



corferias 

Generadores de
Oportunidades y Progreso

INFORME DE GESTIÓN 2018

ASAMBLEA
DE ACCIONISTAS



CORPORACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES S.A.
USUARIO OPERADOR DE ZONA FRANCA

INFORME DE GESTIÓN 2018

INFORME DE GESTIÓN 2018

ÍNDICE

| CONTENIDO | PAG. |
|---|-------------|
| CORPORACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES S.A. | |
| USUARIO OPERADOR DE ZONA FRANCA Y SUBORDINADAS | |
| 1. JUNTA DIRECTIVA CORFERIAS (2018 - 2019) | 5 |
| 2. COMITÉ DIRECTIVO DE CORFERIAS | 6 |
| 3. INFORME DE GESTIÓN 2018 DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LA PRESIDENCIA EJECUTIVA | 7 |
| 4. DICTAMEN DEL REVISOR FISCAL | 73 |
| 5. ESTADOS FINANCIEROS | |
| 5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO | 77 |
| 5.2 ESTADO DE RESULTADOS Y OTRO RESULTADO INTEGRAL CONSOLIDADO | 78 |
| 5.3 ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADO | 79 |
| 5.4 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO | 80 |
| 5.5 NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS | 81 |
| 6. GRÁFICAS | 140 |
| 7. INDICADORES FINANCIEROS | 141 |
| 8. PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES | 144 |
| CORFERIAS INVERSIONES SAS | |
| 1. DICTAMEN DEL REVISOR FISCAL | 147 |
| 2. ESTADOS FINANCIEROS | |
| 2.1 ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA | 155 |
| 2.2 ESTADO DE RESULTADOS Y OTRO RESULTADO INTEGRAL | 156 |
| 2.3 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO | 157 |
| 2.4 ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO | 158 |
| 2.5 NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS | 159 |
| 3. PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES | 196 |

JUNTA DIRECTIVA CORFERIAS 2018 - 2019

Presidente

Jaime Mantilla García

Vicepresidente

Enrique Vargas Lleras

Principales

Jaime Mantilla García

Enrique Vargas Lleras

Gonzalo Echeverry Garzón

Guillermo Botero Nieto

María del Rosario Sintés Ulloa (independiente)

Juan Luis Hernández Celis

Mónica de Greiff Lindo

José Blackburn Cortés (independiente)

Suplentes

Juan David Ángel Botero

Sandra Neira Liévano

Luis Fernando Ángel Moreno

Juan Diego Trujillo Mejía

Gilberto Gómez Arango (independiente)

Ricardo Ávila Pinto

Martha Yaneth Veleño Quintero

Leonor Serrano de Camargo (independiente)

Honorarios

Reinhard Kling Bauer

Jorge Perdomo Martínez

Oscar Pérez Gutiérrez

Hernando Restrepo Londoño

Gonzalo Serrano Orejarena

Enrique Stellabatti Ponce

COMITÉ DIRECTIVO

Andrés López Valderrama

Presidente Ejecutivo

Mario Cajiao Pedraza

**Vicepresidente de Planeación y
Asuntos Corporativos**

Natalia A. Riveros Castillo

Secretaria General

Mauricio Paredes García

**Subdirector de Riesgos
y Operaciones**

Martín Camargo Pérez

**Subdirector Técnico y
de Infraestructura**

Patricia Sandoval Marin

Auditora Interna

Juan Esteban Pérez

Director Ejecutivo - Puerta de Oro

Roberto Vergara Restrepo

**Director de
Negocios Internacionales**

Marisol Suárez Laverde

Directora de Ferias

Elizabeth Arias Ávila

**Gerente de Comunicaciones
y Publicidad**

Alexandra Torres Asch

**Gerente de Mercadeo y Ventas
Ágora Bogotá**

Yalesa Echeverría Cifuentes

Gerente de Eventos

INFORME DE GESTIÓN 2018 DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LA PRESIDENCIA EJECUTIVA

Señores Accionistas:

A lo largo del año 2018, la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. Usuario Operador de Zona Franca - Corferias ha ejecutado todas las actividades necesarias para llevar a cabo la operación y el cumplimiento de su objeto social. El resultado de estas actividades está en el compromiso que le imprime la Junta Directiva y la Administración con la colaboración de todos sus posibilitadores, quienes ejecutan un trabajo conjunto y responsable por lo que les expresamos gratitud por su dedicación, apoyo y trabajo arduo.

El año 2018 para Corferias fue un periodo donde se consolidaron importantes logros ideados, conceptualizados y desarrollados durante los últimos años con el apoyo decidido de los accionistas.

Dentro de estos proyectos se destacan la construcción del Hotel Hilton Corferias Bogotá como un elemento de apoyo, servicio y sinergias a la dinámica ferial y de eventos, el cual entra en operación en el primer trimestre del 2019 y el desarrollo y culminación de las alamedas perimetrales de Corferias con lo que se activaron todos los bordes de la corporación generando espacios públicos en todo el perímetro del recinto, que transformaron la imagen y el relacionamiento de Corferias con su entorno renovando su presencia sobre la Avenida de la Esperanza, la Avenida Pedro León Trabuchy y la Calle 25, con plazoleta de locales y restaurantes, salones y otros servicios que complementan la oferta de espacios del recinto ferial como tal.

Corferias como parte de sus procesos de innovación permanente sigue renovando y enriqueciendo su portafolio de ferias y eventos en beneficio del sector empresarial con el objeto de posicionarse no solo en la ciudad de Bogotá, sino también en

la ciudad de Barranquilla y con especial interés, en iniciar operaciones en la ciudad de Medellín, todo apuntando a consolidar nuevas plataformas de negocio con altos estándares de calidad y producción.

De igual manera, gracias a la finalización de la construcción del Centro de Convenciones Ágora Bogotá, Corferias durante el año 2018 llevó a cabo el primer año de operación, en donde con toda su experiencia llevó a cabo una gestión extraordinaria generando utilidad en favor de los inversionistas, superando las proyecciones y expectativas del primer año de operación.

Finalmente se tomó la decisión de desarrollar un nuevo ejercicio de planeación estratégica con visión prospectiva, el cual se construyó de forma rigurosa entre la Administración y la Junta Directiva a lo largo del año 2018, con la participación activa del Comité Directivo de Corferias que apoyándose en la información y conocimiento de diferentes actores de la industria de ferias y eventos, generó el ejercicio final de Planeación Estratégica, que fue aprobado por la Junta Directiva, con lo que se dio inicio al nuevo ciclo estratégico 2018 - 2022 para Corferias como “Generador de Oportunidades y Progreso”.

A continuación, se presentan los avances en cada uno de los objetivos definidos en el marco de la Planeación Estratégica de la entidad atendiendo los diferentes ejes. Finalmente esperamos que los resultados obtenidos sean de absoluta complacencia y se sientan orgullosos de pertenecer a esta organización, que trabaja comprometida por el bienestar de sus accionistas, del sector empresarial y por el progreso y desarrollo del país.

Atentamente,
ANDRÉS LÓPEZ VALDERRAMA
Presidente Ejecutivo

1. MODERNIZACIÓN

1.1. INFRAESTRUCTURA



Fotografía: Enrique Guzmán

El año 2018 fue un año definitivo para la consolidación de las actividades constructivas y de infraestructura que Corferias se propuso llevar a cabo, tales como el mejoramiento de la estructura física del recinto ferial, el desarrollo de las etapas finales del proyecto

Hotel Hilton Corferias, la finalización y puesta en operación del espacio público alrededor del predio del recinto ferial. A continuación, una breve síntesis de cada proyecto:

1.1.1. HOTEL HILTON CORFERIAS Y OFICINAS



HOTEL – Foto vista desde la Cra. 37 hacia el sur

Durante el año 2018 las actividades de este proyecto se concentraron en el avance de capítulos de obra fundamentales para la culminación, entrega y puesta a punto y preparación para la operación del hotel, tales como: el cerramiento de la fachada en cristal, la implementación de los sistemas eléctrico, red contra incendio, hidrosanitarios, ventilación mecánica y aire acondicionado, instalaciones de comunicaciones y datos, y la entrega de áreas como los parqueaderos, la cocina, los cuartos técnicos, el bar, el comedor, grab and go, front desk, los salones de reunión, las oficinas para el equipo de Hilton, y los baños para éstas, entre otros.

Paralelamente se llevaron a cabo todas las actividades referentes a la contratación y suministro

de equipos de cocina y dotación en general para el Hotel como tal, como el mobiliario, los elementos de decoración, FF&E (Furniture, Fixtures and Equipment) y OS&E (Operating, Supplies and Equipment).

El avance de la obra en el 2018, que llegó a un 98%, permitió iniciar en el mes de noviembre la entrega a Hilton quien desde esa fecha inició las actividades de preapertura y tiene previsto abrir oficialmente el hotel en el primer trimestre de 2019.

De esta manera se ha adelantado un proceso constructivo riguroso y con seguimiento y control permanente para que el mismo esté dentro del cronograma de obra acordado inicialmente.

1.1.2. ALAMEDAS PERIMETRALES Y ESPACIO PÚBLICO EN EL ENTORNO DE CORFERIAS

1.1.2.1. Intervención sobre Av. de La Esperanza



Cumpliendo con el programa establecido, este proyecto contempló la demolición y retroceso del muro sur sobre la avenida y adelantar las obras de construcción del espacio público sobre la Avenida de la Esperanza entre carrera 37 y avenida carrera 40, dándole una nueva imagen al costado sur del recinto ferial, consolidando el relacionamiento con el Centro de Convenciones Ágora Bogotá y el Hotel Hilton Corferias Bogotá, y dotando este desarrollo con un edificio de servicios con salones de reuniones, servicios complementarios y áreas libres internas en primer piso hacia el recinto ferial y locales comerciales.

Se han adelantado las obras de urbanismo complementarias hacia el interior del recinto ferial, con lo cual se logrará la adecuada conexión del proyecto de la Plazoleta de la Avenida de la Esperanza con las redes existentes y su armonización con la arquitectura del lugar.

Este proyecto contempló igualmente la demolición y retroceso de la fachada sur del pabellón adyacente al hotel sobre la Avenida de la Esperanza y el reforzamiento de su estructura metálica con el objeto de cumplir con las cesiones y retrocesos normativos establecidos por el Plan de Regularización y Manejo, así como con la norma constructiva vigente.

Con la construcción de este proyecto no solo se logró la ampliación del espacio público y mejoramiento sustancial de la cara de Corferias sobre esta importante avenida, sino que también se consolidó la imagen del recinto ferial sobre este sector cuyo proceso se inició en el año 2010 con la construcción del Gran Salón, continuó en los años siguientes con el desarrollo del proyecto Ágora Bogotá y se concluirá en el 2019 con la finalización de la construcción e inicio de operación del Hotel Hilton Corferias.



Fotografía: Enrique Guzmán



Fotografía: Enrique Guzmán

1.1.2.2. Espacio público Calle 25 y Avenida Carrera 40



Fotografía: Enrique Guzmán

La construcción de estas dos importantes áreas de espacio público sobre la Calle 25 (entre carrera 37 y carrera 40.) y sobre la carrera 40 (entre Avenida de La Esperanza y la Calle 25), permitió consolidar y aportar a la ciudad un gran espacio de uso público de aproximadamente 41.000 M2, sumando los aportes de los predios 1 (Recinto Ferial 2018), predio 2 (Ágora y torre de parqueaderos 2018) y predio 3 (Parqueadero Verde 2015), los cuales cuentan con alamedas, zonas verdes, plazoletas y mobiliario urbano, que transforma de manera positiva el relacionamiento del equipamiento de Corferias con su entorno inmediato, agregando valor al sector, aportando seguridad, accesibilidad, comodidad y un funcional y agradable desplazamiento peatonal alrededor de nuestros predios.

1.1.3. CENTRO INTERNACIONAL DE CONVENCIONES DE BOGOTÁ - ÁGORA BOGOTÁ



Fotografía: Enrique Guzmán

Como se expuso en años anteriores, Ágora Bogotá se ha consolidado sin lugar a duda como un punto de encuentro muy importante en la ciudad de Bogotá, imponiéndose como una magnífica infraestructura que ha hecho que se catalogue como uno de los más importantes Centro de Convenciones de Iberoamérica.

Ágora Bogotá, es el resultado de una alianza institucional entre la Cámara de Comercio de Bogotá, Corferias y el Gobierno Nacional a través del FONTUR, quienes lideraron una notable Asociación Público-Privada.

Durante el 2018 se llevaron a cabo en el Centro de Convenciones, los trabajos de ajuste de sistemas técnicos y la finalización de actividades constructivas menores. De igual forma se concertaron las contrataciones para el mantenimiento de los diferentes componentes del edificio en virtud de

la terminación de los periodos de mantenimiento incluidos en los contratos de construcción.

A lo largo del año 2017 y 2018 se realizaron por parte de Corferias todas las acciones relacionadas con la gestión predial de las casas que se encontraban contiguas al proyecto del Centro de Convenciones Ágora Bogotá. En el año 2018 se logró la adquisición de las cuatro casas que eran necesarias para completar la manzana del Centro de Convenciones, a fin de complementar la zona verde y el espacio público sobre la carrera 40 en el perímetro del Centro de Convenciones.

Este Centro de Convenciones está a la vanguardia de los centros de convenciones más importantes del mundo, dado que tiene espacios multifuncionales y salones de reuniones distribuidos en los cinco pisos, espacios ideales para el desarrollo de congresos, reuniones, exhibiciones y espectáculos públicos,

siendo el más grande de ellos un espacio único en la región con una capacidad para 4.000 personas.

1.1.4. OFICINAS CORFERIAS EN TORRE HOTEL

Considerando la necesidad de una mejora sustancial de la prestación del servicio y de imagen ante sus clientes, Corferias adelantó a lo largo del año 2018 la construcción del proyecto de las oficinas y puntos de atención comercial y de servicios al cliente, las cuales ocupan una sección del piso 1 y la totalidad de los pisos 5 y 6 del edificio Hotel Hilton Corferias.

Estando en el cronograma y presupuesto aprobado, se logró que este proyecto entrará en servicio en octubre del 2018, logrando la acomodación de todos los puestos de trabajo, 15 salas de reuniones dotadas de completas ayudas audiovisuales, zonas de trabajo y atención colaborativos y áreas complementarias de soporte y servicios, dentro de un concepto innovador de oficina abierta con un diseño contemporáneo y amable, tanto para los posibilitadores de Corferias como para sus clientes y visitantes

Paralelamente al traslado a las nuevas oficinas, se iniciaron las labores de recuperación y transformación de las áreas que fueron ocupadas transitoriamente por las oficinas administrativas, como el área de exhibición del pabellón 5A, los salones del auditorio, y el edificio de oficinas del Bloque A contiguo a la construcción del Banco Davivienda. Para tal efecto, se han efectuado los diseños correspondientes al nuevo uso de estos espacios con el equipo de infraestructura de Corferias.

1.1.5. PLAN DE REGULARIZACIÓN Y MANEJO DE CORFERIAS (PRM)

Acatando al cronograma de compromisos del Plan de Regularización y Manejo (PRM) por parte de Corferias para la mitigación del impacto de su operación, se adelantaron los diseños y obras que han permitido elaborar los diferentes entregables pendientes para el cumplimiento de la etapa 2 correspondiente al período comprendido entre el

año 2012 a 2018, por lo que se llevó a cabo así:

1. Solución manejo de controles ambientales y alameda sobre paramentos Av. de la Esperanza y Pedro León Trabuchy predio 1 recinto ferial (Primera Etapa), que implicaba:
 - a. Manejo concertado de andenes complementarios y subterranización de redes—coordinación con diseños de valorización.
 - b. Demolición pabellones 2C, muro de cerramiento de Área Libre 2C y Reestructuración Tanque de Agua sobre Área Libre 2C.
 - c. Construcción Plazoleta de acceso peatonal sobre Av. de la Esperanza (1.871m²) según proceso de sustitución estipulado en el Decreto Distrital 348 de 2005.
 - d. Reestructuración cerramiento sobre este costado.
 - e. Manejo de control ambiental respectivo – conformación de la alameda perimetral bajo concertación
 - f. Manejo de andenes complementarios – conformación de la alameda perimetral bajo la concertación.
2. Solución paso peatonal a desnivel sobre la Av. La Esperanza entre predios 1 (Recinto ferial) y 2 (Ágora Bogotá), para lo cual se adelantó:
 - a. Construcción del paso peatonal a desnivel de conexión entre predios 1 y 2.
3. Solución manejo de perfil vial y desarrollo de la alameda sobre la calle 25 (antigua calle 22 f), para lo cual se adelantó:
 - a. Reestructuración cerramiento sobre este costado.
 - b. Adecuación del perfil vial sobre la calle 25 (antigua calle 22 F) de manera concertada.
 - c. Manejo de andenes complementarios y subterranización de redes - construcción de la alameda perimetral bajo concertación.

Una vez concluidas las actividades en mención por parte de Corferias, se procedió a presentar para su acreditación y recibo ante las autoridades distritales respectivas, quienes se encuentran en el trámite respectivo de verificación y recepción.

Demostrándose el cumplimiento total de Corferias de sus obligaciones y que lo único pendiente era la recepción por parte de las nuevas áreas de espacio público por parte del Distrito, se solicitó en diciembre de 2018 ante la Dirección de Planes Maestros y Complementarios de la Secretaria Distrital de Planeación (SDP) modificar el cronograma de proyectos del PRM para que la ciudad cuente con el plazo requerido para realizar la recepción de las nuevas áreas.

1.1.6. RECINTO FERIAL PUERTA DE ORO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Corferias como operador del Recinto Ferial de Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla, para la recepción técnica y física del mismo, estructuró y desarrollo un plan de acción acordado con el CEEC, para lo cual organizó un equipo de trabajo con el apoyo de especialistas técnicos en instalaciones eléctricas, aire acondicionado y ventilación mecánica sistemas particularmente sensibles para la operación del recinto.

Estas acciones permitieron a final de año consolidar un informe técnico definitivo, base fundamental para formalizar el acta de recibo técnico y físico del recinto por parte de la Empresa Puerta de Oro a Corferias y establecer las actividades a desarrollar para el mejoramiento y optimización de aspectos relacionados con la operación y mantenimiento del recinto en los años siguientes.

1.1.7. ARMONIZACIÓN DE PLAN MAESTRO EAB / PLAN MAESTRO CORFERIAS.

Con el objetivo primordial de lograr que la Empresa de Acueducto de Bogotá (EAB) y Corferias se unan para adelantar un plan que garantice el desarrollo armónico de los predios de la EAB, los predios de

Corferias (Gran Carpa Américas y el Recinto Ferial), y el predio de Ágora Bogotá, en el que cada una de las partes cumpla sus objetivos, se mantuvo el convenio de cooperación vigente con el propósito de realizar estudios tendientes a apoyar y/o desarrollar el plan de regularización o el plan de desarrollo de la EAB.

La EAB continua en espera de definir una directriz referente a sus necesidades y las del gobierno distrital.

1.2. MODERNIZACIÓN DE PROCESOS, TECNOLOGÍA Y GOBIERNO

1.2.1. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Corferias logró obtener la recertificación del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) bajo la nueva versión de la Norma ISO 9001:2015, con enfoque en la identificación y tratamiento de riesgos y oportunidades, la gestión del conocimiento de la Corporación y la gestión de partes interesadas; esto se logró gracias al avance en la implementación del modelo de Gestión de Riesgos, la implementación de estrategias para la gestión del conocimiento realizadas desde el proceso de Gestión de Recursos Humanos y los programas transversales del Sistema de Gestión de Sostenibilidad.

La recertificación del Sistema de Gestión de Calidad se logró bajo el marco de la nueva Planeación Estratégica, la cual incluye componentes como nuestro propósito superior, la visión, los valores y los retos asociados a los proyectos y las estrategias para desarrollarlos. Adicionalmente para los diferentes retos se realizó el levantamiento de los riesgos y oportunidades con la aplicación de la metodología para Gestión de Riesgos de Corferias.

Como parte del monitoreo y mejora continua del SGC se realizaron tres ejercicios de auditoria interna que permitieron validar los nuevos requisitos de la norma e identificar hallazgos a los cuales se les realizó su respectivo tratamiento previo a la auditoria de recertificación.

Adicionalmente, se realizaron actividades de fortalecimiento de la cultura de calidad con el concurso “El Poder de la Calidad”, actividad que fue realizada por etapas, con el uso de un álbum como herramienta didáctica que permitió reforzar los conceptos del sistema, el conocimiento de la nueva planeación estratégica y la aplicación de los valores corporativos durante la realización del ejercicio. Esta actividad fue muy bien recibida por todos los colaboradores y permitió la integración de las diferentes áreas y como resultado final un excelente desempeño en la auditoría de recertificación.

1.2.2. SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Con el objetivo de gestionar adecuadamente los riesgos implícitos de la organización, mejorar la eficiencia de las operaciones, proteger los activos de la entidad y los intereses de sus clientes, la Auditoría Interna durante el año 2018 realizó evaluaciones de Control Interno a los diferentes macroprocesos, promoviendo un ambiente de control basado en los principios de Autocontrol, Autogestión y Autorregulación.

En el desarrollo de las Auditorías bajo el enfoque de riesgos, se evaluaron controles que permitieron identificar riesgos y crear nuevos controles para el fortalecimiento de los procedimientos en el logro de objetivos garantizando el cumplimiento de las políticas mediante una adecuada administración y gestión de los recursos; así mismo, se contribuyó al robustecimiento de la cultura de prevención y mitigación del riesgo.

1.2.3. GESTIÓN DE RIESGOS

La Gestión de Riesgos continuó su fortalecimiento como un componente de la nueva Planeación Estratégica, apalancado bajo los proyectos para la adecuación y mejoramiento del plan de operaciones según las exigencias del mercado y adicionando protocolos que permitieron incrementar la capacidad de respuesta ante las situaciones de riesgo, integrados con el plan de continuidad del negocio y estándares en seguridad y salud en el trabajo.

El fortalecimiento desde la perspectiva de producto se desarrolló a través de la validación de la eficacia de los controles durante el montaje, ejecución y desmontaje de la totalidad de las ferias propias y en asocio, así como en los eventos de gran formato. También se realizaron mesas de trabajo con entes de control, donde se definieron acuerdos para la mitigación de riesgos asociados al cumplimiento normativo, mejorando las etapas de seguimiento y control del modelo.

Desde la Gestión de Procesos, se actualizaron los controles de los riesgos asociados a cada proceso con el fin de garantizar que estos fueran alcanzables, medibles e implementables; además, se realizó la actualización de la herramienta tecnológica, la inclusión en las matrices de riesgos de las oportunidades asociadas a los retos de la planeación estratégica y finalmente, se desarrollaron actividades de capacitación y campañas de sensibilización dirigidas a personal operativo, administrativo y expositores que fortalecen la cultura de gestión del riesgo.

1.2.4. SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Corferias durante el año 2018, acorde a la última evaluación realizada por los entes de control logró un porcentaje de cumplimiento del 88% en la implementación de los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SGSST, superando el requisito del 85% a marzo del año 2019, establecido en la Resolución 1111 de 2017. Lo anterior permitió realizar operaciones de cara a un comportamiento cada vez más seguro y consiente en la identificación de riesgos y peligros.

1.2.5. PLAN DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Dentro del proceso de gestión del riesgo y mejoramiento continuo, durante el año 2018 se realizó la revisión de todos los procesos y herramientas y la consolidación de los mismos en el plan que asegura la continuidad de negocio, la

identificación de las funciones críticas, el impacto al negocio, los tiempos objetivos de recuperación y los procesos críticos ante escenarios de riesgos que puedan afectar significativamente a Corferias.

Bajo una metodología previamente definida y con la activa participación de la alta dirección y de los líderes de los procesos se revisaron los escenarios de riesgo, los procesos críticos de negocio y los tiempos objetivos de recuperación encontrándose en la preparación y revisión de los planes de contingencia que aseguran la recuperación de los procesos críticos priorizados.

En el año 2019 se continuará con el proceso entrenando a toda la organización y desarrollando pruebas piloto sobre los escenarios de contingencia formulados en cada caso por los líderes de proceso.

1.2.6. CONFIABILIDAD INFORMACIÓN A TERCEROS

Corferias a lo largo de su trayectoria ha sido una entidad comprometida con los terceros interesados en su gestión, y por ello ha solicitado de una firma externa, en este caso, la Revisoría Fiscal designada por los accionistas, la validación y certificación de las diferentes cifras que arrojan las estadísticas y estudios que realiza, con el objeto de contar y transmitir información exacta, transparente y confiable acerca de los diferentes indicadores de la actividad ferial y de eventos.

De esta manera, como ya es compromiso en el Informe Anual de Gestión se publican los datos estadísticos certificados por parte de la Revisoría Fiscal, KPMG S.A.S. en el capítulo de Actividad Ferial. Lo anterior, con la finalidad que los clientes, aliados, socios, expositores y el público en general, cuenten con esta herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones frente a la participación en las diferentes ferias que lleva a cabo Corferias. Así mismo, se convierte en un instrumento que facilita el proceso de medición de la evolución de las ferias y el impacto que estas generan en la economía local y nacional.

1.2.7. ZONA FRANCA

De acuerdo con lo establecido en las disposiciones legales que regulan las Zonas Francas Permanentes Especiales, como lo es Corferias, es importante mencionar que durante el año 2018 Corferias cumplió con lo reglamentado en esta materia.

Se presentaron de manera completa y oportuna en cada uno de los trimestres los avances de los compromisos que en materia de inversión y generación de empleo se debían reportar de la Zona Franca Permanente Especial de acuerdo con los Planes Maestros de Desarrollo General que se plantean en las solicitudes correspondientes.

