

Notifenalco

VOLUMEN 275 - AÑO 23 - OCTUBRE 2022

FIESTAS de la Independencia

Cartagena

ISSN No. 2256-8345



Fenalco



Qué
traemos
en esta

edición



05 ESTAMOS ESTRENANDO IMAGEN CORPORATIVA

06 14º MONITOREO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

10 AGENDA FIESTAS DE INDEPENDENCIA DEL 11 DE NOVIEMBRE 2022

12 NEXOS CONGRESO NACIONAL DE COMERCIANTES. IMÁGENES QUE NOS DEJÓ UN GRAN CONGRESO.

21 REFLEXIONES: COLÓN, EL COMERCIANTE

23 LA DINÁMICA DEL MERCADO LABORAL URBANO



MAURICIO VILLEGAS GERDTS
Presidente

MÓNICA FADUL ROSA
Directora Ejecutiva

PATRICIA OSORIO HOYOS
Subdirector General y
Directora Comercial

BRENDA DÍAZ BAENA
Directora Económica y
Formación Empresarial

ANDRÉS MANZANO SALAZAR
Director Jurídico y Desarrollo Sectorial

ELVIRA PAZ CUELLO
Coordinadora de Comunicaciones
y Servicio al Cliente

www.fenalcobolivar.com

DISEÑO
ALPHA GROUP
PBX: 6624222
E-mail: ventas@alpha.co
www.alpha.co



Mónica Fadul Rosa



Por el bien mayor

A 10 años del hito de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, nos hemos estado preguntando cual ha sido el compromiso común frente al alcance de los mismos. Hoy existe un consenso de la dificultad para alcanzar esas valiosas metas universales debido a factores de variada índole, incluyendo una pandemia que trastornó todo.

Desde FENALCO, hemos venido monitoreando esos compromisos y promoviendo avanzar en ellos. Los sondeos que periódicamente realizamos nos indican que más del 50 % de los empresarios coinciden en afirmar que sus acciones apuntan a fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Esta cifra, a estas alturas de los tiempos, se queda corta. Más aún, si recordamos la connotación universal del derecho humano al medio ambiente colectivo que impone la participación activa de todos para poder lograr que el planeta no quede condenado a la extinción por el abuso indiscriminado de los recursos.

El derecho al medio ambiente, no puede hacerse realidad si todos no concurrimos con nuestras acciones de protección constante- son exigibles acciones al Estado y a la comunidad y no sólo a aquel-, sin posponer el deber, pues esto último es que lo mayormente hemos hecho y estamos en serios aprietos, los cuales saltan a la vista y por tanto no necesitan demostración.

Ahora bien, uno de los instrumentos más valiosos para procurar la defensa de ese bien mayor, es el ordenamiento territorial. De la adecuada construcción de sus referentes y su honesta aplicación, sabremos el grado de compromiso que como sociedad nos asiste. El objetivo del ordenamiento territorial es el desarrollo socio económico y su sola promulgación genera consecuencias de múltiples connotaciones.

En los procesos de construcción de los planes de ordenamiento deben dejarse adecuadamente reflejados los asuntos ambientales, de sostenibilidad y económicos, así como las capacidades constructivas que verán reflejadas y por ende posibilitadas de hacer. Definición de las áreas urbana y rural; las áreas de reserva y medidas para protección del medio ambiente, conservación de los recursos naturales; áreas de conservación y protección del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico, en consonancia con los planes especiales, zonas de alto riesgo naturales para la localización de asentamientos humanos por amenazas o riesgos naturales; localización infraestructura y equipamientos básicos y determinación desuelo urbano, rural y de expansión entre otras, son reglas que permiten construir parte de esa defensa .

En diferentes ámbitos académicos y de relacionamiento territorial, se evidencian las enormes limitaciones para alcanzar objetivos comunes así como una gran frustración frente a hacer realidad los instrumentos de planeación local. Se construyen pero no se ejecutan, se ejecutan incompletos o lo que es peor, se ejecutan violando su espíritu.

Se dice que vivimos frustrados frente a la planeación y que necesitamos una institucionalidad fuerte. Además, requerimos como sociedad desarrollar habilidades de aprendizaje de todo aquello que interesa en el ámbito público, pues todo lo que sucede no solo nos interesa o al menos debería interesarnos, sino que es una obligación en virtud de nuestro pacto democrático. Y la defensa del planeta es uno de ellos.

En un foro realizado hace un tiempo en la ciudad, sobre este asunto, se evidenció además que este instrumento es violado con frecuencia por miembros de todos los estamentos de la sociedad, por conocimiento o desconocimiento del mismo y por la deliberada acción de quienes quieren ganar ventajas indebidas. Esto impone también una gestión de control eficiente y en nuestro espacio más cercano, el Distrito debe proveerse de las herramientas tecnológicas y en especial del capital humano necesario para que la norma y herramientas de ordenamiento territorial, construida y validada desde la totalidad de los sectores de la comunidad, sea valorada y respetada en todo tiempo y contribuya y cumpla su fin de conservación para las futuras generaciones. Esto no es moda pasajera, no moda para lucir unos pocos. Y si bien en un mundo tan disparejo es casi una utopía, pues hacia ella debemos andar porque no es una opción.

¿Alguna vez has imaginado que tu marca tenga presencia en todo lugar?

¡Ahora puedes hacerlo!

Alpha Group y Orange Agency se han unido con el propósito de crear estrategias efectivas de comunicación integral que permitirán optimizar los canales de difusión para que tu empresa tenga más impacto en tu comunidad.

Aunque la era digital está fortalecida actualmente, esto no quiere decir que los medios de comunicación offline hayan desaparecido; al contrario, este es el momento preciso para integrar todos sus beneficios y así transmitir un mensaje coherente que respalde los objetivos comerciales de tu marca.



+57 310 601 9792
+57 314 516 1197

www.alpha.co



alpha
COMUNICACIÓN INTEGRAL

Orange
AGENCY



ESTAMOS ESTRENANDO ÍMAGEN CORPORATIVA

Como parte del proceso de renovación que ha venido trabajando el equipo de FENALCO, liderado por su presidente, Jaime Alberto Cabal, hoy durante el Congreso Nacional de Comerciantes, Nexos 2022, se presentó la nueva imagen corporativa del gremio.

