

## Récord de ventas de Tous

La marca española Tous, de joyería y accesorios líder en el segmento de lujo asequible, mantiene su senda de crecimiento con un nuevo récord de ventas. La compañía ha aumentado su cifra de negocio hasta los 466 millones de euros, un 4,5% más que el año anterior, y ha superado por primera vez la barrera de las 700 tiendas en el mundo, consolidándose como una marca global con presencia en 56 países. El mercado internacional gana peso para la firma: los 460 establecimientos que la marca tiene fuera de España ya suponen dos de cada tres tiendas, el 65,5% sobre el total. "A las puertas de nuestro centenario, que celebraremos el próximo 2020, estamos orgullosos de habernos consolidado", ha destacado Alba Tous, Presidenta de la Compañía.

## Huawei entra al alumbrado público

Con el objetivo mejorar el alumbrado público en el país e incrementar el ahorro respecto al consumo energético, Huawei presentó su solución Smart-Lighting en el mercado colombiano. Esta tecnología, desarrollada junto con Grupo Unión, permite a municipios y ciudades convertir sus modelos de luz pública en sistemas inteligentes. En Colombia y de la mano con su socio de negocio Grupo Unión, la iniciativa se adelantó con el fin de implementar el alumbrado inteligente adaptado a los sistemas de iluminación que actualmente se utilizan en el país. Su uso permitirá que el consumo de energía se reduzca en un 40%, protegiendo al medio ambiente y ayudando a reducir los costos que el gobierno y los ciudadanos deben asumir.

## Mejoran ingresos de Frontera Energy

La petrolera Frontera Energy anunció sólidos resultados financieros y operacionales en el primer trimestre de 2019. El ingreso neto fue de US\$46 millones en el primer trimestre de 2019 comparado con una pérdida neta de US\$117 millones en el cuarto trimestre de 2018 y una pérdida neta de US\$3 millones en el primer trimestre de 2018, impulsado por mayores precios del petróleo y menores costos de operación y transporte. La producción promedio del primer trimestre fue de 67.974 barriles de petróleo equivalente por día (bpe/d).

## INGRESOS EXTRAS NO SE DESTINAN AL AHORRO SINO AL GASTO

# Al 73% de las personas no les alcanza el sueldo hasta fin de mes

● La mayoría prefiere hacer compras que desborden su presupuesto de alimentos

ANTE LA falta de ingresos al 73% de los trabajadores no le alcanza el sueldo hasta final de mes y deben hacer esfuerzos extras o endeudarse para poder completar el presupuesto.

De acuerdo con una encuesta de la cooperativa financiera Confiar, aunque la mayoría de las personas lleva un registro de ingresos y egresos y además un presupuesto, solo el 27% de los encuestados manifestaron que siempre les alcanza el salario hasta el fin del mes.

La encuesta realizada por la Unidad de Investigación, Desarrollo y Territorio de Confiar sobre Educación Financiera, Ahorro y Autocontrol, fue aplicada a 1.072 personas entre los 24 y los 40 años en seis departamentos (Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Risaralda Casanare, y Meta) y 11 regiones del país.

Según John Edwin Baena, experto en comportamiento del consumidor y líder de investigación de Confiar, el 38% de los trabajadores responden que pueden existir momentos en los que el sueldo no les alcance, "lo que muestra que no solo es necesario llevar un registro y mantener presupuesto, sino este debe estar acompañado de un control y revisión constantes de los gastos que se realizan".

Al preguntarles a las personas por si distribuyen eficientemente su dinero, el 23% responden que sí, lo que muestra un excelente manejo de los recursos escasos y al mismo tiempo abre una



PARA LA mayoría de las personas el sueldo que ganan es insuficiente para cubrir todos sus gastos a final de mes./ENS

oportunidad para entender qué pasa con el 77% restante que no siempre lo hace o definitivamente no les alcanza sus recursos para distribuirlos en sus actividades.

### Registro

El 54% de las personas entrevistadas procuran mantener un registro de ingresos y egresos, porcentaje que coincide con las personas que tiene como costumbre llevar un presupuesto, pero para tener un buen manejo de las finanzas personales no es sólo necesario mantener un registro.