La Zona Franca Permanente Especial fue objeto además de las Auditorías requeridas para la Recertificación del Sistema de Gestión de Calidad de dos auditorías especiales de control, una de ellas, adelantada por Kleber Engel Asociados LTDA., firma de Auditoría Externa con amplia experiencia en Zonas Francas, y otra, la efectuada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de la Dirección de Productividad y Competitividad del Ministerio, tendiente a verificar el cumplimiento de los compromisos de Inversión y Empleo de la Zona Franca Permanente Especial Corferias. Los resultados arrojaron un resultado de cumplimiento y no hubo observación alguna en ninguna de las auditorías adelantadas.

Durante el año 2018 con el propósito de actualizar el área declarada como Zona Franca dadas las obras ejecutadas con posterioridad a la declaratoria y que han hecho parte del Plan Maestro de Desarrollo de Corferias, se presentó ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la solicitud de reducción del área declarada como Zona Franca Permanente Especial encontrándose la misma en trámite y a la espera de la resolución con la autorización luego de la visita de inspección correspondiente.

Igualmente, se participó activamente en varias reuniones de trabajo con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Aduanas), con miras a

la implementación del Decreto 2147 del 23 de diciembre de 2016, en temas como: Unificación del formulario de movimiento de mercancías, el manejo de ingreso de muestras sin valor comercial a través de viajeros, y todo lo que involucra el avance tecnológico con que Corferias debe contar como Zona Franca.

1.2.8. BURSATILIDAD DE LA ACCIÓN

Durante el año 2018, el Comité de Bursatilidad se reunió en tres oportunidades, con la presencia de los accionistas designados por la Asamblea General de Accionistas, quienes representan a los accionistas minoritarios. Este Comité ha venido desarrollando su plan de trabajo, el cual se ha enfocado en tomar medidas concretas sobre la estrategia de darle más visibilidad a la información bursátil de la Corporación, con el fin de que sea una inversión muy atractiva para terceros.

Como parte de las actividades desarrolladas a lo largo del año 2018, es importante resaltar que Corferias acreditó nuevamente los requisitos exigidos por la Bolsa de Valores de Colombia – BVC, para la renovación de la certificación IR “Investor Relations”, reconocimiento que fue aprobado el 4 de octubre de 2018, por una vigencia de un año y con posibilidades de obtener su renovación en el año 2019.

En tal sentido, Corferias continúa perteneciendo al grupo de las treinta y una (31) empresas colombianas que, en calidad de emisores de valores, han adoptado voluntariamente las mejores prácticas exigidas por la Bolsa de Valores de Colombia – BVC, en materia de revelación de información y relación con inversionistas “(investor relations, IR)”.

De igual manera, como parte de los compromisos adquiridos por la Cámara de Comercio de Bogotá como accionista mayoritario de Corferias en la pasada Asamblea General de Accionistas, en el mes de abril de 2018, se llevó a cabo una reunión con los representantes de los miembros del Comité de Bursatilidad, en donde se acordó que se solicitarían

propuestas de diversas firmas de comisionistas de bolsa, a fin de llevar a cabo un proceso de formadores de liquidez o cualquier otra actividad avalada por la Bolsa de Valores de Colombia y las respectivas autoridades, a fin de que se le diera movimiento a las acciones de Corferias y lograr bursatilidad de ésta acción.

Como parte de este acuerdo, Corferias ha adelantado las gestiones para iniciar el proceso de búsqueda del corredor de bolsa que acompañe y llegue a prestar dichos servicios, a fin de que se inicie con el proceso de formador de liquidez, el cual consiste en la adquisición de paquetes básicos para su posterior comercialización, para poner en el mercado de forma permanente y visible la acción de Corferias y obtener con esto una mayor bursatilidad. Este proceso en la actualidad está surtiendo los trámites respectivos dentro Corferias, ante la Bolsa de Valores de Colombia para conocer como es el proceso de autorización, y posteriormente, una vez se consolide, proceder con el respectivo informe y reporte dentro de los sistemas de información relevante y ante los organismos y autoridades de control.

2. INNOVACIÓN

2.1. PROCESO DE FORTALECIMIENTO DE LA INNOVACIÓN EN EL PORTAFOLIO FERIA

Corferias continúa en el fortalecimiento de su rol de organizador de ferias y eventos de clase mundial en beneficio de los empresarios, el país y la comunidad en general para lo cual gestiona su portafolio ferial de manera que asegura la entrega de la propuesta de valor a sus clientes a través del acceso a la innovación, el conocimiento, la interacción a través del networking que facilita el cruce de la oferta y la demanda, desarrollando plataformas de comunicación y promoción lo cual se resume en experiencias que conectan y construyen vínculos dentro de la comunidad de interés.

Un ejemplo de esta labor es la vinculación de contenidos de interés con participación de

personalidades nacionales e internacionales en la construcción de foros y agendas académicas de relevancia, espacios de relacionamiento que promueven e incentivan la transferencia de conocimiento a través de la presentación de casos de éxito y experiencias innovadoras ante un público especializado; además del desarrollo de zonas de innovación y tendencia en los cuales se presentan las últimas novedades en el mercado.

2.2. NUEVOS PRODUCTOS 2018

La gestión de nuevos productos en el 2018 se focalizó en el desarrollo e implementación de cinco (5) ferias nuevas en la ciudad de Bogotá a través del desarrollo de nuevos productos, adquisiciones o alianzas: BiciGo el gran espacio para los amantes y aficionados a la cultura de la bicicleta; Chocoshow el evento de carácter nacional que fortalece y promueve el consumo del chocolate “la experiencia del cacao al chocolate”; Mueble y Madera en alianza con Köelnmesse; ComicCon Bogotá en alianza con Planet Comics que también desarrolló su versión en Medellín en el mes de Noviembre; ExpoAgrofuturo Bogotá en su primera versión en la capital del país en sociedad con el Grupo Novoagro y que tendrá su décima tercera versión en la ciudad de Medellín en los años impares. Adicional a esto se fortaleció la operación regional con la implementación de la nueva feria Libraq en la ciudad de Barranquilla y tras el éxito de las dos versiones anteriores en Bogotá del evento propio Lego Fun Fest, se desarrolló en la ciudad de Barranquilla la primera versión del mismo en dicha ciudad.

2.2.1. NUEVOS PRODUCTOS FERIALES (Bogotá, Barranquilla y Medellín)

BICI GO

Contó en su primera versión con la participación de Holanda como país invitado de honor y Boyacá como departamento invitado de honor. Participaron 60 expositores de los cuales 22 fueron internacionales. Durante los cuatro días asistieron 15.505 personas que pudieron llegar en bicicleta donde se dispuso de

un ciclo parqueadero gratuito con más de 360 cupos que lo hizo acreedor del Sello Oro de la Secretaría de Movilidad de Bogotá. BiciGO permitió reunir en un solo lugar a expertos y leyendas del ciclismo como lo fue Cochise y Fabio Parra, exhibir innovaciones de la industria y un Museo de Bicicletas con más de 100 piezas. Al igual, desarrollar una agenda académica, actividades de Xtreme Fest, Criterium, BMX, Scooter, Pusk Bike, competencia de rodillos, un Bicicarnaval, rodadas y competencias entre apasionados y aficionados al uso de las bicicletas.

CHOCOSHOW

En Asocio con la Federación Nacional de Cacaoteros - FEDECACAO

Colombia se caracteriza por tener una producción de Cacao de muy alta calidad y en Chocoshow esto quedó demostrado. 77 expositores presentaron lo más selecto en chocolates para la mesa, repostería, bombonería, generando espacios de comercialización y de atención al consumidor final. El evento contó con la asistencia de 15.820 visitantes, que participaron en las diferentes actividades y que recibieron de muy buena manera esta primera experiencia, donde el chocolate fue el protagonista.

LIBRAQ

Con el apoyo de la Alcaldía de Barranquilla y la Cámara Colombiana del Libro

La Feria Internacional del Libro de Barranquilla, una iniciativa de ciudad, en la que la cultura y la lectura se vivió a puertas abiertas desarrollándose tanto en el Gran Malecón del Río como en Puerta de Oro buscando posicionar la ciudad como capital regional del libro. Contó con la presencia de 78 expositores, una nutrida y selecta agenda académica de nivel internacional y la asistencia de más de 32.467 visitantes.

COMIC CON

En Asocio con Planet Comics

Llegando a su sexta versión Corferias busca la operación de este evento en Medellín, y aportando su

know how en la industria ferial, logra la participación de más de 100 empresas y la convocatoria de 23.000 asistentes y fanáticos en torno a las experiencias generadas por las principales productoras como Disney, Sy Fy y Warner entre otras. Como show central contamos con la presencia de destacados artistas de series o películas de culto como El Señor de los anillos, Stranger Things y el Power Ranger legendario, dentro de los cuales destacamos a artistas como Jason David Frank “Power Rangers Lejendario” Manu Bennett, actor de Arrow y El señor de los Anillos” y Noah Schnapp de “Stranger Things”.

AGROFUTURO

En Asocio con NOVOAGRO

Corferias le apostó a traer a la capital del país una feria como Expoagrofuturo, plataforma de conocimiento, innovación y tecnología para el campo colombiano que en cuatro pabellones reunió a más de 309 expositores nacionales e internacionales, quienes dieron a conocer las últimas tendencias en tecnologías alternativas para el uso de la tierra, maquinaria y equipos; además de temas relacionados con la sostenibilidad, inversión y desarrollo en el sector a los 13.019 asistentes a la feria. Para el año 2019 se espera llevar a cabo otra versión de Expoagrofuturo en la ciudad de Medellín.

2.3. CORFERIAS OPERADOR PROFESIONAL DE FERIAS Y EVENTOS EN EL RECINTO PUERTA DE ORO BARRANQUILLA

Corferias operó durante el 2018 el recinto ferial en Barranquilla, llevando a cabo nueve (9) ferias y veinte (20) eventos que reunieron a 235.473 visitantes durante el año, lo que representó un crecimiento en visitantes del 41% respecto al año 2017.

Se logró una operación que continúa sembrando ferias, dinamizando la cultura ferial en el caribe y que empieza a posicionar las ferias y eventos en la ciudad de Barranquilla, con el objeto de lograr una actividad sostenible alineada con los objetivos estratégicos de la región.

2.3.1. ARTICULACIÓN CON LA CIUDAD REGIÓN – CORFERIAS CARIBE

Corferias a lo largo del año 2018 empezó a participar activamente como miembro en el Comité del Equipo de Destino de Barranquilla, del cual hacen parte la Alcaldía de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico, la Cámara de Comercio de Barranquilla y PRO Barranquilla; con el propósito de fortalecer el trabajo articulado para dinamizar el Turismo de Eventos y Negocios, y la captación de eventos de alto impacto, en línea con la tipología del recinto, y las vocaciones productivas de la ciudad.

De la misma manera, Corferias ha trabajado con diferentes gremios como Camacol, Fenalco – Atlántico, y con importantes empresarios de la región como socios y aliados en ferias y como proveedores de sus más importantes eventos.

En el 2018 se inauguró la primera etapa del Gran Malecón del Río Magdalena en la zona Puerta de Oro que con 1.2 km materializó la expectativa de crear un urbanismo frente al río. La ubicación privilegiada del recinto ferial, y su articulación con el Gran Malecón empiezan a favorecer el tráfico natural de visitantes al sector. Con más de 1 millón de visitantes, el Gran Malecón es una de las zonas turísticas más visitadas por los colombianos.

2.4. ACTIVIDAD FERIA

2.4.1. ACTIVIDAD FERIA EN BOGOTÁ

Corferias realizó en el año 2018 cuarenta y un (41) ferias a nivel nacional entre propias, en asocio o en arrendamiento.

MUEBLE Y MADERA

En asocio con Köelnmesse

Alemania

El respaldo de Interzum, la feria líder en el mundo en insumos para la producción de muebles y diseño de interiores, organizada por nuestro socio, nos abre el camino en busca de convertir a MUEBLE

Y MADERA en la feria HUB de la industria en la región. Con una ocupación de 6.982,44 M2, y una alta satisfacción por parte de expositores y visitantes finalizó esta versión, con un total de 192 expositores participantes, ratificando la importancia de Colombia como centro relevante para abrir nuevas oportunidades de negocio.

Se llevó a cabo el programa de alta calidad orientado al futuro de la industria el cual estuvo a cargo de la red Global Forest and Trade Network, de la fundación World Wildlife Fund (WWF) con quien también se desarrolló la rueda de negocios forestal, y con la participación de la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) y la Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS).

MOVILIDAD Y TRANSPORTE

En socio con Transmilenio S.A.

El octavo Congreso Internacional de Movilidad y la muestra comercial de Movilidad y Transporte, permitieron mostrar la evolución y los atributos de los diferentes sistemas de transporte, las experiencias de diversas ciudades, el desarrollo urbano orientado al transporte público, a través de los tres ejes temáticos del congreso: Desarrollo urbano, movilidad, BRT y otros sistemas de transporte y tecnología y cultura al servicio del usuario. Con la participación de 37 expositores y con 4.218 visitantes.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO

En socio con la Cámara Colombiana del Libro

Con la participación de Argentina como país invitado de honor y con cifra récord en visitantes de 593.321, cerró la FILBo. Durante los dieciséis (16) días del evento, se llevaron a cabo más de 1.796 actividades culturales dentro del marco de la 31ª edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá. Este año, y como parte de la apuesta por el fortalecimiento del sector editorial, la FILBo abrió el Pabellón “Independiente”, una iniciativa que le apostaba a tener en un mismo espacio a los editores nacionales.

Buscando la consolidación de nuestra feria a nivel internacional, 500 participantes de 25 países, 25 emprendedores nacionales y 13 países estuvieron presentes en el Salón Internacional de Negocios, agentes literarios y editores de distintos países, se dieron cita para vender y comprar derechos de autor.

CREATEX

En Asocio con la Cámara Colombiana de la Confección y Afines – CCCyA

Como exitoso fue calificado el II Salón de la industria textil y de la confección, Createx, con la participación de 93 expositores, va en camino de consolidarse como el escenario más importante para la industria en Colombia. En tres (3) días de feria, 7.904 visitantes conocieron las últimas novedades del sector. En el marco de la feria se presentó el laboratorio de innovación y se desarrolló una nutrida agenda académica, que contó con la presencia de invitados nacionales e internacionales referentes dentro de la industria, ofreciendo así, un espacio para la actualización de conocimientos en tendencias y desarrollo tecnológico.

ALIMENTEC

asocio con Koelnmesse / organizador de ANUGA Alemania

Contó con 463 expositores, de los cuales 183 eran internacionales con un crecimiento del 53%, comparado con la versión del año 2016. La feria cerró con un promedio de satisfacción de 8,4 a nivel de expositores y visitantes.

Debido al creciente interés de los compradores y productores de la industria, el segmento “Panadería, pastelería y chocolatería” tuvo salón propio y en esta versión con la creación de un escenario para demostraciones, consolidando el sector en el marco de la feria. Se realizó la agenda académica con la participación de ACTA (Asociación Colombiana en Tecnología de Alimentos) y el apoyo del clúster de gastronomía de la Cámara de Comercio de Bogotá, consolidando la capacitación y formación del sector

HORECA en la feria. La feria contó con más de 28.405 visitantes profesionales, afirmándose una vez más, como una de las más importantes de la región.

COMIC CON BOGOTÁ **En alianza con Planet Comics**

Por primera vez en Bogotá, se presentó la convención anual más importante de la cultura pop y la industria del entretenimiento, que se viene celebrando en las principales ciudades del mundo. Con la participación de más de 100 expositores y la presencia de las principales productoras como Disney, Warner, Cartoon Network, Sony y Universal, así como de los actores más importantes de algunas de las series de la industria del entretenimiento, entre ellos Darko Peric, “La Casa de Papel” Nathalie Emmanuel de “Juego de Tronos y Rápido y Furioso” y Nicolaj Coster-Waldau de “Juegos de Tronos”, estuvieron presentes en el evento 51.131 fanáticos del cine, las series, la televisión, coleccionables, los cómics, el cosplay, el anime, manga y demás aficiones que conforman el maravilloso universo geek se dieron cita en COMIC CON Bogotá.

FIMA FERIA DEL MEDIO AMBIENTE

VI versión de la Feria Internacional del Medio Ambiente, feria de Corferias que se realiza en alianza con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, que presentó una muestra comercial de bienes y servicios, programas y proyectos ambientales. Contó con la participación de 127 expositores en un área de ocupación de 2.197 M2 y 14.407 visitantes, tuvo la presencia de Reino Unido como país invitado y se logró una mayor participación del sector privado mostrando las últimas tecnologías en materia Ambiental.

MEDITECH **Organizado en Asocio con ACHC Asociación Colombiana de Hospitales y Clínicas**

Cierra con una importante cifra de 96 expositores internacionales, 143 expositores nacionales y una expectativa de negocios por más de USD 2'825.000.

10.196 visitantes profesionales hicieron parte de las diferentes actividades académicas como el XIII Congreso Internacional de Hospitales y Clínicas, el Primer Simposio de Soluciones Exitosas. Por primera vez se presentó el Centro Especializado en Alta Tecnología Hospitalaria (Hospital del Futuro) - CEATH, que congregó salas de diagnóstico, cirugía y recuperación donde se pusieron a disposición de los visitantes equipos tecnológicos de alta calidad para mejorar la atención de pacientes el país. En esta versión se consolidó la alianza estratégica con Messe Dusseldorf para realizar la feria en conjunto, con lo que se ampliará la apertura del mercado internacional y se aumentará la participación de empresas internacionales del sector de la salud.

ODONTOTECH **En Asocio con la Federación Odontológica Colombiana – FOC**

Contó con la participación de 50 expositores y la realización del V Congreso Internacional Odontológico, el Gran Foro de la Salud y una agenda complementaria con expertos nacionales y del exterior, un evento muy bien recibido por los profesionales del sector.

NEXTCAR

En alianza con Fenalco y Carroya.com de El Tiempo En cinco (5) días de feria y respondiendo a la creciente demanda del mercado, se logran vender cerca de 1.000 vehículos, con el respaldo y confianza de los más reconocidos concesionarios, ofreciendo en un solo lugar a los 21.065 visitantes, la oferta más variada de vehículos usados y los servicios complementarios a su medida. NEXT CAR se presenta como un escenario que le brinda tranquilidad, seguridad, cercanía, respaldo y las mejores opciones a nuestro público.

FERIA INTERNACIONAL DE SEGURIDAD **En asocio con Pafyc**

La feria de mayor trayectoria en América Latina y consolidada como un escenario propicio para la

exposición de soluciones en seguridad y protección de la Región Andina, Centro América y el Caribe; se llevó a cabo con gran éxito, presentando en sus 3.033 M2 de ocupación, apuestas innovadoras en tecnologías de vanguardia. E+S+S, fue el espacio ideal en donde los 148 expositores participantes, ofrecieron a los más de 12.019 visitantes, soluciones innovadoras provenientes de los más reconocidos fabricantes a nivel internacional.

GRAN SALON INMOBILIARIO

En Asocio con la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá La XIII versión contó con la participación de 141 expositores en 5.398,51 M2, siendo considerada como la feria inmobiliaria de inmuebles nuevos más importante del país, reuniendo en un solo lugar a las más representativas constructoras, promotoras, inmobiliarias y urbanizadoras con una amplia oferta de proyectos de inversión en activos inmobiliarios, de tipo residencial, oficinas, hoteles, comerciales e industriales. Contó con la presencia de ofertas nacionales e internacionales provenientes de Panamá, Curazao, Estados Unidos, Republica Dominicana, entre otros. Una subasta y una atractiva muestra de inmuebles usados, brindo la oportunidad a los 22.873 visitantes de encontrar interesantes oportunidades de negocio.

FERIA DEL HOGAR

En su versión XXXV la feria contó con la participación de 594 expositores en 23.487 metros cuadrados de ocupación, presentando ambientes renovados, espacios de esparcimiento y entretenimiento, para los más de 196.678 visitantes.

Un evento de gran tradición que ofreció nuevas zonas de experiencia, brindando espacios de interacción de los expositores con el público, el cual disfrutó de una amplia y diversa muestra comercial y gastronómica en un escenario dispuesto para el encuentro de toda la oferta de bienes y servicios de consumo masivo.

FERIA INTERNACIONAL INDUSTRIAL DE BOGOTÁ

Culminó con una percepción positiva por parte de los expositores como de los visitantes, en especial, el Foro “Retos de desarrollo en la cuarta revolución industrial” organizado por la Universidad Nacional y el laboratorio de Innovación, que tuvo buena acogida y fue valorado de manera satisfactoria. La feria tuvo un crecimiento del 16% en visitantes profesionales respecto al año 2016, contó con 466 expositores nacionales y 172 internacionales, la participación de India como partner country, consolida a la FIIB como la más importante feria del sector en Colombia y la región. Como ha sido tradicional se contó con la presencia de gremios como el de ACOPLASTICOS, la ANDI y ACAIRE, en su calidad de aliados y organizadores de los salones especializados que se realizan dentro del marco de la feria: **COLOMBIAPLAST EXPOEMPAQUE, 14º EXPOMETÁLICA - 14º FERIA MINERA, y EXPOACAIRE.**

CAFÉS DE COLOMBIA EXPO

En asocio con la Federación Nacional de Cafeteros FNC

Cafés de Colombia Expo recibió 16.901 asistentes, incluidos 101 compradores internacionales, consolidándose como la feria de cafés especiales más importante de América Latina y el Caribe. El evento contó con dos eventos de gran tradición: el Campeonato Colombiano de Baristas y el Campeonato Nacional de Catadores. De igual manera, se llevó a cabo la subasta “Colombia tierra de Biodiversidad”, en donde productores de los departamentos de Tolima, Antioquia y Nariño resultaron ganadores. Con 16 conferencias ofrecidas por investigadores del Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), dos invitados internacionales y directivos de la FNC, la agenda académica dio a conocer importantes avances de investigaciones relacionadas con el cultivo y la producción de café.

BELLEZA Y SALUD

La XVII edición, se consolida y fortalece como el evento más importante del sector de la belleza, contó con la participación de más de 389 expositores nacionales e internacionales. Los 64.553 visitantes encontraron productos innovadores y destacados de la industria de la belleza dentro la feria, que tuvo espacios especializados y dispuestos en Cosmética, Peluquería, Estética, Barbería y Cuidado Integral; se realizaron seminarios especializados, congresos y una completa agenda académica dirigida a profesionales del sector. Se llevó a cabo una rueda de negocios en el marco de la feria con el apoyo de Pro Colombia y la Cámara de Comercio de Bogotá, en donde se cerraron negocios por cerca de 1.746.400 dólares.

SOFA, el Salón del Ocio y la Fantasía, En asocio con Click on Design

Se realizó la novena versión con la asistencia de 202.855 visitantes, 19.000 más que el año anterior. Un espacio que brinda atractivos espacios para jóvenes, adultos y en general comunidades, que año tras año esperan la realización de SOFA para disfrutar de los diferentes hobbies y aficiones que se promueven como negocios propios de la creciente economía naranja, conformada por la industria cultural, creativa y del entretenimiento.

EXPOPET

Durante cuatro (4) días, se llevaron a cabo exposiciones y concursos en los que participaron más de 4.000 animales en exhibición, entre perros, gatos, animales de granja, peces y aves en exhibición; contó con la participación de 134 expositores que exhibieron sus novedades y recibió a más de 45.058 visitantes que disfrutaron de actividades para sus mascotas e igualmente acudieron al recinto ferial más de 12.000 animales de compañía junto con sus dueños.

En el marco de la feria se realizaron actividades como la Cuarta Exposición Canina, donde participaron 350 perros que fueron evaluados por jueces internacionales provenientes de Rumania, Chipre, Chile, Canadá, Nueva Zelanda y Brasil entre otros; la Quinta Exposición Felina que recibió a 130 gatos de raza, el concurso “Mi Criollo más Bello”, el Quinto Campeonato de Canicross que recibió a 256 binomios y la quinta Copa de Agility que congregó a más de 120 binomios.

SALON DEL AUTOMOVIL

En asocio con la Federación Nacional de Comerciantes - Fenalco

Una vez más, el Salón Internacional del Automóvil de Bogotá, demostró ser la vitrina del sector automotor por excelencia. 45.327 metros cuadrados en 23 pabellones de exhibición permitieron a los 202.271 visitantes que asistieron al evento conocer las últimas tendencias de las 60 marcas de vehículos y motocicletas que estuvieron presentes, lanzamientos y novedades en tecnología, vehículos híbridos y eléctricos, exhibiciones al aire libre y atractivas demostraciones hicieron parte de este gran evento que llegó a su versión XVI.

EXPOARTESANIAS

En asocio con Artesanías de Colombia

Con más de 79 mil visitantes y superando todas las expectativas, 782 artesanos provenientes de 19 países y el desarrollo de dos días de agendamiento de negocios en los que se concretaron 627 citas, proyectado un cierre en ventas por 16.000 millones, se llevó a cabo la feria más grande y representativa de artesanías y productos culturales de Colombia, que destaca una a nuestros artesanos y artistas que producen a mano las tradiciones y la identidad de nuestro país.

