

Finanzas creativas y nociones de ciudadanía

**Cesar Augusto Silva Giraldo
Angélica Nohemy Rangel Pico
Orlando Celis Salazar**

**EDITORIAL
EIDEC**

Educación Financiera

Silva Giraldo, Cesar Augusto, Rangel Pico, Angélica Nohemy & Celis Salazar Orlando (2019). Finanzas Creativas Y Nociones En Ciudadanía – Educación Financiera. Primera Ed. Girón - Santander – Colombia.

EIDEC Editorial 2019.

Escuela Internacional de Negocios y Desarrollo Empresarial de Colombia.
editorial@eidec.com.co

ISBN 978-958-52030-0-6

Impresión en papel

ISBN 978-958-52030-3-7

Digital

FINANZAS CREATIVAS

Y

NOCIONES EN CIUDADANÍA¹

EDUCACIÓN FINANCIERA

Cesar Augusto Silva Giraldo

Angélica Nohemy Rangel Pico

Orlando Celis Salazar

¹Derivado del proyecto de Investigación: Diseño De Un Sistema De Medición De Impacto Social Del Proyecto De Educación Financiera Desarrollado En Uniminuto Bucaramanga Durante El Año 2.016 - Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

CONTENIDO

PRÓLOGO	5
INTRODUCCIÓN.....	7
CAPITULO No. 1 NOCIONES EN CIUDADANÍA	9
1.1. ¿Qué es ser ciudadano?.....	9
1.2. ¿Qué es educar para la ciudadanía?	10
1.3 ¿Qué es ciudadanía para la toma de decisiones?	11
Taller de Aplicación.....	13
CAPITULO No. 2: EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL CONSUMIDOR INTELIGENTE.	14
2.1. Educación y Seguridad Financiera.....	14
2.1.1. ¿Qué es la educación financiera?	14
2.1.2. ¿En qué consiste la seguridad financiera?.....	15
2.2. El Consumidor Inteligente	15
Taller de Aplicación.....	17
CAPÍTULO No. 3: EL AHORRO - EL PRESUPUESTO PERSONAL – EL CRÉDITO. 19	
3.1. El Ahorro	19
3.1.1. ¿Qué es el ahorro?.....	19
3.1.2. ¿Por qué se debe ahorrar?.....	19
3.1.3. ¿Cómo Ahorrar?.....	20
3.1.3.1. Ahorre para emergencias:.....	20
3.1.3.2. Elabore su plan de ahorro.....	21
3.2 El Presupuesto Personal.....	22
3.2.1 ¿Qué es un presupuesto?	22
3.2.2. ¿Para qué sirve el presupuesto?.....	23
3.2.1.1. Factores antes de elaborar el presupuesto	24
3.2.1.2. Pasos al elaborar el presupuesto.....	24
3.3 El Crédito.....	25
3.3.1 ¿Qué es el crédito?	25
3.3.2 Tarjetas de crédito.....	26
3.3.3 Préstamos personales o de libre inversión.....	27

3.3.4 Créditos específicos.....	27
3.3.5 Créditos de nómina.....	28
3.3.6 Aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de acceder al crédito.....	28
Taller de Aplicación.....	30
CAPITULO No. 4: COMERCIO JUSTO	32
4.1. ¿Qué es el Comercio Justo?	32
Talleres de Aplicación	34
CAPÍTULO No. 5: CONSUMO RESPONSABLE	38
5.1. ¿Qué es Consumo Responsable?	38
5.1.2. ¿Cómo practicar el consumo responsable?	38
5.1.3. Características del consumo responsable	39
5.1.4. ¿Quién es el consumidor responsable?.....	39
5.1.5. ¿En qué consiste el consumo y la producción Sostenible?	40
Talleres de Aplicación	42
CAPITULO No. 6: EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO.....	46
6.1 ¿Qué es emprendimiento?.....	46
6.2 ¿Qué es la Actitud Emprendedora?	47
6.3 ¿Por qué es importante el emprendimiento?.....	48
6.4 Perfil del emprendedor.....	48
Taller de Aplicación.....	50
Referencias Bibliográficas	53

PRÓLOGO

La formación en educación financiera siempre ha sido desarrollada con el fin de profundizar en el acceso a los servicios financieros por parte de la población. La obra “finanzas creativas y nociones en ciudadanía”, va más allá; primero es el resultado de un proyecto ejecutado por la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, centro regional Bucaramanga, en el cual se buscaba identificar cuáles eran las necesidades específicas en niños, jóvenes y adultos en el manejo del dinero y con ello la toma de decisiones acertadas, fundamentado en el desconocimiento y desinformación de la población en los temas básicos de economía y finanzas.

La investigación permitió establecer cuáles eran las bases que se deben tener en cuenta para una formación adecuada en educación financiera, buscando generar habilidades y destrezas en los individuos, con el fin de ser competentes en el manejo de las finanzas personales en el transcurso de su vida. Para ello se determinó que lo primero es crear ciudadanía, buscando la interacción entre los individuos, permitiendo formar comunidades que conocen y comprenden el contexto social en el que se encuentran, llevando a que el individuo cuestione la realidad y de esta forma sea formulador de propuestas de transformación social, partiendo del ser individual al colectivo.

Una vez abordado lo anterior se concluyó que las temáticas reales e importantes desde el ser individual son la educación y seguridad financiera basado en el consumo inteligente, el ahorro, el presupuesto personal y el crédito, a partir de ello se crean unas bases sólidas, llevando a fortalecer la relación de individuo con su entorno, para ello se tocan las temática

del comercio justo, consumo responsable, creando en él una visión de comunidad y el respeto por el medio ambiente y social.

Por último se hace un breve análisis del entorno del emprendimiento desde una perspectiva de lo tradicional a lo social, buscando que se logre la generación de ideas de negocios basados en una visión de comunidad.

Cesar Augusto Silva Giraldo

INTRODUCCIÓN

En la actual sociedad moderna y mediada por el uso de las tecnologías, contar con los conocimientos financieros se convierte en una necesidad, ya que a diario el ser humano se enfrenta a la toma de decisiones importantes para el desarrollo de su propio bienestar, tales como: ¿qué producto comprar?, ¿cuál se consideraría más seguro y rentable?, en ¿dónde depositar los ahorros?, ¿qué y cuál préstamo es el que ofrece un costo más estable en el tiempo? ... estas y otras razones son elementos necesarios para el fortalecimiento de las decisiones responsables y el desarrollo de la libertad personal, aspectos asociados a los rendimientos, costos y riesgos a la hora de elegir sobre ¿qué y cómo invertir?, tomando entonces, cada vez más relevancia en la necesidad de formarse en conocimientos financieros (Domínguez, 2013).

La obra “finanzas creativas y nociones en ciudadanía”, se presenta como resultado del proyecto de investigación, realizado por la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, centro regional Bucaramanga, experiencia que nació de las necesidades específicas en niños, jóvenes y adultos en el manejo del dinero y con ello la toma de decisiones acertadas, a partir del desconocimiento y desinformación de la población en los temas básicos de economía y finanzas, que dejó como producto de este ejercicio, la siguiente cartilla estructurada por 6 capítulos organizados así; **capítulo 1- los principios de ciudadanía**, entendida desde la educación en ciudadanía, vista desde el aprendizaje como una forma de vida, y como la toma de decisiones trae consigo mejora a su bienestar; **capítulo 2- la educación y seguridad financiera**, partiendo del concepto de educación financiera y el consumo inteligente como estrategia de crecimiento personal y social;

capítulo 3- el ahorro- el presupuesto personal- el crédito- apartado orientado hacia el reconocimiento de algunas posibilidades o recomendaciones al momento de realizar un plan de ahorro; **capítulo 4 – el comercio justo**, visto como una alternativa moderna y sostenible frente al comercio tradicional; **capítulo 5- consumo responsable-** se basa en el fomento de la conciencia y la cultura crítica, desde una mirada ética y activa como ciudadanos responsables de sí mismo y de entorno y finalmente se encuentra el **capítulo 6- El entorno del emprendimiento-** capítulo que plantea la capacidad de comprender los conceptos básicos y fundamentales sobre el emprendimiento y su importancia, considerada también una opción de vida, una alternativa de realización personal y de desarrollo profesional como alternativa de mejora en su calidad de vida.