Con el objetivo de encaminarse hacia la innovación, digitalización y desarrollo sostenible, esta transformación se ha venido implementando desde hace un par de años y empezó con el redireccionamiento estratégico, modernización de los estatutos y reestructuración organizacional.

"Hemos venido trabajando con un grupo interdisciplinario y con la empresa Marqas Inc, de la mano de sus directivos, Vicente Carvajal y Adrián Sánchez, expertos en branding y estrategia de marcas. Luego de arduas jornadas de trabajo debemos reconocer que estamos muy complacidos con el resultado. Hoy presentamos una imagen corporativa moderna que claramente se sostiene sobre nuestra experiencia pero que definitivamente le apuesta al futuro", afirmó Jaime Alberto Cabal.

El logo conserva su esencia y respeta la imagen del "Caduceo de Mercurio", que dio origen al logo de FENALCO y que simboliza la paz, la concordia y la actividad mercantil. Sin embargo, se enmarca en una imagen más ágil y contemporánea.

"Esta nueva identidad corporativa y todos los cambios que hemos venido haciendo en FENALCO son el siguiente capítulo que queremos escribir para el sector comercio en el país. Queremos continuar impulsando la competitividad empresarial, el desarrollo económico y la generación de empleo, pero cada vez más apoyados en todas las herramientas que nos ofrece el mundo moderno. En esta nueva etapa definitivamente queremos ir por los jóvenes emprendedores", concluyó Cabal Sanclemente.

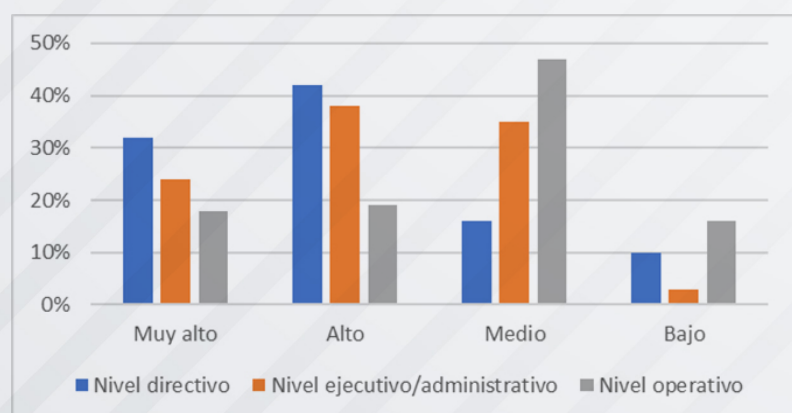
14° MONITOREO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El décimo cuarto monitoreo en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) realizado por Fenalco Bolívar, aplicado a empresas en la ciudad de Cartagena, se puede observar una constante en las acciones implementadas y que han estado fortaleciéndose año tras año.

Bien define la ONU la RSE como un compromiso voluntario que las empresas hacen para impactar de forma positiva a nivel económico, ambiental y social, siendo un compromiso que va más allá de las leyes y las normas que las empresas deben cumplir.

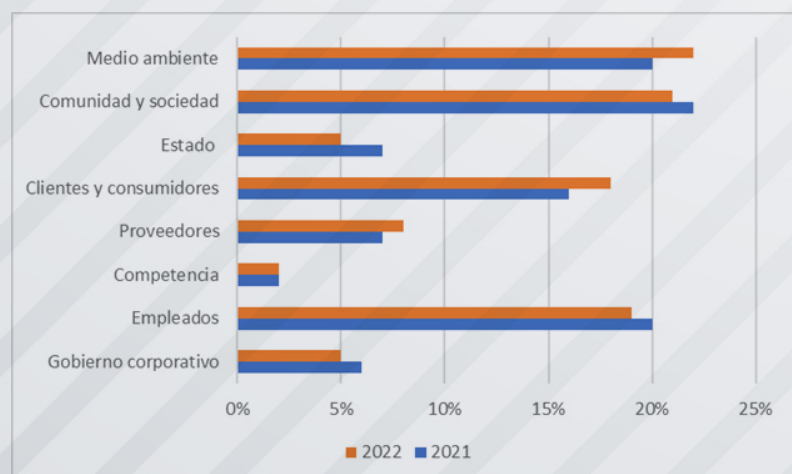
Los dos últimos años las empresas orientaron gran parte de sus acciones al bienestar y salud de su grupo de interés (empleados, proveedores, comunidad). Una vez levantadas las medidas por el Gobierno Nacional, las empresas continúan siendo cautelosas y los procesos adoptados durante la pandemia, ya hacen parte de la cotidianidad.

Gráfico 1 Grado de conocimiento en RSE



Para la totalidad de las empresas encuestadas, las acciones que pueden desarrollar en torno a la RSE es sumamente importante y que esta sea entendida por sus colaboradores, también se ha convertido en una tarea significativa para ellas. Lo que se puede evidenciar al notar que el grado de conocimiento sobre RSE entre los diferentes niveles de la empresa ha ido en incremento, especialmente en los niveles medios y operativos. El grado de conocimiento en estos últimos tuvo incrementos promedio de 6 puntos porcentuales en los niveles muy alto y alto, disminuyendo el grado de conocimiento medio y bajo.

