

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

INFORME DE GESTIÓN 2013

INFORME DE GESTIÓN 2013 DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LA PRESIDENCIA EJECUTIVA

Los resultados del 2013, como los de los años anteriores, permiten al Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá - Corferias, mantener su prestigio entre los operadores de la industria en el nivel mundial.

El presente Informe de Gestión dirigido a nuestros accionistas, destaca los logros más importantes del 2013, los resultados financieros y los avances en la implementación del nuevo Plan Estratégico Corferias 2012-2016 *“Hacia un liderazgo integral en la industria de Ferias y Eventos”*.

Con base en las directrices de nuestra Junta Directiva y al trabajo de los funcionarios de CORFERIAS, fue posible lograr estos resultados, que destacamos.

1. MODERNIZACIÓN

1.1. INFRAESTRUCTURA

Con el propósito de ofrecer al sector empresarial una plataforma de negocios con una mejor infraestructura y mayores facilidades para el desarrollo de ferias y eventos, Corferias ha venido desarrollando una amplia gestión enfocada en el recinto ferial.

Para lograr este objetivo Corferias ha trazado un Plan Maestro de Desarrollo 2030, que se constituye en su principal instrumento de planeamiento para proyectar los desarrollos y visión futura de sus equipamientos bajo los más altos estándares internacionales.

Este Plan Maestro de Desarrollo está orientado a consolidar un recinto ferial que potencialice su funcionalidad, atractividad y competitividad, y está regido por los principios de integración con el entorno y la generación de nuevos espacios públicos, su adaptabilidad a las condiciones de accesibilidad y movilidad de la ciudad, el aprovechamiento de sinergias en la cadena integral de turismo corporativo, y la mitigación de impactos negativos, sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, convirtiéndose en un generador de oportunidades y “detonante” de la renovación del sector.

1.1.1. CENTRO INTERNACIONAL DE CONVENCIONES DE BOGOTÁ (ÁGORA BOGOTÁ)

El futuro Centro Internacional de Convenciones de Bogotá (ÁGORA BOGOTÁ) es el principal proyecto de actualización y ampliación de la infraestructura, en el que Corferias trabajó durante el 2013 en forma conjunta con la Cámara de Comercio de Bogotá, el Gobierno Nacional, el Gobierno departamental y con el apoyo del Gobierno Distrital.

La construcción de este megaproyecto, le permitirá a Bogotá contar con un equipamiento dotado con la infraestructura y los servicios que requiere para competir con otras grandes ciudades del mundo, como sede de eventos de importancia global y será el punto de partida del proyecto de revitalización urbana para Bogotá, INNOBO, lo que permitirá la futura consolidación de un Distrito Turístico de Ferias, Eventos y Convenciones de Bogotá.

El Centro Internacional de Convenciones de Bogotá, que se construirá en el predio contiguo al actual edificio de parqueaderos de Corferias, ubicado sobre la Avenida La Esperanza, será una obra de 62.000 metros cuadrados aproximadamente, que renovará urbanísticamente el sector y contará con una inversión público-privada de más de 300 mil millones de pesos.

El diseño del edificio fue resultado de un concurso arquitectónico internacional, que se llevó a cabo en el 2011, y cuyo ganador fue el Consorcio Colombo-Español Daniel Bermúdez + Herreros Arquitectos. La propuesta fue seleccionada por consideraciones como la relación e integración con el entorno, aspectos de diseño arquitectónico como su funcionalidad, operatividad, imagen, notoriedad, permanencia en el tiempo y por incluir aspectos de sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

Un aspecto importante que finalizó durante el 2013, fue la gestión para la emisión del Decreto 2884 de diciembre 11 de 2013 con el nuevo régimen de zonas francas, el cual viabiliza la construcción del proyecto. Esta gestión que tomó casi dos años y medio, permitirá la creación del patrimonio autónomo y de la fiducia, con el propósito de darle celeridad a la contratación de las distintas actividades del proyecto y la obra, permitiendo de esta forma empezar de manera contundente con su conformación y la contratación de las actividades principales de la construcción del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá (ÁGORA BOGOTÁ), para el cual se ha previsto una duración de tres años una vez sea iniciado el pilotaje (marzo de 2014).

De manera paralela al trámite tendiente a la obtención del Decreto mencionado anteriormente, Corferias avanzó en el desarrollo del proyecto arquitectónico con las definiciones de áreas, funcionamiento y programa respectivo, así como el desarrollo paralelo de todos los estudios técnicos, la modificación de la licencia de construcción y la obtención de la licencia de ocupación e intervención del espacio público para el enlace privado-privado entre ÁGORA BOGOTÁ y el recinto ferial.

Adicionalmente se avanzó en el desarrollo de las obras necesarias para liberar el terreno en el que se construirá el proyecto. Es así como en el primer trimestre de 2013 se adelantaron en el área libre 8 del recinto, las obras civiles para la construcción de campamentos de contratistas, perreras para la unidad canina de vigilancia, acopio de materiales de construcción y zona de vivero.

Igualmente, se adecuaron las antiguas instalaciones del Banco Popular para ubicar los vestidores y áreas de descanso de nuestro personal operario, así como los cuartos de herramientas e insumos para las labores de mantenimiento. El taller de carpintería fue trasladado a las instalaciones que antes ocupaba el bloque B de oficinas así mismo los vestidores y oficinas de la empresa que presta el servicio de seguridad a la Corporación.

Como parte de este mismo plan de movimientos con motivo de la construcción del CICB, se efectuó el traslado temporal de la bodega de Comercio Exterior al costado norte del área libre 8, ello implicó la construcción de nuevas oficinas administrativas y obras civiles necesarias para que la nueva ubicación respondiera a las necesidades operativas del área.

La realización de estas obras permitió, no solo el inicio de labores de demolición de las antiguas construcciones sino que también sirvió para hacer un mejoramiento de nuestras instalaciones de soporte, haciéndolas más operativas y habitables.

Para el desarrollo de las demoliciones a través de Fontur se realizó la invitación y adjudicación de actividades preliminares, que incluye el cerramiento, demolición de algunas construcciones y la demolición y modificación parcial de la torre de parqueaderos existente en el predio 2 de Corferias, basadas en los diseños arquitectónicos, estudios técnicos y licencia de construcción realizados y coordinados durante el 2012, actividad previa, necesaria para la construcción del CICB.

El Centro Internacional de Convenciones de Bogotá contará con un espacio principal multipropósito con capacidad para 4.000 personas aproximadamente, áreas con salones de distintas capacidades entre 150 y 2.000 personas y un parqueadero con más de 1.100 cupos. Adicionalmente, incorporará principios de sostenibilidad que no solo lo volverá altamente competitivo, sino que también impulsará el desarrollo de *“Green Meetings.”*

1.1.2. PLAN DE PARQUEADEROS (PROYECTOS “CEMEX” Y “LAFAYETTE”)

Debido a la necesidad de liberar el terreno del parqueadero del predio 2 de Corferias para iniciar la construcción del Centro Internacional de Convenciones, se llevó a cabo la adecuación y demarcación de parqueaderos en la parte del terreno que nos fue entregada del predio comprado a Cemex sobre la Avenida de las Américas.

En la actualidad, después de terminar el proyecto de parqueaderos mencionado, Corferias cuenta con 2.604 cupos de parqueo, que es la misma capacidad con la que contaba antes de la liberación del predio 2 para la construcción de ÁGORA BOGOTÁ.

Este cupo de parqueaderos se ampliará en el corto, mediano y largo plazo mediante la adecuación del terreno que falta por entregar del predio comprado a Cemex, el desarrollo de una construcción para parqueaderos en altura en el predio 3 “Lafayette” y la oferta de nuevos cupos en los dos sótanos previstos en el Centro Internacional de Convenciones de Bogotá.

Para estos efectos, en el 2013 se realizó el diseño arquitectónico, y se coordinaron los estudios técnicos para la construcción del edificio de parqueaderos en altura ubicado en el predio 3 “Lafayette” y se obtuvo la licencia ante la curaduría No. 5.

En diciembre de 2013 la Junta Directiva autorizó construir tres pisos de parqueadero con fachada verde, y la obra respectiva fue adjudicada a la firma TV ESTABL después de un riguroso proceso de selección y adjudicación.

La construcción de este proyecto tardará aproximadamente 10 meses iniciando a finales de enero de 2014, por lo cual su puesta en funcionamiento se dará hacia mediados de octubre, cumpliendo de esta manera con el plazo de la Licencia de construcción.

Con la construcción de este proyecto en el predio 3, llegaremos a un total de 2.900 cupos de parqueos, a los cuales se les adicionará 350 que se ubicarán en el predio Cemex y los 1.100 de ÁGORA BOGOTÁ.

1.1.3. PROYECTO BORDE ACTIVO SOBRE LA AVENIDA DE LA ESPERANZA

El desarrollo de este importante proyecto se constituirá en una mejor manera de relacionar el recinto ferial con el espacio público a lo largo de la Avenida de la Esperanza, permitirá definir la forma de articularse con el próximo Centro Internacional de Convenciones y el futuro hotel del recinto y se atenderán los compromisos con el Plan de Regularización y Manejo (PRM) de: a) demolición pabellones 2C, muro de cerramiento de Área Libre 2C y reestructuración Tanque de Agua, sobre Área Libre 2C; b) construcción Plazoleta de acceso peatonal sobre Av. de la Esperanza (1.871 m²) según proceso de sustitución estipulado en el Decreto Distrital 348 de 2005; c) reestructuración cerramiento sobre costado y d) manejo de control ambiental respectivo – conformación de la alameda perimetral bajo la concertación.

Para estos efectos, se decidió contratar a principios del año 2013, al arquitecto Lorenzo Castro quien cuenta con una amplia y destacada experiencia en el desarrollo de proyectos de espacio público en la ciudad y el país, quien mediante talleres de trabajo con la participación del equipo de la Subdirección Técnica y de Infraestructura de Corferias, desarrolló el marco conceptual, el programa de diseño y las características generales del proyecto.

Es así como se desarrolló la etapa de anteproyecto arquitectónico, teniendo en cuenta los diferentes componentes, es decir, un edificio lineal de uso mixto (oficinas en primer piso hacia el interior del recinto ferial y locales comerciales en el segundo piso hacia el exterior) que conectará peatonalmente el futuro hotel ubicado en la esquina de la carrera 37 por Avenida de la Esperanza con el Gran Salón Óscar Pérez Gutiérrez y que además permitirá la activación del espacio público sobre el costado sur del predio 1; la alameda a lo largo de la Avenida de la Esperanza y La plazoleta de sustitución que conformará el nuevo acceso sur del recinto ferial, con un aporte urbanístico para la ciudad, al crear una amplia zona de uso público con componentes paisajísticos y una mejora sustancial en la proporción de áreas verdes y los espacios para uso público peatonal del sector.

La finalización del proceso de diseño arquitectónico, junto con la realización y coordinación de los estudios técnicos y la gestión para la obtención de licencias de construcción e intervención y ocupación del espacio público, se llevará a cabo durante el año 2014.

1.1.4. PROYECTO ESPACIO PUBLICO PREDIO ANEXO CALLE 25

Para este proyecto se ha venido adelantando el proceso de diseño y concertación ante entidades distritales. Los avances durante el año 2013 consistieron en la elaboración del anteproyecto arquitectónico, que considera la modificación del perfil vial y la utilización del área del predio anexo de manera que *“complemente de manera adecuada, los usos que se establezcan dentro del Plan de Regularización para la Feria de Exposiciones”*, al crear de esta forma una alameda a lo largo del costado norte del predio 1 que se extiende a los que se encuentran del otro lado de la calle 25, y una plazoleta de uso público.

La finalización del proceso de diseño arquitectónico, se efectuará durante el año 2014, junto con la realización y coordinación de los estudios técnicos y la gestión para la obtención de licencias de construcción e intervención y ocupación del espacio público.

1.1.5. PROYECTO INNOBO Y DESARROLLO DEL ENTORNO

Corferias en su Plan Maestro de Desarrollo estructuró la idea de crear un Distrito o Nodo de Ferias, Eventos y Convenciones. Este Distrito está proyectado alrededor del recinto ferial, en el marco de lo que se ha denominado como el Anillo de Innovación de Bogotá dentro del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de la ciudad.

El propósito de esta iniciativa es hacer más atractiva y competitiva a Bogotá, definiendo una gran oportunidad de construir ciudad de manera conjunta entre las entidades públicas y privadas para la renovación y revitalización del sector.

Esta idea fue el origen del proyecto de revitalización urbana denominado INNOBO, cuyo estudio de pre-factibilidad fue desarrollado a través de un Convenio de Cooperación Público – Privada.

Corferias para seguir avanzando en la construcción del Nodo de Ferias Eventos y Convenciones y con el propósito de consolidar un entorno acorde a la visión futura del sector, formuló un memorando de entendimiento y un convenio con el EAAB, con el propósito de definir las posibilidades de desarrollo de su predio, de manera armónica con los desarrollos de Corferias y bajo el entendimiento de construir colectivamente el Nodo, el espacio público y las posibles sinergias, para lo cual se contratarán estudios relacionados con el valor del predio y las posibilidades de desarrollo incluyendo el proyecto actual del edificio del Centro Administrativo del Agua (CAA), los laboratorios y la Plaza del Agua.

Durante el 2013 se realizaron múltiples reuniones con las autoridades del Distrito, para que se incluyera en la nueva revisión del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) al Proyecto INNOBO y el Distrito Turístico de Ferias, Eventos y Convenciones como un proyecto y operación urbana estratégica para la ciudad. Corferias propició reuniones con la Secretaría Distrital de Movilidad, la Secretaría Distrital de Planeación y con el Instituto de Desarrollo Urbano (IDU) para definir las acciones de movilidad y mejoramiento de la infraestructura vial necesaria para la consolidación del sector.

En el marco de estos diálogos, se han analizado temas relacionados con la prolongación de la malla vial existente, las facilidades de acceso a los sistemas de transporte masivo y la implementación de acciones coordinadas en este tema entre los sectores público y privado.

Durante 2013 se oficializó el nuevo Plan de Ordenamiento Territorial POT del Distrito, que crea un

impacto importante en materia urbanística y en el desarrollo de las actividades productivas y comerciales de la ciudad.

Es importante hacer notar que la Corporación se acoge al Plan de Regularización y Manejo (PRM) sobre los predios del área del recinto ferial, el proyecto CICB y la torre de parqueaderos, porque este Plan es la norma que rige los aspectos urbanos de estos predios y no el nuevo POT. Lo anterior, en concordancia con el Artículo 559 del POT que establece el grado de precedencia de los PRM sobre el mismo.

En la vigencia del PRM todas las licencias y modificaciones que se soliciten se resolverán con fundamento a sus normas y no en las del POT.

