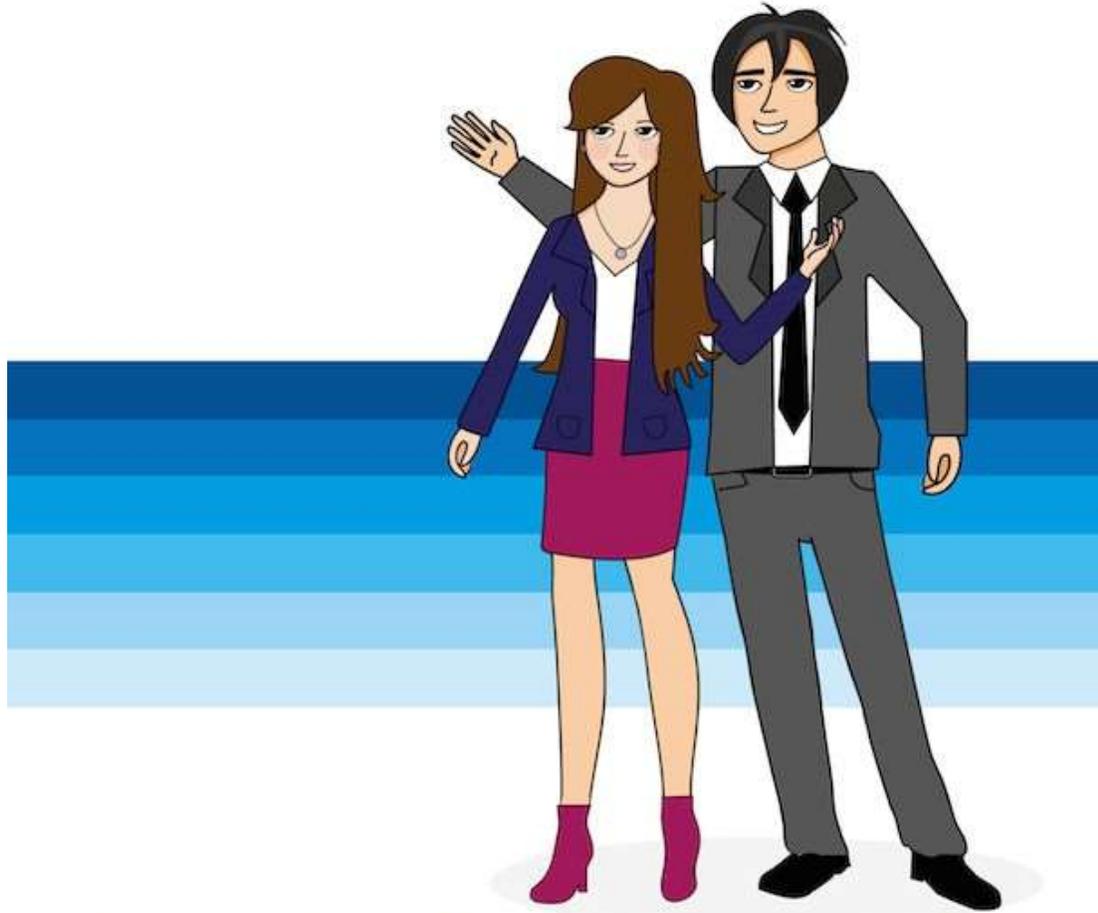


BBVA

Escuela para el
emprendimiento BBVA

SESIÓN 3



Emprendimiento y finanzas personales
Tercer año
adelante.





BBVA

Emprendimiento y finanzas personales

Guía de trabajo
Tercer año

adelante.

EVALUAR

COMERCIALIZAR

ADMINISTRAR

PRODUCIR



BBVA COLOMBIA

Mauricio Flores Marín
Director de Responsabilidad Corporativa

Liliana Corrales Romero
Gerente Responsabilidad Corporativa

ISBN: 978-958-57777-9-8

Digitalizado por: Fundación Cultura Digital

Diseño
Diana Guevara
Bogotá-Colombia

Todos los derechos reservados

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo, ni en parte, ni registrada en, o transmitida, por un sistema de recuperación de información en ninguna forma, ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, digital, o cualquier otro, sin el permiso previo escrito de la Fundación.

Material adaptado para uso exclusivo de BBVA Colombia.

Responsabilidad Corporativa - Programa Escuela para el Emprendimiento BBVA.

FUNDACIÓN CULTURA DIGITAL

Pilar Sanabria Barragán
Dirección general

Juan Ramón González Rubio
Dirección pedagógica y autoría

Jorge Luis García G.
Dirección didáctica

Sandra Barragán P.
Asesora de proyecto

Escuela para el emprendimiento: llegó el día que estabas esperando

Hola:

Has llegado al tercer año de nuestro programa Escuela para el emprendimiento BBVA y de paso, ya estás más cerca del último escalón de tu bachillerato. Es el momento que estabas esperando y sí has llegado hasta aquí, es porque tienes ganas de hacer grandes cosas y enfrentar nuevos retos.