Gráfico 2 Área de incidencia de la empresa

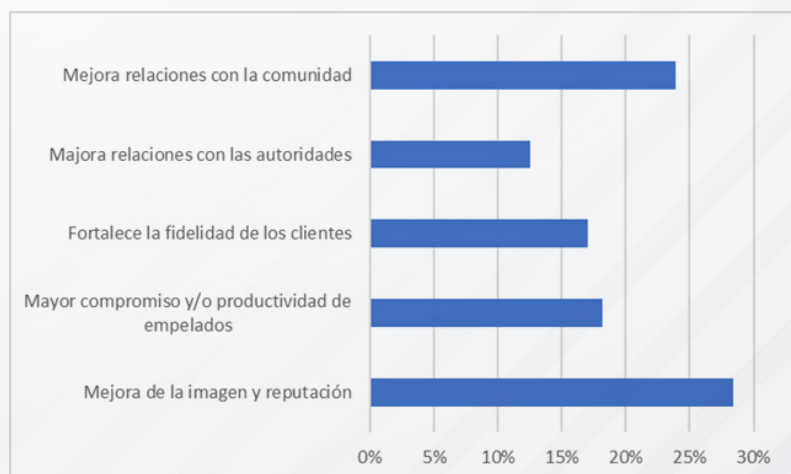


Es importante resaltar la permanencia de los programas desarrollados y que impactan principalmente el área de medio ambiente 22%, comunidad y sociedad 21%, empleados 19% y consumidores 18%, estos se encuentran entre los de mayor interés de las empresas con un porcentaje muy similar al 2021.

Al mantenerse los programas el monto de las contribuciones proyectadas se mantienen constantes con relación a 2021, así lo aseguró el 54% de los encuestados. Si bien no tienden al alza no se observan disminuciones significativas. Al comparar el 2022 con 2021, se observa una disminución de donaciones en efectivo -17% al 15%-, productos o servicios de la empresa -24% al 22%-, se incrementa el auspicio de eventos mediante aporte o canje de servicios.

Frente a las acciones y fortalecimiento de los programas desarrollados por las empresas, cerca del 30 % implementan acciones con el objeto de reducir el consumo de energía y/o agua, el aprovechamiento adecuado de residuos y desechos, dando cuenta de la conciencia e importancia del impacto ambiental, uno de los pilares fundamentales de la RSE. Otras acciones relevantes son el apoyo a programas de responsabilidad social externos o entidades sin ánimo de lucro 14%, programas de bienestar -12%-, promoción entre clientes y consumidores prácticas de RSE -9%-, sigue siendo importante para algunas empresas contratar con proveedores que incluyan algunos criterios de responsabilidad en sus actividades.

Gráfico 3 Beneficios de implementación procesos de RSE



Coinciden la mayoría de las empresas que desarrollar programas orientados a contribuir por medio de acciones de RS, impacta favorablemente en su imagen y reputación, así como las relaciones con las comunidades, llegando incluso a fortalecer la fidelidad de los clientes; la productividad de los colaboradores también se ve tocada al generar mayores compromisos de estos con las empresas, por último el apoyo y fortalecimiento de las relaciones con los gobiernos y autoridades también incide en los beneficios que las empresas perciben.

PACTO GLOBAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Muchas de las acciones que desarrollan las empresas en torno a la RSE terminan impactando los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La pandemia aceleró la puesta en la agenda de las empresas el compromiso con los ODS. 8 de cada 10 empresarios aseguran conocer o tener alguna información sobre los ODS, e igual cantidad que desarrollan acciones que pueden contribuir a alcanzar dichos objetivos. Se evidencia una vez más como prioritario, promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible y el trabajo decente, así como garantizar una vida sana y promover el bienestar y adoptar las medidas para combatir el cambio climático.

Entre los 10 principios del Pacto Global, las empresas que tienen conocimiento sobre este coinciden en generar compromisos frente a la corrupción, la responsabilidad ambiental, apoyo y respeto de los derechos humanos, la abolición de las prácticas discriminatorias en el empleo.

FICHA TÉCNICA

Nombre: Monitoreo en Responsabilidad Social Empresarial.

Ciudad: Cartagena.

Empresas encuestadas: 58 afiliados a Fenalco que desarrollan diferentes actividades económicas.

Técnica de recolección: Cuestionario estructurado vía on line y encuestas telefónicas.

Preguntas que se formularon: Dieciséis (16).



#FelicitamosA

COMFENALCO por su Premio Nacional de Responsabilidad Social por su programa Equipo Élite, también recibió este reconcomiendo a nivel regional por parte de Camacol Bolívar, en marzo pasado, y esta vez se posicionó en el primer lugar en el segmento cajas de compensaciones del país.



Tu Factura a un clic

Surtigas
Una empresa PROMIGAS

Ahora nuestra
FACTURA ES DIGITAL
Una solución práctica y ecológica



Inscríbete escaneando el código QR y recibirás tu factura del gas al correo



Conoce más en www.surtigas.co/factura-digital

Aplica para Surtigas Bolívar, Sucre, Córdoba, Antioquia (Caucasia) y Magdalena (Santa Ana). Conoce más en www.surtigas.com.co. Política de tratamiento de datos www.surtigas.com.co/proteccion-de-datos, o lláma a la línea 164 o al 018000910164 desde teléfono fijo o celular.



Araújo & Segovia
LÍDERES INMOBILIARIOS

DATOS IMPORTANTES PARA CONOCER ACERCA DE UN ASESOR INMOBILIARIO

- AGILIZA EL PROCESO DE LOS TRÁMITES DE CRÉDITO
- CONSIGUE EXCELENTES OPCIONES DE FINANCIACIÓN
- ASESORA DE FORMA PERSONALIZADA TENIENDO EN CUENTA LA CLASE DE PROPIEDAD
- TIENE LA EXPERIENCIA Y EL CONOCIMIENTO SOBRE EL MERCADO INMOBILIARIO

#SomosTuAsesorInmobiliario

WWW.ARAUJOYSEGOVIA.COM

Línea Nacional CEL. 305 734 1473 318 801 5705

Síguenos en: [f](https://www.facebook.com) [i](https://www.instagram.com) info@araujoysegovia.com

CARTAGENA · MONTERÍA · BOGOTÁ · BARRANQUILLA · SANTA MARTA



Fenalco

Amigo empresario

Hoy, como desde hace **77 años**,
trabajar unidos es lo más importante
Haz parte de Fenalco

Contáctanos

301 2195719 - 301 2193385

Estos son algunos de los beneficios:



1 Representación gremial



2 Formaciones empresariales de calidad

3 Asesorías jurídicas gratuitas

4 Gestión sectorial

5 Promoción de sus servicios o productos a través de nuestros canales de comunicación

6 Envío de información de alto interés para el desarrollo de sus actividades comerciales

7 Espacios de relacionamiento comercial

Síguenos en nuestras redes

AGENDA FIESTAS DE independencia DEL 11 DE NOVIEMBRE 2022

SE FORMÓ EL Bembé



Ángeles Somos

1 DE NOVIEMBRE

BARRIOS 3 LOCALIDADES/ REMATE TAM

Fiestas de los periodistas y medios de comunicación

4 DE NOVIEMBRE

DESDE LAS 7:00 P.M.



