



Institución Educativa Juan XXIII

Resolución de Aprobación 11 75 del 31 de octubre de 2012
Resolución de Aprobación Media Técnica: 1263 del 7 de Febrero de 2017

DANE: 105001006556 – NIT: 900585184-1

PLAN DE APOYO

ASIGNATURA/AREA: Economía y Política	FECHA:
PERIODO: 3	GRADO(S): Once
NOMBRE DEL DOCENTE: Dayan López B	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE:	
FECHA DE ENTREGA: 8 de noviembre	FECHA DE SUSTENTACIÓN: 9 de noviembre
Objetivo de aprendizaje: Analizar la globalización como un proceso que redefine el concepto de territorio, las dinámicas de los mercados, las gobernanzas nacionales y las identidades locales.	
Recursos: hojas de bloc, lápiz, borrador, regla, lápices de colores, textos de biología, internet.	

ACTIVIDADES

- Colocarse al día con el cuaderno
 - Repasar las temáticas vistas y consultar las dudas que tenga al respecto.
 - Realizar un listado de productos con obsolescencia programada y con publicidad engañosa argumentando cada uno.
 - Responder las siguientes preguntas y argumentar cada respuesta.
 - Sustentar el día de la entrega
- La obsolescencia programada es cuando las empresas convierten intencionalmente algo útil en inútil, las empresas hacen esto para poder:
 - Recobra importancia en el mercado.
 - Vender más y obtener más ganancias
 - Beneficiar a los clientes y usuarios
 - Para poder competir con otras marcas por calidad.
 - La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. Teniendo en cuenta lo anterior NO es una característica de la publicidad
 - responde al objetivo de la empresa para posicionarla.
 - Incitar el consumo del producto apelado a los sentimientos y necesidades de los consumidores.
 - Destacar las características del producto frente a otros similares
 - Convencer al consumidor a través de apariencias para obtener más ganancias.
 - A la hora de llevar a cabo una campaña publicitaria se destacan determinados aspectos sobre el producto para llamar la atención del consumidor potencial y de esta manera aumentar el nivel de ventas. No obstante, esto se hace de manera desleal al poner de relieve ciertas características que no concuerdan con la realidad de lo que se ofrece en el mercado.

Según el texto anterior esa definición hace parte de

 - Estrategias éticas empresariales para mejorar la competitividad entre empresas
 - Publicidad engañosa para obtener mayores ganancias
 - Cumplimiento de las necesidades de los clientes para satisfacer su demanda
 - Publicidad con el fin de convencer al cliente de la calidad de sus productos.
 - Las clases sociales en la actualidad están definidas básicamente por los niveles de riqueza, es así como se habla de clases altas, medias y bajas. Sin embargo, una clase social está condicionada también, por el mayor o menor dominio que ejerza sobre la economía y la política de un estado. Esto explica que:
 - Las clases sociales sean definidas a partir de divisiones raciales
 - La división social está relacionada con el control de los medios de producción
 - La propiedad favorezca a todos los grupos sociales y políticos
 - Las clases dirigentes del país se interesen por acabar con la pobreza
 - Aquella en la que algunos medios de producción son de propiedad privada y otros de propiedad pública. Puede decirse que es una economía en la que la asignación de recursos y el nivel de actividad lo deciden los individuos, las empresas, las cooperativas, las corporaciones públicas y las autoridades que reaccionan, crean o controlan las oportunidades de mercado. Se compone de tres sectores fundamentales: El sector público, el sector social y el sector privado, nacional y extranjero. Según el texto anterior se puede afirmar que una economía mixta:
 - Debe tener TLC para combinarse con otros países.
 - Presenta la combinación de entidades públicas, privadas y sociales.
 - Es igual a la capitalista solo que con otro nombre.
 - Es mixta por los matices de la economía al combinar ideologías.
- Responda las preguntas 6 y 7 con base en el siguiente texto.
- El consumismo es una práctica por la cual una persona compra más allá de lo indispensable. Sumado esto, aunque el nivel de ingresos del consumidor no se lo permita, buscará algún tipo de financiamiento. Se puede decir que existen diferentes tipos de consumismo y son producto de un sistema económico que impulsa la compra, con diversos mecanismos como el crédito, y a lo cual debemos añadir el desarrollo de publicidad por parte de las empresas.



Institución Educativa Juan XXIII

Resolución de Aprobación 11 75 del 31 de octubre de 2012
Resolución de Aprobación Media Técnica: 1263 del 7 de Febrero de 2017

DANE: 105001006556 – NIT: 900585184-1

6. Por lo anterior se puede decir que, mientras que el consumo es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas, el consumismo es:

- A. el consumo responsable de productos
- B. el exceso del consumo
- C. la compra continua de lo necesario
- D. el consumo necesario de las cosas

7. según el texto se puede inferir que lo contrario al consumismo es:

- A. consumo con diversos mecanismos como el crédito
- B. el consumo responsable y crítico
- C. el exceso de consumo
- D. compra más allá de lo indispensable

Responda las preguntas **8 a 10** según el siguiente texto:
El Consumo Responsable tiene que ver con entender que los recursos naturales pueden agotarse. También tiene que ver con comprar de acuerdo a las tres erres (Reducir, Reutilizar y Reciclar) o elegir una marca por su precio y su calidad a la vez que por su respeto medioambiental o las condiciones de trabajo en su elaboración.

Se trata, en ocasiones, de un proceso de aprendizaje continuo, personal y colectivo en el que hace falta estar dispuesta a

- prestar atención a nuestra participación personal y profesional en el modelo de consumo vigente.
- modificar los hábitos y las conductas individuales, comunitarias, empresariales y políticas.

Con nuestra decisión de actuar, participamos en cuidar la sostenibilidad de la vida en el planeta, como nos proponen los enfoques solidario, feminista y ecologista de la economía, desarrollamos relaciones económicas entre iguales, democráticas y justas, y fortalecemos alternativas como las Finanzas Éticas y el Mercado Social, con un fuerte componente transformador.

Tomado con fines académicos de:

<https://www.economiasolidaria.org/consumo-responsable/>

8. Teniendo en cuenta el anterior texto se puede inferir que el consumo responsable:

- A. Busca cuidar el medio ambiente por medio de la consciencia a la hora de comprar
- B. Fomenta el consumo para provecho de las empresas
- C. Incentiva el ecologismo de las empresas como forma de vender para obtener mayores ganancias
- D. Promueve la publicidad engañosa con el fin de obtener mayores ganancias

9. Lo contrario al consumo responsables es:

- A. Entender que los recursos naturales pueden agotarse
- B. prestar atención a nuestra participación personal en el mercado
- C. El consumismo es una práctica por la cual una persona compra más allá de lo indispensable
- D. modificar los hábitos y las conductas individuales, comunitarias, empresariales para consumir solo lo necesario.

10. Parte fundamental del consumo responsables es:

- A. El proceso de Reducir, Reutilizar y Reciclar
- B. No endeudarse
- C. El proceso de crédito para poder comprar mas
- D. Pensar en un cambio para un mundo mejo