Como bien sabes, BBVA Colombia ha venido implementando en todo el país el Plan de Responsabilidad Corporativa, que busca apoyar iniciativas enfocadas en educación, deporte y cultura y que ha permitido que miles de personas, especialmente niñas, niños y jóvenes se beneficien con educación de calidad, útiles escolares y sobre todo con posibilidades de poder cumplir los sueños de tener un mejor futuro.

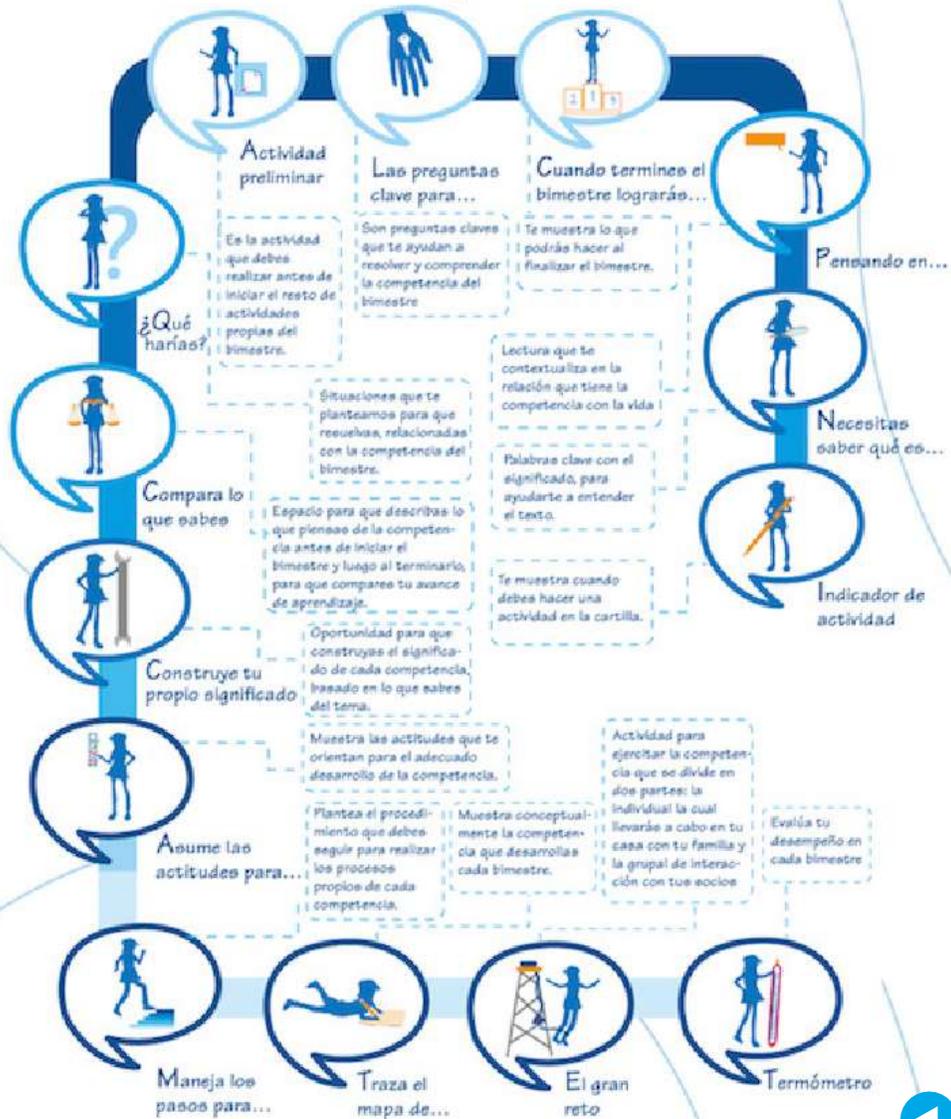
Esta cartilla que ahora tienes en tus manos, ha sido tu guía durante este proceso que ha venido creciendo en todo el país llegando a más ciudades y regiones permitiendo que muchos jóvenes como tú, se beneficien de las posibilidades de desarrollo personal y familiar que tiene esta iniciativa y que ahora comienza a mostrar a mostrar sus primeros resultados.

Consideramos que las enseñanzas que te hemos aportado durante este programa y la experiencia que vivirás a lo largo de este año, te permitirán asumir con responsabilidad, criterio y conocimiento los proyectos que decidas emprender en el futuro. Queremos felicitarte y decirte que en BBVA todos los días trabajamos por un futuro mejor para todos y que puedes contar con nosotros, siempre.