Adicionalmente se encontrara, entre capítulos, una serie de actividades, ejemplificadas a manera de taller práctico, cada una de ellas cuenta con un objetivo definido, una técnica para su desarrollo y una descripción detallada de la actividad, es importante mencionar que cada ejercicio práctico presentado está directamente relacionado con el contenido misma de la obra.

CAPITULO No. 1 NOCIONES EN CIUDADANÍA

Objetivo: Formar en principios de ciudadanía como estrategia de crecimiento personal y social.

1.1.¿Qué es ser ciudadano?

Cortina (2000) aduce que el concepto de ciudadanía hace referencia a ciertos estatus del individuo en relación a la comunidad de la que forma parte y con la cual se identifica, reconociéndose como miembro de ella. De ahí que se asuman como propios los elementos constitutivos de esa comunidad, lo anterior explica la integración entre el estatus legal, del individuo del conjunto de derechos, y el estatus moral, como un conjunto de responsabilidades, que a su vez llevan a que el individuo sea participe en una sociedad (Cortina, 2000).

La Constitución Colombiana de 1991 y su desarrollo ha posibilitado en el País un crecimiento en la comprensión de la sociedad y del papel protagónico de los ciudadanos, como sujetos y actores responsables en la construcción de la misma. Igualmente, ha dotado a la nación de los soportes legales y jurídicos que favorecen el ejercicio de la ciudadanía, parte sustancial de este desarrollo lo constituye la normatividad y política educativa, que en general aún con dificultades y contradicciones, busca consolidar el sistema educativo para que desarrolle procesos educativos de calidad.

Lo anterior explica la creciente preocupación por incidir de manera efectiva en la unidad básica del sistema educativo como lo es la institución escolar, buscando su transformación y el compromiso de sus actores en la construcción y desarrollo del proyecto educativo que

posibilite ambientes, procesos y resultados pertinentes a las necesidades de la comunidad educativa y de la sociedad en la cual se haya inserta.

La educación implica comunicación, éste es un proceso dialógico en el que las partes intercambian sus perspectivas y visiones del mundo construyendo nuevos sentidos del mismo. Esto debería ser cierto en todas las instancias educativas, sin embargo aún se perpetúa en las instituciones escolares una jerarquía en la que el docente transmite información y conocimientos, y los educandos escuchan y almacenan la información (Vives, A., 2004).

La educación colombiana busca la formación integral de sus ciudadanos, partiendo del desarrollo de habilidades que le permiten enfrentar y resolver situaciones de su diario vivir; habilidades que dejan ver su formación cognitiva, emocional y comunicativa que constituye un saber vivir con los otros para la construcción de una sociedad democrática.

1.2. ¿Qué es educar para la ciudadanía?

En este contexto y atendiendo a la posibilidad de apoyar a través de diferentes recursos o materiales de apoyo docente, en este caso específico, la construcción de la cartilla finanzas creativas y nociones en ciudadanía, fundamentado en la convivencia escolar podría posibilitar el desarrollo de las competencias ciudadanas en las instituciones escolares. Estas se definen como:

“El conjunto de habilidades cognitivas, emocionales y comunicativas, conocimientos y actitudes que, articulados entre sí, hacen posible que el ciudadano actúe de manera constructiva en la sociedad democrática. Las competencias ciudadanas permiten que los ciudadanos contribuyan activamente a la convivencia pacífica, participen responsable y constructivamente en los procesos democráticos y

respeten y valoren la pluralidad y las diferencias, tanto en su entorno cercano (familia, amigos, aula, institución escolar), como en su comunidad, país o en el nivel internacional” (MEN, 2003: 2).

El ámbito escolar es el lugar en el que, por las características tan diversas de quienes lo conforman, se podría aprender con mayor facilidad a entender y respetar la diversidad, a desarrollar condiciones para una verdadera cooperación entre pares y a construir la identidad individual y de grupo (Hoyos, 2002). Estas condiciones convierten la institución educativa en un espacio privilegiado para el aprendizaje y mejoramiento de la convivencia escolar, la resolución de conflictos y las competencias ciudadanas, finalmente educar para la ciudadanía.

1.3 ¿Qué es ciudadanía para la toma de decisiones?

Se consideran ciudadano y específicamente la condición de estatus de ciudadanía se constituye como un elemento unificador e integrador de la sociedad. No es sólo un estatus que reconoce unos derechos políticos, sino también un proceso y una práctica por la que los ciudadanos comparten unos valores y normas de comportamiento que posibilitan la convivencia y les dota de una identidad colectiva, en este caso una identidad colectiva global.

Se consideran de gran valor, hacer una reflexión acerca de las diferentes nociones de ciudadanía, que se puede fortalecer a razón de la educación en ciudadanía.

- Conocer y comprender el contexto social en el que se encuentra; reconocerse como un ser histórico, cultural y social en relación a otros y a otra serie de realidades distintas o parecidas a la suya.

- Reconocer las relaciones multidimensionales, complejas y dinámicas que se dan en él, identificando así mismo que a su alrededor existe un sinnúmero de realidades, cosmovisiones y que éstas están ligadas no sólo a procesos locales sino de manera interdependiente a muchos de tipo global.
- Incorporar la pregunta como herramienta indispensable para el desarrollo del pensamiento crítico, el cuestionamiento de la realidad y la formulación de propuestas de transformación social.
- Los procesos de transformación social, que actúe de forma asertiva y decidida, comprendiendo la intencionalidad de las acciones y argumentos de los demás, y responder de forma argumentativa, coherente y lógica a las mismas y proponiendo nuevas alternativas.
- La ciudadanía se construye en comunidad, generar proceso de participación organizada e institucional, política, económica, social y cultural.

Taller de Aplicación

Nombre de la Actividad: Películas mudas.

Objetivo: Actuar con autonomía en la vida cotidiana y en las relaciones de grupo.

Técnica utilizada: El juego (4 o 5 equipos mixtos de estudiantes)

Duración: 60 minutos.

Materiales: De acuerdo a la creatividad de los estudiantes.

Conceptos a tener en cuenta: Interiorizar criterios éticos, desarrollar habilidades emocionales, comunicativas y sociales. Conocer y apreciar los valores y normas de convivencia y aprender a obrar de acuerdo con ellas.

Instrucciones:

Consiste en que cada grupo decide lo que quiere representar sobre las temáticas a tratar y tienen que poner por escrito que personaje van a representar (juego de roles) cada uno de forma expresiva sin utilizar la voz. Los demás grupos por orden lo tienen que acertar. Tienen un minuto por representación.

Variante: Lo anterior lo pueden hacer hablando, tarareando alguna canción.

CAPITULO No. 2: EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL CONSUMIDOR INTELIGENTE.

Objetivo: Formar en educación, seguridad financiera y el consumo inteligente como estrategia de crecimiento personal y social.