CUADRO CIFRAS KPMG (INFORMACIÓN CERTIFICADA)
INFORMACIÓN CERTIFICADA 2018 – KPMG S.A.S.

| Ferias | Expositores | Visitantes | Compradores Nacionales | Compradores Internacionales | Área (M2) |
|---|-------------|------------|------------------------|-----------------------------|-----------|
| Mueble y Madera | 192 | 13.437 | 10.926 | 274 | 6.982,44 |
| Movilidad y Transporte | 37 | 4.218 | 1.136 | 41 | 610,50 |
| Feria Internacional del Libro | 549 | 593.321 | 5.817 | 455 | 23.411,69 |
| Createx | 93 | 7.904 | 5.546 | - | 2.650,02 |
| Alimentec | 463 | 28.405 | 22.791 | 752 | 11.438,81 |
| Comic con Bogotá | 150 | 51.131 | - | - | 2.774,84 |
| FIMA "Feria del Medio Ambiente" | 127 | 14.407 | - | - | 2.197,00 |
| Meditech | 239 | 10.196 | 2797 | 267 | 5.060,00 |
| Odontotech | 50 | 10.196 | 2797 | 267 | 546,00 |
| Nextcar | 54 | 21.065 | - | - | 12.437,42 |
| Gran Salón Inmobiliario | 141 | 22.873 | - | - | 5.398,51 |
| Expoagrofuturo | 309 | 13.019 | 12.033 | 254 | 5.461,29 |
| Feria Internacional de Seguridad | 148 | 12.019 | - | - | 3.033,00 |
| Feria del Hogar | 594 | 196.678 | - | - | 23.487,84 |
| Feria Internacional de Bogotá | 638 | 43.646 | 38.675 | 1.386 | 17.880,50 |
| Cafés de Colombia Expo | 101 | 16.901 | 11.813 | 427 | 2.680,50 |
| Belleza y Salud | 389 | 64.553 | - | - | 9.129,44 |
| SOFA | 323 | 202.855 | - | - | 9.814,58 |
| Feria Internacional de Animales "Expopet" | 134 | 45.058 | - | - | 2.383,18 |
| Salón Internacional el Automóvil | 164 | 202.271 | - | - | 45.327,00 |
| Choco Show | 77 | 15.820 | - | - | 1,126.12 |
| Bici-Go | 60 | 15.505 | - | - | 1.002,00 |
| Expoartesanas | 68 | 4.202 | - | - | 1.464,00 |

2.4.2. ACTIVIDAD FERIA – CORFERIAS CARIBE

En el 2018 se consolidaron ferias en los sectores de gastronomía, desarrollo inmobiliario, licores, automotriz, agro y materiales de construcción. Se realizó la primera versión de la Feria Internacional del Libro de Barranquilla - LIBRAQ.

SABOR BARRANQUILLA

Organizada en asocio con Fenalco y La Cruz Roja

En su tercera edición en Puerta de Oro, se proyecta como el más importante encuentro gastronómico de la región, y uno de los más importantes de Colombia. En el 2018 tuvo una asistencia récord, y una agenda de primer nivel que la posiciona como un evento único en el país.

VITRINA INMOBILIARIA DEL CARIBE

Organizada en conjunto con Camacol Atlántico

Esta feria presentó por primera vez una muestra internacional de bienes raíces en la región, y con una agenda importante ratifica el dinamismo del mercado de vivienda en Barranquilla y su área metropolitana con créditos pre-aprobados y viabilizados reportados por los bancos por \$32.000 millones de pesos.

LA FERIA DE LICORES “EXPODRINKS”

Organizada en asocio con el Grupo Olímpica

Feria con más de 11.000 asistentes tuvo una asistencia récord en su tercera versión. La feria reúne en un solo espacio la oferta especializada de licores, vinos y cervezas del mundo y un espacio de entretenimiento que la vuelve una de las ferias masivas más esperadas por los barranquilleros.

PROYÉCTATE – FERIA DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA

En su segunda versión, reunió masivamente a estudiantes y padres de familia durante tres días en Puerta de Oro. La feria se convirtió en un referente

importante de orientación socio-ocupacional para los jóvenes de la región. Gracias al apoyo del SENA, el Ministerio de Educación Nacional, la Alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico se logró una gran asistencia y el posicionamiento de toda la oferta representativa educativa del Caribe que ya encuentra en la feria un espacio adecuado para promover la oferta educativa.

CONSTRUFERIA DEL CARIBE

Organizada en asocio con Camacol Atlántico

Feria de proveeduría de materiales de construcción, en su segunda versión bienal reunió 3.100 visitantes profesionales, quienes durante 3 días tuvieron la oportunidad de conectarse con la oferta de materiales y servicios para el sector de la construcción y actualizarse con el Encuentro de Construcción en Seco organizado en el marco de la feria.

FERIA DEL LIBRO DE BARRANQUILLA LIBRAQ

La primera versión de la Feria Internacional del Libro de Barranquilla LIBRAQ, iniciativa de la Alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico, operada por Corferias en alianza con la Cámara Colombia del Libro fue un hito cultural para la ciudad. La primera versión de la feria logró desplegar un montaje dentro del recinto ferial, y extender la agenda académica y cultural con 100 actividades sobre el Gran Malecón del Río que fue el gran protagonista. En la primera versión LIBRAQ logró reunir a más de 32.000 personas en el recinto ferial, 78 expositores y registró un tráfico en el Gran Malecón de cerca de 100.000 personas viviendo por primera vez una agenda de primer nivel que permitió ganarse el corazón de la ciudad.

AGROEXPO CARIBE

En su segunda versión Agroexpo Caribe contó con la presencia de 75 expositores del sector agroindustrial y pecuario, cerca de 10.000 asistentes tuvieron la oportunidad de actualizarse en los encuentros sectoriales, recibir asistencia técnica y especializada, participar de subastas y

demás actividades que contribuyeron a fortalecer la rentabilidad y competitividad del sector en la región.

AUToFEST, FERIA DE AUTOS Y MOTOS DEL CARIBE

En asocio con Fenalco Atlántico, y Fenalco Nacional

Esta feria en su segunda versión fue una potente vitrina comercial de vehículos que con más de 9.000 visitantes logró articular en un solo espacio la oferta de marcas y financiación necesaria para lo que fue

la jornada ferial más exitosa en la venta de autos en el Atlántico.

Para el año 2019, se espera realizar y ejecutar un portafolio con once (11) ferias, con productos existentes de realización anual como: La Vitrina Inmobiliaria del Caribe, Sabor Barranquilla, “Expodrinks”, Autofest, LIBRAQ, Proyéctate y bienales como FICA. Además de, productos en nuevos sectores de Turismo, Comercio Minorista y una apuesta en el sector de Energías Renovables.

CUADRO CIFRAS PUERTA DE ORO

| Ferías | Expositores | Visitantes | Compradores Nacionales | Compradores Internacionales | Área (M2) |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------------|------------------|
| VIMO | 45 | 5.191 | - | - | 1.296 |
| Sabor Barranquilla | 143 | 27.414 | - | - | 3.054 |
| Libraq | 78 | 32.467 | - | - | 1.741 |
| Proyéctate | 50 | 21.089 | - | - | 1.018 |
| Expodrinks | 70 | 11.029 | - | - | 1.143 |
| Autofest | 52 | 9.150 | - | - | 3.798 |
| Family Market | 89 | 5.769 | - | - | 2.037 |
| Agroexpo Caribe | 74 | 5.282 | 4.833 | - | 2.193 |
| Construferia del Caribe | 87 | - | 3.144 | 9 | 1.879 |

2.4.3. FERIAS EN ARRENDAMIENTO

Se llevaron a cabo ocho (8) ferias, destacando entre estas por su excelente dinámica Arto, la Vitrina Turística de Anato y Expo estudiantes.

2.5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y PATROCINIOS

En el año 2018, la gestión de Alianzas y Patrocinios para Corferias tuvo un buen desempeño, no solo

porque se cumplió con la meta presupuestal, sino también porque se logró mantener la participación de los más importantes Aliados y Patrocinadores, buscando que puedan cumplir expectativas comerciales y de mercadeo, así como asegurando que los compromisos pactados se cumplieran a cabalidad.

Este año finalizó el contrato con uno de los más importantes y representativos Aliados (la Empresa

de Teléfonos de Bogotá) e inmediatamente se comenzó a trabajar para que en el año 2019 Corferias cuente con la presencia de una empresa representativa del sector.

Frente a la gestión en la ciudad de Barranquilla en el recinto de Puerta de Oro, se ha llevado a cabo intensas actividades para lograr la vinculación de algunas Empresas para ferias y otras para el recinto como tal.

2.6. EVENTOS Y PROYECTOS ESPECIALES

2.6.1. EVENTOS BOGOTÁ

Sin lugar a duda el Lego Fun Fest sigue siendo uno de los eventos propios que se destaca con una primera versión en Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla, para el 2018 contó con una asistencia cercana a las 88.000 personas en las dos ciudades, con resultados de satisfacción general que estuvieron sobre 8.9.

Una de las estrategias desarrolladas fue la producción integral de eventos empresariales de gran formato, que bajo esta modalidad contamos con siete (7) eventos entre los cuales se destacaron: Celebración de Integración del Fondo de Empleados del Banco BBVA, A Cielo Abierto, Bingo Anual de Agentes y Patrulleros de la Policía, Fiesta Fin de Año del Acueducto y las elecciones de la Asociación Distrital de Trabajadores y Trabajadoras de la Educación (ADE).

Adicionalmente, un evento muy importante fue el desarrollo de la Consulta Anticorrupción de la Registraduría Nacional, el cual, se llevó a cabo con la máxima excelencia operativa y logística; adicionalmente el montaje de las comisiones escrutadoras.

En la búsqueda de brindar al mercado un servicio integral de organización de eventos y basados en el plan estratégico se organizó al equipo y las soluciones en: (i) Alquiler de espacios (eventos tradicionales), (ii) Prestación de servicios para

los montajes, (iii) Producción general, técnica, logística y de campo, (iv) Participación en procesos licitatorios y (v) Suministro de Alimentos y Bebidas.

Lo anterior, nos permitió evidenciar avances importantes en la producción de cada uno de los eventos y actividades organizadas por la Gerencia de Eventos, tales como:

1. Se realizó la totalidad de las actividades y eventos programados por los diferentes clientes y áreas, en tiempos récord y condiciones de producción adecuadas.
2. Oferta amplia en producción técnica, salud, logística coordinados con las áreas de servicio de Corferias.
3. Cumplimiento de estándares de seguridad humana y física en cada uno de los eventos coordinado con el área de seguridad y riesgos.
4. Optimización de recursos de acuerdo con la disponibilidad presupuestal con la que contaba Corferias.
5. Se logró la adecuación y generación de espacios para el óptimo desarrollo de las actividades programadas por las diferentes áreas de Corferias.
6. Se crearon los usuarios Pulep para Corferias Zona Franca y Corferias Inversiones S.A.S. para optimizar los tramites de los eventos clasificados de las artes escénicas.

2.6.2. EVENTOS – CORFERIAS CARIBE

Durante el 2018, el Centro de Eventos Puerta de Oro, siguió consolidándose como el espacio más grande y multifuncional de la zona norte del país.

Corferias logro tener en Puerta de Oro eventos importantes para el posicionamiento de ciudad, como el Foro de las Micro finanzas, FOROMIC, del Banco Interamericano de Desarrollo. Este evento, que contó con la participación de 1200 personas extranjeras, tres (3) días de sesiones, y la intervención de más de 15 expositores extranjeros y personalidades del Gobierno Nacional, logró ubicar a Barranquilla y al recinto, dentro de las nuevas

posibilidades para hacer eventos de este formato en el país.

Un gran logro para la operación de Corferias Caribe en el 2018 fue la realización de los escrutinios de elecciones nacionales en Puerta de Oro, durante los meses de marzo, mayo y julio. Esta actividad se realizaba anteriormente en espacios abiertos como el lote del Ejército, ubicado sobre la vía 40 en la ciudad de Barranquilla. Este cambio significó muchos resultados positivos para la operación escrutadora, por las ventajas y bondades encontradas en el recinto. Se logró abrir la puerta para poder seguir realizando esta actividad en los siguientes años.

Los conciertos y la realización de eventos masivos siguen ocupando un lugar muy importante en la gestión comercial de Puerta de Oro. En el 2018 se tuvieron las presentaciones de Chayanne, Jesús Adrián Romero, Carlos Vives, entre otros importantes artistas.

La recompra sigue consolidándose como estrategia fundamental en la operación de Corferias en la ciudad de Barranquilla, teniendo en su tercera versión a eventos como Caribe Biz Forum, y segundas versiones a Expoprobarranquilla y el Congreso Nacional de Ganaderos.

Como parte de la estrategia comercial a mediano plazo, en el 2018, Puerta de Oro logra ingresar a ICCA (International Congress and Convention Association), lo que permite de aquí en adelante, tener estrategias claras y aterrizadas en la captación y ejecución de eventos internacionales que es una de la más importante oferta a la ciudad.

Corferias sigue trabajando en el fortalecimiento del portafolio de servicios, y a través del crecimiento de experiencias, seguirá construyendo el posicionamiento del Centro Ferial Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla como el mejor Centro de Eventos del Gran Caribe, para la realización de todo tipo eventos entre ferias, congresos, convenciones, conciertos, entre otros.

2.7. ESCENARIO MULTIPROPÓSITO GRAN CARPA CORFERIAS

Durante el año 2018 en la Gran Carpa Américas de Corferias se realizaron 22 eventos entre exhibiciones, conciertos y eventos empresariales. En la Gran Carpa Corferias contamos con eventos como los conciertos de Silvestre Dangond, el Tatto Music Fest y el Club Media Fest que llegó a su tercera versión.

La Gran Carpa Corferias sigue siendo una alternativa interesante para los empresarios por su excelente ubicación en la ciudad y privilegios espaciales.

En el año 2018 Corferias trabajó en un proceso de mejoramiento partiendo de la base de estudiar diferentes soluciones y alternativas para intervenir el espacio acústicamente para minimización del impacto del sonido que se emite durante los eventos, por lo que se espera realizar durante el primer semestre del año 2019 un trabajo de insonorización para la instalación de un sistema de reforzamiento con paneles acústicos que permita reducir las emisiones de ruido hacia el exterior durante los eventos.

2.8. OPERACIÓN POR PARTE DE CORFERIAS DEL CENTRO DE CONVENCIONES ÁGORA BOGOTÁ

El pasado 18 de enero de 2018 se llevó a cabo la inauguración oficial de Ágora Bogotá, en el marco de un evento organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, con la asistencia del entonces Presidente de la República, Juan Manuel Santos y otras personalidades. Es así como la Cámara de Comercio de Bogotá, Corferias y el Gobierno Nacional, entregan la infraestructura más grande, moderna y completa para la realización de eventos en Colombia. Un escenario que se encuentra al nivel de los más importantes centros de convenciones del mundo.

Como principio básico de operación, Ágora Bogotá tiene un rol dentro del desarrollo económico de

la ciudad, a través de su internacionalización; para lo cual Corferias ha desarrollado una labor de captación de eventos internacionales, que se alinean con las vocaciones productivas de la ciudad.

En lo que atañe a la internacionalización, Ágora Bogotá fue sede de 16 eventos internacionales, cuatro (4) de los cuales corresponden a la categoría ICCA (*3er Congreso de Centros de Convenciones de América Latina y el Caribe – ACCCLATAM, 2º Congreso Latinoamericano de Virología Clínica, Congreso Latinoamericano y del Caribe de Acuicultura y el Encuentro Latinoamericano de Zoología*) aportando así al ranking de la ciudad. Ágora Bogotá fue también sede de dos (2) importantes eventos de nuestra industria: ACCCLATAM (reunión de la Asociación de Centros de Convenciones de América Latina y el Caribe, entidad de la cual somos vicepresidentes) y el *Foro Global de Best Cities*, una gran oportunidad si se tiene en cuenta la participación de 11 ciudades miembros de la Alianza y la asistencia de un grupo importante de clientes con eventos mundiales, frente a los que existen posibilidad de convertir a Ágora Bogotá en su sede.

En lo que atañe al sector corporativo de ONG's Ágora Bogotá fue sede de congresos internacionales como: *Pacto Global de las Naciones Unidas, Cumbre Internacional para la Protección de la Niñez y Adolescencia en Viajes y Turismo, Concordia Summit, Cumbre Lideres de Educación 2018, 50 Best Restaurants y BestCities Global Forum, la Convención Latinoamericana de Bavaria, FIFA Council Meeting, Dell Tech Forum, Google TIC Forum, Singularity University Summit, Big Data and Machine Learning Summit, Tactical Edge Summit, Intel Experience Day, Oracle Code Summit, Immunotec Colombia Summit, TIC Forum Movistar*, entre otros.

Así, durante el 2018 Corferias como Operador de Ágora Bogotá consolidó su equipo con dedicación exclusiva para la operación, normalizó sus procesos de prospección y relacionamiento con los clientes, diseño y apropió metodologías especiales como revenue management, única en América Latina para

esta industria y gran parte del mundo, pero cada vez más común. Para ello, y teniendo en cuenta que lo anterior, exige plataformas diversas de tecnología de soporte, Corferias cuenta con el SIGCS 3.0 el cual se convierte en un pilar de la gestión comercial. En este sentido, se continúa alimentando dicha herramienta, a fin de generar oportunidades de mejora en temas de forma, que faciliten su uso.

Se trabajó en la estructuración de nuevas estrategias comerciales para incentivar la captación de eventos en meses de baja ocupación, a través de paquetes para eventos sociales y eventos corporativos, entre otros, generando opciones para los clientes a partir de sus necesidades.

Dentro del trabajo de prospección y anticipación durante el 2018 se generaron más de mil cotizaciones para eventos para diferentes años, se atendieron más de 500 visitas de inspección y se estuvo presente en 8 ferias nacionales e internacionales propias de la industria, con posibilidades de negocios para eventos entre el 2019 y el 2025, de hecho y, a través de diversos procesos de candidatura, se logró la captación de los siguientes eventos internacionales para los próximos años: *ISPOR Latin America Summit 2019, Amazon Public Sector Summit 2019, Congreso de las Américas en Educación Internacional CAEI 2019, Social Skin del Grupo Bolívar, LACPEC 2020, International Congress for Dental Research 2024*.

Adicionalmente, cabe señalar que Corferias ha logrado avanzar en el desarrollo de las mesas de trabajo con el equipo del Hilton, para buscar la captación de eventos internacionales en conjunto y en donde Ágora Bogotá recibirá beneficios para sus clientes en todo lo referente a los servicios que preste Hilton. Lo anterior llevó a unificar la oferta de valor entre ambas entidades para ser más efectivos.

Termina el año 2018, con un balance de 186 eventos y con un alto porcentaje de recompra, sobre los 22 eventos realizados el año inmediatamente anterior. Se calcula que en el año 2019 habrá también un importante nivel de recompra, en especial en

lo referente a eventos corporativos nacionales. Durante el 2018 asistieron a los diferentes eventos un total de 97.228 personas nacionales y más de 7.800 internacionales.

Las áreas de alimentos y bebidas y los servicios de valor agregado alcanzaron cumplimientos por encima del 100% evidenciando su importancia dentro del modelo de negocio.

Para lograr los anteriores resultados, acompañando el proceso de posicionamiento de la marca Ágora Bogotá, Corferias trabajó en diferentes frentes de investigación y cualificación, se generaron 302 leads, de los cuales 85 correspondieron a eventos nacionales y 217 a internacionales. Así mismo, Corferias apoya al Bureau de Convenciones de Bogotá en la captación y realización de candidaturas para eventos de ciudad. En ese orden de ideas, a la fecha, se está trabajando de manera conjunta, candidaturas como: *Women Deliver Conference 2022*, *Alta (Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo) 2020*, *World Chest Congress 2020*, *World Congress on Low Back & Pelvic Girdle Pain 2021* y *Fertility World Congress 2022*, entre otros.

Así mismo, Corferias también se ocupa de la medición de satisfacción de los clientes, para lo cual, a partir de enero del año 2018, ingresó a la alianza que tiene la Asociación Internacional de Centros de Convenciones (AIPC) con IPSOS, una consultora francesa líder global en investigaciones de mercado, quien por formar parte de esta alianza, da acceso a la plataforma *AIPC-Ipsos Customer Satisfaction Survey*, una herramienta altamente profesional y analítica de la encuesta de servicio al cliente, que simplifica enormemente el proceso de mantenimiento de un programa continuo de seguimiento de la experiencia del cliente, permitiendo la evaluación comparativa; una vez que se recopilan los datos suficientes, es posible relacionar automáticamente los resultados de Ágora Bogotá con el promedio de todos los demás centros participantes, lo que brinda una perspectiva inmediata y continua sobre el desempeño que se tiene respecto a los demás.

Otro tema que se ha vuelto recurrente y de gran importancia para el posicionamiento de Ágora Bogotá como ícono de ciudad, tiene que ver con las visitas guiadas a diferentes grupos de interés, entre los que se encuentran más de 11 entidades de formación y asociaciones de profesionales, primordialmente en las áreas de arquitectura e ingeniería.

Con motivo de los eventos que se acogieron y a partir de la misma inauguración del edificio, se han generado 1.233 notas en prensa, lo que representó un PR Value de \$11,313,274,741 en retorno para el posicionamiento de la marca.

En lo que atañe a los servicios de valor agregado ofrecidos por Ágora Bogotá dentro de su operación, cabe resaltar que Corferias presta los servicios exclusivos de Alimentos y Bebidas, parqueaderos, internet, aseo y seguridad y audiovisuales.

Se atendieron 186 eventos, en los cuales se prestó acompañamiento al cliente en las diferentes etapas como: montaje, evento y desmontaje, reuniones de preproducción, visitas técnicas y soporte de las áreas técnicas de redes y audiovisuales; y logró una venta por servicios adicionales que permitió un cumplimiento importante por encima de lo presupuestado.

Así mismo, el área de operaciones de Corferias durante el 2018 atendió el recibo final de la infraestructura de Ágora Bogotá y soporta de manera adecuada la producción de eventos. Esta área, encargada de la operación y mantenimiento del edificio tiene bajo su responsabilidad: Recibo del edificio y coordinación con la gerencia de obra hasta el final de la obra, control de seguridad, coordinación de tiempos y espacios a intervenir dentro de las instalaciones, atención y reparación de daños a la infraestructura, montaje de mobiliario y espacios físicos para eventos (en coordinación con el equipo de producción de eventos) y el mantenimiento a los equipos e instalaciones del centro de convenciones.

Para la oferta de Alimentos y Bebidas, se definieron procesos en compras, servicio y cocina para la

planeación y correcta ejecución de los eventos. En atención a las necesidades de los clientes y rotación de productos, sumado a una estrategia de precios, se diseñó el portafolio de Alimentos y Bebidas Ágora Bogotá, cumpliendo con los requerimientos de los clientes, este catálogo se revisa constantemente y se retiran o incluyen platos según la necesidad; es de resaltar que en el diseño del menú se tuvo el cuidado de incluir siempre productos con firma colombiana, usando productos de origen.

A final de año, Corferias en Ágora Bogotá implementó los servicios de panadería, con el objeto de optimizar los servicios de alimentos y bebidas y de que se elaboren in house postres y panes para garantizar la frescura y calidad en esta línea de servicio. Así mismo, Ágora cuenta con concepto favorable de las instalaciones por parte de la Secretaria de Salud y el permiso de ocupación del edificio. De igual forma, se gestionaron los manuales de dimensiones y capacidades, el de operaciones, el de montaje y el de señalización y marca, para ser entregados a clientes y público en general.

2.9. OPERACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El año 2018 se convierte en el cuarto año de operaciones para el área de Alimentos y Bebidas y en la consolidación de los servicios que ofrece, a saber: (i) catering tanto en eventos y ferias, como en sus Restaurante Arco y Amérigo, (ii) comida al paso en sus puntos de Gud Fud que adicionalmente atiende planes de alimentación para expositores y visitantes, (iii) y en los puntos de café Un Break Café.

Es importante mencionar que para el año 2018, se realizó la apertura en el mes de septiembre del restaurante Amérigo, con un capacidad para 52 comensales, un espacio amigable con la ciudad y creado para ejecutivos, empresarios, funcionarios, visitantes a feria y eventos y transeúntes cercanos a Corferias recinto ferial, Ágora Bogotá Centro de Convenciones, y al Hotel Hilton Corferias; un espacio ideal para almorzar y compartir con una oferta de excelente calidad con los mejores “sabores

del mundo” y su especialidad las Pizzas en horno de piedra.

Cada año que pasa, se observa la consolidación del área de A&B plasmada en dinámicas propias como la recompra en los servicios de catering, tanto de eventos como de expositores dentro de las ferias; debe señalarse que los eventos tuvieron un peso del 30% de participación sobre el total de la meta de ingresos. Bajo ese mismo análisis es importante resaltar que las barras de café y Gud Snack son las áreas de mayor rentabilidad en la operación.

El mercado individual, por su parte, participó con un 70% del resultado a través de las marcas Gud Fud, Restaurante Arco, Restaurante Amérigo, Gud Snack y Un Break Café. Entre las estrategias utilizadas para mantener la dinámica de crecimiento, pueden mencionarse las alianzas con proveedores de café para asociar su marca a nuestros productos, la constante innovación e ingreso de productos saludables para los puntos de café, nuevos productos a la oferta de comida al paso, la diversificación de productos basados en el perfil de la feria, el concurso y apoyo del área comercial de ferias en la oferta de los servicios con una ubicación estratégica de nuestros puntos itinerantes de café y snacks.

En el año 2018 se alcanzó un total de 676 mil servicios. En cuanto al nivel de satisfacción, el cliente empresarial evaluó los servicios recibidos, otorgando una calificación de ‘Excelente’ en el 93% de los casos y ‘Bueno’ en el 6% de los eventos encuestados.

Respecto a la modernización tecnológica, se implementó para los restaurantes el desarrollo de la telecomanda, aplicación que permite realizar los pedidos de las mesas en tiempo real a través de una Tablet conectada con el aplicativo ICG, el cual direcciona a los centros de producción los pedidos, minimizando los tiempos de atención en mesas y optimizando el servicio prestado. Corferias continúa con el software ICG como herramienta de control operativo y administrativo para el manejo

del proceso de ingresos, compras y control de inventarios permitiendo la oportuna toma de decisiones gerenciales para el cumplimiento de los presupuestos establecidos.

Otro logro importante en materia tecnológica fue la integración de todos los puntos de venta con la aplicación Davipay desarrollada por la empresa Paymentez en asocio con el banco Davivienda, con la cual los visitantes a Corferias por medio de esta aplicación pueden realizar los pedidos desde su celular a los puntos de venta sin filas y congestiones.