Noche de Tradición Festiva

5 DE NOVIEMBRE

PLAZA DE LA ADUANA

DESDE LAS 7:00 P.M.



Noche de Talento

7 DE NOVIEMBRE

TEATRO ADOLFO MEJÍA

DESDE LAS 4:00 P.M.

Ruta de la Independencia

8 DE NOVIEMBRE

AVENIDA PERIMETRAL

DESDE LAS 4:00 P.M.

Jolgorio de Tambores y Noche de Candela

6 DE NOVIEMBRE

PLAZA DE LA PROCLAMACIÓN

DESDE LAS 7:00 P.M.



Desfile Traje de Baño

9 DE NOVIEMBRE

PATIO DE BANDERAS, CCCI

DESDE LAS 6:00 P.M.

Desfile Héroes de la Independencia

10 DE NOVIEMBRE

AV. SANTANDER DESDE LA TENAZA HASTA CURVA FRENTE A CAFÉ DEL MAR

DESDE LAS 2:00 P.M.



Salsa a la Plaza

12 DE NOVIEMBRE

PLAZA DE LA PROCLAMACIÓN

DESDE LAS 7:00 P.M.

Desfile de la Diversidad

12 DE NOVIEMBRE

AVENIDA DANIEL LEMAITRE, BAJOS DEL BANCO POPULAR - PARQUE EL CENTENARIO.

DESDE LAS 8:00 P.M.



Desfile de Independencia (BANDO)

11 DE NOVIEMBRE

AV. SANTANDER, DESDE EL HOTEL IBIS HASTA LA CURVA SOBRE CAFÉ DEL MAR

DESDE LAS 2:00 P.M.

Cabildo de Getsemaní

13 DE NOVIEMBRE

PLAZA DE CANAPOTE-PLAZA DE LA TRINIDAD

DESDE LAS 2:00 P.M.

Noche de Elección y Coronación

14 DE NOVIEMBRE

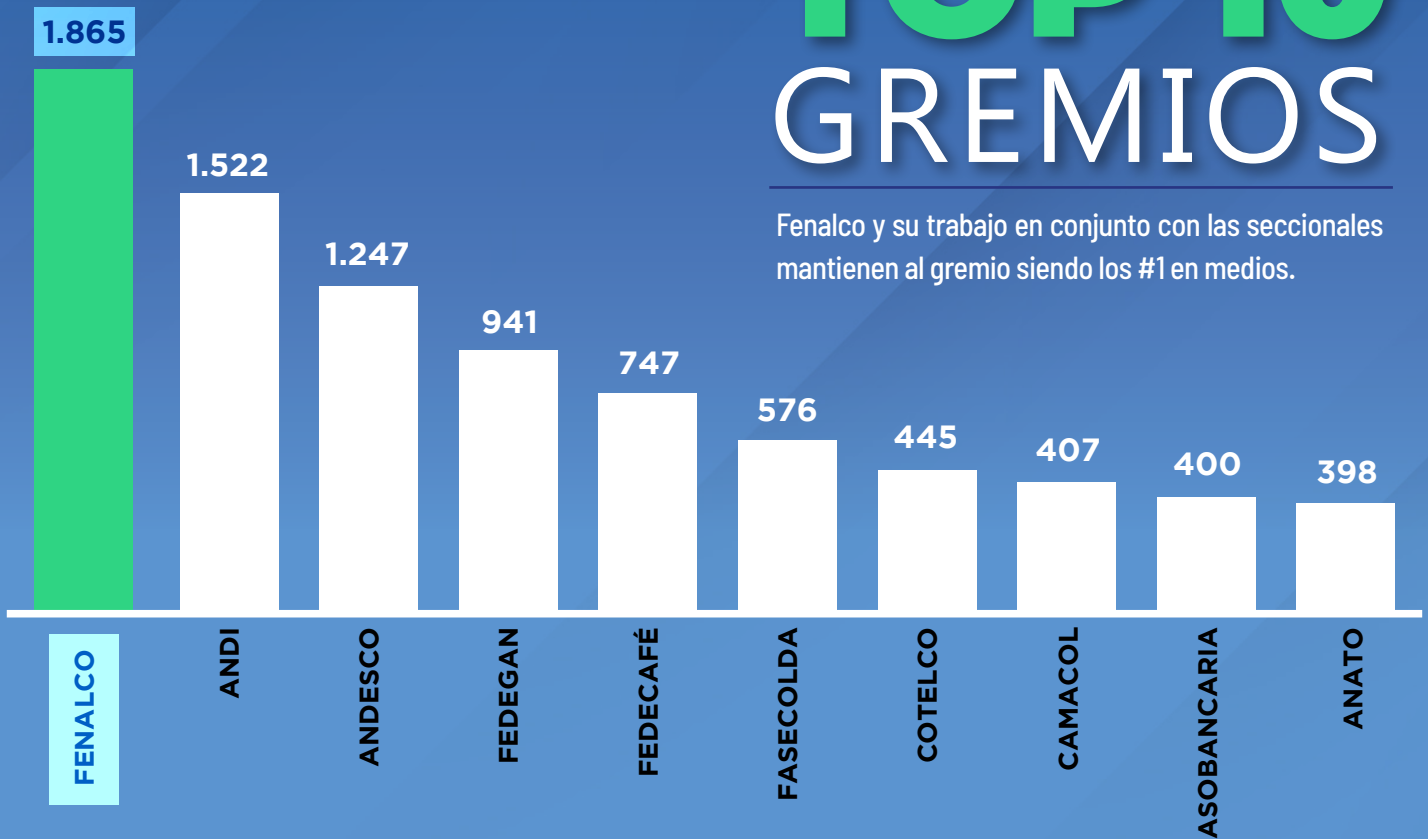
ESTADIO ARGEMIRO BERMÚDEZ

DESDE LAS 7:00 P.M.



