

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del catálogo en línea, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Informe de Práctica Empresarial - Federación Nacional de Comerciantes

Andres Felipe Oviedo Ruiz

Informe de práctica para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Edgar Gerardo Cuellar Hernández

Especialista en Gerencia de Exportación y Docencia Universitaria

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Tabla de Contenido

1. Funciones, Procesos y Procedimientos	8
1.1 Descripción de las Funciones, Procesos y Procedimientos ejecutados de acuerdo con el Protocolo de Práctica y Nuevas Actividades Realizadas no incluidas en éste.....	8
1.1.1 Santander Compra Santander Virtual.....	9
1.1.2 Reunión de mesa sectorial: el sector autopartes y la PONAL.....	10
1.1.3 Reuniones de mesa sectoriales: Funeraria (con respecto al manejo de cuerpos infectados por COVID-19)	12
1.1.4 Lo que quieres es Colombia	13
1.1.5 Reunión mesa sectorial con instituciones de idiomas	15
1.1.6 Convocatoria día del tendero.....	16
1.1.7 Reunión MOTORFEST.....	16
1.1.8 Reunión Centros Comerciales.....	18
1.1.9 Reunión Consultaton	19
1.1.10 Reunión Mesa Sectorial Motos	19
1.1.11 Seminario Propiedad Horizontal	20
1.1.12 Planteamiento Estratégico del 2021	20
1.1.13 Planteamiento Outlet Fenalco	20
1.1.14 Reunión Sector Motocicletas	21
1.1.15 Llamadas de fidelización.....	22

1.1.16	Visita Centro Comercial Cañaveral.....	23
1.1.17	Reunión CDA´S	23
1.1.18	Reunión Concesionarios.....	23
1.1.19	Outlet Fenalco – Reunión Electrodomésticos	24
1.1.20	Reunión Motocicletas.....	25
1.1.21	Webinar experiencia del cliente	26
2.	Marco Normativo y Marco Conceptual	26
2.1	Marco Normativo.....	26
2.2	Marco Conceptual.....	27
2.2.1	Fenalco	27
2.2.1	Mesas Sectoriales	27
3.	Internacionalización del Sector Turismo	27
	Lista de Referencias	36

Lista de Figuras

Figura 1: Logo del evento SCS.....	10
Figura 2: Lo que quieres es Bucaramanga.....	14
Figura 3. Reunión con Empresarios.....	15
Figura 4. Outlet Fenalco Santander	24

Resumen

En el presente informe se dará a conocer el desenvolvimiento y funciones de la práctica empresarial realizada por el estudiante de último semestre de Negocios Internacionales como opción de grado para obtener su título profesional durante un tiempo de seis meses en la Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios (FENALCO) seccional Bucaramanga, Santander.

Se dará a conocer las funciones del cargo, la gestión llevada dentro del departamento de Integración Empresarial, tomando como punto de partida la representación gremial y la representación sectorial junto con el programa de mesas sectoriales, en temas estratégicos, operativos y de procesos. En el documento se verá reflejado los aportes del practicante en las distintas mesas sectoriales que se llevaron a cabo, asistiendo a las reuniones, realizando las actas de cada reunión y aportando ideas de nuevos proyectos dentro de la Federación. Así mismo, los aportes de la empresa hacia el estudiante, brindándole espacios de apoyo, retos y oportunidades en el que se pudiera medir su capacidad de trabajo y compromiso.

Palabras clave: Federación, Integración Empresarial, Representación Gremial, Procesos, Reuniones, Ideas

Abstract

This report will present the development and functions of the internship performed by the last semester student of International Business as a degree option to obtain his professional degree for a period of six months in the National Federation of Merchants and Entrepreneurs (FENALCO) Bucaramanga, Santander.

The functions of the position, the management carried out within the department of Business Integration, taking as a starting point the union representation and the sectorial representation together with the program of sectorial tables, in strategic, operative and process topics, will be disclosed. The document will reflect the contributions of the intern in the different sectorial roundtables that were carried out, attending the meetings, taking the minutes of each meeting and contributing ideas for new projects within the Federation. Likewise, the company's contributions to the student, providing spaces of support, challenges and opportunities in which the student's work capacity and commitment could be measured.

Keywords: Federation, Business Integration, Trade Union Representation, Processes, Meetings, Ideas.

1. Funciones, Procesos y Procedimientos

1.1 Descripción de las Funciones, Procesos y Procedimientos ejecutados de acuerdo con el Protocolo de Práctica y Nuevas Actividades Realizadas no incluidas en éste.

En esta nueva etapa de mi carrera profesional, y donde empieza mi vida laboral, tengo la oportunidad de realizar mi práctica empresarial en un gremio muy importante para todos los comerciantes de todos los sectores empresariales, conocido como la Federación Nacional de Comerciantes (de ahora en adelante Fenalco), allí estaré realizando las siguientes funciones:

- Apoyar al departamento de integración empresarial con la estrategia de “Representación Sectorial” junto con el programa de mesas sectoriales, en temas estratégicos, operativos y de procesos.
- Formular planes de mejoramiento y fortalecimiento empresarial que se adecuen al programa de mesas sectoriales y que se encuentren establecidos en el plan estratégico del departamento para el respectivo año.
- Realizar diseños de procesos empresariales acorde a la visión del departamento de integración empresarial.
- Implementar políticas para el programa de mesas sectoriales y de cada mesa independiente, enfocada a mejorar los niveles de trabajo de los sectores afiliados a la Federación.
- Realizar las actividades que sean necesarias para la ejecución exitosa del plan estratégico planteado por el departamento, como: citaciones, actas de reuniones, contacto con afiliados, representatividad de la Federación.