El POT vigente contiene una norma que solo opera para recintos feriales (art. 277 párrafo 4) en la cual se determina que estos equipamientos ya no se consideran servicios sociales y por lo tanto no tienen obligación de permanencia. Esto significa que el uso dotacional que tenía el predio 1 y 2 podría desaparecer una vez finalizado el PRM.

Los predios de Cemex y Lafayette no están cobijados por el PRM y por tanto a las licencias nuevas que se llegaren a solicitar les aplicaría las cargas establecidas en el POT. No obstante, dado que Corferias solicitó licencias para Cemex y Lafayette antes de la entrada en vigencia del Plan de Ordenamiento Territorial, los proyectos que se desarrollen bajo estas licencias, así como las modificaciones a las mismas se sujetan a las normas vigentes al momento que se solicitaron.

En este sentido, Corferias ha logrado un importante avance al consolidar sus normas urbanísticas para el desarrollo presente y futuro del Distrito o Nodo de Ferias, Eventos y Convenciones.

1.1.6. PLAN DE MEJORAMIENTO EN INFRAESTRUCTURA

En el marco del Plan de Mejoramiento de la Infraestructura, se desarrollaron durante el año 2013 proyectos enfocados en la modernización de las instalaciones y dirigidos principalmente al servicio a expositores y visitantes y la optimización de procesos operativos internos.

A continuación, hacemos un recuento de las actividades ejecutadas:

1. Desarrollo de parqueaderos predio Cemex fase 1- 25%

Una vez recibida la primera parte del lote de la cementera, recién adquirido por la Corporación, se dio inicio en el mes de febrero a las obras de adecuación de esta parte del predio a fin de habilitar el uso de 170 cupos nuevos de parqueaderos con los cuales se busca reducir el impacto que significó la pérdida de cupos disponibles por el inicio de la construcción del CICB. La adecuación de esta primera fase, la cual se concluyó en abril de 2013, se complementará en 2014 con la incorporación de 350 adicionales cuando se reciba por parte de Cemex el área restante del predio.

2. Comedor funcionarios

Como respuesta a la necesidad de los colaboradores de la Corporación, manifestada a través del Área de Recursos Humanos, la Subdirección Técnica construyó el nuevo comedor de funcionarios ubicado en el costado occidental del pabellón 3, este espacio de 160 M2 tiene una capacidad de 100 personas y cuenta con área de descanso, TV, y facilidades para calentar alimentos. Este proyecto se dio al servicio en julio de 2013.

3. Infraestructura para cruces peatonales semaforizados

En cumplimiento de los compromisos adquiridos con el Distrito en el marco del Plan de Regularización y Manejo del recinto ferial, la Corporación ejecutó entre febrero y abril de 2013 las obras de infraestructura y adecuación de espacio público requeridas para la futura implementación de cruces peatonales semaforizados en las esquinas de la carrera 40 x calle 25 y carrera 37 x calle 25. Las mencionadas obras fueron recibidas formalmente por la Secretaría Distrital de Movilidad mediante acta firmada el día 18 de abril de 2013.

4. Construcción nuevo centro de acopio de basuras

En razón a que el centro de acopio de basuras se demolió a causa de las obras de construcción del CICB, se hizo necesario su traslado, para ello se seleccionó el predio de Cemex y se decidió utilizar una de las estructuras de las antiguas bodegas de almacén, adaptarla y darle un nuevo uso. Este proyecto iniciado en el mes de noviembre de 2013 y aún en construcción dotará al Área Operativa de un lugar mucho más amplio y mejor acondicionado para el desarrollo de las actividades de acopio, clasificación y disposición de basuras y material de reciclaje producto de la actividad ferial.

5. Control de accesos

Uno de los principales proyectos a cargo de la Subdirección Técnica fue la implementación del nuevo sistema de control de accesos el cual se acometió en 2 fases principales, la primera tuvo que ver con el diseño y construcción de las redes de infraestructura técnica a través de las cuales se llevaría los cableados eléctrico y de datos que alimentarían los equipos de control de acceso, las etapas de invitación y adjudicación de esta fase del proyecto se cumplieron entre los meses de agosto y octubre de 2013, la etapa de construcción se inició en el mes de diciembre y se extenderá hasta el mes de abril de 2014, esta etapa incluirá el cambio de los acabados de pisos de los 2 principales accesos de Corferias y la remodelación del registro de acceso arco.

La segunda fase de este proyecto consistió en el proceso de invitación, adjudicación y contratación del suministro e instalación de los equipos de control y "software" de gestión, el cual se realizó en forma conjunta con el Área de Tecnología y con la participación de las Áreas de Servicios, Calidad y Procesos, Registros y Contabilidad entre otras relacionadas con el tema. La adjudicación fue aprobada por la Junta Directiva en el mes de diciembre y en la actualidad se lleva a cabo el proceso de formalización del contrato

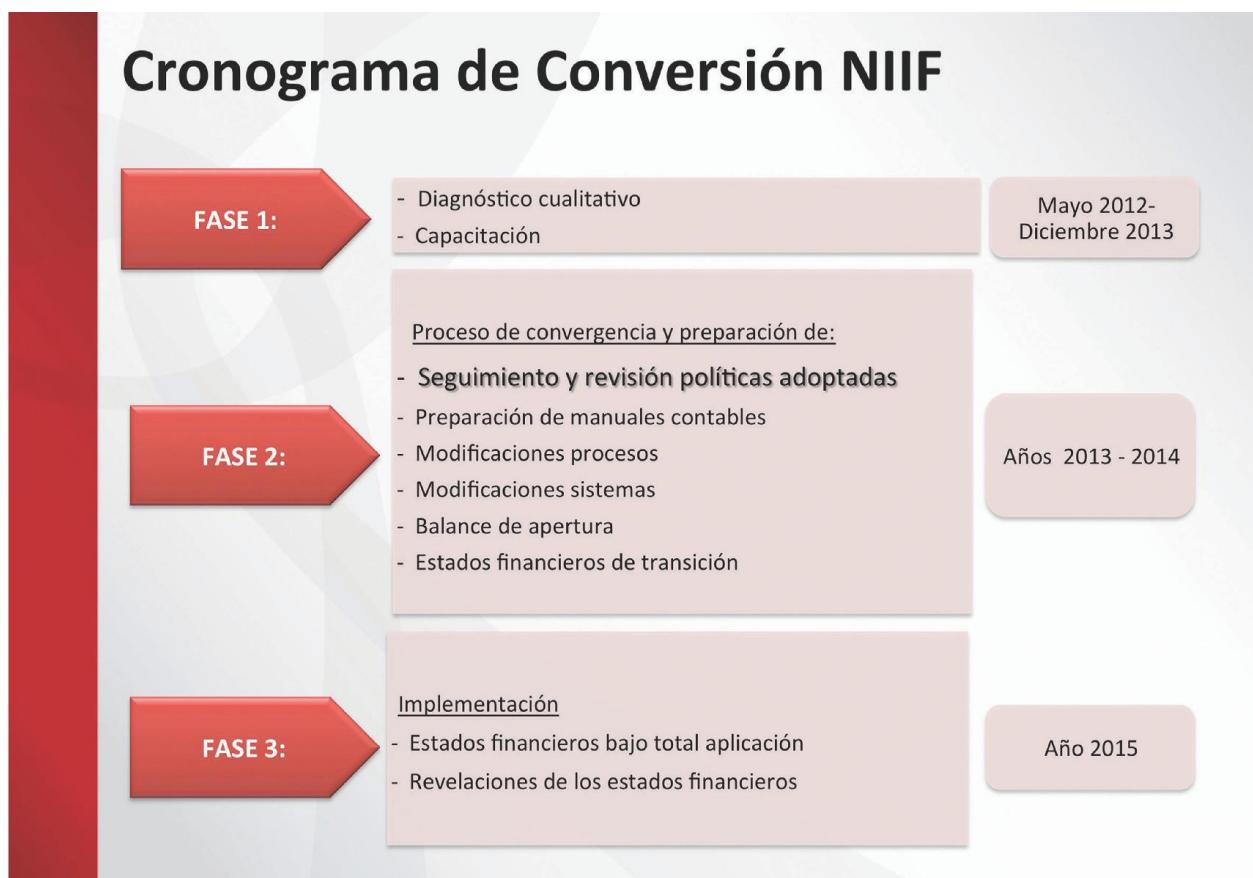
1.2. MODERNIZACIÓN DE PROCESOS Y GOBIERNO

Corferias se ha mantenido pendiente de desafíos de la industria ferial y ha trabajado para adaptarse a los cambios del entorno, para lo cual ha modernizado sus procesos y gobierno y ha desarrollado una importante gestión de Gobierno Corporativo, con los siguientes resultados:

1.2.1. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIIF)

En virtud del cronograma establecido por la ley para la implementación de las NIIF, y al tener en cuenta que Corferias pertenece al Grupo 1 por ser emisor de valores, y de acuerdo con las disposiciones legales en esta materia, la Corporación ha venido trabajando los últimos 2 años en el proceso de entendimiento e implementación de la práctica de las Normas Internacionales de Información Financiera.

Para las entidades y empresas pertenecientes al Grupo 1, el año 2013 es el periodo de preparación obligatoria; el 2014 es el periodo de transición y el 2015 el de aplicación.



Para Corferias, es fundamental el desarrollo de este proyecto, no solo por el cumplimiento de la obligatoriedad, sino también por lo que representa estratégicamente para la Corporación en su proceso

de internacionalización y de cara a nuestros accionistas con confiabilidad, relevancia, comprensibilidad, comparabilidad y valor razonable de la información financiera de la Corporación.

Es así como se estructuró un proyecto en donde se destacan actividades de formación y capacitación, análisis y diagnóstico, mesas de trabajo, reportes de avance a la entidad de vigilancia y análisis de otras prácticas, que nos permitieran continuar trabajando en el mejoramiento y adecuado proceso de adopción de las NIIF.

A continuación, se destacan los principales impactos, que nos representa la adopción de directrices que permiten a Corferias administrar la información financiera a valor razonable:

1.2.1.1. Valoración de activos – propiedad planta y equipo

Se consideró el objeto social de la Corporación y las características específicas de los activos para el cumplimiento misional de la empresa.

La Corporación con base en las características de los predios, siguiendo las recomendaciones de los asesores y en línea con la Cámara de Comercio de Bogotá, optó por dar el siguiente tratamiento a sus activos:

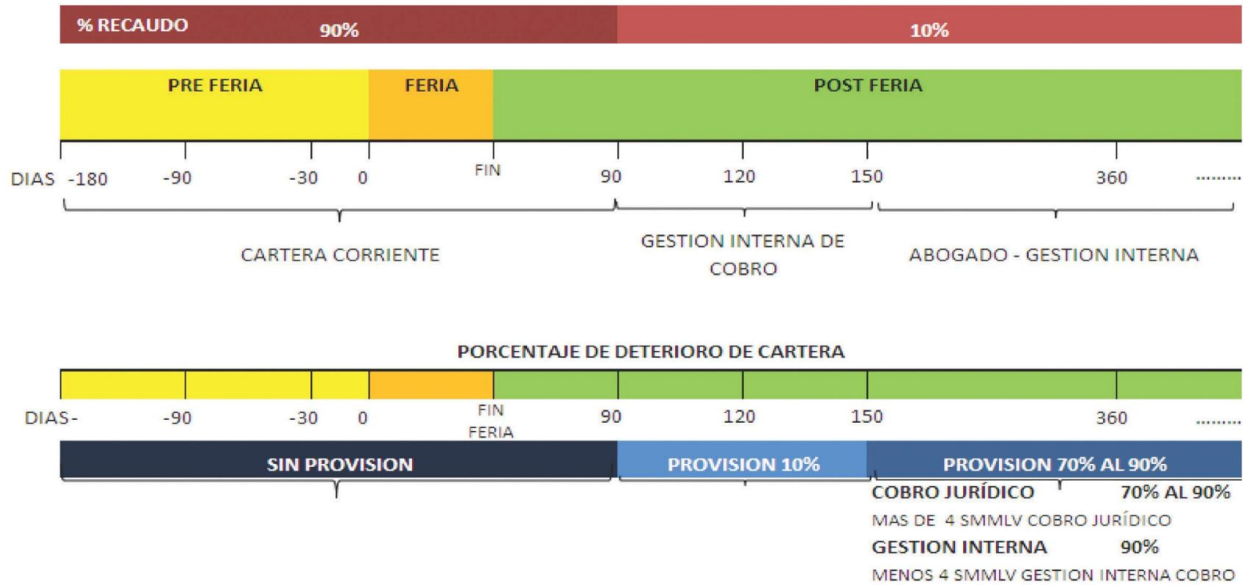
- Balance de apertura NIIF 1 - Valor razonable o revalorización como costo atribuido: El costo de ciertas partidas de propiedades fue determinado con referencia a la valorización de los PCGA anteriores. La Corporación optó por aplicar la exención opcional para usar esta revalorización anterior como costo atribuido al 1 de enero de 2014, que es la fecha de transición.
- Reconocimiento inicial – Balance de apertura: Bienes muebles y bienes inmuebles a Costo atribuido (Valor Razonable).
- En la medición posterior las propiedades y equipo que cumplan las condiciones para ser reconocidos como activos se medirán por su costo. El costo incluye gastos que son directamente atribuibles a la adquisición del activo. Cuando se parte de una partida de propiedad, planta y equipo poseen vidas útiles distintas, son registradas como partidas separadas (componentes importantes) de propiedad, planta y equipo.
- Medición posterior: Modelo de Costo para Bienes inmuebles y muebles con depreciación línea recta y Valor Residual de acuerdo con concepto de un especialista dependiendo de cada caso.

1.2.1.2. Cuentas por cobrar comerciales

Los préstamos y partidas por cobrar son activos financieros con pagos fijos o determinables que no se cotizan en un mercado activo. Estos activos inicialmente se reconocen al valor razonable más cualquier costo de transacción directamente atribuible. Posterior al reconocimiento inicial, los préstamos y partidas por cobrar se valorizan al costo amortizado usando el método de interés efectivo, menos las pérdidas por deterioro.

Corferias definió un nuevo modelo en función con la realidad del ciclo de vida de la actividad de los

eventos, permitiendo determinar si los saldos de los deudores se han deteriorado.



1.2.1.3. Inversiones

La Corporación ha clasificado sus activos financieros a su costo amortizado o valor razonable sobre la base del modelo de negocio de la entidad para gestionar los activos financieros y de las características de los flujos de efectivo contractuales del activo financiero.

Para una inversión que es un instrumento de patrimonio que no es mantenido para negociación, la NIIF 9 permite una elección irrevocable, sobre una base individual acción por acción, para presentar todo los cambios de valor razonable de la inversión en otros resultados integrales. Los dividendos sobre dichas inversiones son reconocidas en los resultados.

