


Financiera COMUTRASAN		
Contact Center: 01 8000 938 008 www.financierascomutrasan.com.co		
INDICADORES ECONÓMICOS		
DÓLAR (tasa media)	EURO (tasa media)	REAL (tasa media)
1.815,58	2.325,98	873,15
PRECIOS AL CONSUMIDOR 		
Café	1,73	Libra
DTF	5,26	(EA)
Petróleo	86,75	WTI

Cifras del día

CCB presentará sus Núcleos Empresariales en Pasto



Foto: Suministrada/EL FRENTE

Hoy en la ciudad de Pasto, se conocerán experiencias exitosas que se están liderando en varias regiones del país con el fin de que puedan ser replicadas. Se trata del 16° Encuentro Nacional de Cámaras de Comercio, evento organizado por Confecamarcas y la Cámara de Comercio de Pasto, un espacio de focalización estratégica y de socialización de programas exitosos, que contribuye a fortalecer el trabajo en Red de las 57 Cámaras de Comercio del país. La Cámara de Comercio de Bucaramanga, hará presencia con su programa "Modelo de articulación institucional para la internacionalización de Pymes de la Región Andina - Programa de Núcleos Empresariales". "El Encuentro de Cámaras es un espacio de discusión estratégica y de compartir experiencias exitosas de la Red de Cámaras de Comercio, en beneficio del desarrollo regional y empresarial de nuestro país. Se compartirán iniciativas que lideran las Cámaras de Comercio del país con el objetivo de promover la formalización y el emprendimiento empresarial, el empleo y la inversión, para que sirvan como modelos replicables para las demás regiones", afirmó Julián Domínguez Rivera, presidente de Confecamarcas.

Agrinos desarrolló tecnológico para el prado



Foto: Suministrada/EL FRENTE

Dada la creciente demanda de alimentos de alta cantidad proteica generada en los últimos años y con la aprobación de los Tratados de Libre Comercio (TLC), Colombia debe orientar los sistemas de producción agropecuaria hacia el logro de mayores estándares de competitividad global, conservando la soberanía alimentaria en este tipo de productos. Es por esta razón que Agrinos Global Group, la multinacional noruega líder en producción de fertilizantes orgánicos no tóxicos, trabaja en el desarrollo de tecnologías y productos que garantizan la producción y conservación de pastizales. El uso de esta tecnología resulta de vital importancia en momentos en que los drásticos cambios climáticos, presentados en los últimos meses en el país, han generado una degradación en las áreas de pastizales, convirtiéndose en zonas deshabitadas y especies indeseables de escaso rendimiento y valor nutritivo, lo que provoca el deterioro ecológico y económico que resulta incompatible con los sistemas ganaderos productivos.

Vargas Lleras confía la construcción otras 100 mil viviendas

El Ministro de Vivienda, Germán Vargas Lleras, anunció que su cartera avanza positivamente en un acuerdo con las Cajas de Compensación Familiar para concretar un nuevo programa de 100 mil viviendas para empleados formales de bajos recursos. Las nuevas viviendas beneficiarán a trabajadores que devengan entre 1 y 1,5 salarios mínimos y no serían gratuitas sino que se entregarían bajo condiciones especiales de subsidio + subsidio a la tasa + crédito blando del Fondo Nacional de Ahorro.

» Bumanguese compraron hasta agosto 26.399 millones en vestuario

La moda antioqueña quiere coalición comercial con Santander

Con el claro objetivo de facilitar los negocios interregionales además de incentivar a la industria textilera de Santander para ingresar al Mundo de la Moda, Inexmoda visitó Bucaramanga.

En todo el tema de capacitaciones y asesorías están tratando de entrar en contacto con todos gremios textiles regionales, para saber como poder transmitir todo del conocimiento adquirido en 25 años de experiencia en el Mundo de las Modas y así poder ayudar a las empresas regionales a potencializarse en el mercado nacional e internacional, es la idea general del recorrido en las principales ciudades del país de Inexmoda.