Cabe resaltar en lo que atañe a los procesos de calidad, se logró un incremento y cumplimiento de los indicadores de auditorías, en el número de proveedores auditados y en las capacitaciones continuas al personal de A&B en manejo de residuos, manejo higiénico de alimentos, protocolos de buenas prácticas de manufactura - BPM de Corferias y material de capacitación didáctico al personal.

También se logró la consolidación y aplicación de las políticas de ingreso de alimentos al recinto ferial a través de un incremento en el cumplimiento de los requisitos tanto de los expositores como de las concesiones de la plazoleta de comida e igualmente se ajustó la política de suministro de alimentos y bebidas en Corferias como exclusividad de la Corporación

Finalmente, es importante destacar que el año 2018, representó el segundo año de operaciones de alimentos y bebidas en el recinto ferial Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla, a través del catering en eventos, un punto de café Un Break Café y comida al paso en su punto de Gud Fud, que adicionalmente atiende planes de alimentación para expositores.

Los eventos representaron un peso del 84% de participación sobre el total de la meta de ingresos. El mercado individual, por su parte, participó con un 16% del resultado a través de las marcas Gud Fud y Un Break Café. En el año se alcanzó ventas

totales de \$1.021 millones de pesos y un número de servicios de 50 mil. De los cuales es importante destacar la realización en la prestación del servicio de catering en uno de los eventos más importantes desarrollados en Barranquilla, como lo fue el Foro de Inclusión Financiera y Desarrollo de las Pymes, FOROMIC 2018.

De igual manera, se continúa trabajando con la herramienta de control operativo y administrativo para el manejo del proceso de ingresos, compras y control de inventarios, el aplicativo ICG, permitiendo la oportuna toma de decisiones gerenciales para el cumplimiento de los presupuestos establecidos por la Corporación.

Por ultimo, se sigue en la consolidación del proceso de calidad e implementación de los programas de BPM y Plan de Saneamiento Básico, con la consecución de proveedores para el control de plagas, lavado de tanques y monitoreo de la calidad del agua y la calidad microbiológica de los alimentos. Realizando muestreo con resultados conformes y los primeros servicios de lavado de tanques y control de plagas.

2.10. ESTRATEGIA DE PRECIO

Durante el año 2018 se puso en marcha el sistema de Revenue Management a través del cual se pueden generar las propuestas económicas de los diferentes recintos operados por Corferias; teniendo en cuenta variables de Revenue tales como temporadas, factor de ocupación, pronósticos, reservas, entre otras. Actualmente, el sistema está siendo alimentado con toda la información proveniente de ferias y en cuanto a eventos se encuentra en la validación y consolidación de la información proveniente del Centro de Convenciones Ágora Bogotá para proceder en el año 2019 a implementarlo en Eventos Bogotá y Barranquilla en el recinto ferial Puerta de Oro.

La integración de las áreas que están involucradas en el proceso de la estrategia de precios para un evento se encuentra más coalicionadas y con procesos más estructurados y estandarizados.

A nivel ferial se amplió el rango de acción de las ferias pasando de 11 ferias a 21 ferias donde se han implementado las estrategias de precios en aras de estimular y fortalecer la comercialización y se espera que con la entrada del sistema esto se traduzca en la operación del recinto bajo metodología de Revenue Management y se puedan generar alertas e indicadores que permitan atender el mercado con estrategias acordes a las necesidades y actualidad de los diferentes sectores.

Por otro lado, se continua con el estudio de las tendencias a nivel de ocupación en Bogotá y Barranquilla y tiempos de confirmación de los diferentes eventos y ferias, con el fin de cruzarlos con los precios de venta al cliente final y estar así acordes con la realidad del mercado y que sirvan de insumo para el sistema.

3. INTERNACIONALIZACIÓN

3.1. EXPANSIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LAS ALIANZAS INTERNACIONALES

En el año 2018 Corferias amplió sus alianzas con un nuevo organizador ferial como lo es Messe Dusseldorf, entidad líder en el mundo con 24 ferias número uno, de las cuales se destaca Medica, la feria referente del sector de tecnología y productos médicos. Meditech, la feria de Corferias en dicho sector hará parte de la MedicaAlliance la red mundial de ferias medicas con presencia en Düsseldorf, Bangkok, Bogotá, Moscú, Bombay, Nueva Delhi, São Paulo, Suzhou y Singapur, lo que permitirá obtener posicionamiento y crecimiento internacional, situando a Meditech en el corto plazo como la feria Hub de la región Andina, Centroamérica y del Caribe.

Teniendo en cuenta el posicionamiento de Messe Dusseldorf, su profesionalismo y capacidad de crecimiento, Corferias está en conversaciones para ampliar el portafolio de ferias, sobre todo en aquellas en las que son los número uno del mundo.

Se consolidan también las sociedades ya existentes con los operadores feriales No.1 del mundo en diferentes sectores, como es el caso de Koelnmesse de Alemania con quienes se realizó para el 2018 de manera exitosa otra versión de Alimentec powered by Anuga, con un crecimiento de la participación internacional del 60% procedentes de 30 países. También se llevó a cabo la primera versión en sociedad de la feria Mueble y Madera con una participación internacional del 47% sobre el total de los expositores.

Lo anterior es muestra de lo valioso de las alianzas y sus consecuencias a nivel de posicionamiento y crecimiento internacional.

Con koelnmesse seguimos explorando nuevas alianzas para diferentes sectores, no solo en Colombia sino en otros países de Latinoamérica y así expandirlas a nuevos mercados. De otro lado se avanza en el posicionamiento de las marcas número uno del mundo en la región, por ello la próxima versión de la feria Mueble y Madera cambiará su nombre a Interzum Bogotá, trayendo el legado de Interzum Cologne para esta región del mundo.

En cuanto a Bologna Fiere (Cosmoprof), organizador de la feria número uno en cosmética y peluquería, con presencia en Italia, Estados Unidos, Hong Kong e India, Corferias viene adelantando negociaciones para estructurar una alianza para la Feria Belleza y Salud, continuando para el 2018 con el modelo de representante internacional exclusivo, lo que permitió contar por primera vez para esta feria con delegaciones oficiales de Alemania y España y con nuevas empresas de Andorra, Bulgaria, Corea del Sur, China, Turquía, México, Brasil y Perú.

En cuanto a Coges International y Expodefensa a lo largo del 2018 se estructuró el plan de trabajo para la tercera versión de la feria la cual se desarrolla en alianza también con el Ministerio de Defensa, la anticipación va ser clave para el buen desarrollo de la feria que se ha convertido en referente para el sector y la región. A la fecha todos los integrantes de la alianza tienen claras sus metas y sus funciones, así como los recursos.

3.2. FORTALECIMIENTO CONVOCATORIA INTERNACIONAL Y RED DE ALIADOS EN EL EXTERIOR

Para el 2018 se desarrollaron nuevas estrategias para ampliar la red de aliados de Corferias y promover así la convocatoria de expositores y visitantes internacionales.

En cuanto a la realización de la gestión para contar con expositores Corferias tienen contratados de manera efectiva a 33 agentes en 31 países. Se tuvo la participación y acompañamiento en las diferentes ferias de entidades de promoción de exportaciones de diferentes naciones como Promperu, Prochile, Proecuador, Promexico, Apex (Brasil), ITA (Italia), ICEX (España), Czech Trade (República Checa), Israel Trade, entre otros.

En el 2018 el área internacional de Corferias a través de su equipo interno, los socios internacionales y su red de agentes, gestionó la participación de 888 expositores internacionales para las siguientes ferias:

- Mueble y Madera
- Movilidad y Transporte
- Filbo
- Createx
- Meditech
- Odontotech
- Alimentec powered by Anuga
- Gran Salón Inmobiliario
- Expoagrofuturo
- Feria Internacional de Bogotá
- Belleza y Salud
- Feria del Hogar
- Bicigo
- Puerta de Oro – Barranquilla: Construferia y Vimo.

Lo anterior generó ventas superiores a USD 2.400.000, consolidando su estatus de exportador de servicios tipo II.

En cuanto a la convocatoria de visitantes internacionales en el año 2018 se hizo énfasis en

la promoción en la Región Andina, Centroamérica y el Caribe, apoyándonos en más de 45 cámaras de comercio, gremios y asociaciones de esta región. Para esta labor se contó con el apoyo de la Vicepresidencia de Relaciones Internacionales de la Cámara de Comercio de Bogota.

De otro lado, Corferias a través de su equipo interno respaldó esta gestión, contactando e invitando a 4890 visitantes internacionales para 12 ferias, de las cuales debemos resaltar Filbo, Meditech, Alimentec powered by Anuga, Expoagrofuturo, la Feria Internacional de Bogota, Cafés de Colombia Expo y Expoartesanas.

Corferias continuó durante el 2018 el trabajo conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá y Procolombia, con el fin de promover la participación de compradores internacionales y su participación en ruedas de negocios y agendamientos, generando expectativas de negocios por más de USD 250.000.000 y beneficiando a más de 800 expositores en diferentes ferias.

3.3. “INTERNATIONAL EXHIBITIONS DAY”

Corferias en su participación del Global exhibitions Day en el 2018, tuvo como objetivo contribuir con el posicionamiento de la industria de la realización de ferias y eventos, a partir de la experiencia del mejor talento humano que hace posible realizar, promover y gestionar; plataformas efectivas de experiencias sostenibles que conectan las empresas con el mercado global, siendo dinamizadores de oportunidades y progreso que aportan al desarrollo del país, la región y son la oportunidad idónea para atraer, retener y desarrollar el mejor talento de la industria.

En este evento que se integra a través de plataformas digitales, participaron los recintos feriales de **85 países del mundo** en las categorías de: la actividad más creativa que generara un gran impacto digital, la actividad que convocara el mayor número de funcionarios y la última, la que destacara el talento humano de las empresas.

Corferias, participó realizando un evento con funcionarios, expositores, socios y aliados estratégicos, denominado “**Un día en la vida de**”... un evento que invitó en Bogotá y Barranquilla a experimentar de primera mano el día a día del compañero o el área para conocer y valorar sus funciones diarias; y entender de una mejor manera, el impacto que cada rol tiene dentro de la organización, la gestión y realización de cada evento para entregar siempre una mejor experiencia.

Participaron **510 funcionarios** directos e indirectos de Corferias, y se contó con la participación de empresarios, proveedores y aliados, para hacerles un recorrido por la experiencia de ferias desde la perspectiva de los funcionarios y se recibió el reconocimiento por parte de la UFI por la foto con el mayor número de funcionarios trabajadores de la industria en una misma toma, celebrando el GED 2018.



Corferias leading #GEDNumberChallenge

In latin America, Corferias (Colombia) is currently holding the lead in the global #GEDNumberChallenge, gathering 510 people in one GED picture. UFI had proclaimed this challenge of bringing together as many industry professional into one photo as possible. AMPROFEC members hosted events all across the country in Mexico.

3.4. DIPLOMADO ALIMENTOS Y BEBIDAS

La Asociación Internacional de Ferias de América – AFIDA organizó con la colaboración y acompañamiento decisivo de Corferias, en la ciudad de Bogotá, en el mes de noviembre de 2018, el Diplomado en Alimentos y Bebidas como unidad de negocio rentable en la industria ferial y en los Centros de Convenciones dirigido a: Gerentes de Centros de Convenciones y Recintos FERIALES, Gerentes de Alimentos y Bebidas y Gerentes Administrativos y Financieros.

El objetivo de este Diplomado fue el dar a conocer las herramientas más efectivas para la creación de la Unidad de Alimentos y Bebidas, que permitiría analizar y evaluar aspectos económicos, estructura funcional y calidad que se requiere para ello. Contó con la participación como conferencistas de miembros del equipo de Alimentos y Bebidas no solo de Corferias en el recinto ferial sino de Ágora Bogotá y de miembros del Centro de Convenciones Espacio Riesco de Chile. De igual forma asistieron representantes de diferentes recintos feriales de América Latina, Centroamérica y el Caribe.

En el marco de este evento, Corferias presentó su caso de éxito, demostró su liderazgo en esta área, y el posicionamiento que ha obtenido en la industria de ferias y eventos en la Región y en especial a nivel internacional. De igual manera, realizó recorridos en la operación de Alimentos y Bebidas en el recinto ferial como tal y en el Centro de Convenciones Ágora Bogotá.

4. DISCIPLINA DE SERVICIO E INTIMIDAD CON EL CLIENTE – ESTRATEGIA DE SERVICIO

En el 2018 Corferias continuó fortaleciendo el eje estratégico de servicio bajo los lineamientos de planeación estratégica, siendo el reto asegurar un servicio sobresaliente y excelencia operacional brindando experiencias memorables. Para el logro de este reto se ha venido desarrollando un portafolio integral de servicios dinámico e innovador y se han construido soluciones estándar y personalizadas que garanticen experiencias únicas y acciones orientadas a construir relaciones de valor con los clientes.

4.1. MODELO Y CULTURA DE SERVICIO

4.1.1. CULTURA DE SERVICIO

Dando continuidad a la evolución del Plan de Formación y Entrenamiento se realizaron tres módulos basados en temáticas de Integralidad y Excelencia Operacional, Manejo de Situaciones Difíciles, Lenguaje del Servicio, Protocolos Generales, Seguridad y Salud en el Trabajo y Gestión del Riesgo, con una cobertura de 270 posibilitadores temporales en 7 talleres. Por otro lado, se continuó con la formación en conocimiento de producto (ferias y eventos) en 10 capacitaciones impactando a 585 posibilitadores.

4.1.2. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Siguiendo con el desarrollo de un portafolio integral de servicios dinámico e innovador Corferias se

enfocó en el conocimiento del Cliente y de sus necesidades actuales para entregarle soluciones que le generen valor a través de nuevos servicios y empaquetamientos, incorporando tarifas flexibles de acuerdo con el tipo de servicio y de feria; logrando un total de ventas de \$ 3.503 millones un 21.7% superior al resultado del año 2017.

Corferias Conecta en su segunda versión es uno de los servicios que ha tenido mayor evolución, en donde a través de las experiencias con el uso de la App y las razones de satisfacción e insatisfacción de los clientes, se trabajó en un paquete de mejoras enfocado en:

- Agilizar el proceso y tiempo de los clientes en la captura de información.
- Opción Off-Line para Clientes con limitado uso de datos en Internet, con la cual no se dependerá de internet permanentemente para realizar uso del servicio.
- Inclusión de nuevos campos que le permiten al expositor obtener más información del visitante.

4.1.3. MODELO DE SERVICIO

Contribuyendo al mejoramiento de la experiencia de nuestros clientes, se implementó CRM Servicios, a través de una actualización tecnológica y de procesos que permite realizar una gestión de conocimiento proactivo del cliente a través de la trazabilidad automatizada en la venta de servicios por feria y por expositor, incluyendo tableros de control en tiempo real.

Siguiendo con las mejoras tecnológicas y de automatización Corferias implementó los beneficios de la plataforma Audara (Plataforma Contact Center) al servicio del conmutador, diseñando y desarrollando un módulo en la herramienta que permite realizar el seguimiento y control de la línea desde el enfoque transaccional y cualitativo del tipo de llamada, tipo de cliente, tiempos de atención y productividades, permitiendo generar acciones que mejoren el servicio y el contacto de los clientes con este canal.

4.1.4. SERVICIOS EN EL RECINTO FERIAL DE PUERTA DE ORO

Corferias consolidó su portafolio de servicios en alquiler en el recinto de Puerta de Oro, ofreciendo servicios técnicos, mobiliario, audiovisuales, empaquetamientos y tarifas flexibles, alcanzando ventas con un crecimiento del 135% en relación con el año anterior.

Dando continuidad al fortalecimiento del proceso y operación de Boletería In-house, se extendió el servicio a todas las ferias y eventos propios aplicando los módulos de preventa y funciones con control de aforo, mejorando así la experiencia de servicio de los visitantes y logrando para este año una operación con registro de ventas por \$ 1.043 millones.

Así mismo, para el proceso de RSR (Reconocimientos, Sugerencias y Reclamos), se trabajó en la sensibilización al equipo de Servicio en tiempos de respuesta, modelos de respuesta, tablas de escalamiento y la formalización de canales para asegurar la retroalimentación y voz de cliente.

4.2. CONSOLIDACIÓN DE LA RED DE ALIADOS Y PROVEEDORES

Corferias sigue construyendo alianzas estratégicas para mejorar la experiencia de servicio, siendo una de estas la alianza con Davivienda, entregando soluciones de crédito a los clientes de ferias como Nextcar, Feria del Hogar, Gran Salón Inmobiliario y Salón del Automóvil, y generando relaciones de fidelización a través de la colocación de tarjetas de marca compartida C-fiel Corferias Davivienda, desarrollo de la App para Feria del Hogar.

Corferias continúa desarrollando alianzas con los hoteles reconocidos por su calidad, experiencia y servicio; permitiendo entregar a los expositores y visitantes diferentes alternativas para la selección del servicio hotelero, es por esto, que se incorporaron nueve (9) hoteles al portafolio, consolidando un total de cuarenta (40) hoteles para las diferentes

necesidades de los clientes. Estos nuevos hoteles hacen parte de la Cadena Oxxo operadores de la marca Holiday In, Marriot y Radisson los cuales se encuentran en zonas de alto interés turístico y de negocios.

Nuestra alianza con Cercanos continúa consolidándose a través de su oferta de servicios de transporte especial, prestando el servicio en 20 ferias, especialmente en ferias especializadas con un componente internacional, atendiendo alrededor de 6.500 usuarios durante el año.

Desde el punto de vista de proveedores se ha trabajado en el fortalecimiento y desarrollo de los aliados en la prestación de servicios, buscando garantizar los estándares de seguridad y calidad evolucionando en los procesos de planeación y preparación para cada una de las ferias a través del análisis proactivo de los servicios de mayor impacto.

En los servicios técnicos se ha hecho especial énfasis en las alianzas con los proveedores de gas y aire comprimido asegurando la respuesta al cliente y el cumplimiento de la reglamentación en materia de seguridad y gestión del riesgo.

En materia de la Operación Logística Integral, Corferias continúa desarrollando servicios de valor agregado, brindado a expositores y organizadores el acompañamiento y asesoría en cada uno de los procesos que se realizan en nuestra zona franca para el traslado de la mercancía materia de exhibición. En el 2018 se gestionaron en movimiento de mercancías procedente del exterior 5.512 piezas que representan 883,81 toneladas y USD \$18.317.776, esto de la mano de los proveedores y aliados de las diferentes agencias aduaneras.

4.3. C-FIEL – PLAN DE FIDELIZACIÓN PARA VISITANTES EN FERIAS MASIVAS

En el 2018 el programa de fidelización C - Fiel trabajó en identificar los clientes fieles a Corferias en ferias y eventos, a través de la identificación de comunidades activas que componen hoy sus

canales digitales, CRM, registros a eventos y ferias especializadas, eventos, socios, patrocinadores y aliados.

Así mismo, el enfoque por comunidades llevó a generar un esquema de comunicación 360 previo a los eventos que conectaran los eventos con las necesidades e intereses de cada comunidad a fin.

Se dio continuidad a los objetivos de:

- A. Generación de contenidos físicos y digitales acorde a los intereses de los miembros con el envío de pushmails segmentados con información de interés de sector o industria que motivara la asistencia de los miembros de C-Fiel a las ferias o eventos.
- B. Lograr una mayor interacción con las marcas participantes en los diferentes eventos y motivarlos a integrarse con Corferias con mejores beneficios en su participación, así como en la transferencia de conocimiento en reuniones que se desarrollaron para definir estrategias de convocatoria conjuntas y estrategia de comunicaciones, con el fin de definir la experiencia y el beneficio que se trasladaría al potencial comprador o consumidor.
- C. Incrementar los beneficios de expositores de cara a los compradores, a través de actividades digitales y presenciales y la consecución de premios que motivaran a comprar dentro de las ferias.
- D. Generación de actividades de BTL para lograr la captación de bases de datos del visitante masivo y así incrementar la interacción con nuestros visitantes a través de las redes sociales.

Acciones específicas implementadas en cada feria:

Feria del Hogar

El objetivo fundamental fue incrementar la comunidad de estilo de vida y consumo, cautivando y atrayendo nuevo público a través de medios digitales y presenciales.

- **WebApp Feria del Hogar:** facilitó vivir una experiencia por rutas de consumo dentro de la feria, y logró alcanzar y atraer a una audiencia digital más joven, parejas sin hijos y milenillas, a una feria tradicional de público más adulto. En total participaron 40 marcas, con cupones de descuentos para nuestros visitantes con un resultado de 2.626 cupones redimidos en feria.
- **Entrega de mejores obsequios por participar:** se incrementó la valorización en cada obsequio entregado, aumentando el valor promedio frente a lo entregado en el año anterior. Se rificó un carro. Se entregaron obsequios por mérito como la adecuación de 4 espacios de hogar: sala, cocina, habitación y estudio.
- **Campaña IVR:** por primera vez se utilizó el marcador predictivo de audara para incentivar y recordar a los miembros C-Fiel su asistencia a la feria.

Belleza y Salud

- Cuponera de descuentos física para visitantes especializados y masivos, con el objetivo de generar afluencia de visitantes para nuestros expositores aliados con el público de su interés.

Expopet

- **Actividad para generación de tráfico profesional** a stands de expositores aliados en donde se perfiló al visitante profesional y lo redirigimos a los stands de su interés, logrando atraer al público objetivo para nuestro expositor y facilitar el recorrido en feria a nuestro visitante. Con esta actividad logramos que el 30% de los visitantes profesionales se unieran a la actividad, logrando captar 700 datos en total.
- **Actividad para redes sociales en feria:** para generar una experiencia en feria que uniera el mundo físico con el digital, se implementó una actividad en donde se premiaban a las mascotas que se unieran a la actividad en feria y lo publicaran en redes sociales. En total se entregamos 5.000 distinciones y se recolectaron 3.440 datos por esta actividad en tres (3) días.

Salón Internacional del Automóvil

- Entrega de obsequios inmediatos afines a los intereses de los visitantes: aumentamos en un 20% la valorización de nuestros obsequios respecto al año anterior.
- Se entregó una moto AKT a quien mayor registro de compras realizó en accesorios.

Expoartesanías:

- **Catálogo de inspiración:** se realizó un catálogo para inspirar a nuestros visitantes a utilizar las artesanías que encuentra en la feria en su vida diaria, se entregaron 7.000 ejemplares.
- **Entrega de obsequios inmediatos:** se entregaron 260 obsequios inmediatos a los visitantes de acuerdo con sus gustos.

Además de estas ferias, el Club tuvo presencia física en conjunto con el área de eventos en ferias como SOFA, Expopet y Belleza y Salud, en donde el objetivo era la captación de datos a través de nuevas experiencias en feria para nuestros visitantes. En total se logró captar 600 datos en las 3 ferias.

Durante todo el año se realizó una labor muy fuerte en divulgación de los beneficios a través de los canales como publicidad tradicional, rompe tráfico, "tótems", volantes, revistas, catálogos, cartillas, pantallas, redes sociales, páginas web de las ferias y correos electrónicos; al mismo tiempo promocionando los expositores aliados del club.

El programa cierra el 2018 con 170.000 usuarios pre-registrados y aproximadamente 12.000 miembros C-Fiel.

4.4. LA VOZ DEL CLIENTE

La gestión de la experiencia de cliente en Corferias tiene como pilar fundamental el conocimiento profundo y la escucha activa de sus Clientes, a través de las mediciones de satisfacción con el modelo de encuestas y el modelo de RSR (Reconocimientos, Sugerencias y Reclamos). Durante el 2018 se

alcanzaron niveles de satisfacción general de ferias y eventos de 8.6 (en una escala de 1 a 10) para un total de 77 ferias y eventos evaluados, 3.918 expositores, 12.926 visitantes y 42 organizadores de eventos encuestados.

Bajo el modelo de RSR se recibieron 841 comentarios; de estos comentarios el 63% fueron reclamos, el 24% sugerencias y el 12% reconocimientos; la preferencia del canal de contacto se concentra en un 57% por el Buzón y en un 42% por los canales virtuales; siendo el 83% de estos comentarios de visitantes, el 12% de expositores y el 6% de proveedores.

Corferias sigue comprometido con el desarrollo del modelo integral de gestión de servicio de cara a la experiencia, asegurando la motivación y recomendación de sus clientes con cada uno de los productos y servicios, generando experiencias memorables que incrementen la satisfacción de expositores, organizadores, socios y visitantes.

5. DIMENSIÓN SOCIAL

5.1. IMPACTO PAÍS

En 2018 la revista Semana reconoció a las 25 empresas que más le aportan al país y están comprometidas con dejar una huella positiva en Colombia, midiendo no solo los resultados financieros sino variables como ética, cuidado del medio ambiente, gobierno corporativo, cumplimiento ante el Estado y la ley, la innovación y el manejo del talento humano.

En este estudio, Corferias fue seleccionada entre las 25 empresas que más aportan al país, en 5 dimensiones y con este reconocimiento citamos literalmente el artículo que publica la revista semana.

"Su modelo de innovación participativo le ha permitido triplicar el número de ferias y eventos anuales y bianuales que tenía en 2006, cuando realizó 23 de estos para posicionar la buena imagen de Colombia en el mundo".

El principal recinto ferial del país se ha caracterizado por el cambio permanente. Solo hace falta pasar por la zona de Corferias, al occidente de Bogotá, para ver las inversiones en el recinto y sus alrededores. El muro gris que separaba las instalaciones feriales de la avenida La Esperanza desapareció para darle paso a un área abierta con jardines, espacio público y locales para restaurantes. Justo en frente, en el lote del tradicional parqueadero, se levanta Ágora, un centro de convenciones de 68.883 metros cuadrados, que permitirá celebrar 212 eventos en promedio al año y que, según proyecciones de la empresa, tendrá un impacto del 1 por ciento en el PIB de la ciudad.