1.2.1.4. Gestión de ingresos y gastos diferidos

La dinámica comercial de Corferias, de acuerdo con el ciclo de promoción y desarrollo de un evento hasta su finalización, puede tomar entre 18 meses y 1 año.

Con base en el análisis de la razonabilidad de las operaciones, a la disciplina presupuestal de Corferias a nivel de evento y las NIIF que los ingresos por prestación de servicio se reconocen en el resultado en proporción al grado de realización de la transacción a la fecha de presentación del estado de situación financiera. El grado de realización es evaluado de acuerdo a estudios de trabajos llevados a cabo.

Los ingresos de actividades ordinarias deben ser reconocidos en la medida en que sea probable recuperar los costos incurridos por causa del contrato.

1.2.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y CONTROL INTERNO

Corferias tiene implementado un modelo administrativo de Gestión de Calidad certificado bajo la norma

ISO 9001, versión 2008.

Durante el 2013, mejoró el sistema de Gestión de Calidad de la entidad a través del perfeccionamiento de los procesos de inserción de los clientes, análisis de los indicadores de gestión y mejoramiento de los procesos a través de las oportunidades de mejora.

Como resultado exitoso del proceso de mejoramiento continuo, se logró la recertificación en la norma ISO 9001, por parte de Bureau Veritas Certification.

Así mismo Corferias ha adoptado un Sistema de Control Interno como elemento esencial del Gobierno Corporativo y en este contexto mantiene su comportamiento bajo los parámetros establecidos por la Superintendencia Financiera de Colombia, a través de las Circulares 014 y 038 del 2009, que permiten generar competitividad, transparencia y confianza en cada una de sus actividades y procesos.

Durante 2013, en relación al ambiente de Control, la Auditoría Interna desarrolló una campaña entre los colaboradores de la Corporación mediante la cual promovió los fundamentos del Control Interno (Autorregulación, Autocontrol y Autogestión), y logró mayor entendimiento de la importancia de implementar estos factores en el desarrollo de sus funciones.

La organización trabajó en mantener un adecuado ambiente de control, a través de la Auditoría Interna, acompañada del Sistema de Gestión y Administración de Riesgos y del Sistema de Gestión de Calidad, al generar observaciones y oportunidades de mejora a los procesos y políticas, que son comunicados a los responsables de los mismos y a la Presidencia Ejecutiva, que permiten conocer el progreso de la organización.

En el 2013 se evidenció la importancia de haber implementado la política de evaluación de los riesgos de la Corporación, orientada a propender por un perfil de riesgo bajo controlado. Se realizó el primer ciclo de revisión de los distintos riesgos y de los controles asociados a los mismos y a través del Comité de Riesgos se identificaron oportunidades de mejora y se dieron las recomendaciones a la Administración.

A través del Sistema de Gestión de Calidad se han establecido las políticas y procedimientos para garantizar un adecuado manejo de la información y comunicación, permitiendo mantener un flujo eficaz de la información en todas las direcciones y niveles.

Finalmente, de acuerdo al Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo, y conforme al marco del sistema de Control Interno, la Auditoría Interna dio soporte a la Alta Dirección de la Empresa, a través de evaluaciones periódicas con el fin de mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno, que proporciona una seguridad razonable para el adecuado cumplimiento de los objetivos.

1.2.3. ESTRATEGIA DE PRECIOS BASADA EN VALOR

La firma AMR International fue contratada para apoyar a Corferias en su proceso de reflexión estratégica de precios. De la mano de esta firma se evaluaron las mejores prácticas de los líderes feriales y se reconoció la necesidad de alinear el “precio” con el “valor ofrecido por el producto a los clientes”.

Esta definición de precios basada en el valor se basa en un conocimiento de los elementos que valora el expositor para poder construir propuestas o paquetes que reflejen adecuadamente esos intereses. Esto se denomina el “conjunto.”

Se aprovechó el escenario de la versión 2013 de la Feria del Hogar para hacer encuestas exhaustivas a los clientes. De ahí resultó que lo que más valoran es la ubicación del stand (localización). Con base en esto se construyó una tipología de localización en donde se clasifican los stands en: Premium Plus; Premium; Standard Plus y Standard. Según el tipo de stand, el precio variará.

Esta tipología beneficia a los expositores, pues con la creación de “paquetes” el expositor puede escoger de acuerdo con sus preferencias y capacidad económica.

La Junta aprobó implementar la estrategia piloto de precios expuesta, en la Feria del Hogar 2014.

La construcción de la estrategia se ha hecho teniendo en cuenta los intereses e impactos en nuestros clientes y se ha dispuesto la creación de una unidad especial de precios que estará monitoreando al detalle el piloto.

1.2.4. CONFIABILIDAD INFORMACIÓN A TERCEROS

La Corporación continuó con la estrategia de validar y certificar sus estadísticas a través de KPMG Ltda., con el propósito de contar con información exacta, transparente y confiable acerca de los diferentes indicadores de la actividad ferial.

De esta manera, en nuestro Informe Anual de Gestión publicamos los datos estadísticos certificados, en el capítulo de Actividad Ferial. Esto les permite a clientes, aliados, expositores y al público en general, contar con esta herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones frente a la participación en nuestras ferias. Así mismo, se convierte en un instrumento que nos facilita el proceso de medición de la evolución de las ferias y el impacto que estas generan.

1.2.5. IMPLEMENTACIÓN LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Desde la expedición de la Ley 1581 de 2012, Corferias viene adelantando las acciones necesarias para su implementación.

El Decreto 1377 de 2013 reglamentario de la mencionada Ley, estableció un régimen especial para obtener la autorización de los titulares de los datos que las empresas tengan con anterioridad a la promulgación de la misma, mediante varios mecanismos.

Uno de estos es la publicación en la página “web” de la empresa, sus políticas de privacidad con el objeto que los titulares de dichos datos se pronuncien sobre su deseo de continuar en la respectiva base de datos hasta una fecha determinada. Una vez vencido ese plazo sin que haya manifestación en contrario, se entiende que el titular del dato ha dado autorización a la empresa para su tratamiento.

Corferias optó por esta medida y adicionalmente colocó avisos con su política de privacidad en las entradas del recinto (otro de los mecanismos establecidos en el decreto). De igual manera envió un correo electrónico a toda su base de datos recordando la política mencionada.

Como resultado de las acciones anteriores, se recibieron cerca de 1000 solicitudes de retiro de nuestras bases de datos sobre un total de 380.000 registros aproximadamente y se cumplieron los plazos y los términos establecidos por las autoridades, al respecto.

2. INNOVACIÓN

La Innovación como uno de los ejes estratégicos de Corferias, se ha convertido en un elemento fundamental de la cultura organizacional presente en los procesos de diseño de todos los productos y servicios.

De esta manera, en los últimos 8 años Corferias ha logrado incrementar en más del doble el número de ferias, pasando de un portafolio de 28 en el 2005 a 67 en 2013.

En el 2013, se destacó la creación de los siguientes siete nuevos productos de los cuales seis son ferias independientes y un salón especializado en el marco de otra feria:

- Marketlife (Industria del mercadeo, publicidad y eventos)
- F- Air (Industria aeronáutica, operación de este evento a la Aeronáutica Civil)
- Efficiency + Security + Safety (Seguridad industrial y para el hogar), alianza estratégica con operador Pafic)
- Smart Cities (Desarrollo tecnológico para ciudades inteligentes, aliado estratégico Fira de Barcelona)
- Enet – Expo (Comercio electrónico, alianza con la cámara colombiana de comercio electrónico)
- Moto Go (feria de motocicletas y otros vehículos de dos ruedas)
- Salón de Ferretería y Pintura en el marco de la feria Expoconstrucción.

Para el año 2014 dando continuidad a la política de innovación de Corferias se proyectó generar cuatro nuevos productos; los cuales están centrados en segmentos del mercado altamente atractivos por su crecimiento e Impacto.

Dentro de estos eventos se tiene *Colombia Saludable* feria que promueve modelos de estilo de vida sana a partir de la prevención en salud, enfocada en la ciudadanía en general la cual será desarrollada con ACEMI, Asociación Colombiana de Entidades de Medicina Integral.

Salón de la Infraestructura Es una plataforma internacional de negocios especializada para el sector de la infraestructura en el país y la región, orientada a fomentar el desarrollo y la difusión de proyectos de la

industria de la construcción en obras civiles y el propósito de contribuir en la planeación de las necesidades de infraestructura del país.

Mascotas Evento que girará alrededor de la mascota donde ésta será la protagonista, en un ambiente de negocios, actualización, familia, entretenimiento y diversión.

Bodegazo es el primer evento de saldos de acabados arquitectónicos en Colombia, el cual busca convocar todas aquellas empresas que comercialicen, fabriquen y distribuyen materiales para la remodelación.

Además se continua trabajando en salones de fortalecimiento para ferias existentes como son FIMA con el Salón del Agua y muestra de manejos de residuos, Salón de Energía en la Feria Internacional, Salón de Camaroneria y productos congelados, Salón de Panadería en Alimentec y Salón del Libro Digital en la Feria Internacional del Libro de Bogotá.

2.1. ACTIVIDAD FERIAL

Corferias realizó un total de 42 eventos feriales durante el año 2013 de los cuales 8 fueron propios, 20 en asocio y 14 en arriendo.

COLOMBIA RESPONSABLE

En su IV versión 2013 se consolidó como el escenario más importante para conocer las mejores prácticas, programas, proyectos, adelantos y oportunidades en Responsabilidad y Desarrollo Social del país, esta versión contó con la activa participación de 87 expositores del sector público, privado, sociedad civil y la academia. Asistieron más de 14.000 visitantes que se vincularon a las diferentes actividades que ofrece el evento como foro académico y encuentros de responsabilidad social,

ANDIFRAFICA

La versión XI de ANDIGRAFICA fue el epicentro de los grandes negocios a nivel nacional e internacional, de encuentros de los empresarios de servicios, maquinaria, equipos y materias primas; contó con la participación de 89 expositores y con la presencia de más de 8.000 visitantes.

AGROEXPO

Agroexpo 2013 es el certamen del sector agropecuario más importante de Colombia, Centroamérica y el Caribe y uno de los más representativos en Latinoamérica, logró reunir 549 expositores y la más completa muestra comercial, nacional e internacional con la presencia de más de 180.000 visitantes.

PROFLORA

Pese a las dificultades que enfrentó el sector floricultor por la devaluación del dólar y el cierre de gran parte de los cultivos, la versión 2013 de Proflora logró la participación de 60 países visitantes.

EXPOESPECIALES

Un evento que superó las expectativas y que en esta 6° versión, logró consolidar la muestra con 9 comités cafeteros de todo el país, 101 expositores y 10.800 visitantes nacionales e internacionales, los cuales tuvieron la oportunidad de apreciar el 8° Campeonato Nacional de “Baristas”.

EXPOESTATAL

Colombia Compra Eficiente lideró la agenda académica de Expoestatal 2013, la feria reunió a compradores públicos y empresas proveedoras del Estado. Se presentó la visión estratégica del sistema de compra y contratación pública.

AUTOMATISA 2013

Un evento que convocó a más de 60 expositores, donde se presentó, a 9.500 visitantes, lo más avanzado en tecnología de Instrumentación, Automatización e Inteligencia de Planta de la Región Andina y el Caribe.

FERIA EXPOCONSTRUCCIÓN Y EXPODISEÑO

Con un crecimiento del 48% en empresas internacionales participantes, provenientes de España, Estados Unidos, Italia, Alemania, Chile, China, Perú, Brasil, India, Portugal, Ecuador, Corea del Sur, México, Suiza y Bélgica y la asistencia de 1.379 compradores internacionales, 513 expositores y 56.200 visitantes, se consolida como el escenario para proyectar el intercambio de negocios y una sólida plataforma comercial en los sectores de la construcción, la infraestructura, la arquitectura comercial y el diseño interior e industrial.

FERIA MECANIKA

Plataforma de negocios que convocó las últimas tecnologías en equipos, herramientas, insumos y servicios relacionados con el sector automotriz, para el mantenimiento, la reparación y la seguridad vial, que contó con la presencia de 44 expositores y 3.396 visitantes, a pesar de haberse realizado en el marco de un paro de transportadores .

FERIA EXPOCOMERCIALES

En su segunda versión, la feria agrupó las principales marcas de vehículos utilitarios y comerciales. No hicieron presencia las marcas de vehículos de carga, como protesta a la Ley que reglamenta la venta de este tipo de vehículos y que les significó bajas considerables en sus indicadores de ventas.

MOVILIDAD Y TRANSPORTE

Frente a la coyuntura que vivió el sistema Transmilenio con las nuevas políticas de contratación y la reglamentación para implementación del SITP en Bogotá participaron 61 expositores representativos, con un incremento del 57% en ocupación. Se espera que esta feria pueda ampliar sus expectativas de

negocio a transporte de turismo e intermunicipal.

EFICIENCIA Y SEGURIDAD

Se concertó una alianza con PAFYC para llevar a cabo de manera conjunta la feria, a través de la cual se generaron espacios para presentar las políticas de seguridad amplias y de mayor conocimiento, sostenibilidad y competitividad de América Latina. Participaron 106 expositores y 7.258 visitantes entre compradores profesionales y visitantes internacionales.

E-NET

Junto con la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico - CCCE, con la participación de 49 expositores, se realizó este evento, como el escenario de relacionamiento y actualización del desarrollo de los negocios electrónicos, al presentar innovación, políticas y normativa aplicada al comercio y los negocios electrónicos.

F-AIR

Luego de participar en un riguroso proceso de licitación, convocado por la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil, Corferias fue elegida como el operador ferial de la Feria Aeronáutica Internacional, F-Air Colombia 2013. Este evento se realizó en el Aeropuerto José María Córdova de Rionegro (Antioquia), con apoyo de la Fuerza Aérea Colombiana. Contó con la participación de más de 200 expositores, provenientes de 25 países del mundo, representantes de las más reconocidas marcas de la Industria Aeronáutica.

SMART CITY EXPO 2013

Evento organizado por “Fira Barcelona”, Corferias y la Alcaldía Mayor de Bogotá, dejó como balance el intercambio de conocimientos e ideas para aplicar a la ciudad y mejorar en temas de Movilidad, Crecimiento Urbano e inteligente, Cambio Climático y Movilidad Sostenible, Tecnología y Sociedad Inteligente y Urbanismo Ecológico entre otros. Un foro que destacó el conocimiento y el aprendizaje acerca de la importancia de proyectarse como una ciudad del futuro e inteligente

EL GRAN SALÓN INMOBILIARIO

Para ésta versión, con la participación de 116 expositores y 16.625 visitantes, hicieron presencia las principales constructoras a nivel nacional. Se consolidó la participación de expositores internacionales e importantes proyectos regionales.

