

Educación y alimentos golpean con fuerza inflación en septiembre

● La cifra registrada de 0,23% superó en 7 puntos la lograda en el mismo mes de 2018 con 0,16%

CUANDO SE creía que en septiembre la inflación podría ceder frente a la registrada el año pasado en el mismo mes, los rubros de educación y alimentos volvieron a presionar el costo de vida.

En efecto el IPC de 0,23% fue superior a los 0,16% de 2018. Ahora la variación año corrido llegó a 3,26% cuando en el mismo periodo de 2018 fue de 2,63%. Mientras tanto el costo de vida anual registró 3,82%, es decir 0,59 puntos porcentuales mayor que la reportada el año anterior, que fue de 3,23%. De acuerdo con el DANE el comportamiento mensual del IPC se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones alimentos y bebidas no alcohólicas y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones educación (0,90%) y alimentos y bebidas no alcohólicas (0,46%).

De acuerdo con el DANE esos 23 puntos básicos de más estuvieron impulsados por el ajuste de la educación básica y media de calendario B, teniendo 4 puntos básicos de la inflación asociada al pago de matrículas, además un punto por transporte y otro por pensión o alimentos que debieron pagar los padres de familia.

El director del DANE, Juan Daniel Oviedo, destacó que el alza de dólar pudo haber tenido solo efectos en la ganadería, ya que algunos insumos usados por este sector de la economía son importados.



EL PRECIO de los alimentos siguió presionando la inflación, misma que ya registra una cifra anual de 3,82%, cuando un año antes era de 3,23%. /Cortesía

Ciudades

En el campo de aporte hecho por ciudades; Popayán registra la menor inflación con -1,38%; de otra parte Cúcuta alcanzó la mayor inflación con 1,46% por el aumento del precio en la electricidad.

Oviedo aseguró que la contingencia registrada en la vía al Llano no ha podido consolidarse, aunque se atreve a afirmar que no habrá ningún efecto. Sin embargo el componente climático del segundo semestre podría interferir finales de año, al igual que el dólar en la canasta familiar.

En septiembre de 2019 los mayores incrementos de precio en los alimentos se registraron en frutas frescas (5,46%), zanahoria (4,53%) y naranjas (4,16%). Las mayores disminuciones se re-

portaron en las subclases: tomate (-9,14%), tomate de árbol (-8,47%) y cebolla (-5,87%). La división alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles mostraron una variación mensual de 0,21%, la sexta mayor variación mensual.

De otro lado en el mes analizado los mayores incrementos de precio de servicios se registraron en las subclases: recogida de basuras (1,36%), electricidad (1,33%) y alcantarillado (0,96%). Las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: gas (-1,00%) y suministro de agua (-0,28%). La división recreación y cultura registró una variación mensual de -0,43%, la menor variación mensual.

Acumulado

Entre enero y septiembre de

2019 la variación del IPC Total fue 3,26%. Esta variación fue mayor en 0,63 puntos porcentuales con respecto a la registrada en el mismo periodo de 2018, cuando fue 2,63%.

El comportamiento año corrido se explicó principalmente por la variación año corrido de las divisiones: alimentos y bebidas no alcohólicas y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. La división alimentos y bebidas no alcohólicas mostró un cambio en el año corrido de 6,29%.

Mientras tanto la división educación registró una variación año corrido de 5,72%, la segunda mayor en el año corrido en septiembre de 2019. Los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: educación secundaria (6,73%), educación preescolar y básica primaria (6,16%) e inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (5,64%). La única disminución de precio se presentó en diplomados, educación continuada, preices, preuniversitarios (-2,09%).

La división alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles registró una variación año corrido de 2,74%, la quinta mayor variación año corrido.

En septiembre de 2019, la variación anual para el IPC Total se registró en 3,82%. El comportamiento de las dos divisiones enlazables fue: bebidas alcohólicas y tabaco 4,66% e información y comunicación 1,78%.