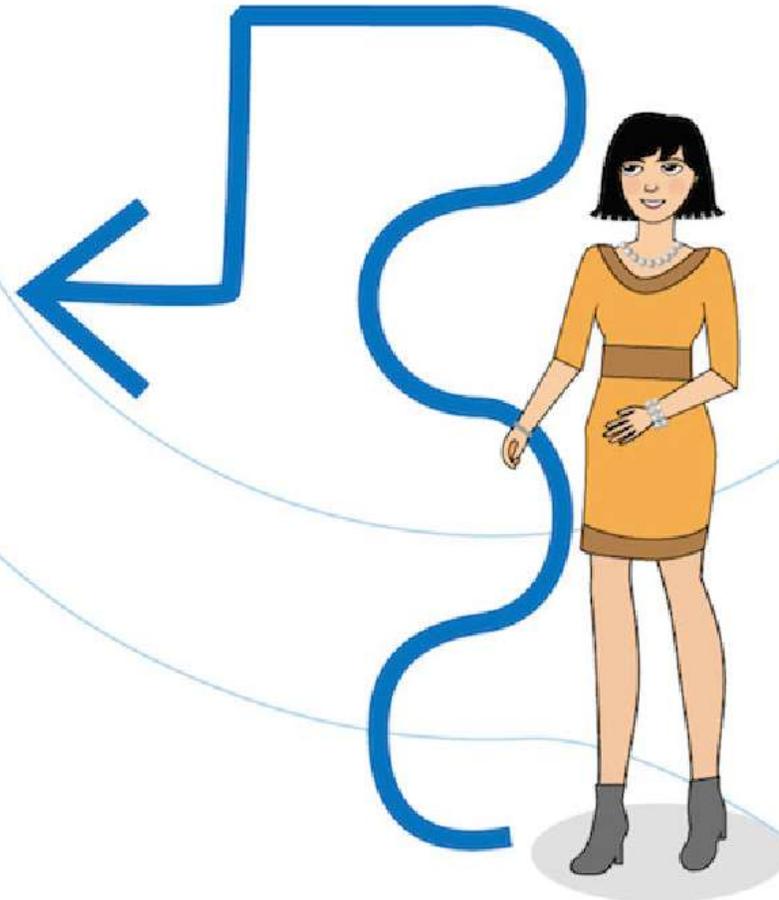
adelante.



Ruta de implementación



Emprendimiento y finanzas personales



Te damos la bienvenida al tercer año de Escuela para el Emprendimiento BBVA, es importante darte nuestro más sincero reconocimiento por hacer parte de esta iniciativa en la que sin duda se han generado grandes aprendizajes que puedes llevar a cabo desde ahora, a partir de tu idea de negocio.

Has recorrido un camino importante en la conformación de una sociedad y la formulación de tu idea de negocio, además has aprendido una serie de actitudes, procedimientos, que hacen parte de tu vida para plantearla de manera diferente a partir del espíritu emprendedor. En este nuevo año podrás seguir adquiriendo herramientas para desarrollar tu proyecto de vida, teniendo como opción esta propuesta y el manejo adecuado de tus finanzas personales.

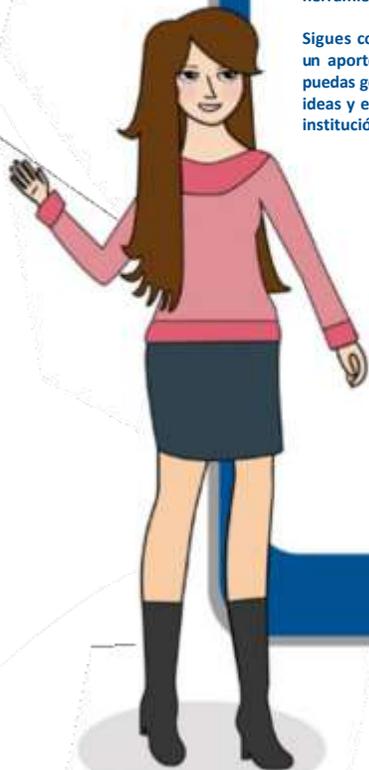
Te preguntaras qué viene ahora para este tercer año, la respuesta es que puedes continuar haciendo crecer tu idea de negocio, seguir apropiándote de los conceptos y seguir trazando el camino hacia el emprendimiento. Te encontrarás con nuevas competencias dentro de las cuales podrás adquirir nuevos conocimientos y herramientas para seguir mejorando tu idea de negocio.