Como si fuera poco, junto al arco, el símbolo de la entrada en Corferias, avanza la construcción de un hotel con capacidad para 450 habitaciones que operará la marca Hilton y podrá recibir con gran lujo a los visitantes, expositores e invitados especiales que asisten a las ferias y convenciones realizadas en el recinto ferial y en el resto de la ciudad.

Todas esas inversiones, que en conjunto suman unos 570.000 millones de pesos, forman parte de un plan con el que la Cámara de Comercio de Bogotá, Corferias y el gobierno nacional planean convertir a la ciudad en la más atractiva de América Latina para realizar ferias, eventos y convenciones internacionales. Es decir, para el turismo de negocios. Un tema en el que la capital ya ha dado pasos de gigante. No solo concentra el 50 por ciento de los eventos empresariales realizados en Colombia, pues también es la única ciudad de América Latina integrante de la red mundial Best Cities, que agrupa a las metrópolis con los mejores estándares para organizarlos en el mundo.

Corferias ha resultado determinante para ese efecto. Fundada en junio de 1954 por iniciativa de varios empresarios que buscaban aportar al desarrollo del país, actualmente tiene en la Cámara de Comercio de Bogotá su socio mayoritario. Organiza más de 60 ferias anuales y bianuales que, según un estudio de Fedesarrollo, pueden en el futuro cercano llegar a mover un 5,8 por ciento del PIB de Bogotá cada año. La cifra se explica porque los eventos internacionales que se hacen en el recinto mueven otros sectores de la economía como la hotelería, las agencias de viajes y aerolíneas, las empresas de transporte especial, los sitios turísticos tradicionales y las empresas especializadas en montaje de congresos o eventos, entre muchos otros.

“Nos gusta definirnos como generadores de progreso y de oportunidades para el país. De oportunidades porque con nuestros eventos les facilitamos a los empresarios el acceso a mercados, innovación, tecnología o a procesos de internacionalización. Y de progreso porque estamos incentivando la economía de la ciudad y del país”, explica Andrés López Valderrama, presidente ejecutivo de Corferias.

Y hacen todo eso, entre otras cosas, gracias a un énfasis en innovación que se inició hace 12 años. En ese entonces, sus directivos se propusieron pensar en nuevos temas para ferias y encuentros, en traer nuevas tecnologías y en aplicar mejores procesos y metodologías. El resultado habla por sí solo: si en 2006 realizaba 23 ferias entre anuales y bianuales, hoy esa cifra asciende a casi el triple, con eventos concebidos principalmente desde la propia compañía. La empresa, además, maneja el centro de convenciones Puerta de Oro, de Barranquilla, por invitación de las autoridades de esa ciudad, por lo que también tiene la responsabilidad de pensar en ideas para ferias en el Caribe. El número y el tipo de certámenes han crecido tanto, que para López Valderrama hoy es difícil encontrar un sector de la economía que no reciba el impulso de los eventos de Corferias.

Al año, la entidad invierte cerca de 1.500 millones de pesos en estudiar el entorno para desarrollar nuevos productos, y cerca de 1.000 millones de pesos, en nuevas tecnologías para facilitar el servicio de cada evento. Asimismo, toda la compañía, incluso desde las bases, comparte el valor de la innovación. Por eso, esta realiza un concurso anual en el que cualquier empleado puede proponer ideas innovadoras. De ese espacio han salido varios proyectos, desde la feria de Lego hasta la venta de boletería en línea, pensada por empleados del área de tecnología.

También se destaca en la empresa su relación con los grupos de interés. Además de los empleados —unos 430 incluyendo los fijos y los temporales que llegan a trabajar en cada evento—, son importantes los accionistas —Corferias está en la bolsa de valores—, los clientes, los proveedores y los gremios. Con los proveedores tienen una política de relacionamiento y contratación pública en la que la ética juega un papel fundamental. La política antisoborno, de hecho, fue una de las más destacadas por el estudio hecho por Pyxis. Igualmente, tiene en los gremios unos aliados fundamentales, pues muchas de las ferias y los eventos de Corferias mejoran la competitividad de los sectores de la economía.

Adicionalmente, tiene una de las relaciones más interesantes con el barrio y el sector de la ciudad que la rodea, lo cual dice mucho de la razón de ser de Corferias. La empresa tiene el programa C-Buen Vecino, en el que participan 4.000 afiliados, entre pequeñas y medianas empresas, familias o instituciones residentes en esa zona de la ciudad. Además de organizar actividades para ellos (tanto de entretenimiento como jornadas de limpieza o inversión en sistemas de seguridad), se reúnen varias veces para consultar decisiones y propuestas.

Se trata de que el trabajo de la compañía impacte al barrio, a la ciudad y al país. Que no solo les dé una nueva oportunidad a los empresarios, sino que posicione a Bogotá y a Colombia como un lugar para visitar y hacer negocios.”¹

¹ Tomado del especial de Revista Semana, 25 Empresas que más aportan. Publicado en abril 2018.

5.2. GESTIÓN SOCIAL Y PLAN DE RELACIONAMIENTO CON PARTES INTERESADAS

En el 2018 la gestión social que se adelantó ratifica el compromiso de Corferias en busca de aquellas acciones que permitan mitigar los impactos negativos que se derivan de la realización de ferias y eventos.

Por otra parte, y en el marco de la implementación del Sistema de Gestión para la Sostenibilidad, en el 2018 se construyó la Matriz Influencia - Impacto, en la que se identificaron las partes interesadas de Corferias, sus intereses y expectativas, además se priorizaron conforme el impacto y la influencia que cada uno de ellos ejerce en la operación. Con base en esta información se espera consolidar y fortalecer la comunicación con cada grupo identificado.



Corferias reportó en el mes de junio de 2018 el COP, documento en el que se divulga a las partes interesadas y al público en general, los esfuerzos y principales logros y retos de la gestión empresarial en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción. Este reporte puede ser consultado en la página web www.corferias.com sección responsabilidad social.

5.3. PROGRAMA C-BUEN VECINO

El programa cerró el año con 7.040 afiliados, quienes tuvieron el beneficio de participar en diferentes eventos y talleres de formación en temas que construyen tejido social, como: edificación de valores y crecimiento personal; tenencia

responsable de mascotas; estilos y hábitos de vida saludable; emprendimiento, liderazgo y seguridad y convivencia ciudadana. Asimismo, disfrutaron de obras de teatro familiares; ciclos de cine arte; presentaciones de danza folclórica, mañanas recreativas dirigidas a los niños del sector y se finalizó la programación cultural con la celebración de Navidad.

Otro beneficio fue el ingreso gratuito de los afiliados y sus hijos menores de edad a algunas ferias del calendario anual de Corferias. En el 2018 asistieron a la Feria Internacional del Libro, Feria Internacional del Medio Ambiente FIMA; Feria del Hogar; Belleza y Salud; Salón del Ocio y la Fantasía SOFA; Expopet, Salón Internacional del Automóvil; biciGo; Chocoshow y Expoartesanas.

Con el propósito de afianzar los vínculos con la comunidad vecina, se dio continuidad a las reuniones de trabajo con los líderes de la UPZ-107 Quinta Paredes, las Alcaldías de las localidades de Teusaquillo y Puente Aranda, y la Secretaria de Movilidad, entre otras instituciones del orden local y distrital. Estos encuentros se propician para trabajar conjuntamente en la búsqueda de soluciones a las problemáticas más recurrentes del sector, como son la movilidad, las ventas ambulantes y el ruido.

Periódico enlaC

A lo largo del año 2018 se publicó y distribuyó en la zona de influencia de Corferias, seis (6) ediciones de este medio de comunicación que conecta a Corferias con la Comunidad. La edición digital se modernizó y articuló con la imagen corporativa, esta versión se puede consultar en www.enlac-corferias.com. Cada dos meses, en enlaC, se tratan aquellos temas que resultan del interés de la comunidad, además, se informan los avances de cada uno de los proyectos de infraestructura que emprende Corferias y que afectan positivamente el entorno.

5.4. APOYO A FUNDACIONES Y OTROS

Corferias realizó aportes económicos a la Fundación Social por Bogotá y Dividendo por Colombia. Recursos que son destinados para los comedores comunitarios y hogares infantiles en Caracolí y Quiba en Ciudad Bolívar y, Loma Linda y Casa Loma en Soacha, por su parte, Dividendo por Colombia impulsa la transformación de la educación y la permanencia escolar.

Es pertinente mencionar, además que Corferias contribuyó con el desarrollo de la gestión de las Juntas de Acción Comunal de los barrios aledaños al recinto, fue así como durante el 2018, se adelantaron en el complejo multifamiliar Centro Urbano Antonio Nariño - CUAN, las obras de repavimentación del parqueadero de la torre B4; la restauración de los andenes en esta misma área y en su portería; se instaló nueva señalización y se reemplazó la puerta principal por una más moderna. Por otra parte,

apoyamos en la limpieza de la fachada, la pintura del parque infantil y la celebración del aniversario número 60 del CUAN.

Con este mismo propósito, CORFERIAS facilitó la consecución de un estudio topográfico necesario para la continuidad y presentación del Plan de Renovación Urbana que pretende la JAC del barrio Centro Urbano.

Como parte de las acciones encaminadas a controlar la intensidad del ruido producido en los eventos realizados en la Gran Carpa Américas, en el 2018 se contrató una firma asesora para que, con base en un diagnóstico inicial, generara las recomendaciones y adecuaciones necesarias para mitigar este impacto. Se espera la implementación de estas medidas en el término del primer trimestre de 2019. Este proyecto fue presentado a la JAC del barrio Quinta Paredes y del Centro Urbano, sectores más afectados por este aspecto.

5.4.1. CESIONES SOLIDARIAS

La política de préstamo de áreas y participaciones gratuitas ha permitido construir relaciones de confianza entre Corferias y algunas entidades del Estado que se valen de las ferias en las que participan para visibilizar su objeto social, igualmente, para la consecución de recursos que permitan dar continuidad a los proyectos sociales que adelantan en beneficio de poblaciones vulnerables. De esta manera, el ICBF; el Ministerio de Defensa Nacional, la Personería de Bogotá; Acción Contra el Hambre; Fundación Hematológica Colombia; Fundación Sanar; Fundación Red de Apoyo Social de Antioquia – RASA; Promoción y Prevención; entre otras, fueron expositores en algunas de las ferias de 2018.

5.5. GESTIÓN AMBIENTAL

5.5.1. RESIDUOS SÓLIDOS Y ESPECIALES

Con el objetivo de optimizar el proceso de reciclaje de los residuos generados en las oficinas administrativas, se instalaron en las instalaciones

del Edificio Hotel Hilton Corferias y en el antiguo Bloque A, estaciones ecológicas que, junto con las instaladas en el recinto ferial, permitirán aumentar los volúmenes de materiales recuperados en el Centro de Acopio.

De ahí que se logró recuperar, del total de residuos generados durante el 2018, 66.017 kilos de material aprovechable entre cartón, plástico, vidrio, plegadiza, PET, chatarra y papel. Respecto de otros residuos de carácter especial y peligroso, Corferias continuó vinculada a varios programas de posconsumo que aseguran la disposición responsable de pilas, cartuchos y computadores y periféricos. Pilas con el Ambiente, HP “Planet Partners” Colombia, Eco-computo, entre otros, son los colectivos vigentes.

En Corferias convergen diversos públicos, principalmente visitantes y expositores, por lo que es interés de la Corporación, promover en ellos el reciclaje de elementos aprovechables como PET, Tetra Pak y aluminio. Así las cosas, en el 2018 se instalaron 2 máquinas compactadoras que lograron acopiar cerca de 6.300 envases.

Desde el área de Alimentos & Bebidas, se recuperaron 2,29 toneladas de aceite vegetal usado, un residuo considerado peligroso dado el impacto que genera en la salud humana y en el medio ambiente, en especial, en las fuentes hídricas. Asimismo, 59,2 toneladas de residuos orgánicos fueron transformados en compostaje y convertidos en fertilizantes.

5.5.2. BUENAS PRÁCTICAS Y PREVENCIÓN DEL RIESGO

Desde la coordinación de calidad en Alimentos & Bebidas se adelantaron actividades encaminadas a la prevención del riesgo de intoxicaciones por alimentos y el monitoreo de condiciones sanitarias en la operación, asociadas con capacitación de personal operativo, administrativo y expositores de A&B, en temas relacionados con prácticas higiénicas y protocolos para la manipulación de alimentos, impactando la población de la siguiente manera:

- i) Total capacitaciones realizadas: 45
- ii) Total personas asistentes: 680
 - Personal de la operación de A&B -operativo y administrativo: 557
 - Personal de concesiones y expositores: 123

Adicionalmente, se realizaron 243 análisis de monitoreo de calidad microbiológica y fisicoquímica de agua, ambientes, personas, superficies y alimentos y un total de 13 actividades de Evaluación Higiénico Sanitaria de los puntos de operación de A&B y 21 auditorías a proveedores de alimentos de la unidad de A&B de Corferias.

En el 2018 se elaboró la primera edición de la Guía de Buenas Prácticas de Sostenibilidad, la cual contiene sencillas medidas y acciones en los ámbitos ambiental, sociocultural y económico, aplicables en el recinto ferial, la oficina y en los hogares. Esta guía se encuentra disponible en la página web corporativa.

5.5.3. POSIBILITADORES Y CONTRATISTAS

Durante el periodo de este reporte, desde Corferias puso en marcha campañas de concienciación para el uso eficiente de la energía, agua y papel. Se introdujo el capítulo de Responsabilidad Social y Sostenibilidad en la inducción corporativa a nuevos empleados. Asimismo, y con el propósito de promover la correcta separación de los residuos sólidos generados en las oficinas, se sustituyeron las canecas individuales de escritorio por estaciones ecológicas.

El personal de A&B, el contratista de aseo y los concesionarios de la Plazoleta de Comidas recibieron capacitación sobre la gestión adecuada de residuos orgánicos y, además, se reforzó el Código de Colores establecido para la separación responsable de los residuos.

5.5.4. SOCIALIZACIÓN DEL SGS

Durante el periodo del reporte, se publicó la Política de Sostenibilidad en la página web corporativa y se

socializó el Sistema de Gestión en posibilitadores, contratistas y algunos aliados y socios de Corferias.

5.6. CALIDAD DE VIDA DE LOS POSIBILITADORES

Corferias como generador de oportunidades y progreso, es consciente y se enfoca hacia su talento humano, fomentando el bienestar y la calidad de vida de los Posibilitadores y sus familias. Esto a través de diferentes programas alineados a los ejes de promoción de la salud, educación y crecimiento técnico/profesional, vivienda, descanso, entretenimiento y esparcimiento.

5.6.1. LINEAS DE CRÉDITO

Conscientes de la importancia del apoyo que contribuye a la consecución de objetivos personales, profesionales y familiares; Corferias continúa con su programa de créditos corporativos en las líneas de educación, calamidad, vivienda y vehículo, destacando lo siguiente:

5.6.1.1. Crédito de Educación: A lo largo del 2018, 56 posibilitadores accedieron a esta línea de crédito, ampliando la población beneficiada en un 24% en comparación con el año anterior. Es de resaltar que este beneficio no representa un cargo de intereses y permite financiar hasta el 100% del valor del semestre para programas técnicos, tecnólogos, diplomados y pregrados y para programas de posgrados permite una financiación hasta el 50% del semestre.

5.6.1.2. Crédito de Calamidad: con el objetivo de atender situaciones imprevistas en su entorno familiar, tales como: compra de medicamentos de alto costo, daños en vivienda, hurtos y tratamientos médicos del grupo familiar, entre otros, 17 posibilitadores recurrieron a esta alternativa.

5.6.2. PLAN DE BIENESTAR

Entendiendo la importancia de retener, desarrollar el talento humano y fomentar espacios de promoción de la salud, vivienda, descanso, entretenimiento y esparcimiento que contribuyan con el desarrollo de los posibilitadores y sus familias, Corferias planeó y ejecutó su plan de bienestar.

Durante el año 2018 se desarrollaron jornadas de la salud con una participación cercana a 400 colaboradores, estas jornadas fueron orientadas a promover la salud y prevenir enfermedades, entre las cuales se destacan: exámenes médicos periódicos ocupacionales, valoraciones de optometría, odontología, tamizaje de seno, cardiovascular y huesos saludables. Así como actividades lúdicas orientadas a promover una vida sana, donde profesionales ejecutaron clases de yoga y ergokinect.

Las actividades y eventos deportivos programados se difundieron con una estrategia de comunicación y contenido dirigida a compartir y fomentar la apropiación de nuestros valores corporativos, cada una de ellas fue organizada y planeada con la intención de vivir de manera experiencial los valores de trabajo en equipo interno y externo, innovación permanente, compromiso y gestión de clase mundial. Algunas de las actividades de gran impacto fueron: Torneo de microfútbol, rana y pingpong con una cobertura de más de 350 personas; “Corferias se pone la camiseta, viviendo el mundial” extendida a toda la corporación con la participación del 90% de la misma; “Días compensatorios por transportarte en bici” con la participación de 31 colaboradores”; Lunch con presentaciones de bailarines profesionales como un espacio de esparcimiento-entretenimiento en donde participaron más de 250 posibilitadores y el “día de la familia Corferias” orientado a la participación de nuestros colaboradores con sus hijos y pareja logrando una cobertura de 450 personas.

Tomando acción desde procesos de educación que son susceptibles de influir en la familia de los

colaboradores, se programó y ejecutó la conferencia “Finanzas sanas sin números” con una cobertura sobre el 40% de los posibilitadores, impactando no solo sus vidas sino las de su grupo familiar. Asociado a esta estrategia, 14 colaboradores se inscribieron al taller “Dinero amado dinero” que tendrá ejecución en el primer trimestre del año 2019.

Hacia el final del 2018 Corferias dio la apertura de los nuevos espacios de oficinas Corferias en donde la orientación de calidad de vida y productividad son elementos fundamentales en el diseño de los espacios colaborativos, puntos de café, zona de comedor, gimnasio, sala de lactancia y gran mejora en la iluminación y ergonomía de los puestos de trabajo, lo cual contribuye a la motivación, el compromiso, la disminución del estrés y la integración de las áreas.

6. DINÁMICA ORGANIZACIONAL

6.1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Durante el 2018, el área de Gestión de Recursos Humanos se orientó al desarrollo y cumplimiento de la estrategia definida por Corferias para atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, garantizando la vivencia real del propósito superior y los valores organizacionales, logrando como ventaja competitiva nuestro capital cultural.

6.1.1. CORFERIAS ZONA FRANCA

6.1.1.1. Proceso de Selección

En el año 2018, se realizó la alineación del proceso de selección y promoción a la estrategia corporativa, definiendo los componentes a evaluar que generen evidencia de la aplicación de los valores corporativos de Corferias, y de esta manera se definió que los posibilitadores que se vincularan debían tener identificados dentro de sus competencias, comportamientos asociados a la excelencia en el servicio, la responsabilidad, la planeación y la confianza, todos estos componentes de los valores

“Somos posibilitadores”, “Trabajo en equipo interno y externo” y “Gestión de clase mundial”. Esto se encuentra y evidencia a través de metodologías de evaluación tipo assessment center, pruebas psicotécnicas, técnicas y entrevistas de incidentes críticos que abordan las diferentes esferas de la vida del posible nuevo colaborador.

Gracias a esto, se cubren los cargos estacionales de acuerdo con las necesidades de los eventos con duración definida que requirieron cerca de 92 personas, nuevos cargos relacionados con la operación de Corferias en Ágora Bogotá en 31 personas y 76 personas para cubrir cargos permanentes con tiempos de respuesta promedio inferior a 30 días, facilitando el cumplimiento de los objetivos de las áreas y de Corferias.

Dándole continuidad a la estrategia y al propósito superior de ser generadores de oportunidades y progreso, contribuyendo al desarrollo de nuestros posibilitadores, 42 de estas solicitudes de personal fueron satisfechas a través del proceso de promoción interna incrementando en un 17% las oportunidades de crecimiento dentro de la compañía en comparación con el año 2017.

6.1.1.2. Evaluación de Desempeño

Para el periodo del 2018, se programó la continuidad del proceso de gestión del desempeño, en donde se realizó una evaluación cuantitativa de los aspectos definidos como actitudes, desarrollo de la misión del cargo, valores corporativos y cumplimiento de los objetivos generadores de valor, este último, para los posibilitadores que hacen parte de la población táctica y estratégica de Corferias.

Se mantiene la evaluación definida como posibilitador – jefe, persiguiendo el proceso de desarrollo de los líderes de la compañía gracias a la retroalimentación de sus equipos. Y se retoma la evaluación interáreas en donde se busca tener un diagnóstico y plan de desarrollo para la alineación de las áreas en la cultura corporativa.

6.1.1.3. Gestión de Personal en Misión.

En el año 2018 se fortaleció la gestión del personal en misión, generándose la contratación de **9.962** plazas transitorias y temporales durante el año, **23%** más que en el 2017. Gracias a la oportuna gestión de la temporalidad se logró la prestación de los servicios de alimentos y bebidas, seguridad, logística, registro y protocolo entre otros, en los diferentes escenarios en los que se realizan ferias y eventos (Gran Carpa Américas, el Centro de Convenciones Ágora Bogotá y Corferias Caribe - Puerta de Oro).

Entendiendo el impacto administrativo que este número de contrataciones de servicios genera en áreas como recursos humanos, contabilidad, auditoría y tesorería, se buscó la disminución del número de facturas y cuentas por cobrar que se tramitan asociadas al proceso, consolidando mensualmente los cobros por razón social logrando una disminución de cuentas en un 37% en comparación con el año anterior. Corferias contribuye en la generación de empleo de forma muy significativa en ciudades como Bogotá y Barranquilla, y próximamente dada la operación en la ciudad de Medellín.

6.1.2. ÁGORA BOGOTÁ CENTRO DE CONVENCIONES

A lo largo de 11 meses de operación del Centro de Convenciones Ágora Bogotá en el año 2018, se logró la estabilización de la estructura de personal que permite su funcionamiento con un total de 38 personas contratadas de manera directa y más de 4.900 contratos de personal en misión, quienes se han alineado a través del aprendizaje desarrollado al interior y capacitación externa, al funcionamiento de los eventos, convenciones y sesiones académicas que tienen un comportamiento diferente al del negocio ferial. Orientándose a generar respuestas muy rápidas, con servicios de alimentación de alto nivel y logística que demanda desarrollo de montajes y desmontajes en simultánea.

A través de la definición y ejecución del proceso de temporalidad para satisfacer las solicitudes de personal en misión se apoya la ejecución del servicio de los diferentes eventos que se realizaron, lo cual ha permitido cumplir con las expectativas de los clientes y organizadores de eventos. Se construyeron alianzas con empresas dedicadas exclusivamente al manejo de personal de mesa, bar, alimentos y bebidas que permite la especialización de los perfiles requeridos.

En esta gestión Corferias contribuye de forma efectiva en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá y la profesionalización de mano de obra en el sector de eventos y congresos.

6.1.3. RECINTO FERIAL PUERTA DE ORO - BARRANQUILLA

Durante el 2018 el área de recursos humanos se orientó a implementar la estrategia para atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, a través de la búsqueda y consecución de 13 colaboradores nuevos, implementando el proceso de inducción y entrenamiento del personal nuevo y promovido y desarrollando el plan de bienestar y calidad de vida laboral de acuerdo con los intereses y necesidades de los colaboradores de Corferias Caribe en el recinto ferial de Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla.

Las actividades y eventos realizados se dirigieron a reforzar los valores corporativos. Se organizaron eventos como “Celebración de amor y amistad” que permitió que vivieran los posibilitadores un momento experiencial y se integraran, logrando así reforzar el valor de trabajo en equipo; la fiesta de navidad de los niños fue otro de los eventos de alto impacto debido a que permitió que los hijos de los posibilitadores, padres y hermanos disfrutaran en un mismo espacio experiencias inolvidables, dando como resultado el valor del compromiso dirigido al bienestar y calidad de vida.

Se generaron más de 40 horas de capacitación orientadas al desarrollo del valor de trabajo en

equipo interno y externo, temas relacionados con convivencia laboral, desarrollo de meta competencias para el mundo digital, entrenamiento en Sigcs V3 y procesos administrativos.

De esta manera se logró consolidar un equipo de trabajo de 13 personas de periodo definido y 32 personas cubriendo el crecimiento de la operación. Adicionalmente, la dinámica de ferias y eventos requirió 925 contratos de personal en misión para atender la ejecución del servicio de forma definida en los diferentes eventos. Como se observa Corferias genera acceso a empleo de forma efectiva en la ciudad de Barranquilla contribuyendo de forma importante.

6.2. FORMACIÓN EN COMPETENCIAS

6.2.1. PROCESO DE INDUCCIÓN Y ENTRENAMIENTO

Uno de los factores determinantes en el desempeño y adaptación de los nuevos posibilitadores es el proceso de inducción y entrenamiento, en donde se presenta la estrategia general de la compañía, los valores corporativos, unidades de negocio, beneficios, reconocimientos, Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, Sistema Integral para la Prevención del Lavado de Activos, intranet corporativa, office 365, relaciones con la comunidad y otros procesos como compras, novasoftware y consola de servicios web que soportan la gestión de los colaboradores. Durante el 2018 se logró la cobertura del 100% de la población objetivo con una participación de 210 colaboradores.

6.2.2. FORMACIÓN COMPETENCIAS TÉCNICAS Y DEL HACER

Con el objetivo de brindar a los colaboradores las herramientas necesarias para el desarrollo de las labores de manera adecuada, durante el 2018 se programaron y desarrollaron sesiones de actualización y entrenamiento en procesos como el Sistema de Gestión de Calidad, el Sistema de Gestión del Riesgo y SST, manual de

contratación y compras, Código de Ética, manejo del CRM, SIGCS V3, relaciones con la comunidad y realización del presupuesto con una participación de 169 colaboradores. De la misma manera se realizó la capacitación para el desarrollo de meta competencias que requiere hoy el mundo digital, con una participación de 73 colaboradores que disfrutaron de 8 horas de formación, facilitando su proceso de autoconocimiento y autogestión para el cumplimiento de sus objetivos laborales y personales.