2.1. Educación y Seguridad Financiera

2.1.1. ¿Qué es la educación financiera?

La educación financiera. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE (2005). Es el proceso por el cual los consumidores e inversionistas financieros comprenden el manejo de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, a través de información y asesoramiento logran desarrollar habilidades y destrezas para ser más conscientes de las oportunidades y riesgos financieros, mejorando su bienestar económico (García et al, 2013).

Es por ello que hoy en día es un deber de todas las personas conocer y adquirir los conocimientos de carácter financiero permitiendo el desenvolvimiento de la vida diaria, esto conlleva a abrir una cuenta bancaria, comprar bienes y servicios a plazos, utilizar tarjetas para efectuar compras o sacar dinero de un cajero automático, etc.

Adicional a lo anterior llegar a comprender términos de la vida diaria como lo que son los impuestos, inflación, presupuestos, intereses, etc.

Por tanto la educación financiera pretende que los individuos administren el dinero, planifique el futuro y de esta manera tomen decisiones acertadas permitiendo que se elijan productos y servicios financieros que mejoren la calidad de vida individual y familiar.

2.1.2. ¿En qué consiste la seguridad financiera?

La seguridad financiera varía de acuerdo a las necesidades y a la etapa de la vida en que se encuentre el individuo. Para ello se establece que la misma existe cuando:

- No existen deudas o los ingresos alcanzan para pagarlas cómodamente.
- Tiene la capacidad para controlar los gastos.
- Aumenta los ahorros mes a mes de acuerdo a sus ingresos y egresos.

Es por ello que se trata de alcanzar una situación en la que no se tengan dificultades económicas y no existan preocupaciones sobre lo que va pasar mes a mes.

Para conseguir lo anterior es fundamental comenzar conociendo cuál es la situación financiera actual, es decir; ingresos y egresos, y de esta manera establecer el porcentaje disponible para ahorrar de acuerdo a unos objetivos financieros concretos.

2.2. El Consumidor Inteligente

Todos en algún momento han experimentado la sensación de haber comprado artículos, bienes o servicios que durante el momento de la compra los veían o creían como útiles, pero una vez en casa sienten que todo fue un espejismo porque no se le encuentra razón de ser a la compra.

Dado lo anterior se podría decir que algunos consumidores pueden llegar a comprar de manera lógica y racional, pero hay otros que pueden ser impulsivos y simplemente se dejan llevar por la tentación. Estas acciones normalmente traen consigo consecuencias negativas, al afectar el ingreso, disminuyendo el ahorro o el pago de obligaciones financieras ya establecidas. Por tanto se llega a afirmar que el consumidor posee dificultades de aprendizaje,

siendo incapaz de recordar las experiencias negativas dadas en la compra de bienes y servicios innecesarios (Sandoval et al, 2008).

Por tanto el consumo consiste en la utilización de productos y servicios para satisfacer necesidades o deseos, llevando en algunos casos a adquirir bienes y servicios de forma descontrolada, creyendo que esto significa una mayor satisfacción personal e incluso felicidad, llevando a lo que se conoce como consumismo; siendo estos unos hábitos de compra de productos innecesarios, la ostentación y el despilfarro del dinero. (Canclini, 1999).

Se habla de consumo inteligente cuando el uso de los productos y servicios cubren nuestras necesidades básicas y nos aportan una mayor calidad de vida.

El consumidor que adquiere lo que realmente necesita, eligiendo los productos y servicios adecuados por calidad y precio, que no gasta innecesariamente, conociendo los derechos y minimizando el impacto de su consumo sobre los recursos naturales y el medio ambiente, siendo crítico con las empresas que no son socialmente responsables es un consumidor inteligente (Canclini, 1999).

Taller de Aplicación

Nombre de la Actividad: La Lotería conceptos financieros

Objetivo: Identificar los conceptos básicos financieros

Técnica utilizada: El juego

Duración: 60 minutos.

Materiales: Juego lotería (5 cartones con respectivas fichas de definiciones)

Conceptos a tener en cuenta: Educación Financiera, deudas, reciclar, administrar, salario, consumo, consumidor, oferta, demanda, Ingreso, financiación, planificar, flujo de caja, acreedor, seguro, usos del dinero, activos, siniestro, patrimonio, sobreendeudamiento, Bancos, corresponsal no bancario, dinero, costos, bienestar, presupuesto, servicio, contabilidad, poder adquisitivo, emprendimiento, mercadeo, ganancia, rentabilidad, ahorro, crédito, déficit, superávit, gastos, reutilizar, costos, tasa de interés, precio, inflación, garantía, endeudamiento, inversión y riesgo.

Instrucciones:

Presentar a los participantes el juego “La lotería”, decirles que el objetivo del juego es que a través de las vivencias propias establecer los conceptos financieros que ellos o los familiares manejan a diario en la vida cotidiana y que harán parte de la realidad de ellos en alguna etapa de la vida.

Para el desarrollo del juego de la lotería previamente se elaboran tableros y fichas con imágenes que representen los conceptos claves presentados anteriormente.

La persona que lidera la actividad tendrá las fichas en una bolsa para sacarlas aleatoriamente, leerá la definición del concepto presentado en cada ficha, a lo cual, los participantes deberán estar atentos para identificar el concepto en su cartón; una vez identificado el concepto en el cartón, el participante deberá explicar en qué momento de la vida cotidiana de él o su familia se utiliza, si no sabe responder se le da la oportunidad a otro participante que tenga la misma palabra; ganará el primero que complete el tablero.

Una vez terminado el Proceso se realiza un círculo o mesa redonda; buscando con ello la participación general, lo que se busca es que los participantes comenten que piensan de la educación financiera, que dudas tienen, terminando por conocer la visión actual que tienen como proyecto de vida.

CAPÍTULO No. 3: EL AHORRO - EL PRESUPUESTO PERSONAL – EL CRÉDITO.

3.1. El Ahorro

Objetivo: Estimular el ahorro entre la población como proceso de transformación social.

3.1.1. ¿Qué es el ahorro?

El ahorro se podría definir como un porcentaje del ingreso recibido que no se destina al pago de los gastos u obligaciones de una persona, la familia o una empresa en un periodo de tiempo determinado. Dicho de otra manera se plantearía como el ingreso que las personas reciben y que los podrían destinar a su consumo o a consumir solo una parte y guardar el resto, a la diferencia es lo que se conoce como ahorrar (Melo et al, 2006).

3.1.2. ¿Por qué se debe ahorrar?

Algunas personas generalmente utilizar sus ingresos para el pago de sus obligaciones cotidianas, pero de igual manera existen otras que procuran ahorrar una parte del mismo. Es por ello que según Melo (2006). Se presentan diversos motivos por los cuales las personas destinan un porcentaje de ingreso para el ahorro, como lo es para la adquisición de bienes o servicios ya se den por gusto o por necesidad. De igual manera para atender situaciones imprevistas o de emergencia así como también como un mecanismo de inversión que llegue a generar utilidades.

En algunos casos cuando una persona habla de ahorrar, inmediatamente se piensa en las deudas u obligaciones que se tienen es decir; se incorpora un pensamiento de que es imposible ahorrar sobre todo cuando los recursos a ingresar son escasos en comparación con

las obligaciones contraídas. Por otro lado si al finalizar el mes, luego de haber pagado las obligaciones del hogar, teniendo presente que no se presente ninguna emergencia, solo en ese caso si llega a sobrar algo se piensa en ahorrar.

Lo anterior lleva a que se realice un análisis y es que este tipo de ahorro puede llegar a ser poco efectiva, porque en todo momento se van a presentar necesidades de consumo o situaciones de emergencia para gastarlo.