1.1.1 Santander Compra Santander Virtual

La Cámara de Comercio de Bucaramanga y la Federación Nacional de Santander, realizaron una convocatoria para llevar a cabo el sexto Encuentro de Relacionamiento Comercial “Santander Compra Santander” los días 24 a 28 de Agosto de 2020, un evento donde las empresas santandereanas, se reunieron mediante una agenda previamente concertada y programada con el fin de realizar contactos, impulsar posibles alianzas y generar expectativas de nuevos negocios.

Ante la coyuntura presentada por el COVID-19¹, el evento, “Santander Compra Santander”, que inicialmente se iba a realizar presencialmente en el Centro de Ferias, Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga S.A.- CENFER S.A, tuvo que tomar un cambio drástico, el pasar de lo presencial a lo virtual. Este cambio, que se hizo en un lapso muy corto de tiempo debido a las restricciones que pusieron las diferentes alcaldías de cada municipio causadas por el COVID-19, significó un reto personal y profesional para mi equipo de trabajo y demás personas que estuvieron participando en la realización de dicho evento. Con mucho esfuerzo, dedicación y en medio de una incertidumbre económica, se logró llevar a cabo este evento virtual, el cual denotó algo nuevo para muchos de los empresarios y personas asistentes, donde se dieron capacitaciones y charlas para que supieran el manejo de la plataforma y se llevaran a cabo con éxito todas las citas que se pactaron con otras empresas de la región. El evento, que duró 5 días reveló unas cifras muy importantes que fueron gratificantes para Fenalco y la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Según la Federación Nacional de Comerciantes de Santander (FENALCO, 2020) “durante los cinco días del evento, 660 representantes de las 367 empresas inscritas interactuaron a través de

¹ La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.

una plataforma digital que le permitió al 82.6% de ellos cerrar negocios en sus citas, consolidando ventas estimadas en \$300.000.000 de pesos” (párrafo. 2).

Para llevar a cabo estas reuniones virtuales exitosas que tuvieron todos los empresarios que participaron del evento, se tuvo que hacer una convocatoria por canales digitales tales como Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter e Internet, además de los canales tradicionales como llamadas telefónicas y por el voz a voz de los empresarios. La información que se obtuvo se recopiló en una base de datos para luego ser utilizadas para llamar a los empresarios a que participaran de las diferentes capacitaciones que se dieron antes del inicio del evento.

Otro aspecto para destacar de este evento es el sector al que pertenecen las empresas participantes, donde se concentran de esta manera: “El 43.1% pertenece a negocios de servicios al comercio; 18% perteneciente a la manufactura; 15,1% del sector TIC; y el porcentaje restante entre agro alimentos, turismo, salud y construcción” (FENALCO, 2020, párrafo.5).

Figura 1: *Logo del evento SCS*



Nota. Recuperado de “Más de 2.000 citas de relacionamiento empresarial se realizaron en la sexta versión de Santander compra Santander”, de Fenalco, 2020, [archivo pdf].

1.1.2 Reunión de mesa sectorial: el sector autopartes y la PONAL

Se realizó una mesa sectorial con varios de los establecimientos que están ubicados en el barrio Girardot de la ciudad de Bucaramanga y con el acompañamiento de la Policía Nacional, se contó con la participación del Subintendente de la Policía Jhoiner Herrera. El objetivo de esta

reunión de mesa sectorial es el tema de la seguridad y el alcance que ha tenido las visitas de inspección de la PONAL a los establecimientos de comercio en dicho sector.

Dicha reunión se hace con el conocimiento de una base de datos, llamando a los empresarios del sector y escribiéndoles mensaje por el medio de WhatsApp para que confirmen su asistencia.

Se inició la reunión dando la bienvenida a todos los empresarios. El Dr. Alejandro Almeyda, director ejecutivo de Fenalco Santander, dio unas cifras para contextualizar un poco lo que está sucediendo en área metropolitana y en el sector.

Varios de los empresarios presentes manifestaron que no están conformes con el control que está ejerciendo la Policía, ya que se han presentado casos de inseguridad al frente de los establecimientos comerciales. También comentaron que están cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad y cuentan con espacios amplios pero la policía solo está permitiendo el aforo del 50% del personal. Otra de las preocupaciones de los empresarios es la documentación exigida por la policía, ya que estos piden un documento para el uso del suelo, los empresarios no tienen dicho documento porque la alcaldía se ha demorado en el proceso de entrega.

El subintendente, Jhoiner Herrera, de la Policía Nacional, resalta la labor que está haciendo la Policía Metropolitana con respecto al cumplimiento de los protocolos de

Bioseguridad, legalidad y documentación que debe tener cada establecimiento comercial en el Barrio Girardot ubicado en la ciudad de Bucaramanga.

Se concluye que es necesario mantener y fortalecer el trabajo mancomunado entre empresarios del sector y la PONAL; y agilizar las gestiones respectivas de documentos con la Secretaria de Planeación del municipio de Bucaramanga.

Tengo que realizar un acta donde indique cuales fueron los temas que se trataron dentro de la mesa sectorial y cuál fue el orden del día que se llevó, esto con el fin de llevar un control de todas las reuniones que se van realizando por sector e ir desarrollando los temas que presenten más problemas entre los empresarios.

1.1.3 Reuniones de mesa sectoriales: Funeraria (con respecto al manejo de cuerpos infectados por COVID-19)

Se realiza una reunión con los representantes de las diferentes funerarias del área metropolitana de Bucaramanga para hacer la revisión de criterios relacionados al manejo de cadáveres COVID-19, con el fin de sentar una posición como sector.

También se les facilita a los representantes los documentos expedidos por el Ministerio de Salud Y Protección con respecto al manejo de cadáveres infectados por COVID-19 los cuales son: el manual de manejo de cuerpos por COVID-19, manual de manejo RUAF, resolución 5194 de 2010 y la circular #032 de Floridablanca.

Esta reunión se hace con el objetivo de que los empresarios y gerentes de las diferentes funerarias del área tengan a la mano los documentos pertinentes con respecto al manejo de cuerpos infectados por el virus, para evitar problemas con los familiares de los difuntos y demás personas.