TOP 10 GREMIOS

Fenalco y su trabajo en conjunto con las seccionales mantienen al gremio siendo los #1 en medios.



@fenalcobolivar
www.fenalcobolivar.com

¿SABÍAS QUE?

Fenalco Bolívar

— cuenta con el programa —

Fenalco Joven

Si eres empresario o emprendedor y cuentas con empresa constituida, eres menor de 30 años y quieres ser parte del Gremio más representativo del país, comunícate con nosotros y con gusto te explicaremos todos los beneficios que obtienes durante 1 año sin ningún costo por ser afiliado.

Contáctanos

301 2193385 - 301 2195719



NEXOS

Congreso Nacional de Comerciantes

Imágenes que nos dejó un gran congreso.

Gracias a todos los que lo hicieron posible.





DATOS VALIOSO DEL VALIOSO COMERCIO

Desde la antigüedad el comercio ha cumplido la función primordial de servir de puente insustituible entre la producción y el consumo.

Gracias a la cadena comercial, los productores pueden llevar sus productos al consumidor final.



Sin los comerciantes, los ciudadanos no podrían satisfacer sus necesidades.

Colombia, un país de comerciantes

2.282.805

Empresas totales

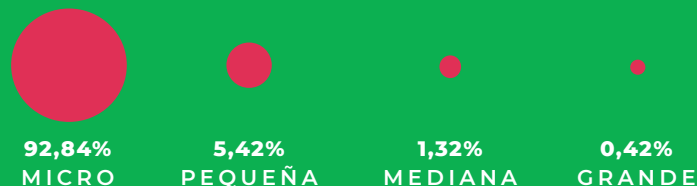
1.258.998

Empresas de comercio

55,15%

De todas las empresas son comercio

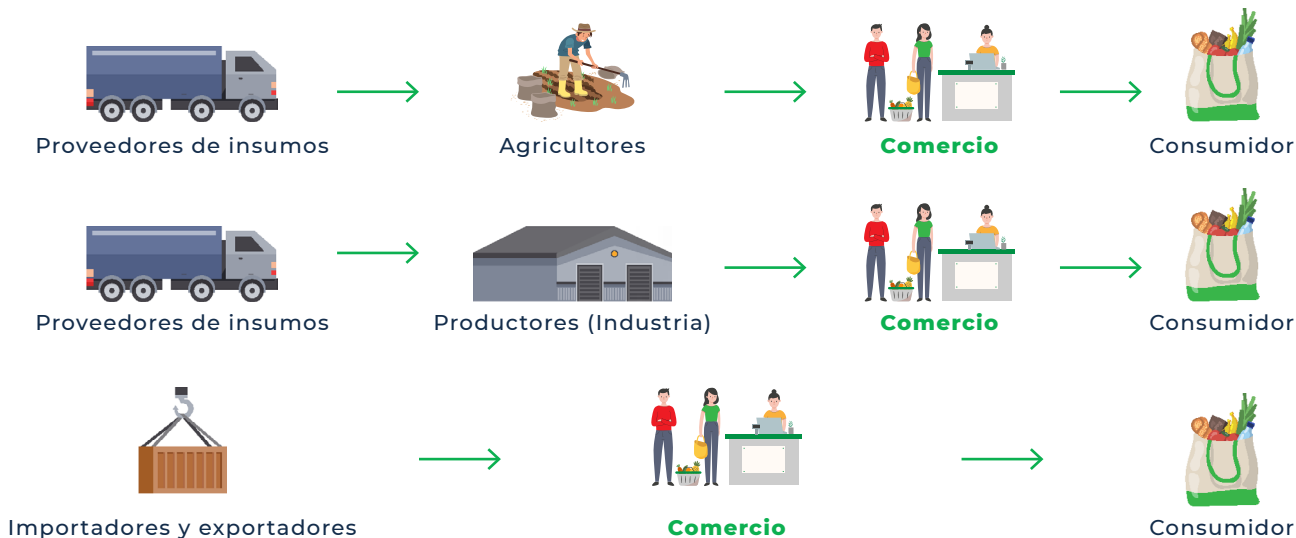
Colombia es un país de **pequeñas y medianas** empresas



Sin duda,
el comercio es el eslabón
final y primordial de la
cadena productiva.



IMPORTANCIA DE LA CADENA DE PRODUCTIVIDAD Y EL COMERCIO



El comercio y el PIB nacional

1.177.225
Miles de millones
(Total del PIB nacional)

12,2%
Comercio, restaurantes
o servicios de comida y
alojamiento

CONTRIBUCIÓN Y CRECIMIENTO POR SECTOR AL PIB 2011-2022		
SECTOR	PROMEDIO DE CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO	PARTICIPACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN SECTORIAL AL CRECIMIENTO
Agropecuario	0,25	7
Minería	0,08	2,3
Industria	0,18	4,9
Electricidad y gas	0,09	2,4
Construcción	0,43	12,0
Comercio, alojamiento, servicios de comida y transporte	1,01	23,6
Financiero	1,03	29
Actividades de servicios sociales, personales, comunales y comunicaciones	0,61	18,8
PIB	3,6	100

Informalidad, economía popular y **comercio**

58%

De las empresas de Colombia son informales.

46%

De los micronegocios son comercios.

38,9%

De los micronegocios son tiendas de barrio.

La economía popular está conformada por las empresas informales y la gran mayoría de los micronegocios.



RETO:
FORMALIZACIÓN



Conoce cómo Colombia se conecta con el mundo en:

[i](#) [f](#) [t](#) Grupo Puerto de Cartagena [@PuertoCTG](#)

CONFIABILIDAD Y COMPETITIVIDAD

Somos una empresa orgullosamente cartagenera que le sirve al país y al comercio marítimo internacional con altos estándares de competitividad y confiabilidad



Gracias al compromiso de nuestra gente somos el puerto mejor conectado de América Latina según la UNCTAD y el de mayor movimiento de carga de acuerdo con la CEPAL. Conectamos con más de 840 puertos en 150 países.