3.1.3. ¿Cómo Ahorrar?

3.1.3.1. Ahorre para emergencias:

- a) **Paso 1:** Elabore una lista de eventos y emergencias en nuestras vidas: en esta sesión se debe reflexionar acerca de cómo el ser humano a lo largo de su vida pasa por diferentes etapas: niñez, adolescencia, juventud, adultez y vejez, en cada una de ellas suceden una serie de eventos importantes y emergencias que se deben enfrentar.
- b) **Pasó 2:** Explique cada una de las imágenes que representan cada una de las etapas de la vida y luego de respuesta a las siguientes preguntas:
 - ¿Durante cada etapa de la vida, que eventualidades o situaciones se podrían llegar a presentar?
 - ¿Durante las diferentes etapas de la vida, a qué situaciones imprevistas o emergencias se pueden ver enfrentados los seres humanos?
 - ¿Qué pasaría si estas emergencias se presentan todas al mismo tiempo? Por ejemplo: la ocurrencia de un accidente, el incendio de la casa, entre otros
 - ¿Estamos realmente preparados para afrontar dichas emergencias?

- ¿Qué acciones se podrían realizar en este momento para afrontar estas emergencias que pueden suceder en cualquier momento?

3.1.3.2. Elabore su plan de ahorro

Una vez analizadas las razones para ahorrar es importante reflexionar acerca de la creación de un fondo de emergencia que permita resolver situaciones inesperadas, así como la importancia de establecer unas metas y asignar un plan de ahorro.

a) **Paso 1:** De respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las metas de ahorro?
- ¿Determine cuáles de ellas son a corto, mediano y largo plazo?
- ¿Cuánto dinero necesita para cumplir cada meta?
- ¿Cuánto tiempo necesita para reunir el dinero necesario para cada meta?

a) **Paso 2:** Con la información anterior diligencia la siguiente tabla:

METAS DE AHORRO	CUÁNTO DINERO NECESITA	CUANDO LO NECESITA	CUÁNTO DINERO VA A AHORRAR /PERIODO
TOTAL DE AHORRO REQUERIDO			

3.2 El Presupuesto Personal

Objetivo: Aprender a elaborar un presupuesto personal y de esta forma poder diferenciar entre gastos obligatorios, gastos variables y gastos innecesarios.

3.2.1 ¿Qué es un presupuesto?

El presupuesto se puede entender como la hoja de ruta que permite evidenciar lo que ocurrirá en un periodo de tiempo específico, lo cual permite tener una claridad de los ingresos y los gastos que se presumen se van a presentar en el desarrollo de un periodo de tiempo determinado. (Aguilera, 2012).

Con lo anterior, podemos entender que los presupuestos permiten tener la claridad acerca de cuáles y cómo se van a recibir los ingresos esperados y los diferentes rubros que se pueden presentar como erogaciones o gastos, es importante reconocer que los presupuestos se deben elaborar antes de que se inicie el periodo donde se perciben tanto los ingresos como los gastos, con el fin de que se convierta en una herramienta de planeación y control para que de esta forma se puedan contar con un mejor manejo de los recursos que una persona, familia o empresa pueda llegar a recibir para la ejecución de un periodo determinado.

Antes de elaborar un presupuesto es necesario responderse a los siguientes cuestionamientos:

- ¿Conoce de manera precisa qué cantidad de dinero recibe y de esa cantidad que valor se destina al gasto cada mes?
- ¿Conoce de forma clara los conceptos en los que se gasta cada peso recibido durante el mes?

- ¿Hay oportunidad de ahorro durante el mes o por el contrario se gasta todo el monto recibido por concepto de ingresos?

Contar con un presupuesto permite conocer las respuestas a las preguntas anteriores de manera clara y precisa, esto hace que los presupuestos se conviertan en una herramienta importante para la planeación y para el control de las finanzas de una persona, familia o empresa sea cual sea la situación económica.

Puede ocurrir que cuando se piensa en un presupuesto se piense en algo complicado o algo que termina limitando las cosas que se adquieren por gusto o por necesidad, cuando en realidad es todo lo contrario ya que el presupuesto se convierte en una herramienta para sacar adelante metas y aprovechar en gran medida el dinero recibido.

Existen diferentes formas de realizar presupuestos, dentro de esas encontramos algunas personas que lo hacen a través de estimaciones escritas sencillas, otros lo hacen a través de términos cuantitativos y sistematizados, pero el más frecuente y utilizado que incluso muchas veces ni nos damos cuenta es realizar los presupuestos mentalmente, de cualquier forma, el presupuesto se convierte en la principal herramienta para realizar una planeación.

3.2.2. ¿Para qué sirve el presupuesto?

El presupuesto ayuda a:

- Tener claridad de los ingresos y así poder llevar hacer seguimiento y control.
- Conocer un estimado de los gastos y de esta forma poder priorizarlos.
- Incluir dentro de los gastos las deudas y de esta forma poder reducirlas.
- Tener claridad de los objetivos y de esta forma incluir el ahorro.

- Tener presente las imprevistas o posibles emergencias.
- Hacer ajusten acorde a los ingresos y vivir dentro las posibilidades.

3.2.1.1. Factores antes de elaborar el presupuesto

Para iniciar la realización de un presupuesto se debe hacer una relación de todos los ingresos y de todos los gastos.

Los Ingresos

Son las entradas de dinero o recursos de las personas, familias o empresas según cómo sea el caso. En un presupuesto se debe registrar todo el dinero que recibe como ingreso ya sea frecuente o no.

Los Gastos

Son los distintos usos que se le dan al dinero, estos pueden ser necesidades, obligaciones o gustos personales. Organizar y registrar los gastos es la única forma de conocer en que se va el dinero.

Las **NECESIDADES**, no se pueden negociar, ignorar o aplazar, son gastos indispensables incluso para vivir, ejemplo de esto se tiene la alimentación y la vivienda.

Los **DESEOS**, son gastos que no son necesarios para vivir que a veces se quieren pero que se pueden dejar para después como por ejemplo la compra de un celular costoso.

3.2.1.2. Pasos al elaborar el presupuesto

- a) Lleve una relación de cada gasto que se realiza en durante el mes
- b) Relacione todos los ingresos que se puedan recibir durante el mes
- c) Identifique y registre todos los gastos

- d) Sume todos los ingresos
- e) Sume todos los gastos
- f) Identifique la diferencia entre el total de los ingresos y los gastos

Lo anterior es la forma como se puede conocer puntualmente si los ingresos son suficientes para garantizar cubrir los gastos en su totalidad, adicional a esto es la forma como se puede determinar si queda un saldo a favor que se puede destinar para el ahorro o para la inversión o si por el contrario el saldo es negativo y tiene la claridad de cómo se va a cubrir la totalidad de los gastos o tomar decisiones de cómo reducirlos.

3.3 El Crédito.

Objetivo: Aprender conceptos básicos sobre los créditos y cuando se deben utilizar los productos bancarios.

3.3.1 ¿Qué es el crédito?

Un crédito se puede definir como el uso de un dinero de propiedad de un tercero que una persona solicita de manera temporal, en otras palabras, en el crédito significa que una persona o institución crediticia, después de haber realizado un estudio y solicitado garantías confía en que una persona puede cumplir con una obligación adquirida.