De otro lado es frecuente que cuando las personas se encuentran con amigos o familiares no realicen un control de sus gastos, como ya se ha comprobado en otros estudios, los consumidores son emocionales y tienden a demostrar sus sentimientos o estados de ánimo a través de

la compra, para el caso de este estudio sólo el 19% gasta exactamente el dinero que presupuesta para sus salidas o encuentros.

A pesar de esto las personas entre los 25 y 40 años tratan de ser racionales a la hora de la compra, una muestra de ello es que el 48% siempre compara precios a la hora de adquirir un bien, además de un 25% que casi siempre lo hace. Esta actitud se suma a los resultados optimistas de un 71% que evalúa la necesidad de tener el producto - siempre (37%) y casi siempre (34%) - lo que muestra una tendencia de los consumidores a ser cada vez más conscientes frente a los gastos y los bienes o servicios que adquieren.

Al indagar a las personas sobre las frases "lo veo, me gusta, lo compro" y "solo hazlo" el 46% están en desacuerdo o totalmente

en desacuerdo en dejarse llevar por el impulso y la emoción, lo que evidencia la necesidad de continuar generando herramientas que permitan tomar mejores decisiones al consumidor frente a la compra.

Según el estudio, el 41% de los consumidores están "en desacuerdo" en comprar sin hacer un preanálisis de lo que se va adquirir y si esto lo cruzamos con la variable imagen y apariencia donde el 43% está "en desacuerdo" nos confirma una vez más que el consumidor promedio evalúa, compara precios y no necesariamente se preocupa por la imagen y la apariencia.

"La frase respecto a la satisfacción evidencia que el consumo necesariamente esta cruzado por la emoción, si se observa la distribución de los resultados, la mayoría afirma que está de acuerdo con que las compras les generan satisfacción, conclusión que ya muchos estudios sobre el consumidor han demostrado, pero que cobra nuevamente relevancia frente el autocontrol", añadió Baena.

### Dinero extra

Según el estudio el 41% de las personas entrevistadas respondieron que "siempre" destinan una parte de sus ingresos al ahorro, pero cuando se enfrentan a cambios ya sean por reducción de gastos (21%), ingresos extras (16%) o incrementos permanentes en la renta (26%) no lo destinan necesariamente al ahorro.

## Empresarios

# BASF aumenta sus ventas en América del Sur

EL AÑO pasado, las ventas de BASF en América del Sur tuvieron un valor total de 3.300 millones de euros, un aumento del 5% en comparación con el año anterior. En todo el mundo, la compañía capitalizó ventas de 62.600 millones de euros, de las cuales el 27,7% procede de productos que contribuyen con la sostenibilidad en la cadena de valor. A su vez, la meta es alcanzar los 22.000 millones de euros en ventas hasta el año 2025. En el mismo período, se invirtieron globalmente 2.000 millones de euros en investigación y desarrollo.



"Todo lo que hacemos tiene coherencia con el conocimiento que BASF ha adquirido a lo largo de más de 150 años y nuestro objetivo es emprender para crear el futuro con optimismo, siempre buscando mejorar nuestro foco en el cliente", afirmó **Manfred Rübens**, presidente de BASF para América del Sur.

A lo largo de 2018, BASF excedió su meta de facturación y cerró el año con un resultado financiero positivo y continuó acompañando las tendencias mundiales en sostenibilidad, como las nuevas tecnologías aplicadas a la producción agrícola, la digitalización y la rastreabilidad de productos.

En 2018, BASF mostró diversos ejemplos prácticos de sostenibilidad en Argentina, Brasil, Chile, Perú, Colombia y Ecuador, entre ellos: el desarrollo del ecovio®, plástico biodegradable y compostable producido a partir del almidón de maíz, especialidades a base de aceite de palma certificado, acciones de eficiencia energética y soluciones para el sector de construcción, que contribuyen a reducir el consumo de agua. El desarrollo de detergentes biodegradables con ingredientes que evitan la contaminación de las aguas cuando los residuos del jabón vuelven a la naturaleza o startups que desarrollen soluciones para el segmento agrícola, para impulsarlas y hacerlas realidad en toda Suramérica.