1.1.4 Lo que quieres es Colombia

Para resaltar un poco las cifras del sector turismo durante el año 2019,

Colombia recibió 3.9 millones de turistas, lo que representa \$6.6 mil millones de dólares en ingresos, como lo informó la Organización Mundial del Turismo este año, eso equivale al 2.1% del PIB. Esta cifra supera los ingresos combinados de las exportaciones de flores, café y banano (Las cifras del turismo en Colombia antes de la pandemia y su apuesta al futuro, 2020).

No cabe duda que el sector turismo ha sido uno de los más afectados por la coyuntura actual del COVID-19, los efectos de esta crisis quizá se vean afectados hasta por años. Para poner en contexto en como afecto el COVID-19 a la economía colombiana durante el segundo trimestre del 2020 se resaltan las siguientes cifras, “el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 15,7% respecto al mismo periodo de 2019” (DANE, 2020, pág. 3).

Mientras tanto el “PIB turístico”, que son las actividades relacionadas con el viaje y el turismo, que dentro de estas está el transporte y almacenamiento, alojamiento y servicios de comida, actividades artísticas, entretenimiento y recreación, y otras actividades de servicio, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística “decrece en un 34%” (DANE,2020) durante el segundo trimestre del 2020.

Es por esto por lo que Fenalco y Avianca deciden firmar una alianza estratégica llamada “Lo que quieres es Colombia” la cual busca reactivar el sector del turismo en el país, uno de los sectores más afectados por el COVID-19.

La campaña presenta una guía turística, que a través de símbolos nacionales como las palanqueras, artesanos, bailarines y la gente local se invite a los turistas a recorrer el territorio

nacional, el cual es muy conocido en todo el mundo por sus playas, sus paisajes, su gastronomía y su cultura. Cabe destacar que este sector enfrenta un reto muy importante,

Por lo que este tipo de estrategias de promoción turística como “Lo que quieres es Colombia” y “Compra lo Nuestro” son fundamentales para recuperar la confianza en los viajes, proteger el sector, recuperar la mayor cantidad de empleos directos e indirectos; y fortalecer la operación en Colombia. (Ruiz Villamizar, 2020).

La tarea que tuve que realizar en este importante proceso para Fenalco Santander, fue la de hacer la convocatoria, por medio de una base de datos, vía telefónicamente a las empresas que se registraron a los diversos conversatorios que se tuvieron acerca de esta alianza. Se hicieron las llamadas telefónicas y se les explico el proceso que tenían que realizar para hacer parte de esta alianza; la empresa era la que tomaba la decisión de seguir en el proceso o no hacer parte de este.

Figura 2: *Lo que quieres es Bucaramanga*



CONVERSATORIO:

“LO QUE QUIERES ES BUCARAMANGA”

Únete a la reactivación del turismo
 📅 Martes 1 de septiembre - 3:00 p.m.
 🗣️ Vía: Google Meet

Organizan
Avianca  



Nota. Tomado de archivo drive [Fotografía], por Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios, Seccional Santander. Tomado con permiso del autor.

1.1.5 Reunión mesa sectorial con instituciones de idiomas

Se realiza una reunión con las diferentes instituciones de idiomas de la ciudad, donde los principales temas que se hablaron fue el de la reapertura de estas instituciones para que sus estudiantes puedan volver a los salones de clase con todas las medidas de bioseguridad.

Se responden a las preguntas de los empresarios dando a conocer la resolución número 666 del 24 de abril de 2020 del Ministerio de Salud y Protección Social; la cual el objetivo de esta es adaptar en los diferentes sectores, diferentes al sector salud, con el fin de disminuir el riesgo de transmisión del virus de humano a humano durante el desarrollo de todas sus actividades.

La convocatoria a esta reunión se realiza mediante un grupo de WhatsApp donde se encuentran todos los empresarios de esta mesa sectorial, allí se les informo de esta reunión y todos los integrantes de la mesa asistieron.

Figura 3. Reunión con Empresarios



Nota. Pantallazo de Whatsapp

1.1.6 Convocatoria día del tendero

Fenalco junto con empresas como Alpina, Almacenes Alca, Wonder, Frio y Calor, Freskaleche deciden hacer una celebración para conmemorar el día del Tendero, mediante charlas, capacitaciones, rifas y un Bingo virtual, donde van a haber premios y rifas. Los tenderos reclamaron el cartón a cada una de las empresas patrocinadoras del evento para hacer parte de este Bingo y disfrutaron de este el domingo 18 de octubre en vivo mediante el canal de YouTube de Fenalco Santander.

La convocatoria a esta celebración se realizó mediante una base de datos que nos compartieron empresas como Bavaria para poder contactar a cada tendero e invitarlos a esta celebración.

Al finalizar el evento se realiza la correspondiente llamada a cada uno de los tenderos para notificarles que han sido ganadores y hacer la entrega del respectivo premio a cada uno de los ganadores.

1.1.7 Reunión MOTORFEST

Como se ha venido haciendo en los últimos años, Fenalco realiza la feria automotriz de Santander, el cual esta vez va a tener un cambio significativo, pasará de un evento presencial a ser totalmente virtual en esta edición, esto debido a la coyuntura que se presentó por el COVID-19 donde por recomendaciones del Ministerio de Salud está prohibido la realización de eventos masivos con más de 50 personas. Es por esto que Fenalco, y más específico el departamento de

integración Empresarial, del cual hago parte, decide idear y plantear la realización del evento de manera virtual.

El objetivo de esta feria automotriz es que la marca MotorFest sea un escenario de feria virtual versátil que permita la adaptación a formatos presenciales y virtuales de manera independiente o en simultáneo, generando una experiencia interactiva con los expositores y visitantes.