Sigues contando con el apoyo de tus maestros, son quienes sin duda están dando un aporte importante a tu formación, sin embargo, es importante que además puedas generar iniciativas adicionales para buscar diferentes propuestas, escuchar ideas y enriquecer las posibilidades asesorándote con otras personas dentro de la institución.

Te animamos a continuar en este proceso mirando siempre adelante y generando nuevas posibilidades de aprendizaje, ya que a partir de ésta no solo lograrás generar y enriquecer una idea de negocio, sino que también tendrás herramientas para consolidar tu proyecto de vida desde el emprendimiento y el manejo consistente del dinero, visto no solo como la generación de empresa sino como una alternativa de crecimiento dentro de una amplia gama de opciones, tú decidirás a partir de las buenas herramientas con las que cuentas a partir de esta formación.

Bienvenido a tu tercer año de formación en Escuela para el Emprendimiento BBVA.

adelante.



BBVA



adelante.

PRODUCCI
R



PIB: Es la sigla de Producto interno bruto, que es la medida del valor de todos los productos y servicios de un país. Entre más alto sea, más grande será su economía. Al conocer el valor del PIB es posible conocer cuánto es el ingreso que tiene un país o dicho de otra forma, cuánto dinero gana el país.

Tasas de interés: Expresan el valor extra que debe pagar una persona o entidad por un préstamo. A nivel macroeconómico las tasas de interés más comunes son:

- DTF que es el promedio de las tasas de interés que las corporaciones bancarias pagan por los CDT (certificados a término fijo).
- TIB o tasa interbancaria, que es la tasa con la que los bancos negocian entre sí.
- Tasa de usura, que es la máxima tasa de interés que una persona o entidad puede cobrar por un préstamo.

TRM: Es la tasa representativa del mercado y muestra la cantidad en pesos que se debe pagar por un dólar de los Estados Unidos. Esta tasa determina qué tan fuerte o débil es la moneda colombiana frente a las demás monedas del mundo.

IPC: El índice de precios al consumidor mide el cambio de precios de los productos o servicios que los ciudadanos compran en el país. Está fuertemente vinculado con la tasa de inflación.

Indicadores de empleo: Hay varios indicadores que miden no solo la cantidad de personas empleadas y desempleadas sino también el tipo y la calidad de trabajo. Los más importantes son la tasa de desempleo y la tasa de ocupación.

La tasa de desempleo mide la cantidad de personas en edad económicamente activa (generalmente entre los 15 y 65 años) que no tiene trabajo pero lo están buscando y la tasa de ocupación mide la cantidad de personas que tienen empleo, oficio o alguna forma de ocupación como estudiar por ejemplo.

GINI: Es la medida de la inequidad en la distribución de riqueza de un país. Entre más cercano a 1, el país será más inequitativo.

Todos estos indicadores son una muestra de un aspecto específico de la economía y el desarrollo social de un país y son elementos indispensables para que los gobiernos hagan la planeación de sus políticas y reformas sociales, financieras y económicas.

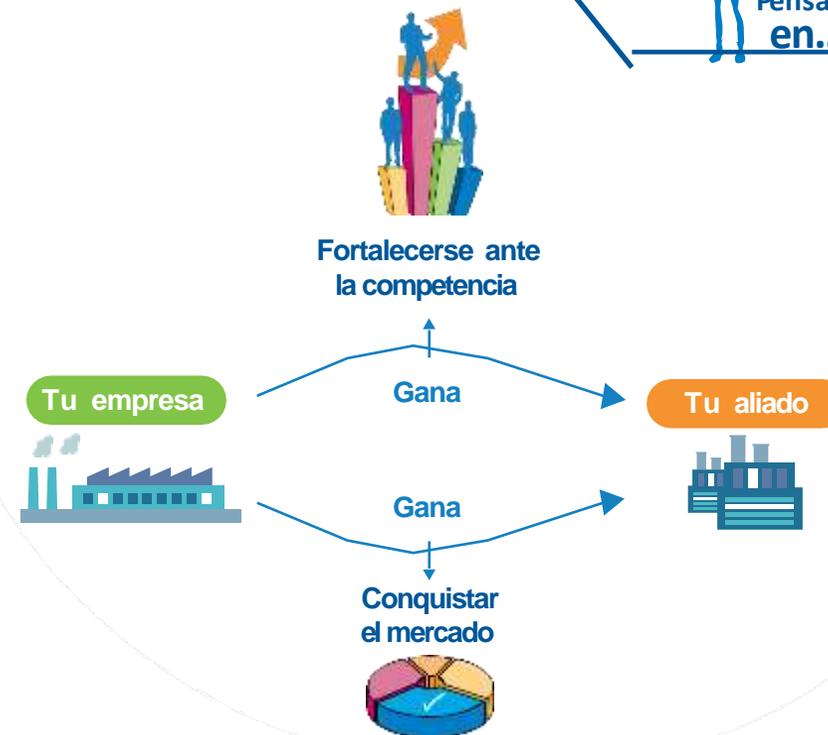
Indicador de actividad

Desarrolla la actividad que encuentras en tus guías de trabajo, titulada "Un sueño hecho realidad".