Alianza estratégica

Santander como uno de los nichos de la moda infantil, zapatería y bisutería, se ha convertido en uno de los puntos estratégicos para forjar una alianza regional en la cual, las empresas de Santander y Antioquia puedan unificar esfuerzos, enfocados en el fortalecimiento del portafolio de ofertas de moda colombiana en la nación y el



Un producto / a product by:
inexmoda
instituto para la exportación y la moda

mundo, aprovechando los TLC's.

"Santander nos está ayudando un montón, ya que Antioquia es muy fuerte en ropa interior, jeans Wear, trajes de baños, pero en la moda infantil no somos muy fuertes, por eso es que llegarían a complementar la oferta de un sector textil confección potente, a su vez el sector del cuero, el calzado y la marroquinería es un sector que apenas estamos manejando y la idea es formar un industria competente

nacionalmente" explicó Carolina Fernández coordinadora de negocios e inversión de Inex Moda.

Beneficios para los santandereanos

Las empresas santandereanas podrán aprovechar los tres grandes eventos de moda que realiza Inexmoda, como Colombia Moda, Colombiatext y Textiles2, ya sea para ampliar su conocimiento en las nuevas tendencias de moda en el país o el mundo, o para adquirir nuevos insumos necesari-

rios para innovar los productos que ofertan.

"Es así como pueden asistir a Colombiatext, en calidad de compradores para encontrar esos productos de parte de su proveedor adecuado que le ayuden a mejorar la calidad y a innovación de sus productos. Y en Colombiamoda sería el escenario perfecto para que los empresarios se presenten ante os más altos diseñadores nacionales e internacionales así como potenciales

compradores" agregó la coordinadora de negocios e inversión de Inex Moda. Inexmoda realiza su gira comercial por 10 ciudades del país con el objetivo de presentar a compradores e inversionistas las ferias Colombiatext de las Américas, Colombiamoda y su nueva apuesta Textiles 2.

El sector textil, confección diseño y moda, representa el 1,14% del PIB y el 10,7% PIB manufacturero de Colombia.

» Debido al punto del artículo 30 de la Ley 1480 de 2011

Medios de comunicación pagarían los "platos rotos" de publicidad engañosa

Los medios de comunicación no deben ser los responsables de la publicidad que se considere como engañosa y que sea pautada en los mismos, pues son los anunciantes los llamados a responder en caso de incurrir en esta práctica.

Esta es una de las principales conclusiones del foro "La protección al consumidor colombiano frente a la publicidad engañosa", organizado por el Área Jurídica, la Universidad Externado, Andianos y Asomeditos, y en el cual se debatió sobre la responsabilidad que tienen los medios frente a esta práctica, con la cual el consumidor termina siendo el principal perjudicado.

El debate se dio con el fin de analizar, entre otros puntos, la decisión de la Corte Constitucional que declaró exequible este punto del artículo 30 de la Ley 1480 de 2011 (Nuevo Estatuto del Consumidor), que indica que la responsabilidad por las consecuencias que le pueda traer la publicidad engañosa deberá ser asumida de manera solidaria entre el anunciante y el medio de comunicación.

El texto aprobado indica que "el



medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave", decisión que, según la Corte, fue basada en el preámbulo y en los artículos 20 y 78 de la Carta Política, "a partir de los cuales se comprende también la necesidad de vincular a los medios de comunicación en la protección de los derechos de los consumidores".

Ante este planteamiento, el ex magistrado José Gregorio Hernández, señaló que el tema del dolo no es problema, pero sí lo es la parte relacionada con la culpa grave porque los medios no pueden asumir

esta responsabilidad por la publicidad que transmiten.

"El anunciante es quien debe responder, porque los medios no tienen ni las características ni las herramientas necesarias y suficientes para corroborar lo que dice la publicidad", dijo el experto, quien a la vez se preguntó si con esto no se está generando censura, un tema que está prohibido en la Constitución.

Al respecto, el abogado especialista en publicidad, Jorge Jaekel señaló que el medio no tiene la capacidad ni está en condiciones de conocer la información que se anuncia, porque para ello tendría que tener expertos en cada tema para evitar ser engañado. En su concepto, solo si hay negligencia de su parte podría ser responsable, pues debe partir de la buena fe del anunciante. El experto llamó la atención sobre el hecho de que en el Nuevo Estatuto no se establezca ninguna responsabilidad para la Agencia tal como se hace para el medio.