El crédito según la banca de oportunidades, programa del gobierno nacional adscrito a Bancóldex, “no es más que un préstamo de dinero que una persona, cooperativa o entidad financiera, entre otros, otorga en el presente con el compromiso de devolver estos recursos

en el futuro, bien sea a través del pago de cuotas o en un solo pago, junto con un interés u otros pagos asociados", (Banca de oportunidades, 2005)

Esto permite que la persona acceda a un capital que necesita en el momento solicitado para destinarlo a diferentes actividades o proyectos. Como por ejemplo iniciar un negocio o la adquisición de un bien.

Actualmente el uso en un aspecto cotidiano en el mundo moderno y dinámico en el que vivimos, sin embargo, es importante entender que el crédito requiere un uso responsable y prudente que conduzca a obtener un historial crediticio saludable.

A continuación, se describen algunos de los tipos de crédito o endeudamiento que ofrece el sector financiero:

3.3.2 Tarjetas de crédito.

Es una modalidad de financiación, es decir que el usuario debe asumir la obligación de devolver el monto del dinero que se utilice a través de la realización de compras o retiro de efectivo, así como pagar los intereses en los que se incurra y los respectivos gastos por el manejo de esta.

Funciona a través de una tarjeta de plástico donde el banco otorga un monto de dinero bajo la modalidad de préstamo, cuando el banco emite una tarjeta otorga un monto y autoriza al portador a utilizarla como medio de pago en diferentes establecimientos.

Para tener en cuenta:

- Una tarjeta de crédito implica:
- Responsabilidad del usuario en la forma como la utiliza.
- Responsabilidad a la hora de realizar los pagos.
- Una tarjeta de crédito bien manejada se convierte en un aliado, por el contrario, puede ser un dolor de cabeza.

Por ejemplo: si realizas una compra con la mentalidad que será cancelada en su totalidad una vez reciba el sueldo, te da la oportunidad de adquirir un bien o un servicio y disponer de un dinero con el que no se contaba en ese momento y que sabe que va a recibir en el futuro, en este caso estarías pagando la totalidad de la deuda e incluso no permites que se generen intereses.

3.3.3 Préstamos personales o de libre inversión.

Como su nombre lo indica son créditos abiertos que no están sujetos a ningún fin específico, esto representa que al solicitar este tipo de crédito no debe explicarse cuál va a ser el uso u objetivo del mismo.

Algunos de los usos desde este crédito podrían ser:

Por ejemplo, podrías utilizar una parte para remodelación de la vivienda y otra más para un viaje.

3.3.4 Créditos específicos.

La mayoría de las instituciones financieras, ofrecen líneas de crédito con destinación específica, entre estas encontramos créditos con destino a: compra de vivienda, estudio, compra de vehículo, entre otros.

Esto implica que el monto solicitado y aprobado solamente se puede emplear para la consecución del objetivo al que está anclado el crédito y se debe demostrar el cumplimiento de dicho fin.

3.3.5 Créditos de nómina.

Los créditos de nómina o bien conocidos como créditos de libranza, implica que el deudor esté vinculado laboralmente a una empresa y la aceptación a que, del valor devengado mensualmente, le sea descontado la cuota u obligación del préstamo.

De esta forma la entidad financiera otorga un préstamo en base a la capacidad de endeudamiento según su salario y el empleador debe descontar dentro de la liquidación de la nómina para posterior pago al banco los dineros comprometidos para la cancelación de la obligación.

3.3.6 Aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de acceder al crédito

- a) No se arriesgue a tomar un préstamo sin tener la claridad que le da un presupuesto, acorde a su situación financiera actual.
- b) Elija un crédito adecuado, es decir créditos que le permitan mejorar su calidad de vida o que le permitan generar una inversión que represente una ganancia mayor a la obligación.

- c) Tenga claridad de todos los costos que se asumirían con el crédito, mire varias opciones para determinar cuál es la más conveniente.
- d) Si se trata de invertir en un negocio, se debe conocer muy bien el negocio en el que se va a invertir.
- e) Utilice el dinero recibido, única y exclusivamente para lo que lo solicito, esto garantiza el cumplimiento de la obligación adquirida.
- f) Recuerde que el no cumplimiento de las obligaciones financieras acarrea reportes positivos o negativos ante las centrales de riesgo Data crédito y Cifin.

Taller de Aplicación

Objetivo: Identificar la definición de los términos relacionados con el crédito en la sopa de letras.

Desarrollo: hay que preparar 10 cartulinas con definiciones y 10 cartulinas de palabras, (las mismas que se han definido).

El/la facilitador/a iniciará el juego extrayendo aleatoriamente una de las cartulinas de las definiciones y la leerá en voz alta. El equipo que averigüe de qué palabra está hablando se quedará con la cartulina de la definición y, a continuación, todo el grupo buscará esa palabra en la sopa de letras. El equipo que la encuentre se quedará con la cartulina de la palabra. Se volverá a leer otra definición y así sucesivamente. Ganará el equipo que más cartulinas (de palabras y/o definiciones) consiga.

Q	A	S	E	T	Y	H	D	F	G	H	H	Y	Y	L	P	O	G	F	D	V	N	T
L	G	H	J	K	I	G	B	N	M	Y	U	U	I	N	V	E	R	S	I	O	N	N
D	A	T	A	C	R	E	D	I	T	O	I	L	K	M	N	M	C	U	R	S	S	A
A	F	H	D	F	B	N	M	K	U	F	Y	L	P	O	G	F	D	V	N	T	A	P
D	F	F	A	J	L	O	T	A	R	J	E	T	A	D	E	C	R	E	D	I	T	O
A	F	H	D	F	B	N	M	K	U	F	Y	L	P	O	C	F	D	V	N	T	A	P
H	A	Y	E	O	P	G	A	E	R	F	T	B	N	M	M	L	O	K	C	R	T	O
Y	U	U	I	V	I	V	I	E	N	D	A	T	P	L	F	A	S	E	L	H	D	F
O	I	L	K	I	G	B	N	N	O	T	C	E	O	A	I	G	H	J	I	G	B	N
F	Y	L	P	B	E	D	I	O	V	A	B	L	E	B	N	A	T	A	B	E	D	I
J	E	T	A	R	N	M	K	P	I	E	L	O	M	M	N	F	H	D	R	N	M	K
F	Y	L	P	A	O	T	A	Q	P	O	H	E	P	E	O	F	F	A	A	O	T	A
A	P	E	I	N	P	M	K	A	S	T	R	I	E	S	P	F	H	D	N	N	M	K
Q	E	B	N	Z	G	A	E	L	A	D	R	O	C	E	Q	A	Y	E	Z	G	A	E
N	O	M	I	N	A	M	A	F	R	W	H	E	L	U	A	U	U	I	A	V	I	E
I	T	O	I	L	K	M	G	G	A	E	L	I	P	I	L	I	L	K	A	Y	A	V
K	U	F	Y	L	P	O	O	O	J	E	R	O	N	B	F	O	L	P	E	R	I	O
A	R	J	E	T	A	D	P	A		F	Y	L	P	O	G	F	D	V	N	T	A	P
K	U	F	Y	L	P	O	I	P	E	R	G	I	P	R	O	Y	E	C	T	O	G	O
F	Y	L	P	O	C	V	A	C	A	F	Y	L	P	O	G	F	D	V	N	T	A	P
A	F	H	D	F	B	N	M	K	U	F	Y	L	P	O	G	F	D	V	N	T	A	P

CAPITULO No. 4: COMERCIO JUSTO

Objetivo: Presentar el comercio justo como alternativa para un futuro más sostenible, frente al comercio tradicional.

4.1. ¿Qué es el Comercio Justo?