La idea de este evento es que se vincule toda la cadena de valor del sector automotriz, tanto los concesionarios de carros y motos como las entidades financieras, sector de bicicletas, las empresas que prestan servicios y aquellos que venden accesorios para los carros y motos.

Cabe señalar que esta feria destaca la presencia de marca de cada concesionario, la reactivación comercial y el contacto con clientes potenciales, además de que los asistentes al evento van a tener en exclusiva lanzamientos exclusivos de vehículos precios especiales, sorteos y un servicio de financiación.

La feria que este año será virtual contará con una plataforma totalmente dinámica, donde cada persona puede ingresar desde un computador, tableta o celular sin ningún inconveniente e interactuar dentro de ella.

Entre otras cosas la plataforma va a contar con espacios personalizados para cada stand, donde el concesionario puede ubicar imágenes, videos referentes a la marca que está manejando. Las características principales de la plataforma son las de brindar estadísticas con las interacciones que tuvo cada stand durante la feria, equipo de especialistas para soporte de desarrollo web, y una base de datos con clientes potenciales.

Falta por definir los concesionarios, empresas financieras y demás que van a participar para poder llevar a cabo esta importante feria en la región.

1.1.8 Reunión Centros Comerciales

Se realiza una reunión con los diferentes centros comerciales del área metropolitana, donde los principales temas que se tocaron fueron los de Protección de datos personales para propiedad horizontal, mediante una presentación por parte de la Dra. Luisa Fernanda García de la empresa Legalshield, y el otro aspecto importante a debatir fue el de la celebración de la actividad denominada BlackFriday.

Se inicia con la intervención de la Dra. Luisa Fernanda donde presenta a los asistentes la Nueva Guía sobre el Tratamiento de Datos Personales en la Propiedad Horizontal. Da a conocer que cada Centro Comercial debe tener el aviso de privacidad para la toma de temperatura en sitios estratégicos donde sean visible y comprensibles dentro del centro comercial, donde para la recolección de datos es importante dar a conocer:

- Informe sobre la Política de Tratamiento de la Información
- Indicar las finalidades para las que usará los datos
- Solicitar únicamente los datos que son exigidos por el Ministerio de Salud
- Evitar utilizar medios fraudulentos o engañosos para recolectar los datos
- Emplear el aviso de privacidad

También se habló de la actividad que se lleva a cabo todos los años finalizando el mes de noviembre, se trata del BlackFriday, donde los gerentes de los centros comerciales quieren que esta celebración no se haga un solo día, sino que exista la posibilidad de que extienda hasta por una semana, esto debido a que se quieren evitar aglomeraciones en los centros comerciales y evitar el contagio del COVID-19.

1.1.9 Reunión Consultaton

Se realiza una reunión con los diferentes empresarios del sector de Tecnologías de la información y comunicación donde se debaten los temas de llevar a cabo la Consultaton virtual, el cual tiene que como que las personas puedan agendar una cita con empresas del especializadas en el sector para apoyar la implementación de los procesos de integración y digitalización, propiciando en el sector empresarial un gran salto a la era digital. Se lleva a cabo la convocatoria de la gente interesada en agendar citas por medio de WhatsApp, Redes sociales y Mailing. Se espera llevar a cabo esta rueda de negocios de manera virtual.

1.1.10 Reunión Mesa Sectorial Motos

Se realiza una reunión con todos los empresarios que pertenecen al sector de motocicletas donde esta vez no se ejecutó de manera de virtual sino de manera presencial, dando inicio a la retoma de las mesas sectoriales con reuniones presencialmente. Se elabora la estructuración de la feria de Motocicletas que se llama ExpoMotos 2021 con el fin de dar a conocer las diversas promociones y lanzamientos de las nuevas motocicletas de cada una de las marcas de los concesionarios de cara al siguiente año. Se plantea realizar este evento en conjunto con los centros comerciales, donde los centros comerciales arrienden sus plazoletas para la muestra de los lanzamientos de motos. También se planteó que para que el evento tuviera una mayor divulgación entre las personas, se realice una inversión de \$1.000.000 de pesos dividido entre todos los participantes del evento. Por último queda pendiente realizar una reunión con los diferentes directores de Transito del Área metropolitana de Bucaramanga para trabajar mancomunadamente y realizar campañas para la prevención vial.

1.1.11 Seminario Propiedad Horizontal

Se realiza un seminario llamado la Nueva Realidad de la Propiedad Horizontal la cual tiene como objetivo dar a conocer las nuevas medidas que tienen que afrontar las inmobiliarias, conjuntos residenciales, administradores, ingenieros y centros comerciales. Se realiza la convocatoria mediante redes sociales, WhatsApp y llamadas telefónicas; finalmente se realiza la factura para que la persona efectúe el pago y envíe el soporte.

1.1.12 Planteamiento Estratégico del 2021

Para llevar a cabo el plan estratégico del año 2021, el Dr. Alejandro convoca a una reunión con todo el personal de Fenalco para formalizar el plan estratégico de este año. En esta reunión se realiza entre todos la Matriz DOFA de Fenalco, se dan ideas de lo que se puede llevar a cabo en temas de eventos y nuevos servicios para los afiliados de Fenalco. Los jefes de cada área presentan y explican los servicios que ellos tienen a cada uno con el fin de que todos conozcan los servicios para poder realizar las llamadas de fidelización.

1.1.13 Planteamiento Outlet Fenalco

Entre el equipo de trabajo de Integración empresarial se obtiene una idea que es la de tener una vitrina digital, donde las empresas afiliadas a Fenalco puedan mostrar los productos que ofrecen. Se realiza reunión con la agencia de publicidad de Fenalco para presentarles la idea y llevar a cabo la realización del proyecto, estos quedan comprometidos a realizar el logo de la vitrina digital y la página de Instagram, el cual se va llamar OUTLET FENALCO. Queda pendiente socializar la idea con las empresas de Fenalco y realizar presupuesto.