MINERIA

La caída de los indicadores de participación en el PIB de la Nación, exportaciones, inversión extranjera, empleos, regalías y producción, que sufrió la minería nacional el año anterior, no permitió tener una muestra mayor a la presentada en la versión anterior, sin embargo contamos con 92 expositores .

FERIA DEL HOGAR

La Feria del Hogar creció en ocupación el 10%. Con motivo de la celebración de los 30 años llegaron 231.468 visitantes, 18.000 más que la versión anterior. Las novedades y actividades con ese motivo fueron de alto impacto para los compradores, quienes registraron compras en Club C-fiel por más de \$19.200 millones de pesos, superando en un 7.8% respecto de lo registrado en el 2012.

CONGRESO COLOMBIANO DE PETRÓLEOS Y GAS

EL XV Congreso Colombiano de Petróleo y Gas, se realizó en alianza con ACIPET - Asociación Colombiana de Ingenieros de Petróleo -. A pesar de la situación coyuntural del sector se logró realizar un evento imponente que contó con la presencia de 233 expositores y 10.861 visitantes.

BELLEZA Y SALUD

Se consolida como evento líder, donde 304 empresas del sector y profesionales destacados del área de la salud y la belleza presentaron a los 52.047 visitantes, un 14% más que la versión anterior, las últimas tendencias, avances en productos, equipos y servicios relacionados con la belleza integral.

BABIES & KIDS

Buscando fortalecerla y de la mano de un evento con una mayor convocatoria de asistentes, Babies & Kids pasará a invitar a los 135 expositores de la versión de 2013 a participar de un pabellón especializado dentro del marco de la Feria del Hogar, contando con espacios diseñados para asesorías, charlas, conferencias, productos y actividades lúdicas de gran interés para los padres y para la familia en general.

GASTRONOMIA

Un evento que para el año 2014, tendrá un espacio dentro de algunas de las ferias masivas.

FERIA DEL LIBRO

En su 26ª versión, la Feria Internacional del Libro de Bogotá, convocó durante 13 días en 19.547,72 M2, alrededor de 392.000 visitantes que se deleitaron con más de 100.000 títulos presentados por 436 expositores. La feria tuvo a Portugal como País Invitado de Honor y con la importante presencia del Premio Nobel Jean-Marie Gustave le Clézio. Un total de 3.084 compradores profesionales y 232 compradores nacionales se dieron cita para realizar acuerdos comerciales en el marco de la feria.

SOFA SALON DEL OCIO Y LA FANTASIA

Superó las cifras de la versión anterior, al recibir a 77.897 visitantes y contar con la participación de 118 expositores en 3.090 m2 de muestra comercial y contenidos. Para esta versión se presentaron 3 pabellones nuevos: Sofa Kids, Sofa Natura y Sofa Gamers.

ARTESANIAS

La versión XXII de Expoartesanías, que se realiza en forma conjunta con Artesanías de Colombia, se sigue fortaleciendo como el evento del sector artesanal de mayor importancia. En esta oportunidad, la feria contó con la asistencia de 80.500 personas y con la presencia de 19 países. Se destacó el pabellón Diseño Colombia de Artesanías de Colombia en donde se exhibieron productos con intervención total del diseño.

MOTO GO

En alianza con FENALCO se llevó a cabo la primera versión de la feria. Durante 10 días, 24.399 visitantes amantes de las motocicletas, disfrutaron de un escenario en el cual, alrededor de 74 empresas presentaron las últimas novedades del sector y lograron apreciar las exhibiciones de diferentes disciplinas del motociclismo.

MARKET LIFE

Plataforma de actualización y capacitación de alto nivel, para la industria del marketing, que por medio de una agenda académica, “speakers” de talla mundial y una amplia muestra comercial, ofreció un espacio de comunicación y mercadeo para generación de contactos, negociaciones y alianzas estratégicas. Un evento que se encuentra en proceso de rediseño.

FERIAS EN ARRENDAMIENTO

En el año 2013 se realizaron 14 ferias en arrendamiento en donde se destacaron el Footwear and Leather Show una de las ferias especializadas más importante en la comercialización del cuero el calzado y la marroquinería, Vitrina Turística de Anato evento en el cual la diversidad de productos y servicios permitió dar a conocer el dinamismo del turismo como fuente de prosperidad económica y social, ArtBo en su novena versión contó con la participación de aproximadamente 25 mil personas entre compradores y visitantes se consolidó como la feria de arte más importante del país, Andina-Pack 2013 fue un rotundo éxito gracias al equilibrio de la oferta y la demanda, consolidándose como una feria de relevancia internacional.

A continuación, Corferias presenta las estadísticas de participación de expositores, visitantes, compradores nacionales e internacionales, en sus ferias, con los datos certificados por la firma KPMG Ltda.

Ferias Bienales	Expositores	Visitantes	Compradores Nacionales	Compradores Internacionales	Área Comercializada	Área Bruta
Expo Construcción y Expodiseño	513	56.229	12.373	1.379	22.647,68	53.371,54
Agroexpo	549	182.698	13.138	1.537	22.075,54	60.295,42
Expospeciales	101	10.877	4.650	133	2.319	7.289,37
Expocomerciales	49	3.935	2.078		5.711	15.079,41
Colombia Responsable	87	14.390	5.559		3.744,77	15.227,07
Automatiza	64	9.559	8.595	71	2.217	9.829,92
Congreso Colombiano de Petróleo y Gas	233	10.861	5.978	507	7.044,50	19.007,66
Andrigráfica	89	8.164	2.454		15.079,42	15.079,42
Movilidad y Transporte	61	3.310	3.018	46	1.605	12.216,98
Mecánica	44	3.396	3.033		1.730,02	5.163,97

Ferias Anuales	Expositores	Visitantes	Compradores Nacionales	Compradores Internacionales	Área Comercializada	Área Bruta
Babies & Kids	135	22.398			2.299,50	8.720,39
Expoartesanías	845	80.512		279	9.845,72	29.627,71
Expoestatal	80	4.210	3.953		2.137,28	5.836,59
Feria Belleza y Salud	304	52.047	10.896	201	7.647,86	32.601,37
Eficiencia y Seguridad	106	7.258	6.640	206	3.201	8.720,39
Feria del Hogar	760	231.468			28.261,62	60.098,88
Feria Internacional del Libro	436	392.598	3.084	232	19.547,72	50.632,26
Gastronomía	146	15.356			10.776,96	10.776,96
Gran Salón Inmobiliario	116	16.625			3.552,90	10.106,65
Minería	92	3.006	2.496	113	2.142,00	9.839,30
SOFA	118	77.897			3.090,87	34.221
Marketlife	66	3.396	2.637		592,50	6.359,03
MotoGo	74	24.399	167		1.876,87	8.687,83
Smart City Expo Bogotá	33	2.394	2.204		864,47	4.329,37

2.2. EVENTOS

En Corferias durante el año 2013 se llevaron a cabo 106 eventos entre congresos, foros, convenciones, conciertos y lanzamientos institucionales.

Dentro de los eventos que se realizaron en el 2013, se destacó Extravaganza Herbalife, evento que ocupó los 15 mil metros cuadrados del Gran Salón Oscar Pérez Gutiérrez con la asistencia de 19.000 personas de diferentes países.

Así mismo, se llevó a cabo la Feria del Conocimiento “Intercambio de Saberes” del Ministerio de Educación, un evento que durante 3 días facilitó espacios de interacción entre los maestros y la comunidad educativa, que permitió exaltar el trabajo y compromiso de los docentes del país e igualmente, analizar las experiencias de los 3.000 tutores y 100 formadores que hicieron parte del Programa.

Otros eventos que se destacan fueron “Venezuela Exporta” que permitió el intercambio comercial entre los dos países, “Supérate con el Saber” evento que reconoció a los 11 mejores estudiantes del país mediante competencias académicas de diferentes áreas y el Lanzamiento de la nueva Camiseta con la cual, la Selección Colombia participará en el mundial Brasil 2014.

Para el año 2013 la unidad de Eventos registro crecimiento frente al año 2012 a pesar de no contar con eventos de gran importancia como “Campus Party”, World Skills Colombia” y La Feria del Empleo y el Emprendimiento del SENA.

2.3. PATROCINIOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Corferias ha continuado reforzando el modelo de patrocinios y alianzas estratégicas, a través del cual la Corporación le brinda a las empresas la oportunidad de ofrecer a sus clientes, servicios especializados complementarios al negocio de ferias y eventos y al mismo tiempo tener una presencia de alto impacto, buscando cumplir así sus objetivos comerciales y de mercadeo.

Este modelo se ha convertido en un gran valor agregado tanto para visitantes como para expositores y para la propia Corporación. En el 2013, a través de patrocinios y alianzas estratégicas se obtuvo un ingreso para Corferias de \$6.659'155.354.

Durante ese mismo lapso, Alianzas Estratégicas como las que la Corporación tiene con Davivienda y Hoteles Estelar, se han consolidado aún más, gracias a la gestión, integración y trabajo conjunto con las distintas áreas de Corferias. Así mismo, en el 2013 se continuó fortaleciendo la visibilidad de las empresas que tienen presencia en Corferias, como es el caso de “Bar Premium” en la terraza del pabellón 3 y se mantuvo la comercialización del área de parqueaderos, sobre la Avenida La Esperanza.

3. INTERNACIONALIZACIÓN

Con el objetivo de consolidar a Corferias como la plataforma de negocios que ofrece a los empresarios herramientas e instrumentos para participar con éxito en los mercados internacionales y fortalecer el posicionamiento internacional de la Corporación frente a la industria ferial mundial, Corferias obtuvo importantes logros durante el 2013.

En el marco de los objetivos establecidos en la Planeación Estratégica, se reafirmó la necesidad de lograr que las ferias de Corferias sean verdaderas ferias internacionales, con una creciente participación de compradores y expositores internacionales y un aumento de empresas colombianas con oferta exportable.

Así mismo, uno de los grandes objetivos es consolidarse como Operador Ferial Internacional, con especial énfasis en aquellos países que conforman la Alianza del Pacífico, como estrategia de afianzamiento de su liderazgo regional internacional.

Para el logro de estos objetivos se definió la importancia de asegurar el liderazgo de Corferias en las Asociaciones Internacionales de la industria, para consolidar la Corporación como el principal operador

de ferias de la Región.

Con estos objetivos en mente se realizó un análisis sobre la Estrategia de Internacionalización que parte del entendimiento del liderazgo que Corferias ejerce en la actividad ferial en Colombia, su importancia regional, reconocimiento mundial, y el desempeño de la economía colombiana.

Parte fundamental de este proceso fue la selección de Corferias para participar en el programa CAF de Excelencia Exportadora con el respaldo de Proexport, la Cámara de Comercio de Bogotá, el CESA y el acompañamiento metodológico de la firma de consultoría DG&A, lo cual ha sido muy útil para comprender y dinamizar el modelo de negocio internacional de la organización.

En este Modelo de Negocio Internacional se reconoce la condición de Corferias como empresa exportadora de servicios y bajo la metodología “Canvas” se identifican las fortalezas y debilidades de la Corporación y se formula un nuevo modelo de negocio en el marco de una visión integral que considera los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, las fuentes de ingresos, los recursos claves, las actividades prioritarias, las alianzas estratégicas y la estructura de costos. El “Canvas” definido para Corferias es el siguiente:



Así mismo, el análisis desarrollado al portafolio de las ferias de la Corporación, de sus expositores y visitantes, consideró que Corferias tiene todo el potencial para desarrollar ferias existentes como centros regionales “hub” o ferias internacionales.

Este análisis señaló que las ferias en sectores de infraestructura, defensa, movilidad de pasajeros y equipos médicos son las de mayor potencial. Así mismo destacó la importancia de eventos como la Feria Internacional, Expodefensa; Movilidad y Transporte y Meditech; Eficiencia y Seguridad; Andina Pack; Andigráfica; Expo Oil & Gas; Agroexpo; Sala Logística; Alimentec; Automatisa y Filbo.

El propósito de Corferias es fortalecer estos eventos para que sean “hub” de la región, lo que convertiría a Bogotá y Colombia en el tercer epicentro de ferias en Latinoamérica después de Brasil y México. En este sentido, las ferias de Corferias deben atraer toda la industria de los países andinos, Centroamérica y el Caribe y la Alianza del Pacífico.

Adicionalmente, se identifican posibles oportunidades de adquisición de ferias en los países de la Alianza del Pacífico Latinoamericano, cuyo mercado ampliado es atractivo para Corferias debido a su crecimiento, y la disponibilidad de adquisiciones interesantes.

En este proceso de internacionalización, la Corporación debe continuar en su proceso de fortalecimiento de sus competencias y habilidades internas como Operador Profesional con miras a dinamizar los productos del portafolio con potenciales de ser “hub” en la región y para avanzar en una estrategia de alianzas estratégicas con operadores internacionales.

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

Con el propósito de generar mayores resultados de negocios para los expositores nacionales y una proyección internacional, Corferias ha venido mejorando los instrumentos con los que cuenta para impulsar una mayor participación de expositores y compradores profesionales internacionales.

Para ello, Corferias promovió la sinergia y el trabajo conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y Proexport, lo que facilitó en el 2013 una importante participación de compradores internacionales en las siguientes ferias:

- Feria Internacional del Libro
- Expoconstrucción Expodiseño
- Agroexpo
- F-Air Colombia
- Minería
- Belleza y Salud
- Smart City Expo
- Eficiencia y Seguridad
- Expospeciales
- Congreso Colombiano de Petróleo y Gas (ACIPET)
- Expoartesanas

El propósito fundamental de esta convocatoria es facilitar a los expositores la posibilidad de ofrecer directamente sus productos a compradores internacionales para mejorar la identificación de contactos comerciales y brindar mayores oportunidades de concretar negocios.

En el 2013, Corferias recibió 4.640 compradores profesionales internacionales de más de 65 países, entre ellos los más importantes procedieron de Estados Unidos, México, Venezuela, Ecuador, Perú, Brasil, Argentina, Panamá y Canadá.

Estuvieron vinculados a servicios de concertación de agendas comerciales y ruedas de negocios que beneficiaron a 1.600 expositores con un nivel de satisfacción del 88%. En las 6.366 citas concertadas, las expectativas de negocios sumaron cerca de US\$ 185 millones.

Para obtener mejores resultados y una mayor eficiencia en los procesos de participación de compradores internacionales, Corferias ha venido fortaleciendo estos procesos mediante la construcción de sólidas bases de datos.