El Comercio Justo. Según Egas, F. A. (2017). Es la forma como el ser humano vive en armonía con el ambiente, por tanto se enfatiza en el desarrollo integral, es decir; se toma en cuenta las dimensiones de tipo económica, social, política, cultural, ecológica y ética en las que normalmente se desempeñan las personas.

Por tanto es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos. Busca una mayor justicia y dignidad en las relaciones de compraventa entre productores, comerciantes y consumidores (Egas, 2017).

De igual manera el Comercio Justo es una relación comercial que se basa en el diálogo y el respeto buscando con ello la equidad en el comercio internacional, contribuyendo al desarrollo sostenible por medio de mejores condiciones en las relaciones comerciales, llevando a garantizar los derechos de los productores y trabajadores (Socías et al, 2005).

El comercio justo tuvo su nacimiento a finales de la década de los sesenta, convirtiéndose en una alternativa al comercio tradicional que predomina en ese momento, su principal objetivo era el reparto justo de los beneficios dados en la cadena de producción desde el productor hasta el usuario final, de igual manera se tiene como premisa que no solo lo

importante es la producción con base en la calidad o precio de los productos o servicios, sino también el impacto ambiental y social que se genera (Vizcarra, 2002).

Para ser Consumidor Justo se debe tener en cuenta:

Se puede llegar a ser consumidor crítico o consumidor ético, el primero es aquel pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado o producido un bien o servicio, y el segundo es el que valora las opciones más justas, solidaria y ecológica, por tanto su consumo está dado por valores y no en función del beneficio personal. (Doppler et al, 2007).

De igual manera el comercio justo. Según Socías et al, (2005). Tiene como criterio salarios y condiciones de trabajo dignos, relación comercial a largo plazo, que se destinen los beneficios para las necesidades básicas de las comunidades, la ausencia de explotación laboral infantil, igualdad entre hombres y mujeres, respeto del medio ambiente y productos de calidad.

Talleres de Aplicación

Nombre de la actividad: La cafetería del Colegio

Objetivo: Presentar el comercio justo como una alternativa de desarrollo social

Técnica: Juego de Roles

Descripción: Es un juego de simulación-interpretación en torno al tema del comercio justo. Para ello se busca que cada uno de los participantes tenga un rol establecido, bajo una posición clara, formando un debate en el supuesto de una reunión del consejo académico de una institución educativa. El motivo de la reunión es votar a favor o en contra la inclusión de productos de comercio justo en la cafetería del colegio.

Idea inicial: Un grupo de estudiantes que están inscritos en una actividad extraescolar denominada “LA SOLIDARIDAD”, la cual es promovida desde el área de bienestar de la institución, pretenden dar a conocer y promocionar el comercio justo entre los compañeros, profesores y cuerpo directivo, Para ello; se les ha ocurrido la idea, que en la cafetería del colegio se sirvan también productos de comercio justo, como lo son café, jugo de frutas natural, chocolate, golosinas, entre otros.

Es por ello que se convoca a una reunión, a la cual asisten los siete (7) miembros del consejo académico para realizar una socialización y conocer las diversas opiniones y de esta manera llegar a tomar una decisión en consenso.

Dinámica del juego del Juego de Roles:

1. Como hay siete (7) protagonistas, los participantes se pueden dividir en 7 grupos.
2. Cada grupo va a defender la postura de un único personaje.

2. Durante quince (15) minutos, cada grupo trabaja aisladamente para escribir los argumentos a favor o en contra de la propuesta (según la postura del personaje que le corresponde).
3. A continuación, un representante de cada uno de los grupos expone durante dos (2) minutos su argumento al resto de la clase, dejando muy clara la postura a favor o en contra de integrar los productos de comercio justo en la cafetería del colegio, buscando con ello convencer a los otros grupos de su posición.
4. Una vez conocidas las posiciones, se establece una mesa redonda entre todos para intentar llegar a algún acuerdo entre las partes enfrentadas teniendo para ello quince (15) minutos.
5. Como parte final se realiza una socialización de lo aprendido con la actividad y la relación con el comercio justo.

Perfiles de los asistentes a la reunión del consejo académico:

- a. José Duarte - Director del Colegio

Posición: En contra

Está en contra de la iniciativa porque está cansado de ser director y considera que va a ser más trabajo. Considera que de ser aceptada la propuesta va tener que enfrentarse con la mayoría de los profesores, la asociación de padres de familia y con la empresa que gestiona el servicio de la cafetería. De igual manera al comercializarse productos con la filosofía de comercio justo estos van a ser más costosos, por tanto es escéptico que alguien quiera gastar más dinero en productos de lo que normalmente valen.

- b. Claudia García- Coordinadora Académica

Posición: A favor

Está a favor de la idea e incluso reclama que ésta se haga extensible con otros productos y a otros departamentos del colegio como el uso de balones de fútbol de comercio justo para la clase de educación física o de material de papelería para las oficinas. Ella valora la iniciativa pareciéndole un buen primer paso para plantear como un objetivo más ambicioso inscribir al colegio en algún programa de comercio justo a nivel internacional.

c. Carlos González - Administrador de la Cafetería

Posición: En contra

Está en contra de la propuesta no quiere complicarse la vida, tiene proveedores confiables y no quiere arriesgarse a perder el negocio ofertando productos más costosos, tampoco está dispuesto a trabajar gratis para otros, aunque sea por una causa solidaria.

d. Paola Garnica - Representante del Personal Administrativo y directivo del Colegio.

Posición: A favor

Está a favor de la idea considera que es una manera perfecta para formar a los estudiantes, profesores, cuerpo administrativo y directivo el valor de la solidaridad. De igual manera admite que algunos productos de comercio justo son caros en comparación de los convencionales.

e. Pedro Ortiz - Representante de los Profesores

Posición: A favor

Está a favor de la idea cree que es importante apoyar una iniciativa que tenga que ver con la solidaridad, de igual manera apoya la propuesta porque supone una acción participativa la cual implica a todo el colegio, como lo son los estudiantes, profesores, personal administrativo y directivo.

f. Raquel Bautista - Presidenta de la Asociación de Padres de familia

Posición: En contra

Está en contra de la idea desde la asociación de padres de familia no quieren ver a sus hijos dedicando tiempo a otras actividades que no tengan relación con los estudios, se niega rotundamente a que los estudiantes se dediquen en el descanso a realizar actividades que debe desempeñar un adulto, de igual manera considera que ese tipo de productos son muy costosos y los padres de familia no están dispuestos a cargar su presupuesto familiar con este tipo de cosas.

g. Rodrigo Gil - Representante de los Estudiantes

Posición: A favor

Está a favor de la iniciativa porque es una idea que ha surgido desde los mismos compañeros y en representación de ellos busca que la misma sea aprobada en el Consejo Académico. Además, afirma que los estudiantes inscritos en el programa de “Solidaridad” están muy entusiasmados con la idea, insiste que es una tarea que va a tomar con responsabilidad y que existe un grupo alto de voluntarios, quiere acabar con la falsa creencia de que los productos del comercio justo son más caros.

CAPÍTULO No. 5: CONSUMO RESPONSABLE

Objetivo: Ofrecer a los participantes conocimientos básicos acerca del consumo responsable, fomentando la conciencia y la cultura crítica, ética y activa en los ciudadanos.

5.1. ¿Qué es Consumo Responsable?

Según la Declaración oficial de Naciones Unidas (2002) en la cumbre de la tierra enunciaron parte del impacto ambiental “las principales causas de que continúe deteriorándose el medio ambiente mundial son las modalidades insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados”. En donde se invita a reflexionar acerca de los modelos insostenibles dando paso al consumo responsable.