1.1.14 Reunión Sector Motocicletas

Se realiza una reunión con todos los empresarios que pertenecen al sector de motocicletas de manera presencial con el fin de dar a conocer el objetivo de la mesa sectorial para el año 2021 que es la realización de la feria de Motocicletas llamada ExpoMotos. Se dan a conocer los lugares y costos para la realización del evento los cuales son:

- Opción 1: Neomundo- Salón Mega y Plazoleta- 2 días

Costo: 100.679.362 COP

- Opción 2: CENFER- Patio de honor y Mega Carpa- 2 días

Costo: 100.557.804 COP

- Opción 3: Centro Comercial Cacique- Espacio interior 1er piso- 2 días

Costo: 55.562.826 COP

- Opción 4: Centro Comercial Parque Caracolí- Espacios libres 1er y 2do piso

Costo: 49.612.826 COP

Donde en cada opción se pueden llevar a cabo las siguientes actividades

- Exposición de marcas
- Lanzamientos
- Bonos y premios
- Presentaciones en vivo (Neomundo y CENFER, sujeto aforo de 50 personas)
- Transmisión en redes sociales

Debido a la pandemia y a las diversas restricciones que se están imponiendo en el área metropolitana, se contempla la idea de tener una opción que sea un espacio digital, la cual consiste en:

Dos días de transmisión y una semana de feria en jornada continua la cual incluye actividades como:

- Transmisión virtual por marca
- Lanzamientos o presentación de nuevas motocicletas
- Precios de feria
- Sorteos y premios en vivo
- Ruta en motocicleta
- Costo de la actividad virtual: 40.977.518

Los empresarios del sector manifiestan que por motivos de inventario, materia prima y los repuestos disponibles que tienen, no se va poder llevar a cabo la feria en la fecha habitual que se ha venido realizando durante las últimas cuatro ediciones, la cual es en el mes de Marzo. Comentan que a sus concesionarios no les han llegado nuevos modelos y se encuentran escasos de motocicletas para poder realizar la feria en el mes de marzo, es por esto que entre todos deciden que la feria se realice en el segundo semestre del año, teniendo como fecha tentativa en el mes de julio, los días 17 y 18.

1.1.15 Llamadas de fidelización

Con el fin de conocer las opiniones y recomendaciones de los servicios que brinda FENALCO a cada uno de sus afiliados, se realizan llamadas a cada uno, donde estos nos dicen las opiniones que tienen sobre los servicios y como FENALCO los puede seguir apoyando al desarrollo de su empresa.

1.1.16 Visita Centro Comercial Cañaveral

Se realiza una visita al centro comercial Cañaveral con el fin de conocer la infraestructura y espacios que tiene este recinto para poder llevar a cabo el evento del sector de Motocicletas el cual se llama ExpoMotos. Junto con la compañía de mi compañera, Angie Solano, y la Gerente del Centro Comercial, nos dan un recorrido para poder conocer de primera mano los espacios disponibles que tiene el Centro Comercial para poder tomar medidas, con el fin de presentarles una propuesta al Centro Comercial para que nos manden una cotización.

1.1.17 Reunión CDA'S

Se realiza una reunión con los Centros de Diagnóstico Automotriz afiliados a Fenalco con el fin de socializar los avances del Plan Estratégico que se tienen establecidos para el año 2021. Con la socialización del plan estratégico, se presenta a los asistentes a la mesa sectorial la campaña que corresponde al sector, la cual se trata de una campaña de revisión técnico mecánica. La coordinadora de la mesa sectorial presenta el presupuesto a los empresarios el cual dan sus diferentes opiniones con respecto a este. Luego de la reunión y de la aprobación por parte de todos los CDA'S se realiza la facturación y posterior envío de la factura a cada uno de los establecimientos.

1.1.18 Reunión Concesionarios

Se convoca a los empresarios del sector automovilístico para socializar el informe del sector automotor en Santander del año 2020 y revisar el Plan estratégico para el presente año. Se muestran y analizan las cifras de comportamiento del sector automotor durante el 2021.

Con respecto al evento del sector, el cual es MOTORFEST, los empresarios comentaron que es muy difícil que se pueda realizar el evento en un escenario presencial donde se reúnan todas las marcas ya que esto implicaría una aglomeración de gente lo cual no está permitido debido a la pandemia del covid-19. Se propone realizar un evento indoor, donde cada concesionario tenga la misma publicidad, se realice un plan de medios fuerte y se atienda en cada vitrina.

1.1.19 Outlet Fenalco – Reunión Electrodomésticos

Se realiza la convocatoria a la reunión de mesa sectorial del sector electrodomésticos para dar a conocer el Plan Estratégico del 2021. Se socializa el plan estratégico el cual los asistentes dan sus opiniones respecto a este.

También se les presenta la idea de Outlet Fenalco a los empresarios, el cual consiste en una campaña especializada para el sector de electrodomésticos en la que se busca comercializar inventario represado del 2020 al mejor precio de venta al público, con el fin de generar una activación comercial en el sector. Se presenta el presupuesto para llevar a cabo la actividad. A los empresarios les gustó mucho la idea de Outlet Fenalco pero pidieron reducir ciertos costos del presupuesto. Se realiza respectiva llamada a emisoras y vanguardia con el fin de obtener una nueva cotización.