Alianzas estratégicas.

El siguiente esquema resume el concepto de alianza estratégica:



Debes recordar que al buscar alianzas debes tener en cuenta el principio de la gana – gana, es decir, buscar ganar haciendo ganar al otro para fortalecerse ante la competencia y conquistar un mayor sector del mercado.

Indicador de actividad

Ve a tus guías de trabajo y desarrolla el ejercicio propuesto en la actividad. Compara lo que sabes.



Pensando
en...



Todas las grandes empresas del mundo tienen algo en común, comienzan con una idea que es impulsada por un gran emprendedor, y aunque en muchos casos esas ideas no son tan bien aceptadas o los emprendedores tienen problemas para consolidarse, el esfuerzo y la capacidad de reponerse y aprender de los errores los llevan al éxito. A continuación conocerás un poco de la historia de esas empresas.

Negocios exitosos

Nombre: Hewlett-Packard ©.¹



Productos: Computadores, calculadoras, productos tecnológicos en general.

Sus inicios: Aunque parezca un cliché, esta compañía también nace de la unión de dos universitarios trabajando en un garaje. Su primer producto fue un oscilador de audio que fue comprado nada más y nada menos que por los estudios Disney ©.

Su consolidación: El primer gran producto de la compañía fueron las calculadoras que se masificaron con la primera calculadora de mano de Hewlett-Packard ©, producida en los años 70's. Posteriormente la empresa se diversificó e ingresó con más fuerza al mundo de las computadoras con impresoras, servidores y posteriormente, computadores personales.

Su lema más significativo: "Everybody On", que podría traducirse como "Todo el mundo abordo" o, todos adentro, o, todos conectados.

1. Tomado de: <http://www.historiasdegrandesexitos.com/2008/10/historia-de-nike.html>
<http://es.wikipedia.org/wiki/Nike>

Nombre: Coca - Cola ©.²



Productos: Gaseosas, bebidas listas para consumir.

Sus inicios: La historia de Coca - Cola © comienza cuando el farmacéutico John S. Pemberton creó una bebida para combatir los problemas de digestión y que además aportara energía a quien la consumía. El principio fue lento, pues solo se vendían unos nueve vasos diarios pero Pemberton seguía confiando en su producto y pronto se dio cuenta de que podía comercializarse masivamente.

Su consolidación: Unos años después, Coca - Cola© cambió su modelo de distribución por aquel que le haría ser la bebida más conocida del mundo. Para

que poder comercializar su producto en muchos sitios, la empresa decidió hacer una alianza con las embotelladoras. Coca - Cola© suministraba el jarabe concentrado y las embotelladoras se encargaban de agregar el agua carbonatada, envasarla y distribuirla; de ese modo, en unos pocos años, la empresa logró tener alianzas con más de 400 embotelladoras en 4 países y luego convertirse en la bebida que todos conocemos hoy.

Su lema más significativo: Uno de los grandes fuertes de Coca - Cola© es su publicidad. La empresa ha tenido varios lemas, y entre los más significativos están: "La chispa de la vida", "Disfruta", "Destapa la felicidad".

2. Tomado de: <http://www.cocacola.es/historia/origen-coca-cola#.VHvT8jGUc8Q>

Nombre: Ramo ©.³



Productos: Ponqués, tortas.

Sus inicios: Después de ser celador en un lote de Bavaria, don Rafael Molano pasó a ocupar un puesto de nivel medio en la empresa y en ese momento compró una casa. Para aumentar sus ingresos y pagar cumplidamente el préstamo, comenzó a vender los deliciosos ponqués que su esposa Ana Luisa hacía.

Un año más tarde y gracias a la buena acogida del producto, comenzó a venderlo en tiendas, donde introdujo la idea de venderlo en tajadas y atado con una cinta para que no se desparramara, lo que pasó a ser una marca distintiva de Ramo©.

Su consolidación: Años más tarde, don Rafael decide expandir su negocio y gracias a un préstamo bancario y a la ayuda de un ingeniero químico de la Universidad Nacional, Álvaro Iregui, se pone en marcha su planta de producción industrial ya con el proceso estandarizado y la firma empieza a ser reconocida como una de las más grandes del país.

En 1972 se lanza el "Chocorramo", el producto estrella de la compañía y que genera la mayor cantidad de ventas hasta el momento.

Ramo se consolida como una de las 500 empresas más importantes del país y sus contribuciones al desarrollo regional han sido siempre significativas.

