	compañía
2	PhoTech. Para actualizaciones de producto
4	Kodak u otra compañía de accesorios para fotografía
5	Asociación Americana de Personas Jubiladas o revistas dirigidas a los adultos de la tercera edad
6	Organizaciones para solteros y para citas
7	Productos y servicios relacionados con tiempo libre
8	Ninguno en este caso
9	Ofertas de tarjetas de crédito
10	Otras compañías de catálogos de pedidos por correo
11	Editores de revistas fotográficas
12	Oportunidades de viajes, clubes de aerolíneas
13	Otras ofertas de tarjetas de crédito
14	Bancos y otros prestamistas, compañías de seguro
16	Catálogos de accesorios para el jardín, clubes de libros, clubes de viajes (por ejemplo, Elderhostel)

nombre: _____

fecha: _____



lo que su correspondencia puede decirle



Recopile ejemplos de catálogos, ofertas para loterías especiales, ofertas de correo directo y otros materiales sin solicitar que reciba por correo. Mire quién envió los materiales y luego pregúntese:

1. ¿Qué se conoce acerca de su edad, sexo, ingreso, intereses y actividades (o los de sus padres)?

2. ¿De dónde obtuvo la compañía su nombre y dirección (o los de sus padres)?

prueba de la lección diez: acerca de la confidencialidad del consumidor



verdadero o falso

1. La Ley de Libertad de Información (Freedom of Information Act) permite acceso a la mayoría, pero no todos, los archivos privados de las compañías.
2. Las bases de datos públicas incluyen información cómo informes de crédito, archivos escolares y archivos médicos.
3. Un informe de crédito incluiría si una persona se declaró en bancarrota en el pasado.
4. Una agencia de crédito mantiene información sobre si las personas pagan sus cuentas a tiempo.
5. La Ley de Informes Justos sobre el Crédito (Fair Credit Reporting Act) permite que una persona acceda a su informe de crédito.

opción múltiple

6. Un ejemplo de archivos públicos sería:
 - A. cuenta de una tarjeta de crédito
 - B. un directorio telefónico
 - C. archivos médicos
 - D. una solicitud de empleo archivado con una compañía
7. Los archivos de la inscripción de votantes se consideran ser:
 - A. archivos públicos
 - B. archivos privados
 - C. archivos de una compañía
 - D. un perfil en una base de datos
8. Un informe de crédito incluiría lo siguiente sobre una persona:
 - A. datos sobre los impuestos federales sobre el ingreso
 - B. saldos de las cuentas eléctricas y otros servicios
 - C. antecedentes de salario
 - D. saldos de las cuentas en abonos
9. La organización que proporciona a las compañías información sobre el uso pasado del crédito de un individuo es:
 - A. una unión de crédito.
 - B. el Servicio de Asesoría de Crédito del Consumidor (Consumer Credit Counseling Service).
 - C. la Ley de Informes Justos sobre el Crédito (Fair Credit Reporting Act).
 - D. una agencia de crédito
10. Cuando está usando un ATM, su PIN está diseñado para:
 - A. indicar su saldo actual.
 - B. proporcionar al banco acceso a sus archivos financieros.
 - C. proporcionar seguridad como un usuario autorizado.
 - D. indicar su solvencia

prueba de la lección diez: acerca de la confidencialidad del consumidor

(continuación)

ejemplo

Virginia recientemente recibió cartas indicando que el pago de sus cuentas de crédito estaba vencido. Notó que las cartas provenían de compañías de las cuales nunca había hecho compras. Después de investigar más a fondo, se dio cuenta que las compras eran artículos que nunca había comprado. ¿Cuáles acciones le recomendaría a Virginia?

prueba de la lección diez: acerca de la confidencialidad del consumidor



clave de respuestas

verdadero o falso

1. f La Ley de Libertad de Información (Freedom of Information Act) permite acceso a la mayoría, pero no todos, los archivos privados de las compañías.
2. f Las bases de datos públicas incluyen información cómo informes de crédito, archivos escolares y archivos médicos.
3. v Un informe de crédito incluiría si una persona se declaró en bancarrota en el pasado.
4. v Una agencia de crédito mantiene información sobre si las personas pagan sus cuentas a tiempo.
5. v La Ley de Informes Justos sobre el Crédito (Fair Credit Reporting Act) permite que una persona acceda a su informe de crédito.

opción múltiple

6. B Un ejemplo de archivos públicos sería:
 - A. cuenta de una tarjeta de crédito
 - B. un directorio telefónico
 - C. archivos médicos
 - D. una solicitud de empleo archivado con una compañía
7. A Los archivos de la inscripción de votantes se consideran ser:
 - A. archivos públicos
 - B. archivos privados
 - C. archivos de una compañía
 - D. un perfil en una base de datos
8. D Un informe de crédito incluiría lo siguiente sobre una persona:
 - A. datos sobre los impuestos federales sobre el ingreso
 - B. saldos de las cuentas eléctricas y otros servicios
 - C. antecedentes de salario
 - D. saldos de las cuentas en abonos
9. D La organización que proporciona a las compañías información sobre el uso pasado del crédito de un individuo es:
 - A. una unión de crédito.
 - B. el Servicio de Asesoría de Crédito del Consumidor (Consumer Credit Counseling Service).
 - C. la Ley de Informes Justos sobre el Crédito (Fair Credit Reporting Act).
 - D. una agencia de crédito
10. C Cuando está usando un ATM, su PIN está diseñado para:
 - A. indicar su saldo actual.
 - B. proporcionar al banco acceso a sus archivos financieros.
 - C. proporcionar seguridad como un usuario autorizado.
 - D. indicar su solvencia

prueba de la lección diez: acerca de la confidencialidad del consumidor (continuación) clave de respuestas

ejemplo

Virginia recientemente recibió cartas indicando que el pago de sus cuentas de crédito estaba vencido. Notó que las cartas provenían de compañías de las cuales nunca había hecho compras. Después de investigar más a fondo, se dio cuenta que las compras eran artículos que nunca había comprado. ¿Cuáles acciones le recomendaría a Virginia?

Aparentemente Virginia fue víctima de robo de identidad. Ella necesita ponerse en contacto con estas compañías para cancelar estas cuentas y explicar la situación. Necesita revisar su informe de crédito para detectar otros abusos en sus archivos financieros y también revisar su informe de crédito cada varios meses. También debe ser cuidadosa con el uso de su número de seguro social en el futuro.