Grupo Puerto de Cartagena, **conectamos vidas**, transformamos el futuro

#ORGULLO CARTAGENERO!



FELICITAMOS A SOFITEL LEGEND SANTA CLARA CARTAGENA

Reconocidos por CONDÉ NAST TRAVELER como el mejor hotel de Sur América y segundo mejor hotel del MUNDO.



FELICITAMOS A ALQUÍMICO

Ubicado entre los mejores 50 bares del MUNDO según The World's 50 Best bars 2022.



Nuestra amplia experiencia en la gestión integral del ciclo del agua por 27 años en la ciudad de Cartagena, potencia nuestra oferta de servicios



GESTIÓN RESPONSABLE DEL AGUA - GRA -

Fomentamos el uso responsable del agua transfiriendo conocimiento y buenas prácticas a nuestros clientes y usuarios, para obtener eficiencias en su uso, oportunidades de reúso y garantizar una disposición final sin riesgo de incumplimiento legal o afectaciones al ambiente y comunidad.

Al contratar nuestros servicios complementarios, entras a ser parte de nuestros clientes comprometidos con la sostenibilidad del recurso hídrico y tus resultados empresariales permitirán lograr reconocimiento público como cliente GRA.

CONTACTOS

📞 (605)6943362 Ext 640, 669, 370 | Móvil: 310 7300906 - 322 249 2231

✉️ comercialgra@acuacar.com

🌐 www.acuacar.com

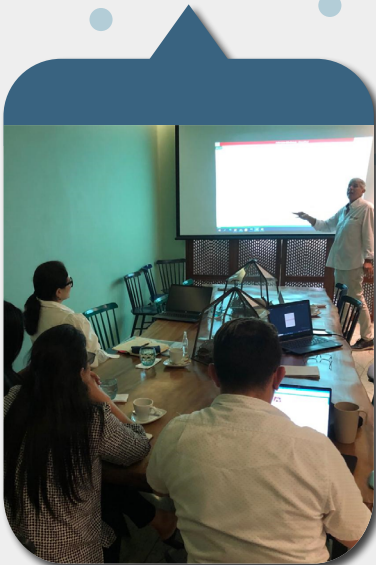


Fenalco

PARTICIPÓ EN...

PROPUESTAS DE SEGURIDAD PARA NUESTROS EMPRESARIOS

Estuvimos en compañía de Corpoturismo y Cámara de Comercio de Cartagena, escuchando propuestas del sector de vigilancia en búsqueda de alternativas de seguridad para nuestros empresarios, siempre comprometidos en conseguir y construir caminos que nos beneficien a todos.



DIÁLOGO CON EL SECRETARIO DE TRANSPARENCIA DE LA PRESIDENCIA

La lucha contra la corrupción y la promoción de la transparencia es un indeclinable compromiso de Fenalco Bolívar. Disponemos nuestras capacidades para acompañar la gestión de Andrés Idárraga, Secretario de Transparencia de la Presidencia de la República.

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

En Fenalco Bolívar estamos comprometido con el desarrollo sostenible del Turismo. En la conmemoración del DÍA MUNDIAL DEL TURISMO conocimos casos de éxito que enorgullecen a nuestra ciudad: @blueapplebeach @somosbatambora @foodiescolombia @agricolacamelias, ejemplos de turismo sostenible, de experiencia y de valor.





CONSEJO EXTRAORDINARIO DE SEGURIDAD

Participamos en el Consejo extraordinario de seguridad convocado por el Gobierno Nacional, conducido por el Ministro de Defensa. Tuvimos oportunidad como sector de expresar las mayores preocupaciones que tenemos sobre la situación de seguridad integral en el territorio.

"La ciudad y el Departamento demandan profundizar acciones para disminuir las cifras de los delitos de mayor impacto tales como microtráfico, trata de personas, el sicariato y los hurtos. Desde Fenalco Bolívar ofrecemos nuestro respaldo a las autoridades y confiamos en que han de avanzar sostenidamente en la mejora de todos los indicadores". Indicó Mónica Fadul, Directora Ejecutiva Fenalco Bolívar.



PROCESO DE CAPACITACIÓN A NUESTROS COMERCIANTES

Los locatarios de nuestro afiliado Centro Comercial Las Ramblas, participaron de una valiosa charla sobre Estatuto del Consumidor, derecho de retracto y propinas, entre otros temas. Continuamos los procesos de capacitación a nuestros comerciantes.



FERIA LABORAL BILINGÜE UNICOLOMBO

Participamos en la Feria Laboral Bilingüe Unicolombo, una apuesta de contribución no solo a construir y preparar el talento humano de la ciudad, sino para generar soluciones a las necesidades del sector productivo.

CARTAGENA

abierta a el mundo

VISÍTANOS!



Escanea el código

Encuentra las ofertas turísticas de

RESTAURANTES, HOTELES, CENTROS COMERCIALES,
JOYERÍAS Y WEDDING PLANNERS

www.fenalcobolvar.com



RESTAURANTE
FUERTE SAN SEBASTIÁN
DEL PASTELILLO



Manga, fuerte de san Sebastián del pastelillo. Tel. (+57 5) 651-740 Cel. (321) 727 9856
reservas@restaurantefuertedelpastelillo.com - mercadeo@restaurantefuertedelpastelillo.com
comercial@restaurantefuertedelpastelillo.com
www.restaurantefuertedelpastelillo.com / Cartagena de Indias - Colombia
Restaurante Club de pesca #MomentosinolvidablesClubdePesca.

NTS-USMA 008 (2009)
Organización
de Restaurantes
por el Ambiente
Restaurante certificado by forks
CUATRO
TENEPORES
Four Forks

PREMIACIÓN
NACIONAL
AL CALIDAD
TURÍSTICA
2017
CATEGORÍA
CALIDAD
TURÍSTICA



REFLEXIONES

COLÓN, EL COMERCIANTE

A continuación reproducimos un artículo de Rolando Arellano, destacado conferencista y escritor de temas empresariales.