Entendiéndose consumo responsable “como la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. (Consumo responsable ORG).

Es decir consumir exclusivamente lo necesario, a razón de la influencia de la publicidad y de los medios de comunicación, siendo estas en muchas ocasiones respuesta a necesidades superficiales, no básicas al punto de generar consumo irreflexivo.

5.1.2. ¿Cómo practicar el consumo responsable?

Una manera sencilla de iniciar es presentando atención del consumo diario, que puede ser un ejercicio que lleve a una reflexión interesante sobre qué tipo y como se satisfacen necesidades básicas y cuando se da paso a consumo innecesarios, que implica empezar a hacer cambios positivos frente a estas observaciones, siendo entonces críticos y responsables acerca de ver el consumo simplemente como la parte final de una acción en la que los seres

humanos desconocen, tales aspectos pueden estar directamente relacionados con la oferta y la demanda es decir desde la producción, distribución y consumo.

5.1.3. Características del consumo responsable

- a) A continuación se presenta algunas características relacionadas con el consumo responsable, para ello se debe considerar de gran valor para el desarrollo y equilibrio del planeta y su sostenibilidad.
- b) Ajustar los consumos a las necesidades reales: Determinar si realmente se necesita o no el bien que se va a comprar.
- c) Considerar el impacto ambiental, desde el punto de vista del ciclo de vida del producto que se compra, teniendo en cuenta el conjunto del proceso desde la producción, transporte, distribución, consumo y los residuos que genera al final de su vida.
- d) Plantear qué tipo de comercio se ha de favorecer y qué impacto social podría generar.
- e) Asegurar la calidad de lo que se compra con el fin de adquirir bienes más saludables y duraderos.

5.1.4. ¿Quién es el consumidor responsable?

Es considerado una persona conocedora y consciente de sus hábitos de consumo. Adicionalmente sabe y da cuenta de los derechos y deberes del consumidor, pensando siempre en como sus acciones pueden lograr reducir el impacto negativo en el medio ambiente y por ende redunde en una mejor calidad de vida de una sociedad en general,

compuesta por ser personas conscientes de su humanidad y responsabilidades sociales que trae el buen desempeño frente al consumismo y que en definitiva están directamente relacionados con el diario trasegar y que puede cambiar la vida de todos los seres humanos en respuesta de sus determinadas acciones.

5.1.5. ¿En qué consiste el consumo y la producción Sostenible?

Este consiste en promover de manera eficiente de los recursos y la eficiencia en la producción de energías limpias, infraestructura sostenible en todos los ámbitos o servicios básicos tales como servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos.

El uso adecuado y responsable favorecerá los planes generales de desarrollo, la reducción de los futuros costos económicos, ambientales y sociales, aumentar la competitividad económica y reducir la pobreza. Siendo entonces prioritario desarrollar el objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. En ese proceso participan distintos interesados, entre ellos empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.(ODS, 2030.)

De la misma forma también es necesario adoptar un enfoque sistémico y lograr la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en involucrar a los consumidores mediante la sensibilización y la

educación sobre el consumo y los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través de normas y etiquetas, y participando en la contratación pública sostenible, entre otros. (ODS, 2030.)

Talleres de Aplicación

Nombre de la actividad: Dime cómo compras y te diré en qué crees

Objetivo: Generar un comportamiento de consumo responsable

Técnica: Juego de Roles

Descripción: El juego consiste en que cada uno de los integrantes reflexionen, debatan acerca del perfil de consumidor, a partir del método de caso de estudio, se presenta el siguiente caso:

Caso: En una pequeña ciudad, viven un grupo de personas quienes deben escoger del siguiente listado de cosas las que deberían utilizar para poder vivir, sin embargo luego de un tiempo llega una crisis y deben reducir ese listado en solo 7 cosas (deben seleccionar aquello realmente necesario) y para lograrlo deben organizarse en 6 grupos (a cada grupo se le asignará un perfil quienes defenderán su listado de 8 cosas, explicando porque son consideradas necesarios e indispensables) posterior siguiendo las preguntas presentadas durante la actividad deberán interactuar a manera de debate, para el desarrollo de la actividad, contarán con el líder o coordinador de la actividad.

Cuando se refiere a la sociedad de consumo estamos hablando del complejo sistema que posibilita esta satisfacción de necesidades o deseos. Finalmente, una vez se termina la dinámica; a continuación se presentan las siguientes preguntas:

a) ¿Cuáles son nuestras necesidades? De todo lo que compramos, ¿qué necesitamos realmente?

- b) ¿Qué artículos de la lista eran deseos y cuáles necesidades?
- c) ¿Cuál es la diferencia entre deseos y necesidades?
- d) ¿Los deseos y las necesidades difieren de una persona a otra? ¿Y de una sociedad a otra? ¿Por qué sí o por qué no?
- e) ¿Consumimos según necesidades o deseos?
- f) ¿Consumimos todos por igual?

Lista de Deseo y Necesidades

- a) Habitación propia.
- b) Gaseosas y alimentos prefabricados.
- c) Educación.
- d) Comida nutritiva.
- e) Conciertos con los artistas favoritos.
- f) Reproductores de Música.
- g) Televisor
- h) Dinero para gastar como quiera.
- i) Viajes de vacaciones.
- j) Agua potable.
- k) Ropa de última moda.

- l) Computador.
- m) Celular de Última generación.
- n) Agua potable.
- o) Viajar en avión
- p) Redes Sociales.
- q) Atención médica cuando se necesite.
- r) Aire limpio.
- s) Campañas de Medio Ambiente.
- t) Reservas Forestales.
- u) Vehículo Propio.
- v) Luz Eléctrica en las viviendas.
- w) La oportunidad de elegir y ser elegido en los cargos de representación popular.
- x) Gas natural en las viviendas.
- y) Rumba si restricción de horarios y edades.

Actividad complementaria: A continuación se presentan los perfiles, Escritos por el equipo de Semana Sostenible y extraídos de la muestra por Carlos Trujillo y Juliana Unda. (2015)

a) **PERFIL 1 ¡No tengo ni idea!** Despreocupados por el planeta, el desarrollo o la sociedad, así son quienes pertenecen a este perfil. Individuos que necesitan ser más conscientes sobre las problemáticas del mundo en la actualidad.

b) **PERFIL 2 ¡Eso no es conmigo!** A este grupo de personas les tienen sin cuidado cosas como que alguien no reciba un salario justo mientras otros se lucran más. No asumen posiciones fuertes cuando más se necesitan.

c) **PERFIL 3 Siento, pero no actúo** Creen en la importancia de los beneficios del presente más que los del futuro y aunque se preocupan por problemáticas sociales y económicas del mundo no están conectados con la dimensión ambiental.

d) **PERFIL 4 El ciudadano consciente** Toda acción produce una reacción” dice una de las leyes de Newton, y tal parece que los ciudadanos de los que hablamos en este grupo son conscientes de que sus acciones, además de tener repercusiones en su entorno cercano, también afectan al país y, por qué no, al mundo entero.

e) **PERFIL 5 Yuppies Come flores** Los puede haber visto por ahí: no son radicales en su ambientalismo pero sí consideran el impacto de sus decisiones en su estilo de vida. Puede que no sean activistas, pero su capacidad adquisitiva y nivel de educación puede hacer de ellos verdaderos agentes de cambio.

f) **PERFIL 6. Muchas ganas, poco foco** Son jóvenes, inquietos, menores de 30 años, que crecieron con la idea de tener el mundo a sus pies. Son sinónimo de velocidad, de vivir una vida a plenitud, y les encanta seguir tendencias incluso las que están ligadas al cuidado del medioambiente.

