



Hilton

INFORME DE GESTIÓN 2019

ASAMBLEA
DE ACCIONISTAS

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

INFORME DE GESTIÓN 2019

ÍNDICE

CONTENIDO	PAG.
CORPORACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES S.A.	
USUARIO OPERADOR DE ZONA FRANCA Y SUBORDINADAS	
1. JUNTA DIRECTIVA CORFERIAS (2018 - 2019)	4
2. COMITÉ DIRECTIVO DE CORFERIAS	5
3. INFORME DE GESTIÓN 2019 DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LA PRESIDENCIA EJECUTIVA	6
4. DICTAMEN DEL REVISOR FISCAL	107
5. ESTADOS FINANCIEROS	
5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO	112
5.2 ESTADO DE RESULTADOS Y OTRO RESULTADO INTEGRAL CONSOLIDADO	113
5.3 ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADO	114
5.4 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO	115
5.5 NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS	116
6. GRÁFICAS	190
7. INDICADORES FINANCIEROS	192

JUNTA DIRECTIVA CORFERIAS 2018 - 2019

Presidente

Jaime Mantilla García

Vicepresidente

Enrique Vargas Lleras

Principales

Jaime Mantilla García

Enrique Vargas Lleras

Gonzalo Echeverry Garzón

Juan Diego Trujillo Mejía

María del Rosario Sintés Ulloa (independiente)

Leonor Serrano de Camargo (independiente)

Mónica de Greiff Lindo

Suplentes

Juan David Ángel Botero

Sandra Neira Liévano

Luis Fernando Ángel Moreno

Nicolás Uribe Rueda

Gilberto Gómez Arango (Q.P.D - independiente)

Ricardo Ávila Pinto

Martha Yaneth Veleño Quintero

Honorarios

Reinhard Kling Bauer

Jorge Perdomo Martínez

Oscar Pérez Gutiérrez Q.P.D.

Hernando Restrepo Londoño

Gonzalo Serrano Orejarena

Enrique Stellabatti Ponce

COMITÉ DIRECTIVO

Andrés López Valderrama

Presidente Ejecutivo

Mario Cajiao Pedraza

**Vicepresidente de Planeación y
Asuntos Corporativos**

Roberto Vergara Restrepo

**Director de
Negocios Internacionales**

Natalia A. Riveros Castillo

Secretaria General

Marisol Suárez Laverde

Directora de Ferias

Mauricio Paredes García

**Subdirector de Riesgos
y Operaciones**

Elizabeth Arias Ávila

**Gerente de Comunicaciones
y Publicidad**

Martín Camargo Pérez

**Subdirector Técnico y
de Infraestructura**

Alexandra Torres Asch

**Gerente de Mercadeo y Ventas
Ágora Bogotá**

Patricia Sandoval Marin

Auditora Interna

Andrey Drufovka Urdaneta

Gerente de Eventos (E)

Juan Esteban Pérez

Director Ejecutivo - Puerta de Oro

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

Señores Accionistas:

Para mi como Presidente Ejecutivo de la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. Usuario Operador de Zona Franca - Corferias, es muy grato presentarles los logros obtenidos a lo largo del año 2019, cuyo resultado ha sido posible gracias al trabajo mancomunado y conjunto con la Junta Directiva, con los posibilitadores de Corferias y con todos aquellos terceros, quienes contribuyen de forma permanente con sus lineamientos, recomendaciones, actividades y labores a que todo este magnífico resultado sea posible.

Durante el año 2019 se concluyeron proyectos de gran envergadura, que han posicionado a Corferias como un Distrito de Ferias, Congresos y Convenciones de Bogotá, el cual se viene construyendo como una visión conjunta de la Cámara de Comercio de Bogotá y Corferias, que se ha llevado paso a paso desde el establecimiento de un Plan de Regularización y Manejo en el año 2006, pasando por la definición del Proyecto "INNNOBO" y desarrollo del entorno en el año 2007, la modernización como tal de Corferias con la construcción del Gran Salón, el plan de parqueaderos, la construcción y activación de los bordes perimetrales del recinto ferial, la construcción del Centro de Convenciones Ágora Bogotá y del Hotel Hilton Corferias.