Su lema más significativo: Un antojo que no querrás compartir.

3. Tomado de: <http://www.ramo.com.co/historia.html>
<http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/historia-de-rafael-molano-fundador-de-ponques-ramo/14427959>

Indicador de actividad

Desarrolla la actividad que encuentras en tus guías de trabajo, titulada “Un buen espejo”



MEJORA TUS HABILIDADES

Otra de las soft skills que los estudiantes desarrollarán durante el año es su capacidad de argumentar.

Más que la capacidad de defender una idea, el proceso de pensamiento argumental se basa en la habilidad para conectar ideas mediante la causalidad a fin de determinar la validez o invalidez de una proposición y sus consecuencias. Una cadena argumental tiene tres partes básicas. La primera es la *tesis*, que en la *posposición* o *idea que se desea validar*, la segunda son los *argumentos* que son ideas que al ser verdaderas, *causan que la tesis también lo sea*; así que un buen argumento debe tener dos características, la primera, que muchas veces se da por sentado, es que debe ser verdadero, y la segunda es que al ser verdadero hace que la tesis también lo sea y por eso es que generalmente se admiten solo tres tipos de argumentos para sustentar una tesis:

Hechos reales y datos estadísticos.

Nada más contundente que un hecho para probar una tesis; sin embargo hay que tener cuidado de que el que se presente no sea un hecho aislado ya que se puede incurrir en una falacia por generalización.

Por ejemplo, un estudio hecho en el municipio dice que solo el 10% de las personas saben cómo reciclar, así que este hecho sirve para sustentar la idea de una sociedad de incluir en sus productos folletos que enseñen a hacerlo.

Sin embargo con los datos estadísticos también hay que tener cuidado, pues es necesario conocer la fuente y la metodología del estudio estadístico que los muestra.

Una encuesta que lleve a cabo un emprendedor en su barrio, con sus familiares y amigos acerca de su preferencia por un producto de su empresa, generalmente sería favorable puesto que el factor afectivo del grupo de entrevistados influiría en su decisión. Sin embargo, eso no es garantía de que su producto sea exitoso al comercializarlo para toda la ciudad.

Opiniones de expertos.

Aunque suelen ser muy útiles para sustentar una tesis, estos argumentos tienen la desventaja de que, al ser opiniones humanas, pueden estar equivocadas.

Si le preguntáramos a un experto en política de comienzos del siglo pasado por su opinión acerca del voto de la mujer, seguramente argumentaría que es “un error dejar que ellas voten”. Así puedes ver que aunque sea una autoridad en el tema, su argumentación está totalmente equivocada.

Leyes o axiomas universales.

Son los argumentos más fuertes que pueden usarse para sustentar una tesis, pero a su vez son los más difíciles de conectar con una.

La evolución, por ejemplo, se convirtió en una teoría universalmente aceptada porque está sustentada en varias leyes biológicas y químicas, que además han sido confirmadas por los hallazgos arqueológicos de los fósiles.

Para muchos fines prácticos, las leyes del derecho son una buena forma de argumentar una tesis, puesto que definen el marco normativo en que muchos aspectos de la vida, incluidos los negocios, deben funcionar.

Cabe aclarar que al sustentar una tesis no necesariamente debes usar los tres tipos de argumentos que existen.

Ejemplo de argumentación.

Imagina que vas a sustentar la siguiente tesis: “Las mujeres, en su mayoría, son más eficientes en el manejo del dinero que los hombres”. Los siguientes son algunos de los argumentos de cada tipo que podrías usar:



- **Hechos y datos:** Un análisis realizado por la consultora DigitalLook.com a 100.000 carteras inversionistas particulares a nivel internacional encontró que en promedio los portafolios manejados por mujeres reportan un rendimiento de 18%, contra 11% generado por los varones.
- **Opiniones:** Según el banco interamericano de desarrollo, las mujeres respetan mejor su plan de gastos, por lo que son más eficientes en el manejo de sus recursos financieros.
- **Leyes o axiomas:** Evolutivamente, las mujeres han desarrollado mejor el instinto protector y de cuidado de los recursos, lo que hace que al momento de manejar el dinero, puedan pensar mejor en el futuro de la familia y no solo al corto plazo.

El tercer elemento en la cadena argumental son las *derivadas*, que no son más que consecuencias de que la tesis sea verdad.

Una derivada de que la tesis anterior sea cierta es que las mujeres deberían ocupar más cargos de finanzas públicas que los hombres o que se debería reforzar la enseñanza de las finanzas en los niños y jóvenes en el colegio para cerrar la brecha que tienen con las mujeres.



construye tu propio significado.

¿Cómo se mide la equidad o inequidad de un país?