El 12 de octubre se celebra el día del descubrimiento de América por Cristóbal Colón. También podría celebrarse, perfectamente, el día del marketing. Cuando pregunto a mis alumnos si conocen monumentos a comerciantes la respuesta es siempre una risa abierta. ¿A quién se le ocurriría hacerle homenajes a alguien con una profesión tan poco prestigiosa? Hay monumentos, me dicen, dedicados a médicos, abogados, militares y a navegantes, pero no hay uno solo hecho para un comerciante. Craso error sobre el que podemos reflexionar hoy, a más de quinientos años de la llegada de Cristóbal Colón a tierras americanas.

Para ello, conviene hacerse varias preguntas: ¿Qué razones motivaron a don Cristóbal a embarcarse en sus naves de madera y cruzar mares desconocidos, donde, decía la leyenda, había monstruos que se tragaban a todos los que osaban acercarse? ¿Será que el motivo principal de Colón fue la búsqueda de la gloria y el reconocimiento de sus pares? ¿Lo hacía tal vez para demostrar la validez de sus teorías científicas sobre la redondez de la tierra? ¿Quería quizá entrar en el libro Guinness de récords, de 1492? ¡Pardiez, no! La respuesta a todas estas preguntas es más prosaica: lo hizo para comerciar con las especias de Oriente, de mucha demanda en Europa.

En efecto, en la época de Colón, cuando no existían las refrigeradoras, las especias como comino, pimienta y canela eran indispensables para preservar las carnes y hacerlas relativamente agradables de comer. Desgraciadamente para Europa, el imperio Otomano había cerrado las rutas que habían seguido desde siglos atrás comerciantes como Marco Polo para llegar a Asia, ocasionando escasez de estos productos y con ellos su inmensa subida de precio. Con la visión que hoy se llamaría marketing, Colón observó que había una necesidad y buscó la oportunidad de satisfacerla. Además, en su afán de hacer ese negocio Colón no solamente demostró su valentía, sino también sus dotes de venta, pues logró que la reina Isabel le diera sus joyas para financiar la empresa. ¿Cree alguien todavía que doña Isabel lo hizo solamente para llevar la fe cristiana a otros lugares de la tierra, como nos dice la historia?

Regresando a nuestra pregunta inicial, deducimos entonces que la respuesta es que sí existen cientos de monumentos a un comerciante, don Cristóbal Colón, aunque el título allí inscrito sea el de intrépido navegante genovés y no el de su verdadera vocación. Lo importante de esta apreciación es que aquellos que nos dedicamos a la actividad de unir la producción con el consumo podemos reconocer en don Cristóbal a uno de nuestros colegas más importantes. El 12 de octubre puede ser así un buen momento para que nuestros comerciantes (bodegueros, mayoristas, tenderos, ambulantes, trabajadores y propietarios de quioscos, puestos de mercado, supermercados y tiendas por departamentos) se sientan orgullosos de tener un trabajo tan importante, tanto, que cambió la cara del mundo hace más de quinientos años y la sigue cambiando hoy día a día.

EL FUTURO DEL COMERCIO ES EL FUTURO DE LA SOCIEDAD

La edición de septiembre de la prestigiosa Revista Harvard Business Review, HBR, incluye un artículo sobre la transformación del comercio detallista en el mundo. Señala que el comercio es una parte sustancial de la identidad y de la calidad de vida de la sociedad a la que pertenecemos. Lo que compramos, pero también lo que no compramos, habla de nosotros como sociedad y como personas y construye nuestra identidad. El estilo de vida se hace visible en las marcas y los comercios que elegimos; la persona que nos gustaría ser se proyecta, consciente o inconscientemente, en lo que adquirimos, en cuándo lo hacemos y dónde, o si elegimos no hacerlo. "Hablar del futuro del comercio es hablar del futuro de la sociedad y de las personas que la conforman. Y crear un mejor comercio es crear una mejor sociedad y más calidad de vida para sus integrantes", sostiene el ensayo.

Entre las principales claves del futuro del comercio, el escrito destaca el aumento en las compras virtuales en las categorías de productos en las que la experiencia de compra no se valora como factor determinante por el consumidor. El valor percibido de la compra presencial en tienda seguirá siendo alto para una parte importante del mercado minorista. En el mundo desarrollado, a largo plazo, el comercio electrónico tendrá una cuota cercana al 30% del comercio minorista, y, por tanto, el 70% seguirá desarrollándose a través del canal de tiendas físicas. Cabe agregar que la firma Statista estima que en este año el 80% de las compras en el retail en los Estados Unidos ocurrirá en una tienda de cuatro paredes. El margen del comercio electrónico es, y previsiblemente seguirá siendo, menor al margen en retail en una gran mayoría de

los casos. Aumentará el uso de algoritmos que buscan un incremento de la eficiencia del distribuidor y mayor personalización para el consumidor.

Para lo primero, por ejemplo, se "condicionarán" los resultados de la búsqueda online al nivel de existencias de los productos y a los artículos con más margen. De acuerdo con el documento, el desafío para las marcas es ofrecer experiencias de compra individualizadas y sincronizadas a través de dispositivos y canales donde las diferentes interacciones se complementen y aumenten entre sí. El objetivo es acercar las experiencias offline y online. Para lograrlo, hay que incorporar elementos de la experiencia virtual a la compra física, con más tecnología en el punto físico para ampliar la información en pantallas o el uso de realidad aumentada que permita "ver", por ejemplo, cómo quedaría un mueble o electrodoméstico en el espacio donde se ubicará después de la compra. También hay que actuar al revés, ya que canales digitales como las nuevas realidades tipo metaverso abren nuevas posibilidades para generar una experiencia mayor y más cercana a la experiencia física.