Así mismo, Corferias ha vinculado profesionales bilingües para optimizar la respuesta a las necesidades de los potenciales compradores internacionales y con la implementación del CRM se gestionó un proceso de centralización de las bases de datos y de integración administrativa de múltiples canales (internet, teléfono), así como las estrategias del "Contact Center" con alcance internacional, para mejorar los procesos de contacto con las empresas y realizar mayores procesos de control y seguimiento. Todo este proceso de mejoramiento ha incrementado la efectividad en convocatoria de compradores internacionales al pasar de 73% para el 2012 al 78% en el 2013.

En el marco de la implementación del proceso de internacionalización que desarrolla Corferias para afianzarse como operador profesional ferial líder en la región, desde el 2011 ha reforzado la Red Internacional de Aliados Institucionales con entidades que promueven las relaciones comerciales con otros países a través de Embajadas, Cámaras Binacionales y Promotores de Comercio Exterior e Inversión, entre otros, para facilitar los procesos de convocatoria y participación de empresas internacionales en las ferias.

El trabajo con los aliados internacionales y la gestión de convocatoria directa realizada, aseguraron la participación de 368 empresas internacionales nuevas, que representan un crecimiento del 130% en ferias especializadas como Automatiza, Expoconstrucción y Expodiseño, Andigráfica, Agroexpo, F-Air, Minería, Belleza y Salud, Mecanik, Movilidad & Transporte y Congreso Colombiano de Petróleo y Gas.

Esta participación de nuevas empresas extranjeras, representó para Corferias durante el año 2013 ingresos adicionales por \$2.900 millones de pesos.

De forma paralela se han incrementado los convenios de cooperación con aliados internacionales, lo que facilita mantener la difusión directa de información de Corferias y sus productos feriales en más de 20 países. Durante el 2013, para mantener la Red Internacional de Aliados Institucionales, se desarrollaron servicios complementarios dentro de los cuales está una concertación de entrevistas B2B que facilita la generación de contactos cualificados entre los expositores internacionales y los empresarios

colombianos y un servicio de paquete integral para la mejor atención de necesidades y requerimientos, de los expositores internacionales.

3.2. LIDERAZGO Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

El 2013 fue un año de la mayor importancia para el posicionamiento y el liderazgo de Corferias frente a la industria ferial a nivel mundial, ya que el Presidente de Corferias fue elegido Presidente de la Unión de Ferias Internacionales (UFI), lo que lo convierte en el primer representante del continente americano que ha logrado esta posición.

Este es un logro que refleja el reconocimiento que ha logrado Corferias a nivel internacional, pues la UFI es la entidad más importante de la industria ferial mundial, con cerca de 90 años de historia, de la que hacen parte 85 países y los 640 recintos feriales y operadores más importantes del mundo.

El nombramiento significa que durante los próximos 3 años, el Presidente de Corferias hará parte del TRIO UFI, figura que enmarca la elección de tres presidentes (entrante, actual y saliente), convirtiéndose en una de las posiciones de mayor importancia, reconocimiento e influencia dentro de la industria ferial global.

Esta distinción le permite a Corferias la oportunidad de cumplir las metas trazadas en materia de internacionalización y también le da a la ciudad la posibilidad de tener una mayor visibilidad y un mejor posicionamiento internacional.

En este sentido, una de las decisiones que se tomó durante el 2013 con un impacto muy positivo para la ciudad y el país fue concederle a Bogotá el honor de ser la sede del Congreso de la UFI para el 2014, que es el evento más importante de la industria ferial internacional.

El Congreso de la UFI, que se llevará a cabo en octubre, en su edición número 81, reunirá a cerca de 450 líderes del mercado ferial global, procedentes de Europa, América Latina, Asia, Norteamérica, Medio Oriente y África, dentro de los cuales estarán los presidentes o directores generales de recintos feriales, centros de convenciones, asociaciones nacionales y regionales de ferias y prestadores de servicios para la industria ferial mundial.

Ser sede de un evento de esta naturaleza, le brinda a Bogotá la posibilidad de elevar su nivel de competitividad en materia de turismo de negocios, mejorar su posición y dar a conocer sus fortalezas. De igual manera contribuye a que América Latina se presente como una región cada vez más dinámica y atractiva para los mercados internacionales.

Por otra parte, durante el 2013, Corferias consolidó su lugar destacado dentro de la industria ferial internacional, a través de su activa participación en la Asociación de Ferias Internacionales de América (AFIDA).

Uno de los mayores logros de la gestión de AFIDA fue la generación de un Acuerdo de Cooperación entre AFIDA y SISO (Society of Independent Show Organizers), una de las Asociaciones de ferias líderes con especial influencia en el mercado norteamericano y que ayudará a estrechar los lazos

Corferias-AFIDA con los principales organizadores feriales de Estados Unidos.

Es importante destacar que en el 2013 se continuó afirmando de manera exitosa a AFIDA, a través del desarrollo de sus 12 programas, que aportan beneficios tangibles a sus asociados, entre los cuales se destaca la realización de un exitoso Congreso que logró la mayor convocatoria en la historia de la Asociación.

Uno de los mayores logros de la AFIDA fue haber vinculado a 20 nuevas empresas, al llegar a 74 empresas asociadas, el mayor número de miembros desde la creación de la entidad.

3.3. REVISIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CORFERIAS COMO OPERADOR FERIAI FUERA DE COLOMBIA

Corferias como operador profesional ferial líder en la región, se propuso consolidar su rol desarrollando plataformas de negocios (ferias) en todos los mercados de la región que resulten atractivos sin limitar su actividad a la desplegada en el recinto ferial propio.

Perú se definió como el primer mercado a intervenir, y en tal virtud se propuso la creación de una filial con oficina para realizar ferias en este país y a la vez atender las necesidades de casa matriz, al generar expositores y compradores a las ferias en Colombia. Para ello, se consideró la oportunidad de mercado, la consolidación de la posición competitiva y de generación de valor y la estrategia desarrollada, frente a las tendencias globales.

Desde el 2009 se inició la operación en Perú, no obstante, en el 2013 luego de analizar la experiencia lograda, se concluyó que era necesario buscar un socio estratégico que permitiera cumplir los objetivos inicialmente planteados.

En este sentido, se identificó al grupo del diario “El Comercio” como aliado potencial por sus fortalezas en el Perú buscando las sinergias que como tendencia en la industria a nivel mundial se presenta entre las empresas organizadoras de ferias y las compañías de comunicaciones.

Durante el 2013, a partir de la suspensión y liquidación de la sociedad Corferias del Pacífico y al preacuerdo logrado entre Corferias y El Comercio para operación conjunta de un recinto de ferias y el desarrollo de eventos en el Perú, desarrollamos algunas mesas de trabajo para evaluar alternativas con miras al cumplimiento del propósito común. .

Particularmente, hacia mediados del 4 trimestre se inició un proceso de análisis de pre factibilidad con la municipalidad de Lima, para evaluar la posibilidad de estructurar un proyecto bajo la figura de Alianza Público Privada en el llamado “Parque de las Leyendas” de esta ciudad.

4. DISCIPLINA DE SERVICIO E INTIMIDAD CON EL CLIENTE

Corferias continua fortaleciendo el eje estratégico de disciplina de servicio e intimidad con el cliente, con acciones orientadas a brindar soluciones integrales con criterios y estándares de calidad, para satisfacer

en forma ágil y eficiente todas las necesidades de los clientes.

En este contexto, continuará concertando alianzas estratégicas orientadas a trabajar en forma conjunta con empresas que le ofrezcan a los clientes de Corferias servicios especializados, complementarios al negocio de la Corporación con altos estándares de calidad.

Como parte de la implementación de los servicios de valor agregado en el eje de contactos productivos, la alianza con Davivienda continua consolidándose. Para el 2013 aumentó la vinculación de clientes en un 15% en banca pyme y banca personal a través de aperturas de cuentas y profundización de clientes, mediante el financiamiento de stands en ferias y de productos de consumo inmediato como la tarjeta de crédito Davivienda Cfiel Corferias, que permite un crecimiento en la colocación de estos productos por un monto cercano a los \$1.300 millones.

Las transacciones de la oficina ubicada dentro de la Corporación en ferias masivas como Feria del Libro, Feria del Hogar, Feria de Artesanías aumentaron en un 20%, generando acreditación del banco y una serie de beneficios a clientes, visitantes y expositores de la feria.

Así mismo, el eje de servicios de Infraestructura y Logística continua mejorando. La alianza con el Operador Logístico de Mercancías (Alpopular) durante el 2013 creció su facturación en un 40% respecto del 2012, utilidades que se ven reflejadas a través de la participación de Corferias en Alpopular. La alianza presto su servicio a 84 clientes siendo las ferias más representativas: Andinapack, Aeronáutica, Expoconstrucción y Oil & Gas.

En el eje de servicios de Ciudad Atractiva, se han realizado actividades de promoción a través de Hoteles Estelar como operador de turismo.

4.1. CULTURA DE SERVICIO

Continuando con el compromiso de Corferias para consolidarse como empresa orientada al cliente, y a la generación de propuestas de valor integrado que incluyan productos y servicios acordes a sus necesidades, durante el 2013 se continuó con el programa "Servirte", con el propósito de reforzar la competencia de servicio que tanto colaboradores como contratistas de la Corporación deben evidenciar en la realización de sus respectivas labores, a través de comportamientos que reflejen su actitud de servicio, su conocimiento de la operación de la compañía y su capacidad para resolver efectivamente los requerimientos de los diferentes tipo de clientes.

En el área de Recursos Humanos se desarrolló el programa Liderazgo en el Servicio, en el que participaron 20 colaboradores, los cuales a su vez a través de la metodología de Formador de Formadores, facilitaron extender el alcance del programa al grupo de personal de apoyo; se involucraron 60 personas.

Este programa continuará durante el año 2014, con un enfoque orientado al acompañamiento de los colaboradores en la ejecución de sus labores habituales y así identificar debilidades y fortalezas en la calidad de la atención a nuestros clientes.

Así mismo, y con el ánimo de involucrar a nuestros contratistas, como parte fundamental de la estrategia de servicio de Corferias, conjuntamente con la Cámara de Comercio de Bogotá, se inició un proceso de formación para ellos con el fin de contribuir a su fortalecimiento empresarial, aumentar su productividad y competitividad, así como mejorar su compromiso y eficiencia en la prestación de los servicios a los clientes de la Corporación.

Durante el 2013 participaron 27 contratistas en el programa “Desarrollo de Proveedores para la Generación de Valor Compartido”, que mejoraron sus conocimientos en temas administrativos, de calidad, financieros, comerciales y de responsabilidad social y ambiental, de ésta manera en el 2014 iniciaremos actividades de seguimiento a la implementación de las herramientas aprendidas, con miras a estructurar e implementar la segunda fase de este programa.

Como resultado de la evaluación de la Satisfacción al Cliente del 2013, se identificó que los indicadores de satisfacción del servicio del expositor y del visitante en los eventos feriales fueron calificados en promedio en 4.28 (en una escala de 1 a 5) en todos los aspectos medidos, dentro de los cuales están la calidad de la prestación del servicio, el aseo, el servicio de parqueadero, la infraestructura, el servicio de la plazoleta y el servicio de bodega, entre otros. La Corporación continúa mejorando la calidad en la prestación del servicio enfocada en cuatro grandes temas: infraestructura, producto, servicio y actitud, con miras a implementar las mejoras identificadas en estudios realizados.

4.2. CLUB C-FIEL

Con la iniciativa de reforzar la experiencia de cliente e introducir acciones de marketing de contenidos a la estrategia del programa de lealtad de visitantes de ferias masivas, denominado Club Cfiel, se diseñó y publicó la primera revista de contenidos de este programa que cuenta con secciones de interés para los visitantes, información de las ferias y servicios y pauta de nuestros expositores, quienes manifestaron su satisfacción calificando la publicación con un promedio de 4.0

Contar con este nuevo medio permitió canjear premios para nuestros visitantes valorizados en más de \$262'000.000 los cuales fueron utilizados como motivadores para la captura de datos a través del registro de compras que superó los \$25.100.000.000.

Durante el 2013 se mejoraron las estrategias de relacionamiento, a través de diferentes actividades al registrar 14.360 visitantes nuevos al programa.

Ahora el programa de lealtad cuenta con una plataforma de información propia que permite, en ambiente “web”, contar con mayores utilidades ajustadas a sus procesos y necesidades.

Se promocionó la tarjeta de crédito de marca compartida con el banco Davivienda, como uno de los beneficios del programa de fidelización, logrando contar con más de 14.000 tarjetas vigentes que facturaron al banco más de \$ 42.675.560.434.

4.3. PLAN DE MEJORAMIENTO SERVICIO

Conscientes de la importancia de la calidad en la prestación de nuestros servicios y como resultado de

los estudios realizados durante el año 2013, se han identificado tres grandes temas que se deben fortalecer al interior de la Corporación: infraestructura, tecnología, y estrategia de servicio, el cual hace parte del plan maestro de servicio 2013- 2014 en proceso de ejecución.

Corferias ratifica su compromiso de mantener su proceso de mejoramiento continuo para transformar su modelo de servicio con criterios de satisfacción, calidad y competitividad, de acuerdo con estándares internacionales, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Para tal fin, y durante el 2014 se fortalecerá el modelo de servicio en función a los momentos de verdad, con estándares de relacionamiento en su implementación y se mejorará el modelo a través de la “Voz del Cliente” como herramienta clave para identificar el nivel de satisfacción de los mismos. Dicho proceso implicará ajustes en nuestro Sistema de Gestión de Calidad para garantizar el óptimo funcionamiento de la estrategia de servicio.

Paralelamente, y con especial importancia, la Corporación continuará consolidando la cultura de servicio como eje fundamental para garantizar la calidad y compromiso de todos los colaboradores frente a la estrategia de servicio y su implementación.

5. PROYECCIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

Durante el 2013, Corferias continuó fortaleciendo su proyección social y ambiental, a través de diversas acciones e iniciativas encaminadas a mejorar la relación con el entorno y con la sociedad, así mismo ha robustecido el apoyo a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro que desarrollan una importante labor social en beneficio de poblaciones vulnerables.

5.1. ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

Para mitigar los impactos generados en el entorno por la actividad de ferias y eventos y con el propósito de contribuir a la búsqueda de soluciones a las necesidades del sector, durante el 2013 Corferias continuó con su Estrategia de Relacionamiento con la comunidad vecina y emprendió nuevas acciones y programas para mejorar aspectos como el aseo, la movilidad, la seguridad del sector, y el control del ruido durante las ferias y eventos.

Con el objetivo de mejorar la movilidad vehicular y descongestionar las calles periféricas al recinto ferial durante la realización de las ferias masivas, Corferias coordinó de manera conjunta con la Secretaría de Movilidad operativos para evitar el parqueo indebido de vehículos en el sector y a través de las Brigadas de Movilidad organizadas por la Corporación desarrolló campañas para fomentar el cumplimiento de las normas de tránsito por parte de conductores y transeúntes.