6.2.3. FORMACIÓN EN VALORES

Durante el proceso de definición de la planeación estratégica en el año 2018, se establecieron cinco (5) valores corporativos, entendiéndose que los valores son evidencia de las creencias y la formación que cada uno de los seres humanos ha recibido y son la base de sus comportamientos. Es por esto por lo que se han definido como la columna vertebral de la estrategia para el cumplimiento del propósito superior de Corferias: Somos Posibilitadores, Trabajo en equipo interno y externo, Innovación permanente, Gestión de Clase mundial y Compromiso.

A lo largo del año 2018 se trabajó en la divulgación general de los valores y se desarrollaron procesos de formación orientados al entendimiento del valor trabajo en equipo interno y externo.

6.2.3.1. Trabajo En Equipo Interno y Externo

Durante el segundo semestre del año Corferias se orientó en reforzar a través de talleres el “Valor Trabajo en Equipo Interno y Externo”, por lo que se llevaron a cabo cinco (5) sesiones con más de 40 horas de formación y con una cobertura de 199 colaboradores, con énfasis particular en los equipos del “core” del negocio, logrando espacios de reflexión, alineación con el sentido de la vida y brindando herramientas de autoliderazgo que buscaron movilizar autónomamente a los colaboradores a fortalecer el valor trabajado.

De la misma manera, se redireccionaron los programas del plan de bienestar y calidad de vida

a la vivencia de los valores corporativos, resaltando en el contenido de estos los componentes de cada valor y reforzándolo a través de actividades prácticas. Finalmente se trabajó de la mano del equipo de comunicaciones para la definición del plan de comunicación interna, enfocándolo a las necesidades de la compañía y acorde a los públicos objetivo.

6.2.4. ACTUALIZACIONES TÉCNICAS – CAPACITACIÓN EXTERNA

Continuando con el objetivo de desarrollar el mejor talento humano, Corferias en el 2018 fomentó la participación de las áreas de montaje, comunicaciones, comercio exterior, tesorería y contabilidad en procesos de capacitación que les permitió actualizarse, crecer profesionalmente e incrementar sus conocimientos para la mejor ejecución de sus labores. Las temáticas más representativas fueron marketing digital, diseño de escenografía y exhibición comercial, actualización de normatividad en zonas francas, régimen cambiario e inversiones internacionales y actualizaciones tributarias.

Para el fortalecimiento y la apropiación de los procesos internos se programó y desarrolló en conjunto con el área de tecnología el lanzamiento y capacitación a toda la población objetivo de la plataforma SIGCS versión 3 logrando la participación de 104 colaboradores. Así mismo, en compañía con el área de calidad y procesos se programaron laboratorios de productividad orientados a la red de líderes de calidad Corferias, abordando temáticas como Power BI, FORMS, SWAY y TEAMS, componentes del office 365.

6.3. GESTIÓN INTEGRAL DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

La estrategia de gestión integral de comunicaciones y publicidad para el año 2018 se enfocó en contribuir con el logro de los objetivos de la organización: crecimiento de visitantes en ferias y eventos, cumplimiento de presupuestos en boletería,

crecimiento de ventas de ingresos desde canales digitales, posicionamiento de nuevos productos en Bogotá, Barranquilla y Medellín, replanteamiento estrategia de comunicaciones de la Feria del Hogar, Salón del Automóvil y Expoartesánías, identificación y cuantificación de las comunidades activas de Corferias, fortalecimiento de convocatorias dirigidas en: Feria Internacional Industrial de Bogotá, Feria Internacional de Seguridad, Belleza y Salud y Cafés de Colombia Expo, y crecimiento en convocatoria de colegios en: FILBo 2018 y LEGO Fun Fest Colombia.

La dimensión de comunicación corporativa se centró en la estructuración del plan de comunicaciones corporativas para 2019-2020 y fortalecer el plan de comunicaciones internas, dando un especial énfasis a la gestión del riesgo, el apoyo en la divulgación de la información concerniente al proceso de recertificación de calidad de Corferias en la norma ISO 9001:2015, el acompañamiento y promoción y apropiación de las políticas de calidad, gestión humana y planes de bienestar entre los posibilitadores.

Los ejes estratégicos de comunicación y convocatoria fueron:

- Comunicación Corporativa (Internas y Externas) Nacional
- Comunicación de Ferias Bogotá y Puerta de Oro Barranquilla
- Comunicación de Eventos propios
- Prospección de Expositores (CRM)
- Convocatoria Dirigida (Contact Center)
- Fidelización C-FIEL enfoque visitantes

6.3.1. DIMENSIÓN COMUNICACIÓN CORPORATIVA / Externa e Interna

Durante el 2018 Corferias enfocó su estrategia a fortalecer su plan de comunicaciones internas en los énfasis de calidad y procesos, gestión humana, relaciones con la comunidad, riesgos y operaciones, jurídica y tecnología. Este plan tuvo como objetivo principal, socializar los diferentes focos estratégicos

y tácticos de cada una de las áreas para lograr los objetivos planteados para el 2018, e integrar la cultura organizacional de Corferias entre los posibilitadores de Bogotá y Barranquilla alineados con la visión estratégica de presidencia.

En el año 2018, Corferias realizó un diagnóstico de comunicaciones corporativas entre los posibilitadores para identificar la apropiación y entendimiento de sus valores corporativos, el propósito superior como “Generadores de Oportunidades y Progreso”, y la vivencia de estos en el día a día de la organización. Los resultados obtenidos, serán el punto de partida para la implementación de la estrategia de endomarketing con posibilitadores y de comunicaciones corporativas externas Corferias dentro de la gestión de comunidades afines por gustos e intereses.

6.3.1.1. Comunicación Interna

La estrategia de comunicaciones internas apoyó el proceso de recertificación de calidad de la organización de la norma ISO 9001:2015, a través del concurso “El poder de la calidad”, actividad que tuvo como objetivos: facilitar el aprendizaje del Sistema de Gestión de Calidad SGC, dar a conocer las actualizaciones de la norma y el plan estratégico de Corferias **2018 – 2022**. El concurso consistió en completar un álbum de manera individual y por equipos con láminas alusivas al SGC y una etapa final, a través de una App, en la que todos los posibilitadores jugaron en tiempo real contestando un test que comprobó los conocimientos adquiridos durante esta estrategia de comunicaciones. El concurso estuvo apoyado por una sección interna en la intranet corporativa, en la que se publicaban las actividades, fechas de realización y puntuación.

Durante el 2018 la intranet corporativa fue un medio indispensable para contribuir con el bienestar de los posibilitadores, fortalecer sus conocimientos acerca de la corporación y reconocer sus logros y experiencias. Algunas de las acciones desarrolladas fueron:

- a. Historias Corferias:** espacio que permitió realizar un reconocimiento por el cumplimiento de los valores corporativos a tres posibilitadores de la organización, basados en el lema “Generadores de oportunidades y progreso”.
- b. Editorial del presidente:** sección en la que el Presidente Ejecutivo de Corferias se comunicó con los posibilitadores con temas como: apertura del nuevo canal de comunicación, traslado y apertura de las nuevas oficinas en el Hotel Hilton Corferias y cierre y balance de 2018.
- c. Noticias:** sección interna en la que se informó a los posibilitadores sobre temas de actualidad y desarrollo de planes estratégicos de Corferias. Se publicaron 75 contenidos corporativos, actividades de bienestar, ferias y eventos, novedades de personal, convocatorias internas, actualidad y servicios de interés.
- d. Servicios para posibilitadores:** se generaron herramientas que facilitaron procesos internos como: solicitud de certificados laborales, solicitud de Brief de fortalecimiento de producto, creación de grupos en la herramienta Office 365, solicitud de salas de las nuevas oficinas del Hotel Hilton Corferias.
- e. Galería multimedia:** contiene las actividades que se llevaron a cabo para contribuir con el bienestar de los posibilitadores, e igualmente las actividades importantes de la Corporación como el GED (Global Exhibitions Day).

6.3.1.2. Comunicaciones Externas

Las comunicaciones corporativas externas durante el 2018 fortalecieron la relación con la comunidad Corferias a través de las redes sociales, con celebraciones especiales como el día de la madre, el día del padre, día de la mujer, 20 de julio, causas de ciudad, entre otros. También se logró interactuar con los seguidores de Instagram con el #TBT, mostrando fotografías históricas de Corferias, apalancados en el propósito superior “Generadores de oportunidades y progreso”.

Por otra parte, Corferias participó en el concurso anual que desarrolla la UFI (Asociación Global de la Industria de Exhibiciones) para seleccionar los mejores posters dentro de la industria alrededor del mundo. Corferias se hizo partícipe de esta 22 edición presentando la campaña de COMIC CON COLOMBIA en la cual ganó el 3er puesto. Los criterios de evaluación en este concurso fueron: interpretación de la feria o evento a promocionar, diseño y concepto, y presentación en general de la información, parámetros y nombre del evento.

Corferias participó activamente del Comité de Mercadeo de ciudad consolidando alianzas estratégicas con entidades y gobierno para fortalecer la promoción de Bogotá a nivel nacional e internacional, a través de los eventos y consolidarla como un destino atractivo de negocios y entretenimiento; y de Corferias como organizador integral de ferias y eventos de gran impacto. Las ferias que hicieron parte de esta estrategia fueron FILBo, Comic Con Colombia, Feria Internacional Industrial de Bogotá, Expoagrofuturo, Alimentec, Meditech, Expoartesánías y SOFA.

6.3.2. DIMENSIÓN COMUNICACIÓN FERIAS Y EVENTOS BOGOTÁ

En 2018 la gestión de comunicaciones, fidelización y convocatoria de Corferias tuvo como foco principal la identificación de las comunidades activas de Corferias, así como la segmentación de gustos, intereses y afinidades para la gestión de contenidos y motivación de asistencia e interacción en canales digitales principalmente en las diferentes ferias y eventos, en Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Se identificaron 124 clúster aproximadamente entre 2016 y 2018, estas audiencias presentaron intereses y/o estilos de vida similares y arrojaron comportamientos transversales que les hace parte de una o varias comunidades a la vez por afinidad o por industria. Esto permitió desarrollar una estrategia de comunicación 360 basada en contenidos centrados en el usuario y consumidor y no en los productos.

La participación de las comunidades de Corferias arrojó la siguiente distribución: Un 25,4% correspondiente a la comunidad de cultura ocio y entretenimiento, un 22,5% en la comunidad de consumo y estilo de vida, seguido por industria y agroindustria con un 13% de participación. El segmento gastronómico cuenta con un 19.6%, sustentabilidad 10%, mascotas 5,8% y bienestar y salud 3,6%. Esto permitió gestionar los cuatro (4) ejes de acción para convocatoria:

- a. Marketing Directo – Convocatoria dirigida y personalizada (Contact Center, e-mail marketing – SMS)
- b. Estrategia Digital (redes sociales, posicionamiento SEO Y SEM y análisis de consumidor digital: **Consumer persona**)
- c. Estrategia ATL y de relaciones públicas a través de Free Press - alianzas con medios y relacionamiento con multiplicadores e influenciadores
- d. Estrategia con expositores, socios, patrocinadores y aliados.

De acuerdo a una meta en convocatoria de visitantes en 2018, de superar 1.800.000 personas en eventos organizados por Corferias; se logró convocar 1.835.000 personas, un crecimiento cercano al 4% frente al 2017, en 34 ferias realizadas en Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Durante el año, se logró una optimización del presupuesto asignado para pauta del 44% logrando alianzas importantes con medios principales como: Caracol Tv, El Tiempo, La W, Caracol Radio, RCN Radio y Semana. El porcentaje de representatividad de pauta digital representó un 26.5% de representatividad total, seguido por radio en un 25,5%, prensa escrita un 19.3%, publicidad exterior 10.7%, televisión nacional 8.2%, televisión por cable 6.8% y revistas especializadas 3%.

6.3.3. DIMENSIÓN COMUNICACIONES FERIAS Y EVENTOS EN EL RECINTO FERIAL PUERTA DE ORO EN BARRANQUILLA

En el 2018, Corferias continuó con la consolidación de posicionarse como organizador de ferias y eventos en el caribe y al recinto ferial de Puerta de Oro como el recinto de características únicas en la región para la realización de ferias, eventos y convenciones de alcance nacional e internacional.

Eventos como LEGO Fun Fest Colombia, Autofest, Expodrinks y Proyétate, se destacaron por superar las expectativas en el número de asistentes y tuvieron gran acogida entre los Barranquilleros. En tres años de operación, son eventos que se han consolidado en la región Caribe y apuntan a contar con una convocatoria más fuerte gracias a sus contenidos y experiencias.

Por otra parte, Sabor Barranquilla creció en un 29% en visitantes con respecto a la edición del año 2017. La apuesta para las próximas versiones es realizar una convocatoria nacional que contribuya con la consolidación de la feria como uno de los eventos gastronómicos más importantes del país y la región de Centroamérica y Caribe.

LIBRAQ, la Feria Internacional del Libro de Barranquilla, en cabeza de la Alcaldía de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico y con el apoyo y el liderazgo en la organización de la Cámara Colombiana del Libro y Corferias, fue el gran lanzamiento del año y logró convocar cerca de 90 mil personas, como una iniciativa de ciudad dentro del plan de cultura incluyó la promoción de la lectura y la necesidad de incentivar una plataforma para la literatura y la venta de libros en espacios públicos con acceso gratuito, y el propósito en el 2019, es posicionar a Barranquilla como la capital regional del libro.

Se fortaleció la convocatoria de las ferias especializadas enfocándonos en aumentar la efectividad del prerregistro, en donde ferias como Construferia aumentó 20 puntos porcentuales vs la

versión anterior cerrando en un 49% de cumplimiento en la efectividad. En Agroexpo Caribe se logró una efectividad del 60% aumentando 43 puntos porcentuales. Este incremento se obtiene como resultado de estrategias enfocadas a fortalecer la red de multiplicadores locales y nacionales, así como de difundir y viralizar comunicaciones periódicas de los contenidos de la feria entre sus audiencias afines y segmentos.

De resaltar el aumento del 32% en la cantidad de visitantes profesionales de Agroexpo Caribe comparado con la versión anterior. Para las ferias gestionadas desde Corferias en Puerta de Oro, Centro de Eventos del Caribe, alcanzamos 1.023 publicaciones gratuitas en medios de comunicación, esto significó un aumento del 64 % de las publicaciones con respecto a 2017.

En el segmento de eventos, Corferias apoyó la estrategia de posicionamiento de Puerta de Oro como lugar flexible, sostenible y de alto impacto para la realización y captación de eventos de ciudad y de región. En 2019, se proyecta un trabajo más fuerte que le apueste a consolidar a Barranquilla a nivel nacional, como destino turístico de negocios de la región.

En total en el 2018 tuvimos 258.393 visitantes en las ferias y eventos propios organizados por Corferias.

6.3.4. FORTALECIMIENTO COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES

En el 2018 la estrategia digital se centró en conocer y analizar los gustos e intereses de las audiencias, así como el comportamiento de consumo y compra de los que hacen parte de la comunidad y aquellos que se deben captar a futuro, con el fin de conectar con ellos a través de contenido de valor apalancados en las experiencias de las ferias y eventos que organiza, opera y lidera la organización.

La segmentación y perfilación de las audiencias cautivas y potenciales permitieron personalizar mensajes y lograr una mayor afinidad y cercanía

con los públicos objetivo. Se realizaron contenidos como infografías, artículos, juegos interactivos, test en redes sociales, GIFS, streaming (transmisiones en vivo en web y redes sociales), fotos y diseños 360°, landing page interactivas, concursos para destacar los componentes especiales de cada feria y evento, entre otros.

Las diferentes acciones en digital representaron un incremento del 35% en la cantidad de seguidores en las redes sociales de Corferias, pasando de 674.974 en el 2017 a 909.377 en el 2018 y un 32% de índice de participación. Es de resaltar que Instagram es la red con mayor popularidad en la actualidad, y siguiendo esta tendencia, Corferias realizó contenidos atractivos y afines a la audiencia, lo que generó un 112% de crecimiento de los seguidores de esta red social respecto al 2018. Lo anterior, se refleja en el crecimiento del canal de venta de boletería en línea el cual creció un 45% en ventas de boletería respecto al 2017, apoyado en una estrategia de comunicación 360 basada en pauta ATL, y estrategia de influenciadores, líderes de opinión y posicionamiento en redes.

Durante el 2018 se desarrolló un plan de trabajo de email marketing, tanto para la prospección y convocatoria de potenciales expositores, como para la captación y atracción de visitantes masivos y potenciales compradores, logrando un 93% de correos efectivos y un 32% de apertura.

Los diseños de las páginas web se estructuraron según las tendencias del año, implementando el concepto de material design que consiste en presentaciones modulares, tipografías modernas y gamas de colores atractivas que generaron mayor interés y navegación en los sitios web, como resultado se incrementó en un 26% las visitas totales con relación al año 2017.

Corferias en el 2018 realizó nuevos proyectos como la Webapp, que fue lanzada y aplicada en la Feria del Hogar, la cual logró cautivar más de 6.300 usuarios para acceder por rutas de consumo a la información del evento haciendo de la comunicación de la feria una experiencia de compra.

6.3.5. GESTIÓN DE PRENSA NACIONAL E INTERNACIONAL Y RELACIONAMIENTO CON MEDIOS

Durante 2018 y en 34 ferias gestionadas por Corferias, se lograron 9.898 notas (en televisión, radio, internet y prensa), lo que comparado con 2017 (8.010 publicaciones) representó un incremento del 24%. Esta labor resulta muy importante, dado que el impacto se da más por los contenidos que la misma feria o evento tiene en los líderes de opinión o periodistas que ven en los eventos oportunidades de comunicar y gestionar información relevante para sus audiencias.

Dentro de los eventos que se destacan, la Feria Internacional del Libro de Bogotá contó con 2.876 publicaciones en medios a nivel nacional e internacional. Comic Con en su primera versión en Bogotá obtuvo 434 publicaciones y un impacto nacional que la posicionó como uno de los eventos de mayor alcance mediático en 2019

La gestión internacional obtuvo un total de 1.066 publicaciones en medios extranjeros apoyando la gestión de convocatoria internacional y la consolidación de la estrategia de comunicaciones en el exterior.

Los canjes con medios de comunicación obtuvieron un crecimiento del 54% frente al 2017, una gestión muy importante teniendo en cuenta que vía esta estrategia se logró robustecer y afianzar los procesos de convocatoria de las ferias y eventos, con medios como La República, ADN, El Tiempo, Legis, Nuevo Siglo, Semana, entre otras revistas especializadas por sectores de la industria.

De destacar las ferias que recibieron gran respaldo en pauta publicitaria gracias a esta figura: Feria internacional del Libro, Expo Agrofuturo, Comic Con Bogotá, Feria del Hogar, Salón del Automóvil y Expoartesanías.

6.4. GESTIÓN DE CRM Y CONTACT CENTER

En el año 2018 para llevar a cabo la convocatoria tanto de ferias especializadas, como masivas y mixtas se continuó bajo la estructuración de una estrategia integral de comunicaciones 360 que incluyó marketing dirigido, marketing digital, comunicaciones y publicidad; y se dio inicio a la gestión por comunidades a través de la identificación de afinidades, gustos e intereses, lo que permitió generar contenido acorde a cada segmento y lograr aumentar la cantidad total de visitantes a las ferias. En el caso de FILBo el aumento fue del 5%, Feria del Hogar 9%, Salón del Automóvil 9%, FIB 14%, ESS 19%, Belleza y Salud 14%, entre otras.

Para las ferias especializadas y mixtas la estrategia de convocatoria se centró en mejorar la calidad de la base de datos construida de potenciales visitantes, con el fin de garantizar una mayor contactabilidad a través de la identificación de correos electrónicos únicos y números de celular. Esto nos permitió optimizar el uso de herramientas como llamadas telefónicas, correo electrónico, IVR (respuesta de voz interactiva), SMS y que junto con las sinergias que se realizaron con marketing digital permitió aumentar la cantidad de personas perregistradas en un 29%. Cabe resaltar que la efectividad del perregistro llegó a un 47% aumentando 6 puntos porcentuales comparado con el año anterior.

Dentro de la gestión se destacó la convocatoria en la Feria Internacional Industrial de Bogotá en donde los visitantes profesionales asistentes por actividad directa del contact center aumentó en un 22%, esto se debió principalmente a la segmentación que se realizó acorde con los perfiles de la feria y al trabajo realizado junto con multiplicadores tales como gremios y universidades y aliados. En Belleza y Salud aumentó un 34% comparado con la versión anterior y Cafés de Colombia un 30% versus el 2017.

En el 2018 se integró en la plataforma de CRM, Microsoft Dynamics de los procesos de eventos y servicios como complemento del que ya se tenía

para ferias. El proyecto de implementación en el área de servicios inició con una prueba piloto para lograr un sistema de gestión comercial que facilitara las ventas de servicios entre expositores, socios y aliados; y a fortalecer el relacionamiento con potenciales clientes a nivel nacional. En el 2019 se realizarán las mejoras para dar continuidad al proyecto y entrar en una etapa de aprendizaje y mejoras de la herramienta.

Para eventos se estableció una estrategia con el CRM para captar nuevas bases de datos y gestionar nuevas oportunidades de negocio para eventos nuevos, con el fin de fortalecer el relacionamiento de Corferias como organizador de eventos en Bogotá y gestor de espacios e infraestructura en Bogotá y Barranquilla como destinos atractivos para el turismo de negocios.

Para el área de internacionalización se realizó un proceso de mejora que conllevó a la depuración de base de datos, el rediseño de formularios, reglas de negocios, integraciones con Audara, generación de campañas, entre otros; esto buscando lograr eficiencia tanto para el usuario como para el área.

Con el fin de mejorar el proceso de prospección de expositores se trabajó en la mejora de una base de datos de mayor calidad desde la contactabilidad. Además de fortalecer el proceso interno de captura de data a través de la investigación previa de nuevas fuentes de información (búsqueda en redes sociales, trabajo de campo y compra de BBDD a la medida) garantizando un mayor alcance de nuevas posibilidades de negocio. En total durante el 2018 asistieron 190.358 visitantes profesionales con intención de compra a nuestras ferias propias y/o en asocio.

6.5. MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

En el año 2018 se le dio continuidad a las nuevas incorporaciones de soluciones de TI al servicio de clientes, mejorando la productividad de los posibilitadores y prestando nuevos servicios que optimizan la experiencia de nuestros clientes.

Adicionalmente, se continuó el trabajo iniciado en el 2017 de fortalecimiento de las plataformas TI. Entre los proyectos más representativos tenemos:

Conectividad y Seguridad: Preservación de la seguridad de los servicios e información e implementación de mejores prácticas y tecnologías con respecto a las necesidades de comunicación internas y externas, Corferias optimizó su plataforma de seguridad perimetral a través de acciones como:

- Bordes Activos: Ampliación del sistema de circuito cerrado de televisión (CCTV) a los nuevos espacios con tecnologías de cobertura para atención particular de espacios públicos e incorporación de más puntos de control de acceso y talanqueras.
- Gran Carpa Américas Corferias: Implementación del circuito cerrado de televisión (CCTV), cableado estructurado y solución de conexión inalámbrica (Wifi).
- Oficinas Corferias: Sistema de seguridad, redes, cableado estructurado y automatización de las salas de reuniones.

SICGCS V3: Implementación de la nueva versión del sistema de gestión comercial y administración “core” de ferias y eventos SICGCS V.3, con arquitecturas innovadoras y lenguajes de última generación, permitiendo el crecimiento en función del negocio. Esta plataforma se encuentra integrada con el ERP administrativo y contable, el CRM y la calculadora de “revenue management” facilitando la gestión de relacionamiento comercial, administrativa y operacional.

Plataforma de servicios al expositor: Esta plataforma en línea de servicios al expositor se implementó durante el año 2017 atendiendo a manera de piloto una feria con participación alta de expositores en el exterior. A partir de esto durante el año 2018 se desarrolló su promoción como una solución de facilidades y servicios al expositor. A través de la misma el participante puede administrar la documentación requerida para el proceso comercial y a su vez gestionar directamente de

forma virtual y con antelación de las credenciales, condiciones particulares de su presencia en el stand y tener en línea su estado de cuentas y gestionar los pagos del área de su stand para la feria.

Corferias Conecta V2: Desde su lanzamiento y uso durante el año 2017 del APP disponible en Play y Apple Store, con el objetivo de permitir a nuestros expositores capturar la información de contactos potenciales mediante la lectura de un código QR llevado por el visitante en su escarapela, surgieron mejoras orientadas a seguir optimizando los tiempos de respuesta. Se llevó a cabo durante el 2018 la implementación de la versión 2 permitiendo reducir sustancialmente tiempos de respuesta y mejora en la experiencia en el uso del mismo.

Boletería en Línea: Incorporación al sistema propio de Boletería Online del sistema de facturación electrónica, así como, la implementación de esta misma plataforma como el sistema de Boletería en sitio en el recinto ferial Puerta de Oro – Barranquilla.

Promoción y visibilidad Expositores: Durante las pasadas feria de Belleza y Salud y el Salón del Automóvil, se desarrolló el piloto de dos nuevas plataformas de promoción y visibilidad: “Mirror Market” y Portal de Clasificados Corferias. Dos sistemas que buscan que los expositores interesados pueden acceder a estos servicios.

- Mirror Market: Son espejos digitales que están habilitados para proyectar videos y campañas de los expositores en el pre, durante y post de las ferias. No son intrusivos y permiten al visitante interactuar con los espejos.
- Portal Clasificados: Los expositores que participan en la feria pueden optar con ampliar su participación a través de la plataforma virtual en donde los expositores pueden promover su marca y el portafolio de productos que definan. Este portal es una herramienta de promoción y el mismo remite al contacto que el expositor determine para continuar con la gestión de contacto y comercial.