Es de gran importancia, mencionar que las diferentes plataformas del Distrito se han integrado y han tenido unas sinergias extraordinarias, que han generado unos interesantes y muy fructíferos resultados a Corferias, no solo desde el punto económico, sino desde el impacto económico, social y ambiental frente a la ciudad y el país en general. Esto demuestra día a día que la visión con la que se iniciaron estos proyectos se ha ido consolidando y evidenciando que Corferias es una empresa de una amplia trayectoria que ha desarrollado una gestión extraordinaria, creando valor a la empresa y a sus actividades como tal.

Dentro de las plataformas, se destaca la apertura del Hotel Hilton Corferias en el primer semestre del año 2019, operación que ha traído excelentes resultados como se expondrá en este

informe más adelante. De igual manera, los diversos eventos, congresos y convenciones que se han llevado a cabo en el Centro de Convenciones Ágora Bogotá, han generado unos resultados espectaculares a los inversionistas, dentro de los cuales se encuentra Corferias, y que se ven reflejados dentro de las utilidades que se presentan a los accionistas de esta empresa.

De igual manera, como parte de los compromisos adquiridos en años anteriores por Corferias se ha dado en uso todas las alamedas perimetrales del recinto ferial, procediendo a la entrega a la Alcaldía Mayor de Bogotá y al público en general para su uso, consolidando un espacio público de más de 23.000 metros cuadrados para la ciudad.

Corferias continúa ejecutando todas las actividades contenidas en su objeto social, por lo que no ha dejado de llevar a cabo todos los procesos de innovación permanente para fortalecer sus productos feriales, para crear otros, no solo de tipo ferial, sino de eventos y producción de los mismos, con resultados muy satisfactorios en la industria ferial y de eventos en las ciudades de Bogotá, Barranquilla y Medellín posicionándose con sus nuevos productos de alta calidad.

Finalmente, se han venido ejecutando las actividades asociadas al ejercicio de Planeación Estratégica 2018 – 2022 “Generador de Oportunidades y Progreso”, evidenciándose grandes avances, enfocándose en los aspectos más relevantes para Corferias, todo orientado a seguir generando valor y a consolidar a Corferias como una de las empresas más importantes, por sus grandes aportes a la industria, a la economía de las ciudades donde realiza sus actividades y para beneficio de todos sus accionistas.

Espero que como yo, se sigan sintiendo muy orgullosos de pertenecer a esta organización, en donde día a día quienes hacemos parte de ella, trabajamos arduamente para obtener y presentarles resultados satisfactorios.