Los clientes tienen que sentirse en el futuro más cómodos con los datos que las empresas manejan de ellos. Habrá que hacer más tangibles para los consumidores los beneficios de compartir esos datos. De lo contrario, advierte HBR, habrá una tensión entre la personalización y la experiencia mejorada que nos ofrecen las nuevas tecnologías y la privacidad y la ética asociadas al uso de dichos datos. Por su creciente influencia en las decisiones de compra, las empresas tienen que abordar de manera más decidida factores ligados a la reputación, el propósito como empresa, la responsabilidad social, la ética del consumo y la sostenibilidad ambiental, entre otros.



LA DINÁMICA DEL MERCADO LABORAL URBANO

La Encuesta de Hogares del DANE de agosto, indica que la tasa de desempleo del total nacional fue 10,6%, lo que representó una reducción de 2,2 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2021. Otro dato relevante es el aumento en la denominada tasa global de participación, que aumentó de 61,3% al 63,5% entre ambos meses, indicador que muestra un importante aumento en la cantidad de personas que se incorporan a la fuerza laboral luego del forzado letargo ocasionado por la pandemia. Las ramas de actividad económica que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Comercio y reparación de vehículos; Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana; y Actividades artísticas, entretenimiento y recreación.

Para el trimestre móvil junio - agosto 2022, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desempleo fueron Quibdó (24,7%), Ibagué (17,5%) y Valledupar (17,0%) y las de menores tasas fueron Bucaramanga y su área metropolitana, A.M. (9,2%), Manizales A.M. (10,1%), y Cartagena (10,4%). Al examinar con más detalle las cifras, vemos que, sorpresivamente, en Cartagena y Valledupar el desempleo en este año aumenta. En Armenia, Ibagué y Barranquilla la desocupación no disminuye significativamente. En el otro extremo sobresalen Tunja, Popayán y Bucaramanga, que registran notoria reducción en la tasa de desempleo. Queda el interrogante de si estos fuertes cambios obedecen a ajustes en los diseños muestrales por parte del DANE.

Mencionemos también la positiva evolución del mercado laboral en Bogotá y poblaciones cercanas: como se observa en el cuadro adjunto, la tasa de desempleo en la capital de la República bajó del 15,8% en el trimestre móvil junio-agosto del año anterior a 11,2% en igual periodo del presente año. Cabe subrayar que es en Bogotá y Cundinamarca donde las ventas del comercio al por menor, según DANE, tienen el mejor dinamismo en el presente año, con un crecimiento del orden del 20% en términos reales. Sin duda, el buen comportamiento del comercio estimula la recuperación de empleos que se perdieron por la pandemia.

TASA DE DESEMPLEO (TRIMESTRE MÓVIL)			
CIUDADES	JUN-AGO 2021	JUN-AGO 2022	VARIACIÓN ABSOLUTA
TOP 5 MAYOR RECUPERACIÓN			
Tunja	22,4	13,6	-8,80
Popayán	17,3	11,9	-5,40
Bucaramanga A. M.	14,6	9,2	-5,40
Neiva	17	12,1	-4,90
Bogotá D.C:	15,8	11,2	-4,60
TOP 5 MENOR RECUPERACIÓN			
Valledupar	14,1	17	2,90
Cartagena	7,9	10,4	2,50
Armenia	13,7	13,2	-0,50
Ibagué	18,5	17,5	-1,00
Barranquilla A. M.	13	11,8	-1,20
Total 23 ciudades A. M.	11,5	14,9	-3,40

NOVIEMBRE

Fechas para Recordar



05

- 01 Día de todos los Santos
- 02 Día del Profesional Funerario
- 04 Día del Administrador de Empresas
- 05 Día del Policía
- 17 Día del Terapeuta Ocupacional
- 20 Día del Psicólogo
- 22 Día del Músico
- 24 Día del Agrónomo
- 25 Viernes Negro
- 27 Día del Guarda de Seguridad



22

Notifenalco

VOLUMEN 274 - AÑO 23 - SEPTIEMBRE 2022

NECOS

Congreso Nacional de Comerciantes

13 Y 14

OCTUBRE

Hotel Las Américas
Cartagena de Indias



Una mirada del **Comercio** y los empresarios al nuevo gobierno, a la **coyuntura** del país y del mundo.



¡VER AQUÍ EDICIONES ANTERIORES!



EL PODER DEL AUDIO

LA PENETRACIÓN DE LA RADIO EN COLOMBIA ES DEL

86%

FUENTE: EGM OLA II - 2019 Total oyentes ult. 30 días.

LOS COLOMBIANOS ESCUCHAMOS

RADIO:

3.7 HORAS EN UN DÍA = 25.9 HORAS A LA SEMANA

FUENTE: EGM OLA I - 2019 Total oyentes ult. 30 días.

PAUTE CON NOSOTROS



Contacto Comercial

Tel: (5) 660 0067 - 660 2400 Ext. 112 Cel: +57 320 829 4258

Calle 25 No.24A - 16 Piso 25, Edificio Twins Bay, Barrio Manga

e-mail: gerenteventascartagena@rcnradio.com.co

SOMOS OPORTUNIDADES

En el aprovechamiento energético sostenible



#SOMOS Oportunidades



Comfenalco

Diagnósticos y consultorías *empresariales*

Te ofrecemos diagnósticos empresariales para el fortalecimiento de tu personal.

Mejora los procesos de las áreas:

- Gerenciales
- Administrativas
- Comerciales
- Talento Humano y Servicios
- Financieras
- Implementación de sistemas de gestión y acompañamiento para certificación

Más información: 320 571 2146
ventavirtual@comfenalco.com

COOSALUD

En Pos de tu bienestar

La EPS **más grande del régimen subsidiado** dio un paso más por la salud de los colombianos.

Porque **solo nos importas tú**, bienvenido a nuestro régimen contributivo, en el que te ofrecemos:

- ✔ Trámites ágiles
- ✔ Autorizaciones no presenciales
- ✔ Modelo de Orientadores de Salud
- ✔ Cobertura nacional*
*Consulta la red de servicios en nuestra página web
- ✔ EPS con certificación Icontec
- ✔ Modelo de promoción y prevención de la salud
- ✔ Modelo incluyente de participación ciudadana

Marca gratis desde tu celular

#922



@CoosaludEPS



@Coosalud_



@coosaludeps

www.coosalud.com

#PásateACoosalud