Proponen cambios en sector solidario

El cooperativismo nacional se ha fijado como meta un desarrollo similar al que existe en otros países. Consiste en permitir que las entidades del sector tengan carácter de verdaderas empresas y, por ende, vehículos de emprendimiento -como cualquier SAS-. Y que las personas jurídicas puedan constituir cooperativas de segundo piso y actuar como podría hacerlo cualquier clúster. Esas son cosas de trámite común en otras latitudes, pero no en Colombia. En reciente Congreso Nacional Cooperativo, organizado por Confecoop en Cartagena, el sector se quejó por el trato de cenicienta que ha recibido por años. Algo que podría dar un giro radical si cumple sus promesas el presidente Iván Duque, que en su paso por el BID se acercó al tema.

Más vías en el Tolima

Instituto Nacional de Vías y la Gobernación de Tolima, entregaron el corredor de la vía secundaria que comunica entre los corregimientos Herrera y El Diamante pertenecientes al municipio de Rioblanco (Tolima), la cual fue intervenida con obras de mejoramiento. El Instituto Nacional de Vías, ha sido designado por el OCAD, para adelantar los procesos de interventoría de los proyectos ejecutados con los recursos del Sistema General de Regalías. Es el caso de la vía Herrera-El Diamante, en donde se logró la asignación de recursos para la pavimentación de 7,7 Km de este corredor, de los cuales hoy ponemos al servicio de la comunidad 3,7 Km, en esta zona que ha sido altamente afectada por problemas de orden público.

Empresarios

Artesanías de Colombia conquista mercado chino

HACE CUATRO años Agua Bendita decidió abrir su primera tienda en el mercado asiático tomando China como punto de referencia. El CEO de la compañía, Esteban González, cuenta que tomaron el camino inverso de las compañías colombianas, que importan materias primas, las telas e incluso productos terminados de allá.

"Estamos llevando a China nuestra marca, la historia que hay detrás de ella y el trabajo de cada una de las más de 550 artesanas, de distintos municipios de Antioquia, a través de los productos hechos a mano, que ponemos directamente en las tiendas", manifestó González.

Unas de las claves del éxito de Agua Bendita en China fue encontrar

un nicho de consumo que valora la moda, la historia de la marca y, por supuesto, de alto nivel adquisitivo. Es así como la Isla de Sanya ha sido el trampolín para las ventas de Agua Bendita en China. "Eso nos ha dado un posicionamiento muy importante y ha puesto esta tienda como la número uno en ventas en el mundo, lo que nos llena de orgullo.

Cerraremos el año con 50 tiendas en 12 países y la única del oriente está en China, el resto están ubicadas en Estados Unidos, México, Venezuela, Panamá, Aruba, Paraguay, Ecuador, entre otros destinos", puntualizó el CEO de Agua Bendita.

Asimismo, Agua Bendita tuvo que repensar el tallaje de sus diseños,

creando nuevos modelos para China "porque las tallas son distintas, los cuerpos, el fenotipo es distinto, entonces hemos tenido que hacer unos desarrollos especiales que nos han permitido que la consumidora pueda sentirse sexy y atractiva con nuestras prendas, y que efectivamente le hormen y se adapten bien a su cuerpo", aseguró González.

Por su parte, Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, celebró la noticia y dijo que "nos llena de orgullo que una empresa de moda colombiana esté triunfando en un mercado estratégico para las exportaciones colombianas como lo es China, segundo socio comercial del país. Están dejando en alto el nombre del país y de esta industria que se ha destacado a nivel mundial por su calidad, innovación, diseños y flexibilidad en la producción".



Oficinas de Huawei en Cali

Con el objetivo de ofrecer una atención cada vez más personalizada a todos los usuarios, Huawei anunció la apertura de su primera tienda de servicio en Cali. La nueva tienda está ubicada en el prestigioso Centro Comercial Chipichape. Con este lanzamiento, la compañía busca que los usuarios se sientan cada vez más cercanos a la marca y tengan un espacio para experimentar con su más completo ecosistema de innovaciones que incluye smartphones, tabletas, computadores, wearables y accesorios. "Esta nueva apertura es el resultado de nuestro compromiso con la constante búsqueda de la excelencia de cara a nuestros usuarios", indicó ZengLi, country manager de Huawei Consumer Business Group en Colombia.