Atentamente,

ANDRÉS LÓPEZ VALDERRAMA

Presidente Ejecutivo

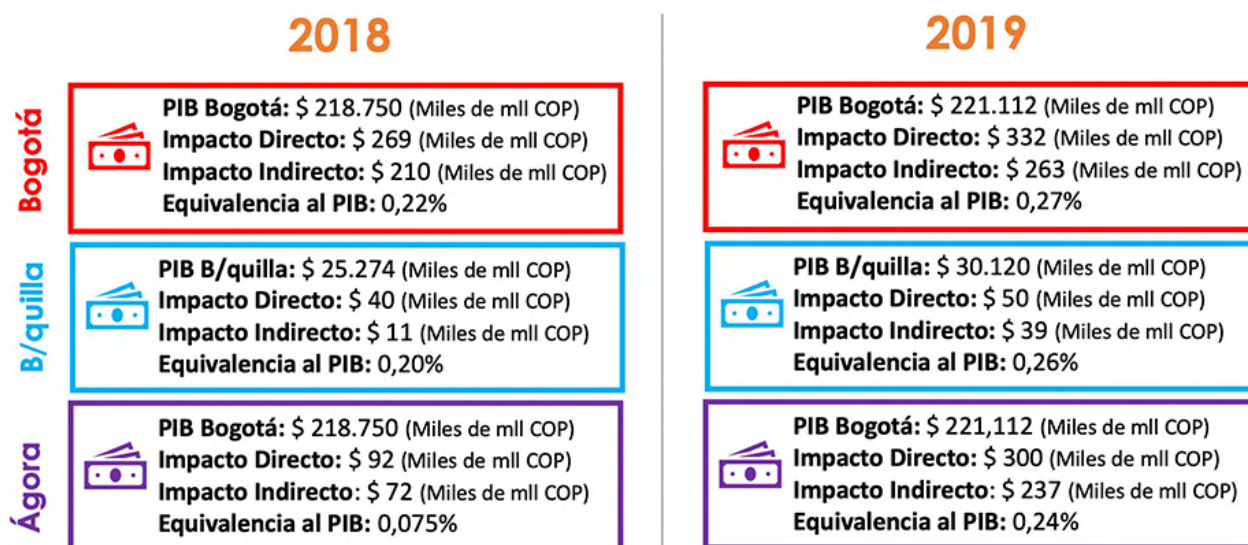
1. IMPACTO PAÍS

La Corporación de Ferias y Exposiciones Usuario Operador de Zona Franca, en adelante Corferias, es una empresa privada, filial de la Cámara de Comercio de Bogotá, entidad ésta que representa los intereses de los empresarios y comerciantes, así como, de la sociedad general. Corferias se ha destacado por ser una de las veinticinco empresas que le aporta al desarrollo y al PIB del país, tal como lo publicó en su momento la Revista Semana en el año 2018.

Corferias con 65 años de experiencia en la organización de ferias, eventos, congresos y convenciones, propicia y genera contactos comerciales cualificados entre visitantes y expositores, impulsa el desarrollo industrial, comercial, social, cultural e internacional entre Colombia y los países de la Región Andina, Centroamérica y el Caribe, así como, con otros mercados internacionales importantes norteamericanos y europeos. De igual manera, Corferias promueve la participación del país en el exterior, para fomentar el desarrollo industrial y comercial de Colombia.

Con base en lo anterior y en su compromiso de promover la competitividad y sostenibilidad ha venido trabajando en analizar y hacer seguimiento al impacto económico, social, de posicionamiento y ambiental con las actividades desarrolladas.

En este proceso en cuanto al impacto económico entendido como el impacto directo e indirecto de las ferias y eventos que se desarrollan y su repercusión en el aporte al PIB de Bogotá por el Recinto Ferial y Ágora, y en la ciudad de Barranquilla por Puerta de Oro, representa:









PIB Ciudad a precios constantes

(*) El posicionamiento representa la inversión económica en pauta y publicidad mas la valoración del freepress, los canjes y bonificados.

- Impacto Directo: Inversión efectivos generados por desarrollar un evento.
- Impacto Indirecto: costos y gastos estimados generados de manera colateral por el desarrollo de un evento.

En el marco de 9 ferias de 2019 (Agroexpo, Andina Pack, Belleza y Salud, Café de Colombia Expo, Expoagrofuturo, Expoartesanas, Expoconstrucción, Filbo y Feria Internacional de Seguridad) se realizaron actividades de Ruedas de Negocios contando con la participación de 1,541 empresas expositoras y 815 compradores. Las diferentes interacciones reportaron oportunidades de negocios potenciales por valor de USD \$133.936.000.

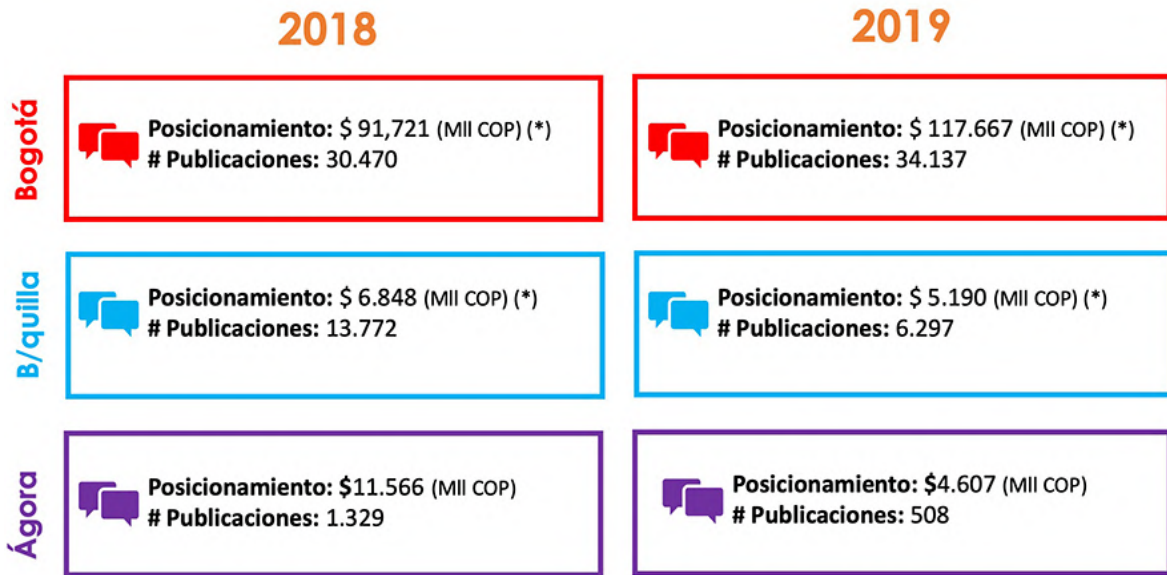
De igual manera, con sus actividades Corferias también genera un **impacto social**, que se realiza desde el análisis de la capacidad de generación de empleo de las ferias y eventos y su impacto en los costos y gastos para contar con estos recursos disponibles, así:

	2018	2019
Bogotá	 # Empleos generados: 4.301 Impacto Social: \$ 3.724 (MII COP)	 # Empleos generados: 6.259 Impacto Social: \$ 5.963 (MII COP)
B/quilla	 # Empleos generados: 1.462 Impacto Social: \$ 540 (MII COP)	 # Empleos generados: 1.555 Impacto Social: \$ 599 (MII COP)
Ágora	 # Empleos generados: 5.501 Impacto Social: \$ 4.592 (MII COP)	 # Empleos generados: 8.311 Impacto Social: \$ 7.286 (MII COP)

En este análisis, se establece que son empleos adicionales generados por el desarrollo de las ferias y/o eventos, con el fin de cumplir con la promesa de valor a clientes y asistentes. Cada evento requiere esfuerzos de actividades temporales para atender montajes, desmontajes, producción, operación y servicios. (Auxiliares logísticos, supervisores de seguridad, aseo, vigilancia, brigadistas entre otros).

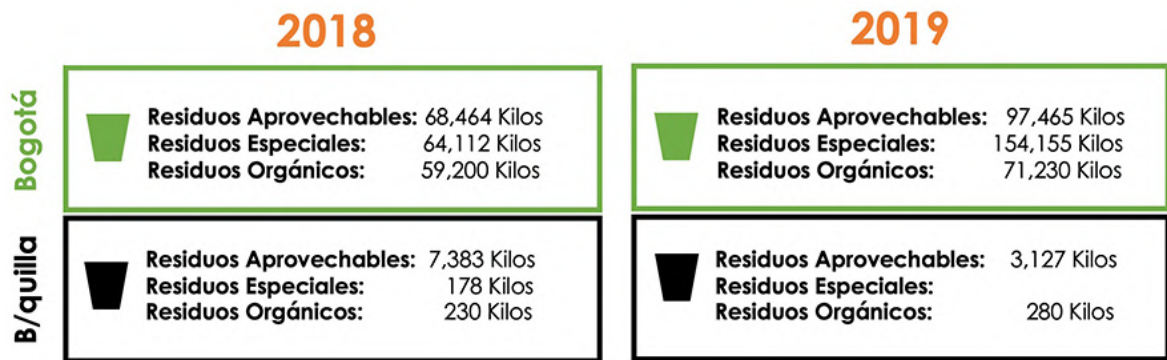
Para el caso de eventos, se cuenta con la información que nos suministran los organizadores.

Frente al **impacto de posicionamiento**, la estrategia de comunicaciones de las ferias y los eventos, no solo hablan de los productos de Corferias en sí, sino que se trata de incluir el sector de la economía, la ciudad y el país, así:



El posicionamiento representa la inversión en publicidad más la valoración del freepress, y bonificados. En Barranquilla en el año 2018 contamos con ferias como Proyectate, Agroexpo Caribe y Construferia, las cuales se realizan cada 2 años.

Finalmente, es muy importante hablar del **impacto ambiental** que genera Corferias como empresa y la gestión que realiza para el aprovechamiento de los mismos, así:



Se entiende como Residuos Aprovechables: Materiales reciclables como papel de archivo, periódico, plásticos, cartón, PET, lata, aluminio, chatarra, maderas, TetraPack, entre otros. Y como Residuos Especiales: Maderas contaminadas, luminarias, biosanitarios, lodos, baterías, etc.