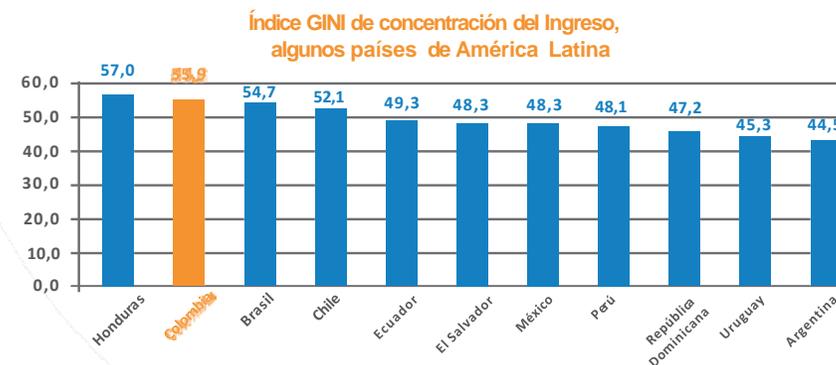
El emprendimiento es fundamental para el desarrollo y crecimiento económico y social de un país, pero de nada sirve crecer si no se logran erradicar situaciones como la pobreza, la desigualdad y el analfabetismo.

La inequidad o desigualdad social de nuestro país es una de las más altas de mundo y de la región⁴ y el emprendimiento puede ser una herramienta muy útil para comenzar a cerrar esa brecha. Pero, ¿cómo sabemos qué tan desigual es un país?



Hay varios tipos de indicadores estadísticos que muestran la diferencia en la distribución del ingreso y el más comúnmente usado es el índice GINI que toma como base una perfecta igualdad en la distribución de ingresos como el valor de 0 y una sociedad perfectamente desigual como 1.

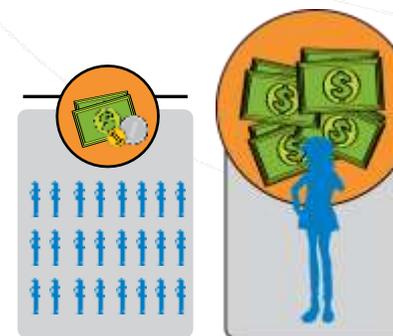
La siguiente gráfica muestra el índice para varios países de la región⁵:



Fuente: Banco Mundial, último año disponible para cada país.

4. Tomado de: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI>

5. Tomado de: <http://agronegocios.uniandes.edu.co/index.php/component/content/article/3-materiales/articulos/53-un-sistema-mas-redistributivo-prioridad-de-la-proxima-reforma-tributaria>



Algunas causas de la desigualdad

En principio no es fácil establecer causas de desigualdad comunes a todos los países ya que cada uno de ellos tiene una historia diferente, políticas diversas y elementos culturales complejos, estos son algunos de los posibles factores que influyen en el aumento de la desigualdad.



Políticas económicas: La forma en la que un país recibe y administra sus ingresos es fundamental para determinar la desigualdad económica de sus habitantes. Países con programas económicos fuertes y sostenibles, con políticas de empleo claras y que promueva el crecimiento económico sustentable tienen índices medidores de desigualdad que otros países con el mismo nivel de ingresos pero sin regulaciones económicas claras ni políticas de sostenibilidad.



Políticas fiscales: Aunque parezca obvio, aquellas personas con más ingresos deben pagar impuestos más altos que personas con menos ingresos. Sin embargo esto no siempre sucede y gracias a ciertas políticas permisivas o evasión de impuestos por parte de algunas personas y empresas, la distribución de impuestos no siempre es equitativa lo que limita al Estado para llevar a cabo programas sociales y sobre todo educativos que podrían disminuir la brecha social.



Hábitos económicos y financieros: Pero no todos los factores tienen que ver con las políticas de gobierno. La forma en que cada persona maneje y distribuya su dinero, la forma en que lo invierta, su comportamiento ante el crédito y el ahorro son muy importantes para ayudar a aumentar o disminuir esa brecha social. Ciudadanos con hábitos financieros saludables crean sociedades saludables financieramente hablando.



Factores culturales: Existen otros factores que van más allá de los hábitos financieros y es la forma en que culturalmente se perciba la economía y la sociedad. Además, sociedades con más libertades y derechos individuales suelen ser más equitativas que aquellas que restringen al individuo.