Figura 4. *Outlet Fenalco Santander*



Nota. Outlet Fenalco Santander [outletfenalcosantander]. (9 de marzo de 2020). ¿En búsqueda de renovar tu casa este 2021? 🏠 FENALCO SANTANDER crea un espacio pensado en reunir las mejores almacenes de electrodomésticos de Santander para que renueves tu hogar. [Fotografía]. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/CMNwuY3g0rf/>

1.1.20 Reunión Motocicletas

Se convoca a una nueva reunión con los empresarios del sector de motocicletas para socializar los nuevos espacios cotizados por parte del equipo de integración empresarial para el evento del sector que es ExpoMotos. Se les presenta las nuevas cotizaciones a los empresarios y les llama la atención realizar el evento en el Centro comercial Cañaveral, es por esto que se toma la edición de buscar un mejor precio en este centro comercial, ya que les parece muy viable el desarrollo del evento allí. En cuanto a la representación gremial por parte de Fenalco se va realizar

una reunión con el comité de movilidad el próximo 19 de marzo con el fin de analizar las principales necesidades y estrategias para Bucaramanga y su área metropolitana; se busca acercar al sector privado y a la administración pública para trabajar mancomunadamente y mejorar la movilidad y circulación del parque automotor.

1.1.21 Webinar experiencia del cliente

Se realiza un webinar gratuito con la participación de Felipe Eslava, el cual es Administrador de Empresas, Master en Gestión de la Experiencia del Cliente, Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, con el fin dar a una capacitación gratuita en el tema de Experiencia del cliente: Estrategias de diferenciación de las compañías. Se realiza convocatoria por medio de estados de Whatsapp, difusión por redes sociales y envío de mailing masivo. Se envía el link de conexión a cada una de las personas que se inscribieron y se realiza acompañamiento el día de la charla.

2. Marco Normativo y Marco Conceptual

2.1 Marco Normativo

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás.
- Manual de calidad FENALCO Santander.
- Sistema de gestión de la calidad NTC-ISO 9001 - NTC-ISO 9000.
- Política interna FENALCO Santander.
- Estatutos FENALCO Nacional.
- Políticas de tratamiento de datos personales.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Fenalco

Son el gremio que trabaja por el bien de la Nación y el desarrollo del comercio, buscando la justicia social, la lucha por afianzar las instituciones democráticas, promoviendo la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos.

Impulsamos el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al gremio, y somos un foro de discusión sobre los problemas del país. (FENALCO Santander, s.f.)

2.2.1 Mesas Sectoriales

Mesas integradas por empresarios de un mismo sector con el fin de trabajar para impulsar el desarrollo de la actividad del sector en Santander, uniendo esfuerzos y voluntades de los empresarios y promoviendo el fortalecimiento de la actividad y la capacitación integral para que las empresas tengan un alto profesionalismo en sus labores, sean innovadoras e implementen cambios tecnológicos, para prestar servicios de alta calidad. (FENALCO Santander, s.f.)

3. Internacionalización del Sector Turismo

El turismo es mucho más que visitar países, conocer diferentes culturas, ver las diferentes maravillas del mundo o nadar en las playas más espectaculares, además de proporcionar medios de subsistencia millones de personas y permitir a miles de personas apreciar su propio país de la misma manera en que se pueden conocer otros diferentes, es uno de los sectores económicos más

importantes del mundo; “es una industria que emplea a una de cada diez personas en el mundo y proporciona medios de vida a cientos de millones más” (ONU, 2020).

El caos mundial empezaba desde que se conocieron los primeros casos de Coronavirus, COVID-19, en China el 31 de diciembre de 2019.

El turismo ha sido uno de los más afectados por la coyuntura actual del COVID-19, ha repercutido en todas las economías, desde las más poderosas hasta las más débiles, muchos de estos países dependen del turismo, como por ejemplo Aruba, que su índice de dependencia de turismo² es de un 84.7 sobre 100. “El turismo es la tercera categoría de exportación más grande del mundo (después de los combustibles y los productos químicos) y en 2019 representó el 7% del comercio mundial” (ONU, 2020). Así mismo, los efectos de esta crisis tendrán consecuencias devastadoras para todos los países del mundo, en especial para aquellos que dependen del turismo.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades de visitantes en lugares distintos al de su residencia habitual, durante un periodo de tiempo menor a un año, y por un propósito distinto al de ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado” (Camacho & Omar, 2020)

La pandemia representó un evento sin precedentes en todo el mundo, nadie esperaba que el virus se llegara a expandir hasta el punto en que se declaró una pandemia mundial. Esto obligó a que muchos gobiernos tuvieran que empezar a tomar medidas para evitar la propagación del COVID-19 tanto dentro de su nación como hacia otras, dentro de estas medidas se incluyeron un confinamiento total de toda la población, el cierre de fronteras tanto aéreas como marítimas y terrestres y suspender el ingreso de extranjeros al territorio nacional.

² el Índice de Dependencia del Turismo (IDT) se calcula utilizando promedios quinquenales (2014 - 2018) de la contribución total del turismo al total de ingresos de exportaciones, al PIB y al empleo de cada país. El rango va de 0 a 100, donde 100 representa la dependencia total del sector.

Según datos de la organización mundial del turismo (OMT).

El turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, los destinos de todo el mundo recibieron en 2020, mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes (OMT, 2021).

Para poner en contexto en como afecto el COVID-19 a la economía colombiana durante el año 2020 se resaltan las siguientes cifras, “El Producto Interno Bruto decrece 6,8% en el año 2020 respecto al año 2019” (DANE, 2021).

En cuanto al Comercio al por mayor y menor, el cual hace parte el sector turismo en la categoría de alojamiento y servicios de comida, decreció 15.1% con respecto al 2019, y por su parte, el segmento de Alojamiento y Servicios de comida decrece en un 36.8% respecto al año anterior.

Las medidas que tuvo que adoptar el gobierno colombiano afectaron gravemente al turismo receptor (Colombia), la hotelería dejó de recibir su principal fuente de ingresos: los turistas. Y es que según cifras de Migración Colombia la llegada de visitantes extranjeros no residentes para el año 2020 fue de 691.952 turistas, cifra muy inferior a la que se obtuvo en 2019 donde fue de 2.708.157, cabe resaltar que estos extranjeros en Colombia tienen un gasto promedio de 1.734 dólares por viaje.