Frente a temas relacionados con la gestión de agua y energía, se resalta las importantes actividades de Corferias por ejemplo en la migración por fases a luminarias LED con el objeto de ahorrar energía, el proyecto de implementación de paneles solares, la disponibilidad de tanques para el almacenamiento y el aprovechamiento del agua lluvia, las pruebas microbiológicas y fisicoquímica del agua. De igual manera, todas las actividades que se están adelantando frente a temas de capacitación a los posibilitadores y concesionarios de la plaza frente al reciclaje y el manejo de los residuos.

2. MODERNIZACIÓN

2.1. INFRAESTRUCTURA

El 2019 fue un año muy importante para iniciar la operación y puesta en marcha de los diferentes proyectos que Corferias, entre los cuales se había fijado como meta: el Hotel Hilton Corferias, la entrega simbólica de 41.000 m² de espacio de uso público a la ciudad y la modificación del Plan de Regularización y Manejo de Corferias. Adicionalmente, dentro de su visión se fijó una meta muy importante para continuar con su modernización y aporte a la ciudad, como es el proyecto del Plan Parcial de Renovación Urbana CORFERIAS + EAAB – E.S.P.

2.1.1. HOTEL HILTON CORFERIAS Y OFICINAS

Durante el primer trimestre de 2019 se finalizaron las obras y acabados del proyecto, adicionalmente se puso a punto la operación, esto con el fin de realizar la inauguración y apertura del proyecto en el mes de abril.



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

2.1.2.1. Intervención sobre Av. de La Esperanza y Calle 25 y Avenida Carrera 40

Dando cumplimiento a los compromisos del Plan de Regularización y Manejo (PRM) de Corferias, durante el año 2019 se finalizaron las obras de espacio público y arborización alrededor del predio del Recinto Ferial. Adicionalmente, se finalizó la construcción e instalación del cerramiento verde móvil sobre la calle 25, logrando con esto no solo cumplir con el PRM, sino consolidar 41.000 m² de espacio de uso público alrededor del recinto ferial, espacio que fue entregado de manera simbólica a la administración distrital el 6 de febrero de 2019.

Con este proyecto Corferias ha generado una significativa mejora en el entorno y su forma de relacionarse con el sector y la ciudad, cumpliendo con los objetivos iniciales del proyecto.



Fotografía: Enrique Guzmán

2.1.3. CENTRO INTERNACIONAL DE CONVENCIONES DE BOGOTÁ - ÁGORA BOGOTÁ



Fotografía: Enrique Guzmán

Durante el 2019, Corferias suscribió formalmente el contrato de operación del Centro de Convenciones ágora Bogotá, en el cual se establecieron diferentes obligaciones en su calidad de operador, entre éstas, administrar la infraestructura física y los diferentes bienes destinados al funcionamiento de Ágora. Para ello, y con el objeto de cumplir con dichas obligaciones y compromisos, se realizó la negociación y firma de 26 contratos para la operación y el mantenimiento de la infraestructura del Centro de Convenciones – Ágora Bogotá, entre los que se encuentran: mantenimiento de exteriores, ascensores, cocina, seguridad, aseo, fumigación, iluminación, eléctrico y ventanería entre los más relevantes.

De igual manera, Corferias en su calidad de operador, también desarrolló como actividades relevantes la compra de paneles con su respectiva perfilería para realizar montajes de arquitectura efímera dentro del Centro de Convenciones; la lavada de la fachada y puente conector, adquirió puestos de menaje adicionales para mejorar los tiempos de respuesta del servicio de A&B; finalizó la instalación de la iluminación de la fachada, el cambio de rejillas en la cubierta para evitar el ingreso de agua al piso 5; realizó los trámites ante la EAAB para el cierre de la cuenta provisional de obra y la legalización de la cuenta del acueducto del Centro de Convenciones; instaló la reja sobre la carrera 40 para realizar la apertura del parqueadero en caso de que la operación lo