Nuevo APP Corferias: Corferias como parte de los procesos exponenciales de mejoramiento y desarrollo de las soluciones para nuestros clientes, decidió iniciar un “piloto” en el marco de las “Feria del Hogar” probando una nueva solución amigable, alineada a las experiencias propias que se determinen para cada una de las ferias. El objetivo de este piloto tenía como principios evaluar temas como: facilidad de registro, personalización de agenda de la feria, guía de visita por preferencias de los visitantes, Información de los expositores, integración con redes sociales, cupones de descuento (opcional), pauta y patrocinadores, alertas y notificaciones, plano de la feria y pabellones, consumo de otros recursos y servicios de forma transparente para el usuario, Boletería “Online” Corferias, entre otros. Con base en estas pruebas, se establecieron las acciones de mejora de la nueva solución para desarrollar el lanzamiento durante el año 2019.

Tienda Virtual de Servicios para el Expositor: Durante el 2018 se desarrolló la plataforma que administra el portafolio de servicios para el expositor en donde encontrarán todo tipo de soluciones en materia de mobiliario, audio y video, decoración, internet y comunicaciones, entre otros, para perfeccionar su participación en las ferias y eventos de forma ágil y anticipada de acuerdo con sus necesidades.

Consola CMS: Desarrollo y mejoramiento de la Consola (Columna Vertebral) de todos los Servicios virtuales de Corferias. Se incorporaron mejoras en los módulos de administración, agenda y noticias, para satisfacer las cambiantes necesidades de expositores, aliados y visitantes y su integración con las herramientas o soluciones que se habilitan dependiendo del tipo de feria o evento.

Infraestructura de Conectividad de Ágora: Durante el 2018 fue la prueba de fuego para el sistema diseñado e implementado para el servicio y conectividad de los organizadores y visitantes a los eventos en Ágora Bogotá. Esta plataforma, una de las más modernas de conectividad de Latinoamérica diseñada para atender a más 4.000

usuarios simultáneos sin interrupciones, con altos estándares de seguridad permitió atender cerca de 98.000 visitantes con calidad.

Sistema integrado de monitoreo de infraestructura y Seguridad tecnológica: A finales del 2017 se implementó el “System Center Configuration Center”, plataforma de administración, gestión y monitoreo de activos de infraestructura TI. Durante el 2018, esta plataforma nos permitió contener múltiples ciberataques y desplegar de forma simultánea parches de seguridad a través de todos los activos tecnológicos de Corferias de forma transversal en algunos eventos como Feria Internacional del Libro, Comic Con, SOFA, Salón Internacional del Automóvil de Bogotá.

Centro de Servicios Administrativos: Las nuevas soluciones tecnológicas en Corferias generaron la posibilidad de incluir nuevos proyectos para aumentar la comunicación efectiva, acceso a aplicativos bases y organizar las diferentes necesidades de la operación y administración, esto se logró con la ejecución de los siguientes proyectos:

- Migración Plataforma Sharepoint /Office 365 con capacitación a posibilitadores sobre herramientas de apoyo táctico y estratégico, generando optimización de tareas y tiempos de procesos.
- Implementación del sistema de Facturación Electrónica, permitiendo el cumplimiento de resoluciones legales.

Transformación Tecnológica: Se dio continuidad al plan de despliegue del sistema de hyperconvergencia que centraliza los servicios de software críticos, mejora el desempeño de la infraestructura que soporta los servicios TI y garantiza alta disponibilidad y recuperación ante desastres, incluyendo la infraestructura de bases de datos y el traslado del centro de cómputo (Shelter). Así mismo, se instalaron sistemas de salas inteligentes y fibra óptica para alta disponibilidad en las salas de reuniones de Corferias.

Servicios personalizados y a la medida: Durante el año 2018 se presentaron eventos en donde el nivel de exigencias de servicios tecnológicos llevó a Corferias a estructurar arquitecturas de TI personalizadas con máquinas virtuales y físicas, portales cautivos, solución wifi alta disponibilidad, entre otros diseñados a la medida. Entre los eventos a destacar bajo estas características se atendieron Foromic - Barranquilla con un ancho de banda de más 500Mb en alta disponibilidad para garantizar la atención profesional del evento y la cobertura para 2.000 personas conectadas; salón de automóvil con escenarios personalizados para 5 marcas que decidieron aportarle a la conectividad durante la feria; Macrorueda de Procolombia con 5.000 conexiones concurrentes.

Sistema de alta disponibilidad: Diseño y despliegue del sistema de hyperconvergencia que centraliza los servicios de software críticos, mejora el desempeño de la infraestructura que soporta los servicios TI, garantiza alta disponibilidad y recuperación ante desastres.

Análisis y preparación: Tendencias en Data Driven y BigData: Con base en los nuevos retos de la planeación estratégica se inició el análisis de caminos y soluciones para estudiar nuevos potenciales de productos y servicios de cara al mercado y la demanda partiendo de la data estructurada y no estructurada, así como, poder construir escenarios predictivos que permitan la toma de decisiones estratégicas en el análisis de tácticas de convocatoria, diseño de nuevos productos, la comercialización de servicios y espacios mediante la exposición de analíticas descriptivas, predictivas y prescriptivas.

Optimización de recursos: Se conceptualizó y diseñó el proyecto de impresión centralizada que con base en conductas, comportamientos y necesidades de las áreas se determinó la arquitectura y los servicios que se desplegarán a comienzos del 2019 para hacer un uso de los recursos de impresoras y papel en Corferias de forma más eficiente.

7. DIMENSIÓN FINANCIERA

7.1. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CON CORTE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

El análisis de la información que a continuación se presenta, corresponde a los estados financieros consolidados de la Corporación de Ferias y Exposiciones Usuario Operador de Zona Franca y su filial Corferias inversiones S.A.S. bajo las normas internacionales de información financiera NIIF.

Efectivo y equivalentes al efectivo

El efectivo y equivalentes presenta una disminución neta de \$2.454 millones frente al año anterior, debido a los pagos realizados a los socios internacionales de las ferias Mueble y Madera y Andinapack, así como los pagos a proveedores y contratistas de las ferias realizadas en el tercer trimestre de 2018.

Cuentas por Cobrar

Presenta un aumento de \$9.676 millones con respecto al año anterior producto la cartera de los eventos de fin de año de Ágora, ExpoCundinamarca y Expoartesanas.

Intangibles

Tuvo un incremento neto de \$3.072 millones producto de la compra del 20% de la feria Gran Salón Inmobiliario, el pago de los saldos de las adquisiciones de las ferias Agrofuturo y Mueble y Madera, así como el castigo de la marca Almax.

Propiedades de Inversión

Este rubro tuvo un incremento del 59% con respecto al 2017, correspondiente al avance en la construcción del proyecto Hotel, lo cual significó un incremento de \$87.176 millones.

Pasivo

En 2018 la Corporación cerró el año con un pasivo total de \$369.135 millones que representa un aumento de \$120.488 millones frente al año anterior.

El crecimiento obedece principalmente a los \$59.154 millones aportados en el 2018 por PA Pactia para el avance del proyecto Hotel que por la naturaleza del acuerdo de cooperación suscrito entre las partes se va registrando como un pasivo.

También se refleja el aumento en \$44.825 millones en obligaciones financieras indexados a la DTF e IBR adquiridas con entidades financieras y la Cámara de comercio de Bogotá con plazos entre 5 y 13 años con la finalidad de atender las inversiones correspondientes a los proyectos de infraestructura, otro rubro que tuvo un incremento relevante es el de cuentas por pagar, a causa las cuentas de los contratistas y proveedores de ExpoCundinamarca, Expoartesánias y el reconocimiento de la remuneración de los inversionistas por la operación del Centro Internacional de Convenciones Ágora Bogotá. Dicha cuenta aumento en \$12.063 millones con respecto al año anterior.

7.2. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE RESULTADOS

La actividad ferial en el 2018 obtuvo un crecimiento en utilidad del 6% frente al resultado del año 2017 lo que representa un incremento de \$3.482 millones en utilidad, lo anterior se da gracias al fortalecimiento de los productos existentes, la apuesta de productos nuevos como, BiciGo y Chocoshow, y la ejecución de ferias adquiridas como Expoagrofuturo y Comic Con (Bogotá y Medellín) y el incremento del 21% en venta de servicios.

Respecto a la actividad de eventos y Alimentos y Bebidas, cerró el año con una utilidad de \$14.699 millones lo que representó un crecimiento del 11% frente al año anterior.

Adicionalmente, la corporación mantiene un control de sus gastos que le ha permitido mantener el

gasto administrativo de Corferias Zona Franca sin depreciaciones, amortizaciones ni impuestos más reembolso back office hotel del 2018 en crecimientos inflacionarios es decir 4,44%, pues paso de \$25.039 millones en el 2017 a \$26.149 millones en el 2018.

Es así como el EBITDA registró un crecimiento del 11% frente al año anterior, pasando de \$40.327 millones a \$44.790 millones.

Por su parte la actividad no operacional, presentó una pérdida debido principalmente a los gastos de intereses, endeudamiento adquirido por CORFERIAS relacionado con necesidades del flujo de caja establecidos en el plan de desarrollo estratégico de la Corporación, así como por el reconocimiento de los preoperativos de la sociedad Operadora Hotel.

Finalmente, la utilidad neta cerró el año en \$26.549 millones, resultado que representa un crecimiento del 17% respecto al año 2017.

8. SITUACIÓN JURÍDICA

8.1. PROCESOS LEGALES

Corferias en sus procesos judiciales está siendo representada por abogados externos especializados, con una amplia trayectoria y reconocimiento en el ramo de cada uno de los temas jurídicos que se encuentra en debate. En el año 2018 se presentaron varios avances en la gestión realizada por los abogados externos. Los procesos judiciales de los que Corferias es parte o se encuentra vinculada como tercero interesado, son los siguientes:

- **CORFERIAS vs. DIAN - Sanción por Inexactitud en la Declaración Impuesto Renta 2009:** La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN - División de Gestión de Fiscalización de la Dirección Seccional de Impuestos de Grandes Contribuyentes, adelantó un proceso de fiscalización a Corferias por el impuesto de renta del año gravable 2009, y profirió un

Requerimiento Especial en junio de 2012, mediante el cual rechazó algunas deducciones por activos fijos productivos que se realizaron en su momento. En agosto de 2013, la DIAN elevó contra Corferias pliego de cargos por la devolución improcedente de las sumas de dinero derivadas de las deducciones mencionadas, y una vez agotada la vía gubernativa, en agosto de 2014 Corferias radicó demanda de nulidad y restablecimiento del derecho ante el Tribunal Administrativo de Cundinamarca - Sección Cuarta.

En noviembre de 2015 el mencionado tribunal profirió sentencia de primera instancia, mediante la cual declaró la nulidad de los actos administrativos objeto de la demanda y a título de restablecimiento del derecho se declaró en firme la declaración de renta del año 2009 presentada por Corferias. No obstante, la DIAN presentó recurso de apelación en contra de la sentencia de primera instancia, el cual fue admitido el 21 de enero de 2016 por el Consejo de Estado. El 19 de julio de 2016 Corferias presentó alegatos de conclusión. Actualmente se está a la espera de la decisión por parte del Consejo de Estado respecto al recurso de apelación interpuesto por la DIAN.

- **CORFERIAS vs. DIAN - Sanción interpuesta por supuesta devolución improcedente respecto del impuesto sobre la renta y complementarios por el año gravable 2009.** La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN en marzo de 2014 impuso a Corferias sanción por supuesta devolución improcedente respecto del impuesto sobre la renta y complementarios por el año gravable 2009, ordenando a ésta el reintegro de la suma de mil seiscientos doce millones doscientos ochenta y dos mil pesos M/cte. (\$1.612.282.000) y el pago de los intereses moratorios a que haya lugar.

Corferias interpuso el recurso de reconsideración y resuelto el mismo en contra de sus intereses,

en julio de 2015 ésta, radicó la demanda de nulidad y restablecimiento del derecho ante la Sección Cuarta del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, la cual fue admitida en septiembre de 2015, y contestada por la DIAN en el plazo legal establecido para el efecto. El 15 de marzo de 2017, se llevó a cabo la audiencia inicial y el 17 de noviembre del mismo año, el Despachó profirió sentencia de primera instancia, mediante la cual declaró la nulidad parcial de los actos administrativos acusados en cuanto a la reliquidación de la sanción por devolución improcedente en aplicación al principio de favorabilidad. El 12 de diciembre de 2017, Corferias interpuso recurso de apelación en contra de la sentencia proferida e ingresó al despacho el 19 de enero de 2018. El 2 de abril de 2018 se concedió el recurso de apelación y se remitió el proceso al Consejo de Estado, donde entró al Despacho el 15 de julio de 2018. Actualmente se está en espera de la sentencia de segunda instancia.

- **PROCESOS LABORALES:** Actualmente cursan en los despachos judiciales nueve (9) procesos ordinarios laborales en contra de Corferias. En un proceso, el demandante demanda a Corferias por una supuesta terminación sin justa causa del contrato de trabajo, cuando el mismo término por conductas tipificadas como justas causas para la terminación. En los ocho (8) procesos restantes, hay un total de veinte (20) demandantes que pretenden que se declare que el vínculo que existió entre cada uno de ellos y Corferias se regía por un contrato de trabajo y en consecuencia, se ordene a Corferias el pago, entre otros de las prestaciones sociales (Cesantías, intereses sobre la cesantías, prima de servicios), vacaciones, indemnización por supuestos despidos sin justa causa, indemnizaciones moratorias, valor de los aportes al sistema de seguridad social integral con sus respectivos intereses de mora.

Las etapas procesales se han surtido conforme a lo dispuesto en la ley. En un proceso hubo

sentencia de primera y segunda instancia en favor de Corferias, y el demandante presentó recurso de casación ante la Corte Suprema de Justicia y se está a la espera de la sentencia. **Otro** proceso en primera instancia tuvo sentencia a favor de Corferias y el demandante interpuso el recurso de apelación y se está a la espera de la sentencia de segunda instancia. En **dos** procesos en primera instancia fue desfavorable a los intereses de Corferias, quien apeló y obtuvo sentencia de segunda instancia a favor de Corferias, en donde el demandante presentó recurso de casación y está pendiente sentencia en esta etapa. En **otro** Corferias obtiene sentencias desfavorables en primera y segunda instancia por lo que interpone recurso de casación ante la Corte Suprema de Justicia, quien lo concedió y está pendiente la sentencia.

Hay **dos** procesos pendientes de la audiencia obligatoria de conciliación, en la cual, si las partes resuelven no conciliar, se decidirán las excepciones previas, se procederá con el saneamiento y la fijación del litigio para continuar con el respectivo procedimiento. Y finalmente, hay **dos** procesos donde se fijó dentro del primer semestre de 2019 fecha de audiencia para proferir sentencia de primera instancia.

- **PROCESO ORDINARIO CIVIL:** Con ocasión de la muerte de la “yegua Polka del Juncal” ocurrida en las instalaciones de Corferias el 21 de julio de 2007 en el marco de la feria AGROEXPO 2007, el propietario de la misma interpuso demanda en contra de Corferias por una supuesta responsabilidad civil extracontractual en tal evento. El proceso se encontraba en el trámite del recurso de casación ante la Corte Suprema de Justicia, y el pasado 29 de mayo de 2018 se profirió sentencia absolviendo a Corferias.
- **CORFERIAS vs. TACTICAL INT LTDA:** Proceso ejecutivo singular de mínima cuantía, dentro del cual se logró una transacción en atención a que la obligación principal a favor de Corferias se encuentra satisfecha. No obstante, se encuentra

pendiente el pago de los honorarios del abogado, los cuales fueron incluidos en dicho acuerdo de transacción, pero el mismo fue incumplido por el deudor. Ante el incumplimiento, el abogado a cargo continuó con el proceso judicial en el cual el fallo fue a favor de Corferias. Actualmente, se está verificando la viabilidad de la ejecución de las medidas cautelares solicitadas pero los deudores se encuentran totalmente insolventes, los bienes actualmente embargados representan un valor menor a UN MILLÓN DE PESOS M/CTE (\$1.000.000).

- **CORFERIAS vs. UNA PERSONA NATURAL (Expositor):** Proceso ejecutivo singular de mínima cuantía, dentro del cual el Juzgado cuarenta y uno (41) municipal de Bogotá libró mandamiento de pago el 28 de agosto de 2017. En el momento se encuentra pendiente surtir la etapa de notificación a la parte demandada. La parte demandada giró a favor de Corferias los cheques No. 56862-3 y 56864-0 del Banco Davivienda, cada uno por un valor de CATORCE MILLONES OCHOCIENTOS SEIS MIL QUINIENTOS VEINTISIETE PESOS M/Cte. (\$ 14.806.527), los cuales no se pagaron y dan origen a la demanda ejecutiva.
- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (FERIA DEL LIBRO CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad y restablecimiento del derecho ante el Consejo de Estado del acto administrativo proferido por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante el cual negó a Corferias el registro de la marca Feria Internacional del Libro en clase 35, respecto al cual una vez analizado existe un oficio que contiene Interpretación Prejudicial por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (25 de abril de 2016). El proceso se encuentra al despacho para fallo desde el 16 de enero de 2017.
- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (AGROEXPO CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad

y restablecimiento de derecho ante el Consejo de Estado con el fin que se anule el otorgamiento del registro de la marca Expoagro clase 35 a la sociedad Corporación Colombiana Internacional, al respecto, se recibió interpretación prejudicial del Tribunal Andino, el 12 de enero de 2016. El 8 de septiembre de 2017 se presentaron alegatos de conclusión y el 23 de julio de 2018 se proyectó el fallo, aún se está pendiente de notificación.

- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIAS Y COMERCIO. (MARCA MEDITEC CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad y restablecimiento de derecho ante el Consejo de Estado por la negación indebida del registro de la marca “Meditec”, para identificar servicios comprendidos dentro de la clase 35 internacional, por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, al respecto, el 4 de febrero de 2016 se recibió oficio que contiene la interpretación prejudicial por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. El 17 de julio de 2017 se presentaron alegatos de conclusión y entró al despacho el 24 de julio de 2017, actualmente se está en espera de sentencia que finalice el proceso.
- **CORFERIAS VS. HOTEL CORFERIAS INN:** Corferias en el año 2013 evidenció una infracción marcaría al encontrar un establecimiento de comercio bajo el nombre “Hotel Corferias Inn”, el cual presta el servicio de hospedaje cerca de las instalaciones del recinto, por lo que, le solicitó al propietario del Establecimiento de Comercio que retirara de su aviso la expresión Corferias, petición que no obtuvo respuesta. Con el fin de agotar la instancia de arreglo directo, Corferias citó a una audiencia de conciliación la cual resultó fallida.

Corferias inició un proceso administrativo por infracción marcaría ante la Superintendencia de Industria y Comercio, en el cual se solicitaron medidas cautelares, que se aceptaron por la Superintendencia y que implicaban para el propietario retirar la expresión Corferias del

nombre de su establecimiento de comercio. Con posterioridad, se declara el incumplimiento a las medidas cautelares, puesto que en vez de retirar la expresión Corferias, el nombre del establecimiento de comercio se modificó por “Tu Kasa Inn Corferias Inn”.

Por lo anterior, Corferias continuó con el proceso ante la Superintendencia por infracción a la marca Corferias en las clases 43, 35 y 41 y, el 24 de mayo de 2016 la Superintendencia de Industria y Comercio declaró que la marca Corferias es una marca notoria o renombrada al considerarse que se trata de una marca que traspasa los límites de notoriedad, siendo tan reconocida que cualquier signo que resulte ser similar o idéntico para cualquier producto o servicio, causará un riesgo de confusión en el mercado y que la propietaria del establecimiento de Corferias Inn incurrió en infracción marcaría y por ello debía suspender el uso de la expresión “Corferias” y retirar el aviso.

El fallo fue apelado por la demandada y el tribunal decidió confirmar la sentencia a favor de Corferias, por lo que está pendiente es la liquidación de costas.

- **OTROS:**

Corferias es tercero interesado en dos procesos adelantados ante el Consejo de Estado que corresponden a dos acciones de nulidad y restablecimiento de derechos interpuestas por la Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali - Corfecali contra la Superintendencia de Industria y Comercio, por supuesta indebida negación del registro de la marca mixta Festival de Salsa y Verano para identificar servicios comprendidos dentro de las clases 35 y 41 internacional respecto a los cuales Corferias radicó la contestación de la demanda el 12 de septiembre de 2016. En el proceso iniciado ante la negación del registro de dicha marca en la clase 35 de la clasificación NIZA, se fijó como fecha para la audiencia inicial el 21 de mayo

de 2018 y en el proceso instaurado ante la negación del registro de la mencionada marca en la clase 45 de la clasificación NIZA se encuentra pendiente la apertura de la etapa probatoria. En ambos procesos, las partes de común acuerdo decidieron desistir del proceso y se está en espera a que el Consejo de Estado acepte dicho desistimiento.

A lo largo del año 2018, Corferias recibió un par de requerimientos de terceros particulares que consideraron que Corferias había vulnerado sus derechos en materia de propiedad industrial (marca). Dichos requerimientos fueron atendidos por Corferias desde el punto de vista legal y se contó con el acompañamiento de asesores externos que complementaron las diferentes actividades adelantadas por Corferias de forma preliminar, obteniendo en todos los eventos conclusiones favorables a los intereses de Corferias, en atención a que se demostró que no existió en momento alguno violaciones a los derechos en mención y, además, el cumplimiento de las disposiciones legales correspondientes.

8.2. INFORME DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Gobierno Corporativo es el sistema mediante el cual se dirige y controla la gestión de una sociedad. El gobierno corporativo provee un marco de referencia que define los derechos y responsabilidades, dentro del cual interactúan los órganos de gobierno de una sociedad, entre los que se encuentran el máximo órgano de dirección como es la Asamblea General de Accionistas, el órgano de administración, como es la Junta Directiva y los representantes legales y demás administradores, el revisor fiscal y los correspondientes órganos de control.

Corferias es una empresa comprometida con las acciones de Gobierno Corporativo, por lo que ha establecido un conjunto de valores, principios, políticas, prácticas, procesos y procedimientos, que se han plasmado en diferentes documentos, entre éstos el Código de ética y Buen Gobierno, lo cual ha permitido que sus diferentes órganos de

dirección y administración actúen en debida forma para el adecuado desarrollo de su objeto social, siempre en busca de la excelencia, la transparencia y la calidad de su gestión.

Es muy importante resaltar que Corferias en el año 2018 mantuvo el Reconocimiento IR de “inversionista Responsable” que otorga la Bolsa de Valores de Colombia, reconocimiento este que se obtiene dada la participación voluntaria del emisor. La Bolsa de Valores con el acompañamiento del CESA realizó una evaluación cuantitativa de la adopción de las mejores prácticas de revelación de información en la página web de Corferias, señalando que Corferias está en un muy buen proceso de revelación, sin embargo, realizaron recomendaciones con el objeto de que se implementen oportunidades de mejora a futuro.

8.2.1. CORFERIAS A NIVEL CORPORATIVO

Corferias es una sociedad anónima, de carácter privado, que tiene más de 65 años de experiencia, que promueve vínculos de cooperación entre Colombia y la comunidad mundial propiciando la generación de contactos cualificados entre visitantes y expositores en recintos operados bajo estándares internacionales. Igualmente, promueve y organiza la participación de Colombia en ferias y exposiciones que se realicen en el extranjero y participa como socio de empresas que tengan el mismo objetivo en pro de fomentar el desarrollo industrial o comercial del país. Así mismo, Corferias es un socio latinoamericano de la Unión de Ferias Internacionales (UFI) y miembro fundador de la Asociación de Ferias de América Latina (AFIDA), además es afiliado a la International Association of Exhibitions and Events (IAEM).

Corferias cuenta con un órgano de dirección que es la **Asamblea General de Accionistas**, de la cual hacen parte todos los accionistas de Corferias y tiene su regulación en los Estatutos de la Corporación, los cuales se encuentran debidamente publicados en la página web de Corferias. En virtud de los mismos, y en cumplimiento de todas las

disposiciones legales, en el año 2018, se procedió a efectuar la convocatoria a la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, la cual se llevó a cabo el 22 de marzo de 2018, cumpliendo para ello con todos los requisitos de publicidad exigidos para empresas que cotizan sus acciones en el Mercado Público de Valores, es decir, publicando en un periódico de amplia circulación en el domicilio social, en la página web y dirigiendo comunicación a los accionistas a la última dirección registrada en Corferias.

En la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas se encontraban representadas 162.185.163 acciones de las 167.287.797 acciones en circulación, lo que constituye el 96.95% del total de las acciones suscritas, razón por la cual se contó con el quórum “deliberatorio” y decisorio exigido en la ley y los estatutos. Los accionistas ejercieron su derecho al voto y los temas del orden del día sujetos a votación fueron aprobados conforme a lo señalado en los estatutos y la ley, en especial, se aprobó por la Asamblea General de Accionistas el Informe de Gestión 2017 de la Junta Directiva y la Administración, una operación de crédito entre Corferias y la Cámara de Comercio de Bogotá, los Estados Financieros con corte al 31 de diciembre de 2017, el proyecto de distribución de utilidades, adicional a esto, se aprobó la reforma del artículo 49 de los Estatutos en lo referente al periodo de la

Revisoría Fiscal, el cual pasó de dos años a cuatro años, con el fin de alinearlos con el periodo de la Revisoría Fiscal de la Cámara de Comercio de Bogotá, como matriz de Corferias.

De las sesiones de la Asamblea se levantan actas que contienen todos los aspectos tratados en la misma, así como las decisiones adoptadas, cumpliendo para ello con los requisitos exigidos en la ley, actas que son debidamente asentadas en libros de actas y que además son suscritas por el presidente de la reunión, que de acuerdo con los estatutos de Corferias es el presidente de la Junta Directiva y por el secretario de la reunión, que de conformidad con lo señalado por los estatutos es el secretario general de Corferias.