De otro lado, durante el 2013 Corferias contribuyó a optimizar la movilidad del sector mediante la ampliación de cupos de parqueadero, como resultado de la adquisición por parte de Corferias de un terreno ubicado sobre la Avenida las Américas. La propiedad fue habilitada por Corferias como parqueadero y para facilitar su utilización por parte de los visitantes a las ferias, Corferias dispuso de rutas circulares de uso gratuito para salir y regresar al estacionamiento.

Para ejercer un mayor control sobre las actividades generadoras de ruido, Corferias modificó el horario de presentaciones en la tarima central y otras ubicadas en las áreas libres, de tal modo que culminen hacia las 7:00 p.m. y no perturben el descanso y tranquilidad de la comunidad vecina en horario nocturno. De igual manera, recurrentemente se hicieron las mediciones de niveles de emisión de ruido durante las diferentes ferias y eventos con el fin de cumplir con la legislación al respecto.

5.1.1. EL PROGRAMA C-BUEN VECINO SE FORTALECE

El programa C-Buen Vecino de Corferias, que fue creado desde el 2011, con el propósito de fortalecer los vínculos con la comunidad vecina, al finalizar el 2013 alcanzó los 3.000 afiliados, los cuales tuvieron acceso a nuevas actividades y beneficios a lo largo del año.

Fue así como se organizó la Primera Jornada de Salud y Bienestar, evento de carácter gratuito orientado a la protección de la salud y la prevención de enfermedades, a través de valoraciones en optometría, odontología, tamizaje cardiovascular, charlas de prevención de cáncer y se adelantaron actividades complementarias como rumbo terapia, sesiones de belleza y cosmetología.

Con el propósito de ofrecerles a nuestros vecinos alternativas de formación en temas ambientales, Corferias con el apoyo de Gaia Vitare, firma experta en el tema, dictó una conferencia sobre manejo responsable y disposición final de aparatos eléctricos y electrónicos y realizó una campaña de recolección de esos residuos.

Por otra parte, teniendo en cuenta que la seguridad es uno de los aspectos de mayor importancia para nuestros vecinos, en alianza con la Estación de Policía de Teusaquillo, se dio inicio a un proceso de formación a través del modelo de Escuelas de Seguridad Ciudadana, el cual continuará durante el 2014.

En el marco de la promoción y difusión cultural, se realizó la Primera Tertulia Poética y Musical, promovida por uno de nuestros vecinos y líderes del barrio “El Recuerdo” y gracias al apoyo de la Embajada de México en Colombia, se diversificó el reconocido Ciclo de Cine Corferias con películas clásicas. Así mismo, se le dio continuidad al Ciclo de Teatro, el cual se ha constituido en alternativa de entretenimiento y diversión.

Como parte de los beneficios otorgados a los miembros del Programa C-Buen Vecino, Corferias amplió las fechas de ingreso gratuito a las ferias masivas y para cerrar el año 2013 y celebrar la Navidad con los miembros del programa C-Buen Vecino, Corferias ofreció el espectacular Concierto de Navidad *“Grandes Clásicos de la Música del Mundo”*.

De otro lado, la Corporación mantuvo el programa C-Emplea, herramienta que le brinda a la comunidad vecina la oportunidad de participar en forma prioritaria a las ofertas de empleo vigentes.

Corferias continuó con la producción del periódico enlaC, publicación que se ha constituido en un medio de comunicación que conecta a la Comunidad con la Corporación de Ferias y a través del cual se dieron a conocer temas de interés para los habitantes y comerciantes del sector. Para ampliar la cobertura del periódico y facilitar su consulta en Internet, se puede acceder a: www.enlac-corferias.com.

5.2. CESIÓN DE ÁREAS Y ESPACIOS Y APOYO A LABORES SOCIALES

Corferias cree en la importancia de la sinergia para el desarrollo de la comunidad y de la sociedad en general, por ello, durante el 2013 cedió de manera gratuita sus salones y pabellones a autoridades distritales y entidades locales para realizar programas de promoción social.

Corferias fue el escenario de importantes eventos y encuentros ciudadanos dentro de los cuales se destacaron el Encuentro Local de Vendedores Ambulantes, organizado por la Secretaría Distrital de Gobierno y la Alcaldía de Teusaquillo para generar un espacio para la construcción de proyectos productivos y sostenibles. También se realizó la Rendición de Cuentas de la Alcaldía Local de Teusaquillo y el Congreso Distrital de Personeros Estudiantiles, encuentro académico-cultural, que lideró la Personería de Bogotá.

De igual forma Corferias apoya varias fundaciones y organizaciones que realizan una importante labor social en beneficio de poblaciones vulnerables.

En este contexto, Corferias coadyuvó en la labor que realiza la fundación Dividendo por Colombia, entidad sin ánimo de lucro comprometida con el desarrollo e implementación de programas y modelos que facilitan el ingreso y la permanencia en el sistema público de educación de niños, niñas y jóvenes en condición de fragilidad. La Corporación y 42 de sus colaboradores realizaron aportes para que 190 niños, niñas y jóvenes desarrollen las competencias y los valores necesarios para incluirse, en mejores condiciones, a la vida social y productiva del país.

Una de las herramientas con que cuenta Corferias para desarrollar una gestión en beneficio de poblaciones vulnerables, es la cesión de espacios para las fundaciones. A través de estas, las entidades tienen la posibilidad de divulgar su labor social mediante la interacción con el público visitante y con las otras empresas que participan como expositores en las ferias.

De esta manera, durante el 2013 Corferias apoyó a la Fundación Renovación Social Colombia - No Más Golpes, Corrígeme Sin Pegarme, Fundación Portal Mágico, Fundación Finacol, Fundación SIMMON, Fundación Sanar, Fundación Social por Bogotá, Fundación Armado Armero, Asociación Obras Sociales en Beneficio de la Policía, Ámese, Fundación Tierra Nativa, Fundación Conciencia Social, Fundación Banco Nacional de Sangre – Hemolife, Fundación Ecológica Amazonía de Colombia, Fundación Hilos de Oro y Propais.

5.3. PLAN DE MITIGACIÓN CONSTRUCCIÓN ÁGORA BOGOTÁ

La construcción del futuro Centro Internacional de Convenciones Ágora Bogotá tendrá un impacto muy positivo a nivel urbanístico, económico y social. Por ser un tema de gran importancia para la comunidad vecina, Corferias dio a conocer en la edición número 12 de periódico enlaC el Plan de Mitigación de la obra, ubicada en el actual lote de la Avenida La Esperanza, así mismo la información se generalizó entre los residentes de los barrios vecinos.

El Plan de Mitigación, busca minimizar los impactos y desarrollar acciones para la protección del espacio público, optimizar la movilidad a través de una señalización adecuada, y controlar otros aspectos como el

ruido, las basuras y dar respuesta oportuna a las inquietudes ciudadanas respecto de la ejecución y desarrollo de la obra.

5.4. CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES

Con el propósito de dar respuesta a sus necesidades y expectativas, la Corporación en el marco del programa de bienestar ha establecido como principal objetivo generar un acercamiento con las diferentes áreas, para con base en la información recibida enriquecer los programas y beneficios que se otorgan a los beneficiarios y a sus familias.

Se definieron actividades en las que directivos, Presidente Ejecutivo, Subdirector Operativo y Jefe de Recursos Humanos, tienen la oportunidad de conocer directamente las inquietudes de los colaboradores, sus retos y dificultades en la realización de su labor y además compartir información relacionada con planes y programas que Corferias ha diseñado para que los colaboradores trabajen en un ambiente agradable y sobre todo aumenten las oportunidades de desarrollo tanto para ellos como para sus familias.

Encuentros con 8 áreas y la participación de más de 150 colaboradores en estos espacios, enriquecieron la toma de decisiones frente a la implementación de acciones específicas que pudieran dar respuesta a las necesidades generales identificadas. Se suscribieron nuevos convenios para los colaboradores, los cuales representaron un 46% de crecimiento respecto del año anterior; alianzas enfocadas en temas estéticos, recreativos y médicos que permitieron ampliar el portafolio de beneficios y brindar una nueva perspectiva de lo que es el contexto laboral y las garantías que brinda la Corporación para sus colaboradores.

Se estableció la obligatoriedad de ofrecer información específica sobre el programa de beneficios que se puede alcanzar y las diferentes ventajas que estos tienen, se llevaron a cabo jornadas de asesorías en temas de interés como por ejemplo vivienda, educación, movilidad, trámites con caja de compensación, entre otros.

Habida cuenta que para los colaboradores es muy importante el acceso a créditos para educación, vivienda, calamidad y vehículo, se aprobaron 57 préstamos con un incremento de aprobaciones equivalente al 19% con respecto del 2012, siendo posible lo anterior gracias a la información de las políticas y normas de los mismos y los beneficios que la Corporación otorga para hacer más fácil el acceso a ellos. Es por esto que expectativas académicas en cuanto a la realización de programas de pregrado, posgrado y educación continuada están siendo cada vez utilizadas.

Por otra parte, y teniendo en cuenta la divulgación de las actividades, es importante señalar que aumentó el nivel de participación en las jornadas deportivas y de salud, participación 187 colaboradores, los cuales tuvieron acceso a valoraciones oftalmológicas, odontológicas, dermatológicas, exámenes de seno, masajes de relajación y actividades que permitieran disminuir el estrés que trae consigo la jornada laboral.

Al considerar que para los colaboradores es primordial contar con incentivos para tener un mayor nivel de productividad en el desempeño de su gestión, y con el fin de motivar a la fuerza de ventas de la

compañía, se llevó a cabo por primera vez la convención “Uniendo Estrellas 2013”, actividad en la que participaron 72 colaboradores y que tuvo como principal objetivo consolidar la Estrategia de Relacionamiento con el Cliente en las áreas comercial, mercadeo y servicio a través del robustecimiento de la competencia de trabajo en equipo, así como para generar un espacio de reconocimiento de los logros obtenidos en el año.

6. DINÁMICA ORGANIZACIONAL

6.1. ESTRUCTURA INTERNA Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Uno de los objetivos estratégicos de Corferias es consolidar una cultura organizacional de innovación, servicio, calidad, visión global y responsabilidad, soportada en el equipo humano y un sistema integral de gestión. Para ello, la Corporación ha venido fortaleciendo el proceso de formación de sus colaboradores orientado a mejorar sus competencias, ha optimizado los procesos de selección de personal y ha generado programas en beneficio del mejoramiento de su calidad de vida.

En el 2013 se mantuvo la activa participación de los jefes en los procesos de selección y se aplicaron metodologías de evaluación de competencias en niveles del cargo en donde no se aplicaban. De igual manera, se aplicaron pruebas técnicas, orientadas a evaluar conocimientos y destrezas específicas; se adquirió una herramienta que permite evaluar el estilo de pensamiento, los rasgos de comportamiento y los intereses de los candidatos, cruzándolos con los ideales definidos para poder identificar el nivel de correlación de los candidatos con el perfil ideal del cargo, obteniendo una evaluación, no sólo del comportamiento evidente, sino el potencial para su desarrollo.

En virtud de las políticas, procesos y metodologías definidas, contratamos nuevos colaboradores en el transcurso del 2013 con un tiempo de respuesta promedio de 18 días hábiles, superando la meta de 22 días hábiles.

Uno de los factores fundamentales en el desempeño de los nuevos colaboradores es el proceso de inducción y de entrenamiento, por lo que se replanteó la metodología de inducción corporativa implementando actividades que permiten al nuevo colaborador conocer la información general de la compañía y lo que se espera de él en función de normas y comportamientos. En años anteriores, este proceso tenía una duración de 3 a 4 horas, en el 2013 y gracias a la cultura de fortalecimiento y mejora continua de los procesos de la Corporación, se amplió de 7 a 8 horas de capacitación.

Con este proceso se ha logrado que más de 100 colaboradores accedan a los beneficios que la Corporación tiene definidos para ellos, además las mediciones indican que no se ha presentado una variación significativa en el porcentaje de comprensión de la información entregada en un periodo de dos meses, asegurando que los temas presentados fueron apropiados.

Adicional a esto se definió la metodología de levantamiento y actualización de la información necesaria para desarrollar el entrenamiento específico en los cargos de los procesos comercial y de mercadeo, al involucrar a los responsables de los procesos sobre la importancia de ser oportunos y veraces en la entrega de información y procedimientos para el desarrollo de las funciones de los colaboradores nuevos

o promovidos, además, se diligenció una matriz de entrenamiento para los cargos de alta importancia como jefes de proyectos y coordinadores comerciales, siendo estos el 15% de los colaboradores.

Por otro lado, para el desarrollo de competencias organizacionales, en el 2013 los procesos de formación se concentraron en la divulgación y entrenamiento de la competencia “Servir con Convicción” dirigido a 19 líderes de servicio y a 131 colaboradores que tienen contacto permanente con el cliente. Se trabajó desde el liderazgo orientado al servicio y el desarrollo del programa de Formación de Formadores que permitió que sean ellos multiplicadores de la cultura y estén en la capacidad de entrenar a estos 131 colaboradores que hacen parte de sus equipos de trabajo.

Con los colaboradores de la base de la compañía, pero que están de manera permanente en contacto con los clientes, se desarrolló la competencia de Servir con Convicción a través de 48 horas de capacitación teórico practica que luego fueron complementadas con el acompañamiento de sus líderes y el desarrollo de sesiones de “Coaching” en campo durante 38 horas.

En el programa Liderarte, durante el 2013, se desarrollaron sesiones de formación con más de 40 horas de duración y 55 horas de “coaching” grupal e individual que beneficiaron a 31 líderes en cargos de jefaturas y coordinaciones de todas las áreas, con el fin de fortalecer sus habilidades de retroalimentación, acompañamiento y direccionamiento a sus equipos de trabajo.

Luego de un proceso de formación de más de 3 años y haciendo evidente el desarrollo efectivo de las competencias, al finalizar el año se graduaron 31 líderes.

Dentro de los logros más representativos del programa Liderarte se encuentra la consolidación de una cultura de compartir experiencias y conocimiento lo que ha propiciado una mayor orientación al resultado, no solo en los líderes vinculados al programa, sino en sus equipos de trabajo, permitiendo un cumplimiento significativo de los objetivos definidos.

Esto es evidente en el porcentaje de cumplimiento del proceso de Gestión del Desempeño, pasando de 78.51% de la población evaluada en el 2012 al 97.22% en el 2013. Es de alta relevancia analizar el comportamiento de este sistema con una visión retrospectiva, encontrando un incremento año tras año en la cobertura, donde en el 2011 se tenía un porcentaje de cumplimiento del 19%, en el 2012 del 78.51% y logrando en el 2013 un gratificante 97.22%.