Indicador de actividad

Ve a tus guías de trabajo y desarrolla el ejercicio propuesto en la actividad **Construye tu propio significado.**



Las preguntas claves



Según el tipo de negocio, debes responder estas preguntas para saber qué tan seguro es:



T PODE NEGOCIO

Agroindustria y alimentos	Mascotas y animales	Tecnología	Moda y diseño	Servicios
¿Los productos de consumo humanos son frescos y limpios?	¿La sociedad se asegura de que los animales con los que trabaja están vacunados?	¿Todas las creaciones son originales y respetan los derechos de autor?	¿Todas las creaciones son originales y respetan los derechos de autor?	¿El personal está capacitado para prestar el servicio?
	¿El personal está capacitado en el manejo de animales y mascotas?	¿Se usan programas y software con licencia?	¿No se usan productos estéticos que sean perjudiciales para el hombre o el ambiente?	¿No se ofrecen servicios de alta especialización y que requieren licencia para su funcionamiento?
Si se usan pesticidas o insecticidas, ¿son amigables con la salud humana y el medio ambiente?	¿Los desechos animales son tratados de forma adecuada?	¿Se respetan los derechos de autor de los creadores intelectuales y materiales?	¿Se respetan los derechos de autor de los creadores intelectuales y materiales?	¿El cliente conoce en todo momento las condiciones y restricciones del servicio?

Indicador de actividad

Desarrolla la actividad que encuentras en tus guías de trabajo, titulada “Es mejor prevenir que lamentar”.



¿Qué harías?



Paso a paso preguntas respondidas para que Natalia y Sebastián encuentren su alianza.



La sociedad de Natalia y Sebastián ha buscado diversos aliados entre sus compañeros y los pequeños negocios de la comunidad. Para seleccionar las más adecuadas para ellos deciden seguir paso a paso estas instrucciones:

- 1 **Definir qué aspectos de la sociedad deben mejorar**
Natalia considera fundamental seguir mejorando la calidad de sus productos y expandirse para tener otros productos complementarios y no limitarse únicamente a las canecas. Sebastián propone que además mejoren los canales de ventas y la forma en que obtienen las materias primas para su negocio.
- 2 **Definir qué aspectos son prioritarios o tendrán un mayor impacto.**
Si bien para ellos es importante aumentar sus productos, los socios notan que es importante aumentar las ventas del producto que ya saben hacer y por el que son conocidos, sus canecas. Además, saben que para aumentar las ventas deben producir más y mejores canecas en un tiempo más corto, por lo que también consideran que la producción es prioridad.
- 3 **Buscar una lista de empresas, personas e instituciones cuyas fortalezas sean los aspectos que requiere mejorar la sociedad.**
Dentro de todos sus conocidos, los socios elaboraron este cuadro que les ayuda a seleccionar sus posibles aliados:

Empresa / Persona	¿En qué nos puede aportar?
Plastiplas	Distribuir las canecas en su cadena de tiendas.
Distribuidora Mariño	Vender nuestras canecas junto con alguno de sus demás productos de aseo.
Distribolsas	Vender nuestras canecas junto con sus bolsas de basura.
Don Alejandro Chávez	Conectarla empresa con el gobierno municipal para que la alcaldía compre las canecas.
Cooreciclaje	Suministrarnos todo el material necesario para hacer canecas sin que tengamos que buscarlo nosotros a cambio de un precio adecuado.

4 **Determinar qué podría ofrecer tu sociedad a esas empresas, personas o instituciones, que permita una relación de gana-gana.**
Al definir qué pueden aportar a cada empresa para lograr un gana-gana, los socios deciden que en los tres primeros casos podrían aportar ventas conjuntas, así, ellos distribuirían un producto de su aliado y el aliado sus canecas. Para el último deciden que podrían aportar un acuerdo de precios adecuado a cambio de tener siempre papel para sus canecas. Haciendo este ejercicio se dan cuenta que su sociedad no puede aportar a Don Alejandro algo a largo plazo, así que lo descartan como aliado.

5 **Selecciona las empresas, instituciones o personas cuyas metas y filosofías sean similares a las tuyas y puedan obtener una buena ganancia al aliarse con tu empresa.**
Plastiplas es la empresa más grande de productos de aseo del municipio y se enfoca en productos plásticos. Por su tamaño y tipo de productos, los socios deciden que no es una opción de aliado por el momento. La distribuidora Mariño también es una empresa grande y se enfoca tanto en distribuir canecas como productos de limpieza, así que los socios deciden que tampoco es una buena opción. Tanto *distribolsas* como *cooreciclaje* son empresas medianas, que han sacado productos amigables con el medio ambiente y que siempre han hecho buenos comentarios acerca de sus canecas, por lo que las seleccionan como las dos posibles empresas aliadas.

Indicador de actividad

Después de haber desarrollado gran parte de las actividades propuestas para este bimestre, te invitamos a que trabajes en los ejercicios **Traza el mapa de**, y **El gran reto** de tus guías de trabajo. Tu desempeño en ellos dejará en evidencia todo lo que aprendiste durante este bimestre.