CAPITULO No. 6: EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO

Objetivo: Generar la capacidad de comprender los conceptos básicos y fundamentales sobre el emprendimiento.

6.1 ¿Qué es emprendimiento?

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Por otro lado Formichella, M. (2004) define emprendimiento como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.

A su vez Kundel, (1991, citado por Formichella, M. 2004) afirma que: “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

De acuerdo con lo anterior podríamos concluir que el emprendimiento se convierte para algunas personas en una opción de vida, en una alternativa para llevar a cabo la realización como persona y la mejor vía para mejorar la calidad de vida.

6.2 ¿Qué es la Actitud Emprendedora?

La actitud emprendedora hace presencia cuando los seres humanos adquieren formas de pensar, sentir, actuar, que se desarrollan a la vez que se desarrollan las competencias básicas ciudadanas y laborales.

Están formas de pensar están orientadas a la capacidad de llevar a cabo sus ideas, de crear o generar bienes y servicios, así como la capacidad de asumir riesgos y de asumir o enfrentar problemas.

Según Formichella, M. (2004), ser emprendedor significa ser capaz de concebir algo que no existe nuevo o dar uso de manera diferente e innovadora a algo que ya existe, para que de esta manera generar un impacto para sí mismo o para los que lo rodean.

Una persona emprendedora no solo está generando ideas, si no que a su vez el emprendedor en cualquier situación no importa cuál sea, está buscando la forma de generar nuevas oportunidades y sacar un mayor partido.

A partir de lo anterior puede definir que emprender es promover, crear, iniciar un proyecto o actividad, sobre todo cuando esta va ligada a cierto grado de riesgo o dificultad, por tanto, se puede decir que emprendimiento es la acción de emprender, entiendo esto como la consecución de objetivos, metas, sueños y que estas logran medirse y materializarse en algo existente o real.

6.3 ¿Por qué es importante el emprendimiento?

Un país en vía de desarrollo requiere de ciudadanos con iniciativas orientadas hacia la generación de nuevas posibilidades de construir su propio futuro, orientadas a contribuir con el crecimiento y sostenibilidad que requiere la economía de un país.

El bajo crecimiento económico en el mundo ha despertado con gran interés la generación de pequeñas y medianas empresas, porque en ellas existe un potencial de generación de empleo, las cuales con el tiempo se convierten en las promotoras de avance y desarrollo a nivel local.

Por esta razón los países están llamados a generar políticas públicas que contribuyan y fortalezcan el ejercicio emprendedor y de esta forma lograr consolidar empresas que a futuro sean rentables y sostenibles a través del tiempo.

6.4 Perfil del emprendedor

De acuerdo con diferentes estudios, existen varios perfiles emprendedores de acuerdo a rasgos diferenciadores como el nivel de estudio, de edad, de género entre otros, sin embargo, cabe resaltar que existen características comunes entre ellos, dentro de los que encontramos: el liderazgo, la capacidad de trabajar en equipo y la orientación al logro.

De acuerdo con investigación realizada por el Instituto Nacional de la Juventud (Salome, 1999), citada por González, L. M. G. 2008) se llegó a la conclusión que el perfil emprendedor se puede caracterizar por unos rasgos específicos dentro de los que encontramos los siguientes:

- a) Capacidad para la innovación
- b) Valor para enfrentar situaciones inciertas o capacidad para asumir riesgos moderados
- c) Visión de futuro
- d) Motivación de logro
- e) Autonomía en la acción, iniciativa propia
- f) Autoconfianza
- g) Optimismo
- h) Destreza para formular planes de acción
- i) Habilidad de persuasión

Taller de Aplicación

Nombre de la actividad: Preguntas y Respuestas

Objetivo: Identificar en el participante su comportamiento y actitud como futuro

Descripción: Realiza entrega del test a cada participante, pero antes de contestar se incentiva en ellos un conversatorio para que identifiquen fortalezas y debilidades, una vez terminado el conversatorio se inicia la aplicación del test y se invita aleatoriamente a algunos de los participantes a que lo socialicen con sus compañeros.

1. Identificando el emprendedor

A continuación, encontrará una serie de preguntas orientadas a determinar su comportamiento y actitud como emprendedor:

a. ¿Le gustaría contar con la posibilidad de tomar decisiones propias?

b. ¿Planifica las cosas que realiza o lo que quiere hacer?

c. ¿Qué opina de las personas con las que normalmente convive?

d. ¿Qué significa superación personal para usted?

e. ¿Consideras que puedes dirigir a otras personas?

f. ¿Eres bueno asumiendo responsabilidades?

g. ¿Eres una persona organizada?

h. ¿Puedes trabajar largas jornadas?

i. ¿Tienes la capacidad de adaptación al cambio?

j. ¿Tienes metas y eres capaz de comunicarlas a los demás?

k. Entendiendo que una misión expresa cual es la razón de ser en la vida, a continuación, plantea cuál es tu misión.

l. Teniendo en cuenta que la visión personal es una de las características de toda persona comprometida con su crecimiento personal, como te visualizas a para el futuro, plantea tu visión personal.

Referencias Bibliográficas

- Blackwell, Roger. Miniard, Paul. Engel, James. *Comportamiento Del Consumidor*. 9^a Edición, Mexico: Thomson, 2002.
- Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. El consumo cultural en América Latina. *Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95. Tomado de Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo – IESE.
- Doppler, F., & González, A. A. (2007). El comercio justo: entre la institucionalización y la confianza. *Problemas del desarrollo*, 38(149), 181-202.
- Domínguez Martínez, J. M.: «Educación financiera para jóvenes: una visión introductoria», Instituto de Análisis Económico y Empresarial.
- Egas, F. A. (2017). Comercio justo o economía solidaria. *Revista AFESE*, 49(49).
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). N° 12. La educación financiera en América Latina y el Caribe. *Situación actual y perspectivas*.
- Martínez, Horacio. (2006) *¿Cómo Ser Socialmente Responsable? Los Siete Puntos De La Rse*. *Revista Javeriana* Vol. 142, No 723.
- Ministerio de Educación Nacional. *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*, Panamericana Formas e Impresos S.A. Bogotá D.C. – Colombia. Diciembre de 2012.

- Muhammad Yunus, *Empresas sociales para todos: hacia un modelo de capitalismo que atiende las necesidades más urgentes de la humanidad*. Norma, 2010.
- Sandoval, M., Caycedo, C., & López, W. (2008). El consumo inteligente más allá del libre albedrío: una visión desde el autocontrol. *Formación continuada a distancia*, 3-19.
- Silva Giraldo C, Celis Salazar O, Rangel A. Impacto social de la educación financiera Caso: Uniminuto regional Bucaramanga, Santander Colombia.
- Socías Salvá, A., & Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (51).
- Vizcarra, G. (2002). *El Comercio Justo: una alternativa para la agroindustria rural de América Latina*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación–Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Santiago, Chile.
- Gaviria, A. (1993). El ahorro privado y los términos de intercambio: el caso colombiano. *Ensayos sobre política económica*, 12(23), 37-54.
- Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2003). *Estándares básicos de competencias ciudadanas*. Bogotá: MEN.
- Oraisón, M. (Coord.) (2003). *Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales*. OEI, Número 2.
- Youth X Change: *Manual De Educación Para Un Consumo Responsable*. Unesco – Unep.
- 2002Ceccon, B., 2008. “El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos”. México, CopIt-arXives.

ISBN: 978-958-52030-0-6



9 789585 203006

**Editorial
EIDEC**