Adicionalmente, el año 2013 con base en el incremento y la dinámica de eventos de los últimos años y los nuevos desafíos, analizó y definió un plan acción orientado a la modernización de las relaciones con colaboradores estratégicos, operativos y logísticos el cual se implementará a partir del 1 de enero del 2014.

6.2. GESTIÓN INTEGRAL DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento institucional y ferial, y contribuir a la gestión del equipo comercial y de mercadeo en la convocatoria de visitantes a las ferias, una de las plataformas claves de Corferias es la labor integral de Comunicaciones y Publicidad.

Durante el 2013, se fortaleció esta tarea mediante una estrategia basada en los siguientes ejes estratégicos: la optimización de la inversión realizada en los planes de medios y los contratos de colaboración o canjes con medios, la consolidación de la estrategia digital como una herramienta fundamental para la convocatoria de visitantes a las ferias, el fortalecimiento de la gestión de “free press” y el mejoramiento de la cultura organizacional mediante la comunicación interna.

Como resultados importantes, a lo largo del 2013 se logró una optimización del presupuesto y de la inversión anual de Corferias en los medios de comunicación, a través de los procesos de pre-compras, lo que le significa a la Corporación un ahorro promedio de los medios negociados del 40% en las tarifas y una mejor selección de los medios que son más acertados para nuestra comunicación institucional y ferial.

Desde el 2012, Corferias adoptó el “Value Improvement Programa” – VIP, que durante el 2013 nos permitió acceder a los beneficios de compras de medios, logrando maximizar la inversión con un incremento del ROI del 15%.

Además, los convenios y canjes con medios tanto especializados como masivos le permitieron a la Corporación, fortalecer la visibilidad de sus ferias por un valor estimado de \$4.538.162.381 millones de pesos.

Por otro lado, durante el 2013, el área Digital de Corferias consolidó la estrategia de comunicaciones digitales, identificando 3 canales de interés para sus públicos: páginas web, redes sociales y los procesos de e-Mail Marketing.

El establecimiento de procedimientos y objetivos para los canales digitales de la Corporación, permitió alcanzar importantes resultados tales como la nominación a los Premios Twitter Colombia como una de las 5 mejores cuentas que realizan difusión y cubrimiento de eventos a través de esta red social. Adicionalmente, el incremento de las redes de Corferias fue de un 230% respecto al número de seguidores, además de ampliar la presencia de marca en 5 redes sociales.

Respecto de las páginas “web”, Corferias inició el proceso de adaptación de todos sus sitios de feria para la consulta desde dispositivos móviles y tabletas. Esta adaptación de las páginas “web” derivó en un aumento en las visitas de los usuarios pasando de 1.589.605 en 2012 a 2.125.333 en 2013, lo que representa un crecimiento de 25.2%.

A nivel de e-Mail Marketing se implementó la herramienta de envíos masivos de correo, que permite obtener estadísticas y resultados de las campañas, originadas por el área de mercadeo; así mismo, se inició la fase preliminar para la integración de los servicios de correo masivo con el modelo de relación con los clientes (CRM).

De otro lado, se mejoró la estrategia de “free press” que Corferias desarrolla para la divulgación de información de sus ferias, dando prioridad a la calidad de los contenidos sobre la cantidad de publicaciones. A lo largo del 2013, la gestión de “free press” le representó a la Corporación un valorizado de \$34.968.725.026 millones de pesos, equivalentes a 6.209 publicaciones en medios de comunicación nacionales.

En medios internacionales durante el año 2013 se publicó 949 notas de prensa, comparadas con 616 del año 2012, lo que representó un incremento del 35%.

6.3. MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

Se desarrollaron durante el año, soluciones para proporcionar a los usuarios tecnologías y metodologías para incrementar la productividad de su participación, mediante herramientas modernas, diseño e innovación.

Solución de Registro y Acreditación: Como parte del proceso de mejoramiento de los tiempos de acceso al recinto ferial se desarrolló la segunda versión del pre-registro “web” con una nueva plataforma de registro, la cual, permite el manejo de encuestas personales por feria y por procedencia (nacional, internacional) permitiendo realizar una convocatoria con enfoque orientado a la integración con la plataforma de administración del conocimiento y la relación con los clientes.

Rueda de Negocios: Se diseñó un nuevo módulo sistema de registro de oportunidad para el expositor a través de una herramienta de emparejamiento de contactos entre expositor y visitante, que facilita vínculos entre empresas y mejora la negociación entre los comerciantes locales y extranjeros, como también entre pequeños y grandes empresarios. Adicionalmente, se desarrolló un nuevo contexto de rueda de negocios para suplir necesidades de servicios a terceros, como fue el caso de la administración remota de las ruedas de negocios en eventos como Plataforma K y Sabor Barranquilla.

Modulo Piloto - Calculadora Estrategia de Precios: Se diseñó y desarrolló el “modulo calculadora” para atender la nueva estrategia de precios para las ferias objetivo durante el año 2014.

Sistema de Administración de Oferta de Servicios: como una acción de mejoramiento continuo se trabajó en conjunto, con el área de Servicio al Cliente, para implementar el “Sistema de Catálogo de Servicios” que permite la solicitud y pago de los servicios ofrecidos por la Corporación a los diferentes expositores mediante la plataforma “web” que evita desplazamiento a las instalaciones del PLUS.

Sistema de Campañas Virtuales: Un avance importante fue desarrollar como estrategia complementaria de refuerzo en la comunicación de la información campañas por correo electrónico, la implementación de una herramienta que gestiona planes de “e-mail marketing.”

App Corferias: Corferias desarrolló una solución móvil (app) la cual permitirá mantener en tiempo real y de forma práctica la información relevante del calendario ferial para cada año. En esta aplicación se podrá acceder a información sobre el croquis de la feria, principales expositores, eventos en el marco de las ferias, búsquedas, entre otros.

Extensión Remota de Corferias: Debido a las nuevas exigencias como operador de eventos y ferias fuera del recinto ferial de Corferias, se diseñó un nuevo esquema portable de soluciones de redes físicas, inalámbricas y servidor de servicios para eventos feriales, el cual, se implementó en el marco de la feria “F-Air” en el aeropuerto de Rionegro, Antioquia.

Adicionalmente, como parte de los avances en los temas relacionados con el mejoramiento interno de la

Corporación se desarrollaron acciones en temas como:

Solución NIF: De conformidad con lo previsto en la Ley 1314 de 2009, la cual dispone la convergencia hacia las Normas Internacionales de Información Financiera, Corferias en conjunto con el proveedor del software ERP corporativo Novasoft adelantó la planeación e implementación del módulo que soportará el proceso de conversión y administración de la contabilidad definida por los entes regulatorios.

Mejoramiento continuo de la gestión administrativa en temas tales como administración de contratos, seguimiento y control de las concesiones de alimentos y bebidas, facturación electrónica, acciones de mejoramiento de seguridad de tecnología de información, acciones de actualización y mejoras a la plataforma de telecomunicaciones, entre otros.

Intranet: Comunicación interna y gestión documental Corferias – Se desarrolló la plataforma base para fortalecer la comunicación interna de los colaboradores de la Corporación, como parte del crecimiento de la gestión de conocimiento.

7. DIMENSIÓN FINANCIERA

En el 2013 Colombia registró un crecimiento cercano del 4%, sin embargo, no podemos desconocer que fue un año de grandes dificultades en lo sectorial, siendo la industria manufacturera la más afectada. A esta situación se le suma los problemas de contrabando, informalidad y el impacto de los paros nacionales.

Por su parte, la inflación del 2013 se ubicó en 1,94% situándose por debajo del rango meta de inflación fijado por el Banco de la República entre 2% y 4%.

En la tasa de cambio se revierte la tendencia revaluacionista que venía mostrando la moneda, pasando de una TRM de \$1.770 a comienzos del año, a una tasa que supera los \$1.900.

Particularmente para Corferias aspectos como el paro agrario, las dificultades del sector minero y floricultor y las decisiones de no participación del Distrito en algunos de los eventos, entre otros, representaron un ejercicio retador a lo largo del año. Sin embargo, la Corporación desarrollo acciones alternas que puso en marcha lo que le permitió cerrar el año cumpliendo las metas en términos de EBITDA y Utilidad Neta.

7.1. CONSIDERACIONES GENERALES AL BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2013

Disponible e inversiones temporales

El disponible y las inversiones temporales presentaron un incremento de 412,29% respecto del año anterior, cerrando el año con \$11.859 millones. Este crecimiento se da como consecuencia de la mayor generación de ingresos feriales, eventos y servicios complementarios.

Deudores Corto Plazo

La cuenta total deudores de corto plazo presenta un crecimiento del 56% por los siguientes factores:

- El incremento de \$6.417 millones corresponde al segundo pago en el proceso de adquisición del predio CEMEX ubicado en la Avenida las Américas y al predio ubicado en carrera 40 No. 20A - 06 sobre la Pedro León Trabuchy. Este valor se refleja en deudores porque al cierre 2013 la operación de adquisición se encontraba en promesa de compraventa, cuyo valor hacia parte del anticipo acordado en dicho contrato.
- Por concepto de anticipo se refleja el pago de \$2.488 millones girado a la empresa encargada de proveer la maquinaria requerida para la realización del evento "WorldSkills Americas 2014", lo anterior, bajo contrato de mandato con el SENA. Adicional, se refleja el anticipo dado a la empresa encargada del montaje de la Feria Nacional Ganadera 2014.

Cabe destacar la reducción de 3.68% de la cartera de clientes, como resultado de una gestión dinámica de cobro.

Activo Fijo

Los activos fijos decrecieron en un 0.29% respecto al año anterior; debido a que se dio de baja maquinaria y equipos de comunicación que se encontraban obsoleto.

Valorizaciones

En el 2013 se incrementaron las valorizaciones en 14,83% es decir \$43.654 millones de pesos, lo anterior se dio como consecuencia de la actualización de los avalúos los cuales fueron realizados por la firma Borrero Ochoa y asociados Ltda bajo normas internacionales de información financiera (NIIF).

Obligaciones Financieras y Endeudamiento

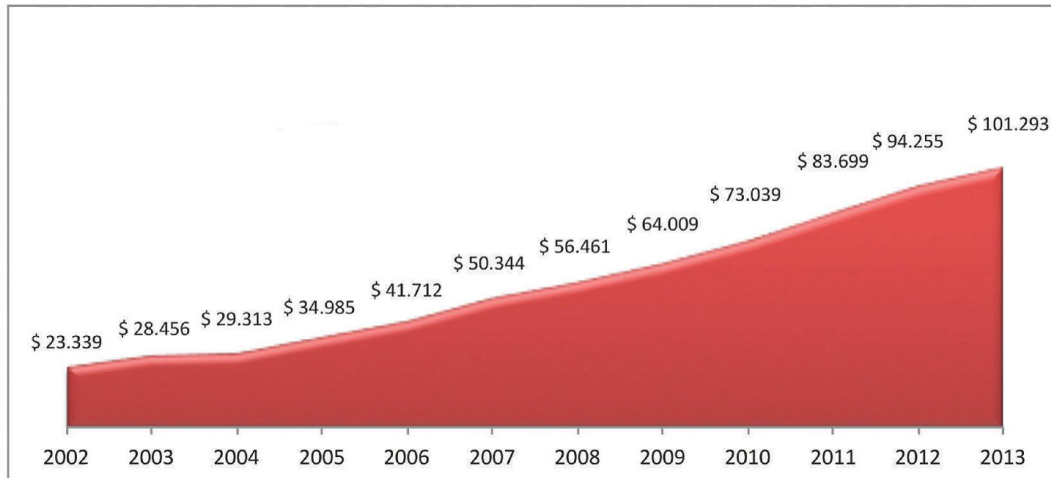
La Corporación pago en su totalidad durante el año sus deudas con los Bancos, cerrando el 2013 sin endeudamiento financiero.

El endeudamiento global de la compañía representó el 6.54% de sus activos, constituido principalmente por cuentas por pagar de corto plazo a los proveedores y contratistas, ingresos recibidos por anticipado y depósitos recibidos para ferias del 2014.

7.2. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales crecieron en un 7,47% con respecto al año anterior, superando los \$101.000 millones. Este buen resultado se da gracias al fortalecimiento comercial, las acciones de innovación del portafolio de ferias y eventos y la prestación integrada de servicios.



Los ingresos feriales aumentan su representatividad dentro de los ingresos operacionales de la Corporación con una participación del 87% en el 2013. Es así como los ingresos feriales fueron de \$88.394 millones logrando un incremento de 11,06% respecto al año anterior.

Por su parte, los ingresos por eventos fueron de \$8.669 millones.

Respecto a los ingresos por servicios complementarios (parqueaderos, plazoleta de comidas y arrendamientos) mostraron un dinamismo directamente relacionado con la actividad de ferias y eventos.

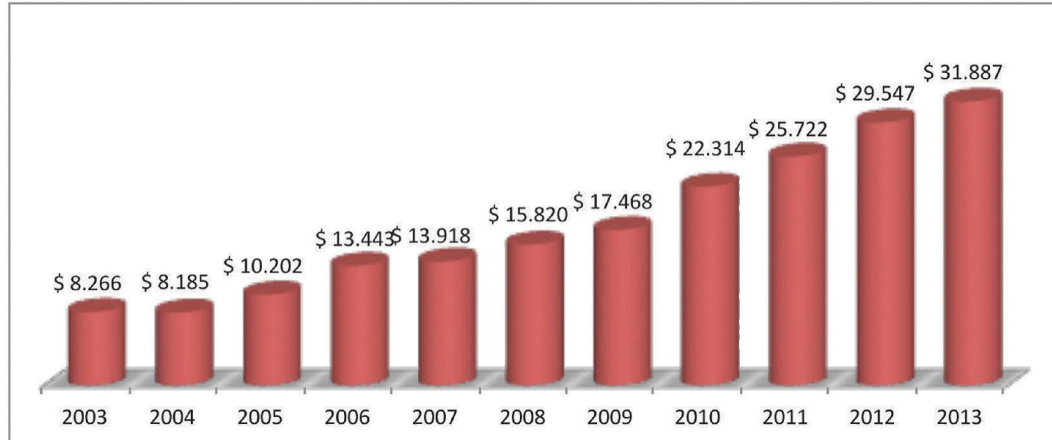
Finalmente, los resultados a nivel de ingresos y el control eficiente de gastos permitieron incrementar el margen bruto por encima en 2,34% con relación al año anterior, es decir, el total de margen fue de \$56.456 millones.

Administración

Los gastos de administración sin tener en cuenta las depreciaciones, amortizaciones presentaron una reducción frente al año anterior del -4,1% como resultado del plan de choque adoptado por la Corporación.