A medida que se van reanudando los viajes en algunas partes del mundo, la poca confianza de los consumidores y la incertidumbre sobre cómo va evolucionar la pandemia en los próximos meses plantean grandes retos en el sector turístico. Va a ser necesario crear una experiencia de

viaje diferente y sostenible, que sea seguro tanto para los turistas y viajeros como para las sociedades y comunidades que van a recibir a estos.

Cabe resaltar que el turista va a presentar cambios grandes, “sus hábitos de viaje no serán lo mismo, van a tener como elección destinos más cercanos y con desplazamientos más cortos” resaltó Santiago Aguilar, presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT)

Por otro lado, el turismo también cambiará, se verán cambios en la manera de prestar los servicios, teniendo que ajustarse a las medidas de bioseguridad, aforos en hoteles, cafeterías y la reducción de capacidad en los transportes, espacios y zonas comunes. Los destinos tendrán que hacer una alianza con el concepto de desarrollo sostenible. El turista también cambiará, nuevos valores ya están dentro de lo que será el nuevo turista que son la seguridad y salubridad hacia el destino el cual se dirigen. El nuevo turista será más consciente, antes y durante su estancia, será más cauteloso con la elección de su destino, además del atractivo de la oferta, se deben garantizar los nuevos valores ya mencionados. El turismo cercano primará en el corto plazo, un turismo donde se eviten espacios con mucha gente, alejado de las masas, donde se encuentren espacios libres y auténticos, y una necesidad de que la persona disfrute en libertad y goce de los espacios abiertos al aire libre; estos son los destinos que seguramente van a tener una ventaja sobre los demás.

Quizá sea el momento idóneo para trabajar en conseguir una oferta que logre posicionar los destinos con el llamado Destinos 4S, es decir que sean destinos Sostenibles, Seguros, Saludables y Solidarios. La sostenibilidad será clave para el mundo cuando el virus se vaya, los ciudadanos seremos más conscientes del entorno, tanto social como ambiental. Es una oportunidad para plantear la manera en que el sector afecta a los recursos naturales y ecosistemas, de examinar como interactúan los visitantes con las sociedades, de medir las consecuencias y efectos que estos

causan y así poder acelerar hacia una elaboración de un turismo sostenible, de un turismo 4S. Estas serán las características que tendrá el nuevo turista post COVID, una persona que escogerá el destino lejos de las multitudes, donde se sienta libre, donde tenga una experiencia increíble, donde el lugar sea más sostenible y menos masificado, donde se sientan seguros en temas de higiene, y sobre todo en destinos donde se permita involucrar con las culturas, que cuiden de sus empleados y tengan un trabajo justo.

Es importante destacar que el nuevo turista será sostenible, donde va buscar cuidar del entorno donde se encuentre y seguramente coleccionará experiencias y recuerdos de aquellos sitios que visite para poder brindar felicidad y placer a las demás personas.

Sin duda alguna, el ecoturismo será clave en la reactivación económica de este sector, este va ser una alternativa al nuevo turista post-covid, quien será un eco-turista. “El turismo ecológico es la actividad que se realiza basada en la naturaleza, en la que la motivación principal es la de observar y apreciar la naturaleza o culturas de las zonas naturales” (OMT,2002), donde se contribuye a la protección de las zonas naturales generando beneficios para las comunidades que gestionan estas zonas a la vez que se genera una conciencia sobre la conservación de los activos naturales y culturales. Realizar turismo ecológico es ser responsable y sostenible con el mantenimiento de las zonas protegidas, es decir, se va realizar un turismo sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo el turismo sostenible es aquel “turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT)

El turismo sostenible está basado en los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, es por esto que el turismo sostenible debe tener, según la Organización Mundial de Turismo, (OMT)

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza

El nuevo turista va visitar estos sitios de ahora en adelante, es importante dar a conocer que esta persona tiene que ser consciente de los recursos naturales como el agua y tener un consumo razonable, tiene que procurar en no generar residuos, ya que es una de las claves del turismo sostenible; tiene que informarse del lugar que vaya visitar, se encuentra con lugares donde tendrá que haber un equilibrio entre el ser humano y el entorno, prestar atención a las costumbres y consumir productos locales. La clave del turismo sostenible es respetar el medioambiente, la cultura y la población que se visite y ser conscientes de que nuestras acciones van a tener un impacto en el entorno.

Colombia es uno de los países con mayor biodiversidad del mundo, y es por esto que millones de personas anhelan venir para conocer lugares, comidas, culturas y demás que en sus

países de origen seguramente no encuentran, y es por esto que se convierte en el destino perfecto para aquellos que buscan experiencias en la naturaleza. “Sus cinco regiones cuentan con una amplia gama de ecosistemas, desde picos nevados hasta la vasta selva amazónica, así como una cultura rica y diversa que abarca 65 lenguas nativas y más de 86 tribus indígenas” (PROCOLOMBIA, 2020). Es por esto por lo que se hace un lugar ideal para hacer turismo sostenible, este tipo de turismo es de gran importancia para todas las regiones del país porque beneficia las comunidades locales y conserva el patrimonio natural y cultural del país. Debido a esto el

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha adelantado dos acciones claves para esta industria, primero, radicar ante el Congreso de la República la modificación de la Ley General de Turismo para sentar sus bases en la sostenibilidad y, segundo, desarrollar la Política de Turismo Sostenible (PROCOLOMBIA, 2020).