De igual manera, Corferias como órgano de administración tiene Junta Directiva, la cual es nombrada por la Asamblea General de Accionistas por un periodo de dos años de conformidad con lo dispuesto en los estatutos de esta Corporación. En el año 2018, en la sesión del 22 de marzo, la Asamblea de Accionistas eligió la Junta Directiva, la cual está conformada por ocho (8) miembros principales y ocho (8) suplentes personales, donde dos (2) miembros principales y dos (2) miembros suplentes deben ser independientes. La Junta Directiva elegida en el 2018 fue la siguiente:

| PRINCIPALES | SUPLENTES |
|---|---|
| JAIME MANTILLA GARCÍA C.C. No.13.805.978 de Bucaramanga | JUAN DAVID ÁNGEL BOTERO C.C. No.70.548.602 de Envigado Antioquia |
| ENRIQUE VARGAS LLERAS C.C. No.193.431 de Bojacá | SANDRA NEIRA LIÉVANO C.C. 41.719.562 de Bogotá |
| GONZALO ECHEVERRY GARZÓN C.C. No.19.149.625 de Bogotá | LUIS FERNANDO ÁNGEL MORENO C.C. No. 7.503.048 de Armenia |
| GUILLERMO BOTERO NIETO C.C. No. 19.063.823 de Bogotá | JUAN DIEGO TRUJILLO MEJÍA C.C. No. 70556.589 de Envigado |
| MARIA DEL ROSARIO SINTES C.C. No. 31.137.876 de Palmira (Independiente) | GILBERTO GOMEZ ARANGO C.C. No. 2.937.063 (Independiente) |
| JUAN LUIS HERNÁNDEZ CELIS C.C. No. 19.162.294 de Bogotá | RICARDO ÁVILA PINTO C.C. No. 79.152.010 de Bogotá |
| JOSE BLACKBURN CORTES C.C. No. 17.178.909 de Bogotá (Independiente) | LEONOR SERRANO DE CAMARGO C.C. No. 20.017.496 de Bogotá (Independiente) |
| REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL ACCIONISTA MAYORITARIO MÓNICA DE GREIFF LINDO C.C. No. 41.658.335 de Bogotá | DIRECTIVO DEL ACCIONISTA MAYORITARIO DESIGNADO POR EL REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL DE ESTE MARTHA YANETH VELEÑO QUINTERO C.C. No. 51.712.880 de Bogotá |

No obstante, lo anterior, en el mes de julio de 2018, el Dr. Guillermo Botero Nieto presentó su renuncia como miembro de la Junta Directiva de Corferias, en atención a su designación como Ministro de Defensa, por lo que, a partir de dicha fecha, se encuentra vacante su cargo hasta tanto se realice la designación de su reemplazo por parte de la asamblea General de Accionistas. Es importante mencionar, que, en la sesión del 22 de marzo de 2018 de la Asamblea General de Accionistas, este órgano determinó como política de remuneración de honorarios de los miembros de Junta Directiva o de Comités de la Junta Directiva, se reconocerá una suma equivalente a uno punto cinco Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (1.5 SMMLV)

La Junta Directiva tiene un Presidente y Vicepresidente, cargos que durante el año 2018 fueron ejercidos por el Dr. Jaime Mantilla García y el Dr. Enrique Vargas Lleras respectivamente. La Junta Directiva se reunió de forma regular y ordinaria durante todos los meses del año, cumpliendo así con lo señalado por los estatutos de Corferias, y en especial, para llevar a cabo dichas sesiones se atendieron las disposiciones relacionadas con convocatoria y quórum, contando permanentemente con la participación de la totalidad de los miembros principales y suplentes, así como, de los miembros honorarios.

La Junta Directiva como órgano de administración a lo largo del año, cumplió con sus funciones estatutarias, realizando recomendaciones, impartiendo instrucciones y efectuando autorizaciones en los casos que le correspondió, apoyando activa y efectivamente a la Administración en su gestión, la cual es presentada en este Informe. Por lo anterior, los miembros de la Junta Directiva que asisten a las reuniones respectivas, en cumplimiento de lo dispuesto por la Asamblea General de Accionistas reciben la remuneración de honorarios que fue aprobada por dicho órgano al momento de hacer su elección.

De las sesiones de la Junta Directiva se realizan actas que son suscritas por el Presidente de la Junta

Directiva y por el secretario de la reunión, que es el Secretario General de Corferias, en las cuales constan todos los aspectos tratados, debatidos y finalmente aprobados por dicho órgano. Estas actas se asientan en el libro de actas respectivo.

Es pertinente mencionar que los miembros de la Junta Directiva de Corferias en principio algunos pertenecen a la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá, otros participan en la Junta Directiva de Alpopular, y otros en las Juntas Directivas de sus propias empresas, entre otras. Finalmente cabe resaltar que, en el año 2018, la información financiera y los hechos relevantes fueron oportunamente revelados al mercado, reportados a la Superintendencia Financiera de Colombia y publicados en la página web de Corferias, de conformidad con lo dispuesto en la normatividad legal respectiva.

Como parte del Gobierno Corporativo de Corferias y atendiendo las mejores prácticas del mismo, se tiene constituido un **Comité de Auditoría y de Riesgos**, como órgano de apoyo de la Junta Directiva en el desempeño de sus funciones en materia de control y seguimiento. Este Comité tiene como objetivo primordial servir de soporte a la Administración y a la Junta Directiva en la evaluación, direccionamiento y seguimiento del Sistema del Control Interno de Corferias y su mejoramiento continuo. De igual forma acompaña en el análisis para determinar si los procedimientos y controles que existen y se aplican si se ajustan o no a las necesidades de Corferias y si los mismos son aplicados en debida forma por la Administración y los colaboradores de Corferias.

El Comité está conformado por cuatro (4) miembros de la Junta Directiva, de los cuales tres (3) son independientes. Los miembros del Comité son designados por la Junta Directiva, y permanecen en sus funciones por un período mínimo de (1) un año, contado a partir de su nombramiento. Entre dichos miembros se elige un presidente. El Comité sesionó durante el 2018 con la presencia y participación de todos los miembros del Comité, quienes reciben la remuneración en la medida de su asistencia, y en

el monto que para el efecto estableció la Asamblea General de Accionistas en la sesión del 22 de marzo de 2018, cuando realizó el nombramiento de los miembros de la Junta Directiva, lo cual consta en la respectiva acta.

Para el año 2018, se eligieron como miembros del Comité de Auditoría y Riesgos a los Doctores Gilberto Gómez Arango (Actual Presidente), María del Rosario Sintés, Juan Diego Trujillo y José Blackburn Cortes.

Otras funciones muy importantes del Comité de Auditoría y Riesgos corresponden a: (i) servir de soporte a la administración de Corferias, en la definición de las políticas y en el ordenamiento del diseño de los procedimientos y sistemas de control interno y en el análisis de los riesgos, su gestión y administración, (ii) supervisar la estructura de control interno y evaluar la razonabilidad de los procedimientos y controles existentes en Corferias, (iii) Aprobar los lineamientos, políticas, principios, modelos y metodologías a ser aplicadas en materia de Control Interno, (iv) Vigilar el cumplimiento del Código de Ética y de Buen Gobierno, (v) Velar por el adecuado balance de controles, (vi) Vigilar la presentación de los estados financieros y velar por la adopción y el cumplimiento de adecuadas prácticas contables y (vii) Aprobar el Plan de Trabajo Anual de auditoría y hacerle seguimiento a su cumplimiento, entre otras.

Durante la pasada vigencia, el Comité de Auditoría de la Junta Directiva sesionó de acuerdo con lo establecido en la Ley 964 de 2005, ejerciendo sus funciones como órgano supervisor del cumplimiento del Programa de Auditoría y velando porque la información financiera de Corferias se ajuste a lo dispuesto en la ley. En cumplimiento de la norma, antes mencionada, dio su visto bueno a los Estados Financieros del año 2017 que se presentaron en la respectiva Asamblea General de Accionistas.

Así las cosas, el Comité de Auditoría y Riesgos a lo largo del año 2018 cumplió con las funciones establecidas en el reglamento correspondiente y la

ley, y en especial conoció y evaluó los siguientes temas: (i) Estados Financieros a 31 de diciembre de 2017, (ii) Plan de Revisoría Fiscal 2018; (iii) Plan de Auditoría Interna 2018, (iv) Informes Periódicos de la Auditoría Interna, de la Revisoría Fiscal, y del Oficial de Cumplimiento de Corferias; (v) Posibles Riesgos en la operación de Corferias y la forma de aplicar las políticas de mitigación de los mismos, (vi) Informes de ejecución de diferentes proyectos de Corferias, (vii) Actualización y ajuste de disposiciones internas y de procedimientos relacionados con la operación y la gestión de riesgos, entre otros.

Finalmente, las actuaciones del Comité de Auditoría y Riesgos cumplieron y están de conformidad con la normatividad legal correspondiente. Las sesiones del Comité de Auditoría de igual forma se plasman en actas que son suscritas por el Presidente del Comité y por la Secretaria General de Corferias, de conformidad con lo señalado en el Reglamento del Comité de Auditoría. Una vez aprobadas las actas por los miembros se asientan en el libro de actas respectivo.

De otra parte, es importante manifestar que Corferias cuenta con una firma de **Revisoría Fiscal**, la cual ha sido elegida por la Asamblea General de Accionistas, y que ara el año 2018, dicho cargo fue ejercido por la firma auditora externa KPMG S.A.S., quien a lo largo del año 2018 participó y estuvo presente en todas las reuniones del Comité de Auditoría y Riesgos de Corferias.

8.2.2. CÓDIGO PAÍS

El Gobierno Nacional a través de la Superintendencia Financiera de Colombia, en su interés por generar una cultura sólida de Gobierno Corporativo como instrumento para desarrollar el mercado de capitales y contribuir a la supervisión de quienes en él participan, adoptó un Código estándar de recomendaciones de adopción voluntaria por parte de emisores de valores, recomendaciones que están relacionadas con el gobierno corporativo, dicho código se conoce como Código País.

El Código País se fundamenta en el principio de “cumpla o explique” y, por lo tanto, sus recomendaciones son de adopción voluntaria para los emisores de valores, quienes deben dar a conocer al mercado el nivel de implementación de las recomendaciones contenidas en el Código País, mediante el diligenciamiento y remisión anual a la Superintendencia Financiera de Colombia el Reporte de Implementación de Mejores Prácticas Corporativas.

El Reporte de Implementación debe reflejar la situación del emisor frente a las recomendaciones del Código País durante el período comprendido entre enero y diciembre del año inmediatamente anterior a su diligenciamiento, reporte y envío.

El Código está integrado por 33 Medidas, las cuales agrupan hasta 148 recomendaciones que pueden ser adoptadas por los emisores de valores en materia de: (i) Derechos y trato equitativo de los accionistas, (ii) Asamblea General de Accionistas, (iii) Junta Directiva, (iv) Arquitectura de Control, y (v) Transparencia e Información Financiera y no Financiera.

Corferias al ser un emisor de valores y al haber adoptado voluntariamente este Código, ha cumplido con dicha obligación de reporte, el cual se encuentra publicado en su página web, permitiendo de esta forma que los accionistas, inversionistas y el mercado en general pueda evaluarla y conocer el nivel de adopción que se tiene del mismo. Para el año 2018 se han implementado 44 medidas de las 148 recomendaciones, lo cual muestra una implementación muy superior frente a varios emisores, de acuerdo con lo informado por la Superintendencia Financiera.

8.3. SISTEMA INTEGRAL PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LAVADO DE ACTIVOS

En relación con el Sistema Integral para la Prevención del Lavado de Activos SIPLA, en el 2018 Corferias adelantó diferentes actividades y acciones para cumplir con lo dispuesto en el Manual y Código de Ética SIPLA. Corferias continuó

con el proceso de inducción y capacitación a los nuevos funcionarios que ingresaron, y se hicieron campañas de divulgación del Manual y Código de Ética SIPLA a los posibilitadores de Corferias.

Así mismo, el Oficial de Cumplimiento presentó en debida forma los informes sobre el cumplimiento con el SIPLA al Comité de Auditoría y Riesgos y a la Junta Directiva, sin que en los mismos existan hechos o situaciones consideradas como sospechosas o inusuales que debieran reportarse, se entregaron reportes periódicos a la UIAF de conformidad con lo ordenado por la ley. Tanto la Auditoría Interna como la Revisoría Fiscal efectuaron sus auditorías sobre el sistema encontrando un cumplimiento satisfactorio del mismo al interior de Corferias, y haciendo unas recomendaciones como parte del mejoramiento continuo de los procesos al interior de Corferias.

Es satisfactorio comunicar que de acuerdo con el informe del Oficial de Cumplimiento de Corferias durante el año 2018 no se detectó ninguna operación sospechosa en las transacciones realizadas por los accionistas de la Entidad, ni en la nacionalización de mercancías provenientes del exterior, ni en las actividades que involucran el giro ordinario de los negocios de Corferias de forma directa o a través de su filial Corferias Inversiones S.A.S.

8.4. DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

En cuanto a la aplicación de la Ley 603 de julio de 2000, sobre derechos de autor y propiedad intelectual, la empresa ha cumplido a cabalidad, por cuanto, para el año 2018, todas las marcas de los productos feriales cuentan con sus respectivos registros que los acreditan de su propiedad y todas las nuevas marcas se sometieron a registro de la Superintendencia de Industria y Comercio. Así mismo, el “software” usado en los equipos de cómputo de la Corporación está debidamente licenciado y el suministro de estas herramientas se ha hecho por proveedores reconocidos en el mercado y autorizados por los fabricantes de dichos

productos. La sociedad realiza controles periódicos sobre la legalidad del “software” instalado en los equipos.

8.5. SOBRE LA ACTIVIDAD DE “FACTORING”

En cumplimiento de lo establecido por los parágrafos 1° y 2° del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, adicionados al artículo 7° de la Ley 1231 de 2008, la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. Usuario Operador de Zona Franca – Corferias, hace constar que, durante el año 2018, no realizó actividades tendientes a entorpecer la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores y proveedores.

8.6. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUÉS DEL EJERCICIO

Entre el 31 de diciembre de 2018 y la fecha de presentación de este informe a la Junta Directiva no se han presentado acontecimientos importantes que valga la pena resaltar

8.7. OPERACIONES CON SOCIOS Y ADMINISTRADORES

Las operaciones celebradas con socios y administradores de Corferias se encuentran relacionadas en las notas a los Estados Financieros del presente informe.

8.8. PAGO DE UTILIDADES

En el año 2018 se dio estricto cumplimiento al pago de las utilidades causadas en el ejercicio anterior, entregando a los accionistas los dividendos respectivos en la forma y fecha establecidas por la Asamblea.

8.9. OTROS

Corferias da cumplimiento a las normas de seguridad social integral y parafiscal y a 31 de diciembre de 2018 se encontraba a paz y salvo en pagos por estos conceptos, correspondientes a la sociedad.

9. PLAN ESTRATÉGICO 2018 - 2022

El plan estratégico de Corferias inicio con la reflexión y confirmación de su propósito superior como organización “**Generadores de Oportunidades y Progreso**”. Con base en lo anterior, y considerando aspectos de la evolución de la Corporación en los últimos 10 años más las tendencias de la industria se establecieron las propuestas de valor de cada una de las unidades de negocio con las que cuenta Corferias en la actualidad y en lo que se ofrece hoy a cada uno de nuestros clientes.

Las propuestas de valor por unidad de negocio son las siguientes:





Todo lo anterior se ha soportado en el análisis de **las ventajas competitivas de Corferias** que son (i) **Posicionamiento y reconocimiento** soportado en experiencia y conocimiento; (ii) Filial **Cámara de comercio de Bogotá**, (iii) **Infraestructura única** para eventos de gran impacto, (iv) **Portafolio integral**, (v) **Gestión de aliados** (gremios, operadores líderes, gobierno) y (vi) **Recurso humano** (somos verdaderamente “posibilitadores”).

Este plan priorizó una serie de retos para este nuevo ciclo de planeación estratégica donde se encuentran:

- (i) Evolucionar nuestro modelo de negocio para avanzar del producto a los Clientes y del relacionamiento a la Experiencia
- (ii) Desarrollar un ecosistema de plataformas y servicios que integre y potencialice los beneficios del mundo físico y digital, enfatizando la gestión y desarrollo de comunidades que interactúen en los dos mundos.
- (iii) Potencializar las ventajas del proceso de globalización, haciendo de las ferias que se desarrollen y los eventos que se capten, un instrumento de internacionalización de los empresarios y los destinos en los que se opera, privilegiando las vocaciones y apuestas regionales (Estrategia HUB)
- (iv) Aprovechar las sinergias y las tendencias de convergencia existente entre la industria de

ferias y la de eventos, fortaleciendo la dinámica de innovación.

- (v) Asegurar servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructuras de clase mundial, propendiendo de manera particular por la integralidad y máxima funcionalidad de los equipamientos y la seguridad de los asistentes bajo una adecuada planeación y gestión del riesgo.
- (vi) Contribuir al desarrollo sostenible de las condiciones de competitividad de los destinos en los que operamos y de sus respectivas industrias de reuniones, trabajando de la mano de los actores públicos y privados relevantes (Ser parte protagónica iniciativas clúster y similares Cámara de Comercio)
- (vii) Atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano garantizando una vivencia real del propósito superior y los valores organizacionales (Capital Cultural como Ventaja Competitiva)

Cada uno de los retos de este plan estratégico cuenta con la debida formulación de proyectos y acciones estratégicas que permitirán continuar fortalecimiento organizacional y emprendiendo inversiones para mantener el camino de crecimiento doblando la organización en el siguiente quinquenio.

A continuación, se amplía reto por reto los proyectos enunciados para los próximos años:

- (i) Evolucionar nuestro modelo de negocio para avanzar del relacionamiento a la Experiencia y del producto a los Clientes

| RETO | PROYECTO |
|---|--|
| <p>1. Evolucionar nuestro modelo de negocio para avanzar del producto a los Clientes y del relacionamiento a la Experiencia.</p> | 1. Modelo de Relacionamiento de los Clientes. |
| | 2. Conocimiento del cliente CFE fase 2 – CRM Analítico (inteligencia del negocio) alineado con el modelo de relacionamiento con el cliente. |
| | 3. Diseño y desarrollo de productos centrado en experiencias memorables y contenidos por comunidades. |
| | 4. Estrategia de lealtad y fidelización. |
| | 5. Liderazgo en la industria de reuniones en los mercados priorizadas. |

- (ii) Desarrollar un ecosistema de plataformas y servicios que integre y potencialice los beneficios del mundo físico y digital, enfatizando la gestión y desarrollo de comunidades que interactúan en los dos mundos

| RETO | PROYECTO |
|---|--|
| <p>2. Desarrollar un ecosistema de plataformas y servicios que integre y potencialice los beneficios del mundo físico y digital, enfatizando la gestión y desarrollo de comunidades que interactúan en los dos mundos.</p> | <p>1. Estrategia Integral.</p> <p>1.1. Plataforma y Estructura TI (Seguridad, Disponibilidad y Conectividad).</p> <p>1.2. Gestión Información y Conocimiento (CRM, Contact Center).</p> <p>1.3. Soluciones de Cara al cliente (Aplicaciones (App conecta y App Corferias), Ruedas de negocios y Networking, Web y Redes sociales, Stand virtual y Marketplace, Gestión de Comunidades).</p> |
| | <p>2. Palancas transversales.</p> <p>2.1. Cultura y operacionalización.</p> <p>2.2. Corporate Venture Capital.</p> <p>2.3. Monetización.</p> |

- (iii) Potencializar las ventajas del proceso de globalización, haciendo de las ferias que se desarrollen y los eventos que se capten, un instrumento de internacionalización de los empresarios y los destinos en los que se opera, privilegiando las vocaciones y apuestas regionales (Estrategia HUB).

| RETO | PROYECTO |
|--|--|
| <p>3. Potencializar las ventajas del proceso de globalización, haciendo de las ferias que se desarrollen y los eventos que se capten, un instrumento de internacionalización de los empresarios y los destinos en los que se opera, privilegiando las vocaciones y apuestas regionales.</p> | 1. Alianzas-Sociedades (aliados internacionales en sectores estratégicos) y Redes de Cooperación Internacional. |
| | 2. Expositores y Compradores Internacionales. |
| | 3. Nuevas Plataformas de Negocios Internacionales (Dentro y fuera del país). |
| | 4. Experiencias Integrales para clientes globales. |
| | 5. Estrategias de Segmentación y captación de eventos internacionales cumpliendo metas ICCA y presupuestales. 5.1. Corferias Bogotá. 5.2. Puerta de Oro. 5.3. Ágora. |

- (iv) Aprovechar las sinergias y la tendencia de convergencia existente entre la industria de ferias y la de eventos, fortaleciendo la dinámica de innovación.

| RETO | PROYECTO |
|---|---|
| <p>4. Aprovechar las sinergias y la tendencia de convergencia existente entre la industria de ferias y la de eventos, fortaleciendo la dinámica de innovación.</p> | 1. Eventos Propios. |
| | 2. Modelo de relacionamiento con los clientes con visión única e integral. |
| | 3. Alimentos y Bebidas. |
| | 4. Liderar sinergias. 4.1. Modelo CONFEX: Innovación, contenido y experiencias. 4.2. Estrategias de segmentación y captación de eventos. |

- (v) Asegurar servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructuras de clase mundial, propendiendo de manera particular por la integralidad y máxima funcionalidad de los equipamientos y la seguridad de los asistentes bajo una adecuada planeación y gestión del riesgo.

| RETO | PROYECTO |
|---|--|
| <p>5. Asegurar servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructuras de clase mundial, propendiendo de manera particular por la integralidad y máxima funcionalidad de los equipamientos y la seguridad de los asistentes bajo una adecuada planeación y gestión del riesgo.</p> | <p>1. Modelo integral de gestión de servicio de cara a la experiencia del cliente alineado con el modelo de relacionamiento con el cliente.</p> |
| | <p>2. Plan de operaciones (Plan Maestro de Seguridad, Gestión de riesgos por proceso / G-Guide).</p> |
| | <p>3. Alinear los procesos a la nueva estrategia y cadena de valor (Actualización y Gestión del Cambio).</p> |
| | <p>4. Infraestructura moderna y de clase mundial (Proyectos, PMD, PRM, PPMC y Nodo. 4.1 Enfoque Ciudad: desarrollo nodo de ferias, eventos y convenciones. 4.2 Finalización de proyectos en desarrollo. 4.3 Activación de bordes Corferias. 4.4 Renovación funcional y de imagen recinto tradicional. 4.5 Arquitectura Efímera y diseño Escenográfico: nueva unidad de negocios que de manera gradual ofrezca servicios adicionales.</p> |
| | |

- (vi) Contribuir al desarrollo sostenible de las condiciones de competitividad de los destinos en los que operamos y de sus respectivas industrias de reuniones, trabajando de la mano de los actores públicos y privados relevantes (Ser parte protagónica iniciativas clúster y similares Cámara de Comercio)

| RETO | PROYECTO |
|---|---|
| <p>6. Contribuir al desarrollo sostenible de las condiciones de competitividad de los destinos en los que operamos y de sus respectivas industrias de reuniones, trabajando de la mano de los actores públicos y privados relevantes (Ser parte protagónica iniciativas clúster y similares Cámara de Comercio).</p> | <p>1. Sistema de Gestión para la Sostenibilidad (SGS) en todos los recintos.</p> |
| | <p>2. Profesionalización talento humano para la industria de reuniones (Proyecto CCB Valor compartido: capacitación actores integrantes de la cadena y desarrollo de proveedores).</p> |
| | <p>3. Fortalecimiento Gremial de la industria (Bureau, AIFEC).</p> |
| | <p>4. Medición del impacto generado por la industria de eventos en los recintos que operamos.</p> |
| | <p>5. Infraestructura del nodo de ferias y eventos en Bogotá y Barranquilla.</p> |

(vii) Atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano garantizando una vivencia real del propósito superior y los valores organizacionales (Capital Cultural como Ventaja Competitiva)

| RETO | PROYECTO |
|--|---|
| <p>7. Atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano garantizando una vivencia real del propósito superior y los valores organizacionales (Capital Cultural como Ventaja Competitiva).</p> | <p>1. Apropiación de los valores corporativos y Gestión del cambio (operacionalice, se estable Línea base, se desarrolle plan de acción y se monitoree y mida permanentemente).</p> <p>1.1. Somos Posibilitadores = Experiencia memorable + Excelencia en el servicio + Intimidad con el cliente.</p> <p>1.2. Trabajo en equipo interno y externo = (Responsabilidad + Transparencia) ^ Confianza.</p> <p>1.3. Innovación Permanente = Superamos Expectativas + Vigencia Permanente Promesa de Valor.</p> <p>1.4. Gestión del Clase Mundial = Planeación + Administración del Riesgo.</p> <p>1.5. Compromiso = Aporte al progreso y al desarrollo + Bienestar y Calidad de Vida.</p> |
| | <p>2. Desarrollo, Bienestar, Reconocimiento y Calidad de vida (Política de desarrollo y reconocimiento, empresa familiarmente responsable, apoyo y bienestar).</p> |
| | <p>3. Gestión estratégica de la temporalidad (Especialización de las empresas de servicios temporales e identificación y desarrollo de proveedores especializados/ Proyecto CCB Valor compartido: Formación empresas de servicios temporales/Capacitación y entrenamiento).</p> |

Finalmente, el plan estratégico contempla para su desarrollo una revisión integral de todos los ingresos que se proyectan tener, el control y optimización de los gastos para mantener los niveles marginales de EBITDA y flujo de caja operacional, sumado a la atención de las inversiones formuladas que en parte se apalancaran con endeudamiento y el apoyo de los accionistas.