EBITDA

Durante el 2013, el EBITDA registró un crecimiento de 8% frente al 2012, equivalente a \$2.340 millones. Vale la pena destacar que la evolución durante los últimos cinco años ha sido positiva al pasar de \$15.820 millones en el 2008 a \$31.887 millones en el 2013, representando un crecimiento en el quinquenio por encima del 102%. Este incremento ha sido posible gracias a la ampliación y fortalecimiento del calendario ferial, así como a la dinámica de innovación que ha incorporado nuevos productos en la actividad ferial y de eventos y al control presupuestal de los costos y gastos de la Corporación.



Ingresos y Gastos No Operacionales

Los ingresos no operacionales fueron de \$4.621 millones a pesar de la reducción del portafolio de inversiones.

Los gastos no operacionales estuvieron relacionados con comisiones financieras, diferencia en cambio, y el apoyo que desde Corferias se le da al Buró de Convenciones de Bogotá.

Adicionalmente, en el mes de diciembre se reversó la provisión generada para una eventual conciliación en el tema de declaración de renta de 2009 por \$1.276 millones, relacionada con la deducción aplicada por la inversión de activos productivos, teniendo en cuenta que evaluado el proceso con los asesores externos se considero prudente seguir con el debate jurídico y no conciliar esta reclamación.

Así mismo se recomienda generar una nueva provisión por valor de \$ 2.807 millones para atender la contingencia tributaria del proceso de impuesto de Espectáculos Públicos con base en los actos administrativos de la Secretaria de Hacienda que impusieron sanciones a Corferias por el supuesto no pago del impuesto de espectáculos públicos en las ferias correspondientes a los periodos 2005 a 2009.

Con lo anterior, el margen no operacional quedó en \$263 millones.

Utilidad Neta

La utilidad neta cerró en \$21.638 millones superando el resultado del 2012 en un 3%. Esta utilidad se constituye en el mayor valor histórico de la Corporación.

8. CORFERIAS S.A.S.

Corferias Inversiones S.A.S. se constituyó el 30 de abril de 2012 y tiene como único socio a Corferias S.A.; en la Asamblea Corferias S.A., es representada por su Representante Legal. Corferias S.A.S. no tiene junta directiva pero se informa a la Junta Directiva de Corferias S.A. de todo lo relacionado con esta sociedad.

A pesar de no ser obligatorio, se cuenta con un Revisor Fiscal que es el mismo que se elige para Corferias S.A. y éste presenta sus informes al Comité de Auditoría de Corferias S.A.

En su segundo año de actividad, logró alcanzar un total de ingresos operacionales de \$748 millones, resultado del arrendamiento del lote de Lafayette y Cemex, generando una utilidad neta de \$334 millones.

La compañía cuenta con unos activos de \$664 millones representados en disponible e inversiones temporales con un 73%, deudores 25% y el saldo corresponde a cargos diferidos y equipos. El pasivo fue de \$201 millones, representados principalmente en impuestos por pagar.

9. SITUACIÓN JURÍDICA

9.1. PROCESOS LEGALES:

En los procesos que se enumeran a continuación, Corferias está siendo representada por abogados externos de las más altas calidades, especializados en los temas jurídicos de que tratan cada uno de los pleitos. Así mismo, en los casos de responsabilidad civil, Corferias ha llamado en garantía a las compañías aseguradoras con quienes se tenían las pólizas correspondientes.

- **Sabz Goltab vs. Corferias:** el demandante interpuso un proceso ordinario de responsabilidad civil extracontractual por encontrar que al no haber podido participar en el Feria del Hogar del año 2012 sufrió pérdidas económicas. El proceso se encuentra en primera instancia en etapa de pruebas.
- **Martha Isabel Abril vs. Corferias:** proceso ordinario de responsabilidad civil extracontractual por la muerte de un estudiante en la Feria Internacional del Libro en 2004. Se profirió sentencia absolutoria a favor de Corferias en primera y segunda instancia. Sin embargo, el demandante interpuso recurso extraordinario de casación ante la Corte Suprema de Justicia. Estamos a la espera de que nos corran traslado para presentar nuestra defensa.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Agroexpo clase 35):** Corferias presentó acción de nulidad simple 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. Pendiente iniciación etapa probatoria.
- **Corferias vs. Secretaría de Hacienda:** Corferias interpuso acción de nulidad y restablecimiento del derecho contra los actos administrativos de la Secretaría de Hacienda Distrital que impusieron sanciones a Corferias por el supuesto no pago del impuesto de espectáculos públicos en las ferias correspondientes a los períodos 2005 a 2009. Se profirió sentencia de primera instancia negativa a los intereses de Corferias. En virtud del recurso de apelación interpuesto por la Corporación, el proceso pasó a segunda instancia en donde se está a la espera de que se profiera sentencia.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Feria del Libro clase 35):** Corferias

presentó acción de nulidad ante el Consejo de Estado del acto administrativo emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante el cual le negó a Corferias el registro de la marca Feria Internacional del Libro en clase 35.

- **Oposición marca FILBO:** La Cámara Colombiana del Libro – CCL, solicitó el registro unilateral de la marca FILBO (abreviación de la Feria Internacional del Libro de Bogotá). Dado que Corferias y la Cámara Colombiana del Libro son socios desde el inicio de la Feria Internacional del Libro, la Corporación consideró que se habían desconocido sus derechos sobre la marca con el proceder unilateral de la Cámara. Finalmente, la CCL aceptó ceder el 50% de la marca FILBO a Corferias. Actualmente se encuentran en trámite la cesión de la marca.
- **Declaración Impuesto Renta 2009:** La División de Gestión de Fiscalización de la Dirección Seccional de Impuestos de Grandes Contribuyentes de la DIAN adelantó un proceso de fiscalización a Corferias por el impuesto de renta, año gravable 2009. Como consecuencia de dicha investigación, esta División profirió contra Corferias, Requerimiento Especial el día 21 de junio de 2012 mediante el cual rechazó algunas deducciones por activos fijos productivos. En mayo se presentó recurso de reconsideración a la decisión y aún no se ha obtenido respuesta.

Adicionalmente, 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. La Corporación presentó respuesta al pliego en septiembre.

9.2. PROCESOS LABORALES CORFERIAS DEL PACIFICO

Varios ex trabajadores de Perú demandaron laboralmente a Corferias del Pacífico, por considerar que tenían derecho a una indemnización por la terminación de su contrato de trabajo debido a la liquidación de la empresa en el año 2012.

De acuerdo con la legislación peruana, cuando una empresa es liquidada y por ello los trabajadores cesan actividades, no hay lugar a indemnización por considerarse que se trata de un despido con justa causa. En vista de esta situación jurídica, Corferias del Pacífico pagó todas las obligaciones laborales pero no indemnizó a los trabajadores que cesaron actividades, siguiendo al efecto el concepto y las recomendaciones de los asesores jurídicos peruanos.

A pesar que el despido estaba amparado por una justa causa que no daba lugar a indemnización, los jueces laborales en primera instancia han venido considerando que un giro de recursos efectuado con fecha posterior a la fecha de liquidación de la empresa por parte de Corferias Bogotá, para honrar los compromisos económicos con los acreedores del Perú, dejó sin efecto el proceso de disolución, estimando que los despidos fueron hechos sin justa causa, dando lugar a indemnizar a los trabajadores. Este hecho fue informado oportunamente a la Junta Directiva y ésta autorizó a la Administración para continuar los procesos y llegado el caso conciliar o efectuar los pagos correspondientes.

Se apelaron las sentencias de primera instancia y en algunos casos ya se han producido sentencias de segunda instancia confirmando el criterio de la primera instancia. En estos casos hemos procedido a pagar las indemnizaciones respectivas

Valga la pena mencionar que desde el año 2012 cuando se liquidó Corferias del Pacífico las contingencias de estas indemnizaciones laborales fueron debidamente contempladas y provisionadas y los pagos se han venido efectuando con cargo a esta provisión y los recursos que se giraron a Perú para atender todas las obligaciones. Es decir estas sumas demandadas fueron contempladas en la liquidación y ya fueron oportunamente reflejadas en los estados financieros de Corferias Bogotá y Corferias Perú desde el 2012.

9.3. 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 la ha cumplido a cabalidad, por cuanto todas las marcas de los productos feriales cuentan con sus respectivos registros que los acreditan de su propiedad. Así mismo, el software usado en los equipos de cómputo de la entidad 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.

9.4. COMITE DE AUDITORÍA Y SIPLA

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 la Corporación se ajuste a lo dispuesto en la ley. En cumplimiento de la norma antes mencionada dio su visto bueno a los Estados Financieros que hoy presentamos ante ustedes.

En relación con el Sistema para la Prevención del Lavado de Activos, durante el 2013 se contrató a la firma Lozano Consultores, especialistas en la materia, para actualizar y mejorar los controles internos de la Corporación. Como resultado, Corferias obtuvo un Manual, un Código de Etica Sipla y unos procedimientos actualizados.

Es satisfactorio comunicarles que de acuerdo con el informe de la Oficial de Cumplimiento de la Corporación, durante el año 2013 no se detectó ninguna operación sospechosa en las transacciones realizadas por los Accionistas de la Entidad, las cuales fueron controladas por el Depósito Centralizado de Valores de Colombia Deceval S.A.

9.5. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUES DEL EJERCICIO

Entre el 31 de diciembre de 2013 y la fecha de presentación de este informe a la Junta Directiva no se han presentado acontecimientos importantes que valga la pena resaltar.

9.6. 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.

9.7. PAGO DE UTILIDADES

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.

10. AVANCES PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y RETOS 2014

Corferias bajo el marco de los lineamientos de la planeación estratégica vigente, la visión definida para la entidad, la propuesta de valor establecida para cada una de las unidades de negocios, los objetivos estratégicos propuestos y los diferentes proyectos formulados, avanzó en el desarrollo de sus iniciativas orientadas a seguir el camino “Hacia un liderazgo integral en la industria de Ferias y Eventos”.

De manera particular, durante el año 2013 se avanzó en cada uno de los proyectos estratégicos formulados para lograr la visión propuesta y se priorizó la ejecución de las varias iniciativas (ver gráfica página 50).

El alcance y avance de los proyectos estratégicos, señalados en el siguiente cuadro y que se encuentran ya en ejecución, ha sido desarrollado a lo largo de este informe y por ello, sólo se hace necesario adicionar el grado de avance de las iniciativas que se encuentran en fase de conceptualización y cuya ejecución iniciará en el 2014.

Dentro de estos proyectos se encuentran los siguientes:



Proyecto Hotel Corferias: Se realizó el estudio de mercado en donde se identificó que a pesar del crecimiento en infraestructura hotelera de los últimos años, Bogotá aún tiene una demanda insatisfecha, especialmente en materia de turismo de negocios, que es la demanda más importante en la ciudad. Adicionalmente, al considerar la necesidad específica de los clientes de Corferias y del nuevo Centro Internacional de Convenciones de Bogotá es necesario poder ofrecer un hotel a los organizadores de eventos y de esta forma responder a las necesidades de los participantes nacionales e internacionales.

Se estima, que el hotel de Corferias tenga entre 400 y 450 habitaciones, de 34m² en promedio, orientado a un público que será principalmente el participante en convenciones, quien prefiere habitaciones estándar. Este hotel contará con un restaurante que ofrezca tres comidas, un bar en el “lobby” y un formato de autoservicio.

Como parte de los servicios complementarios del hotel, se destinará un espacio para reuniones que podría ser de 2.600m² y una pequeña área comercial disponible para arrendar, un “spa”, un “business center” y un gimnasio.

El hotel del tamaño propuesto le permitirá a Corferias ampliar la oferta de alternativas a los clientes y estructurar paquetes para los diferentes tipos de clientes (organizadores, visitantes, compradores, expositores, entre otros).

Actualmente se adelanta la estructuración del proceso de selección del operador con el objeto de contar con una marca hotelera muy bien reconocida especialmente en el entorno de la actividad de ferias, eventos, congresos y convenciones. Es de la máxima importancia que el hotel se inaugure al mismo tiempo que el CICB.

Operación Ágora Bogotá: Corferias con base en el modelo de negocio definido para el Centro Internacional de Convenciones de Bogotá ha establecido que entre los años 2013 – 2015 es el lapso para estructurar las acciones de promoción y comercialización del CICB y el periodo para preparar estratégicamente las líneas de acción que como operador profesional se seguirán para el cumplimiento del plan de negocios formulado.

Al respecto, ha contado con la asesoría de la firma MCI para el análisis de mercado, la determinación del modelo de tarifas y el análisis de las condiciones del mercado local, nacional, regional e internacional para atraer los diferentes tipos de evento objetivo de este importante recinto.

Con la experiencia de Corferias se determinará un modelo de operación propio para el CICB bajo la orientación de establecer una gestión integral para el desarrollo de eventos desde su concepción hasta su ejecución, de acuerdo con las necesidades particulares de los clientes, resaltando la importancia que Corferias le da a procesos tales como la gestión del conocimiento de los clientes y mercado, el diseño de los productos y servicios, la gestión comercial, la planificación y logística de los eventos, la realización y la prestación de servicios de valor agregado, entre otros.

Promoción y gestión de espacios de ferias y eventos de terceros (Puerta de Oro - Barranquilla): El día 03 de marzo de 2012 se firmó un memorando de entendimiento entre el Centro de Eventos y Exposiciones del Caribe y Corferias, en el cual se expresó el deseo de unir esfuerzos para estructurar y ejecutar un

portafolio de ferias, eventos y convenciones, con miras a que el proyecto Puerta de Oro se convierta en el más exitoso de la región Caribe.

Bajo este marco se procedió a analizar el mercado actual y potencial tanto de ferias y eventos en Barranquilla y la región Caribe, se identificaron sinergias y economías de escala que permiten optimizar los recursos y la promoción de las ferias y eventos en esta plataforma de negocios de la región Caribe y adicionalmente se trabajó en evaluar los flujos posibles del CEEC considerando los recursos para mantenimiento y reinversión.

Corferias con el enfoque descrito anteriormente estructuró y presentó la Propuesta para la Operación del Centro de Ferias y Eventos en Barranquilla. Se trata de una alianza con el Centro de Eventos y Exposiciones del Caribe (CEEC)- Puerta de Oro (Recinto de Ferias y Convenciones de Barranquilla), a través de la cual el know how de 60 años en el desarrollo y organización de ferias y eventos y la experiencia de Corferias le permite al CEEC contar hoy con una propuesta de un Modelo de Negocios que le ofrece la sostenibilidad de recinto y un aliado que dinamizará la actividad de promoción de comercio y negocios en la región y de la cuenca del Caribe con un impacto directo e indirecto en el crecimiento de los sectores económicos prioritarios.

Se espera que a mediados del 2014 se defina por parte del CEEC si acepta la propuesta presentada por Corferias.