Estas iniciativas por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo serán claves en la reactivación económica del país, además de ya contar con iniciativas como The future of Tourism Coalition y el lanzamiento de un sello de bioseguridad “Check in certificado, COVID-19 bioseguro”, y en especial del sector turismo ya que la protección del medio ambiente y las comunidades locales jugarán un papel clave. Según Flavia Santoro Trujillo, presidenta de ProColombia

Colombia es uno de los pocos países del mundo que está trabajando para desarrollar una política de turismo sostenible. Este proyecto es una señal clara de que el país está comprometido en garantizar que el turismo sea una actividad sostenible y responsable. Nuestra increíble oferta en biodiversidad jugará un papel fundamental en impulsar las oportunidades de recuperación económica en el sector turístico, pero para hacerlo también

debemos asegurarnos de que estamos protegiendo nuestro medio ambiente, naturaleza, ecosistemas únicos y un patrimonio increíble (Santoro, 2020).

Es por esto por lo que la realización de estas políticas es de gran importancia ya que “el turismo sostenible es la apuesta más importante que se puede hacer para posicionar a Colombia como un destino de altísima calidad a nivel internacional” (Guerrero, 2020).

Y es que Colombia posee atractivos turísticos que promueven el turismo responsable y sostenible y a su vez fomentan la conservación del patrimonio cultural. Cabe resaltar que este turismo responsable genera mayores beneficios económicos para la población local y mejora el bienestar de las comunidades anfitrionas, contribuye positivamente a la conservación del patrimonio natural, ofrece experiencias más agradables a los turistas a través de conexiones con la población local y por último facilita el acceso a personas con movilidad reducida. Algunos de estos lugares son (Carmona, 2020)

- Caño Cristales, Meta: El río de los cinco colores es ideal para realizar senderismo, apreciar la belleza de las rocas y disfrutar la cultura llanera
- Amazonas: El Amazonas colombiano contribuye al cuidado de sus comunidades y del medio ambiente, es por esto que es un lugar ideal para ir a visitarlo, además de que se va a tener un contacto extremo con la naturaleza.
- Bahía Solano: En este rincón del Pacífico podemos disfrutar de playas y las aguas del río Tundó. También se puede visitar el Parque Nacional Natural Utria y se puede dar el avistamiento de ballenas.
- Guajira: Es uno de los lugares por excelencia para la práctica del ecoturismo, tiene lugares para descubrir tales como Punta Gallinas, Cabo de Vela y Palomino.

El turismo es uno de los sectores más importantes, más dinámicos y uno de los que más genera empleo, no solo en Colombia sino en el mundo, está en juego el sustento de millones de familias que dependen de este sector. A medida que se vayan levantando las restricciones en los países y el turismo se vaya reanudando poco a poco, la salud de las personas debe seguir siendo la prioridad, para evitar que se propague más el contagio, y sobre todo para evitar el colapso en clínicas y hospitales de los países; se deben establecer estrictos protocolos de bioseguridad para proteger tanto a turistas como a trabajadores, comunidades y empresas. Además, es necesario que haya una cooperación internacional, en lo que respecta a viajes y turismo, a fin de mantener y apoyar las economías mutuamente con responsabilidad y solidaridad. Esta crisis se presenta como una oportunidad para sentarse a pensar como este sector contribuye a un mundo sostenible, si de verdad están siguiendo lineamientos de ser sostenibles o están simplemente malgastando los recursos naturales, si están contribuyendo al desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para proteger el planeta y que las personas gocen de paz y prosperidad, es una oportunidad para hacer del turismo un sector más inclusivo, mas fuerte y sobre todo más sostenible. Solo mediante un turismo consciente, un colectivo entre turistas, agencias, hoteles y empresas se podrá transformar el turismo, haciéndolo mas sostenible y duradero, donde se aproveche la innovación y la digitalización para que se divulgue el nuevo trismo, que será más sostenible y cuidadoso con el entorno, donde se incluyan valores de las comunidades locales, las cuales serán las receptoras, y se generen oportunidades de empleo para todas las personas sin excluir a nadie.

Lista de Referencias

- Camacho, A., & Omar, V. (2020). *La crisis del turismo por el COVID-19*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- Carmona, M. A. (12 de Septiembre de 2020). *7 destinos en Colombia donde el turismo es responsable y sostenible*. Obtenido de EL ESPECTADOR: <https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/turismo-en-colombia-7-destinos-para-el-turismo-responsable-y-sostenible/>
- DANE. (14 de Agosto de 2020). *Producto Interno Bruto (PIB)*. Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IItrim20_produccion_y_gasto.pdf
- DANE. (15 de FEBRERO de 2021). *Producto Interno Bruto (PIB)*. Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim20_produccion_y_gasto.pdf
- FENALCO. (2020). *MAS DE 2.000 CITAS DE RELACIONAMIENTO EMPRESARIAL SE REALIZARON EN LA SEXTA VERSION DE SANTANDER COMPRA SANTANDER*. Bucaramanga.
- FENALCO Santander. (s.f.). *fenalcosantander*. Obtenido de <https://www.fenalcosantander.com.co/secciones/quienes-somos/fenalco.php>
- Las cifras del turismo en Colombia antes de la pandemia y su apuesta al futuro. (18 de Septiembre de 2020). *La Opinion*.

OMT. (28 de Enero de 2021). *2020: EL PEOR AÑO DE LA HISTORIA DEL TURISMO, CON MIL MILLONES MENOS DE LLEGADAS INTERNACIONALES*. Obtenido de OMT:

<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

OMT. (s.f.). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Obtenido de ORGANIZACION MUNDIAL DE TURISMO: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

ONU. (25 de Agosto de 2020). *El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta*. Obtenido de ONU:

<https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>

PROCOLOMBIA. (28 de Septiembre de 2020). *ProColombia celebra el Día Mundial del Turismo presentando 5 experiencias sostenibles*. Obtenido de PROCOLOMBIA:

<https://procolombia.co/noticias/procolombia-celebra-el-dia-mundial-del-turismo-presentando-5-experiencias-sostenibles>

Ruiz Villamizar, L. F. (28 de Septiembre de 2020). Avianca y Fenalco firman alianza 'Lo que quieres es Colombia' para reactivar el turismo en Bucaramanga. *Vanguardia* , pág. 1.