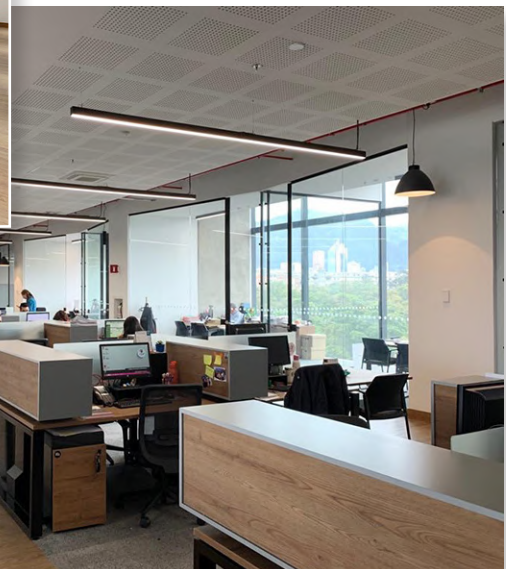
demande; efectuó el arreglo de los andenes externos de la carrera 40 los cuales se encontraban en mal estado y llevó a cabo el oscurecimiento del quinto piso del Centro de Convenciones mediante Blackouts instalados dentro de las ventanas.

Corferias ha cumplido con sus obligaciones como Operador realizando el uso de los diferentes bienes muebles y equipos entregados para la operación y de propiedad del Patrimonio Autónomo del Centro de Convenciones,, realizando para ello la custodia de los mismos y el respectivo mantenimiento, en equipos como: UPS's; Data Center y todos sus componentes de aire de precisión, extinción con agente limpio, racks, Swithcs, sistemas de detección entre otros; plantas eléctricas, ascensores, escaleras y montacargas; sistemas hidráulicos que incluye: tanques de agua potable, trampas de grasa, pozos eyectores, bombas y redes contra incendio; aire acondicionado, aire de precisión y extracción mecánica; jardines externos; fumigación y control de roedores; equipos de cocina principal y cocinas satélite, y cuartos fríos.

En relación con las afectaciones durante el año 2019 a la infraestructura causada por terceros durante la realización de eventos, éstas fueron mínimas y se efectuaron los arreglos por parte del operador, realizándose los respectivos cobros de los daños. Así mismo, se está efectuando el análisis estructural de los Riggings instalados en el Centro de Convenciones por parte de la Sociedad Colombiana de Ingenieros.

2.1.4. OFICINAS CORFERIAS EN TORRE HOTEL

Fotografía: Enrique Guzmán



2.1.4.1. Oficinas Corferias Auditorio, Bloque A y nuevas taquillas Plazoleta Arco

Durante el año 2019 se adelantó el diseño y construcción de las nuevas oficinas ubicadas en el piso 2 del auditorio para el área de eventos y en el bloque A para las áreas de seguridad, tecnología, operarios y proyectos. Adicionalmente, se incluyó dentro de esta remodelación la solución para las nuevas taquillas de la plazoleta del arco, para el desarrollo de estos diseños se aplicó el nuevo concepto implementado en las oficinas que están ubicadas en el Edificio del Hotel Hilton, con el fin de mantener un lenguaje coherente con la visión de innovación constante de la Corporación.



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

Corferias ha cumplido con los compromisos que se han generado dentro del Plan de Regularización y Manejo (PRM). Dado el cumplimiento total de las actividades de la fase 2 del cronograma de compromisos del PRM y que lo único pendiente era la recepción por parte del Distrito de las nuevas áreas de espacio público, se procedió a solicitar en diciembre de 2018 la modificación de dicho cronograma, la cual se obtuvo mediante comunicación del 8 de marzo de 2019, extendiendo la Fase 2 hasta el año 2021 y el cronograma que inicialmente finalizaba en el año 2023, ahora finaliza en el año 2029.

Adicionalmente dentro de la solicitud de modificación, se incluyó la posibilidad de realizar el pago compensatorio de parqueaderos para los usos contemplados en el plan de Regularización y Manejo, exceptuando el uso principal (Dotacional, Servicio Urbano básico del tipo Recinto ferial de escala metropolitana), esta modificación se obtuvo el 24 de diciembre de 2019, este pago compensatorio será aplicable a las licencias que se soliciten para la construcción de los futuros proyectos del Plan Maestro de Desarrollo.

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

Durante el año 2019 Corferias preparó y presentó el presupuesto de la elaboración de ferias y eventos, así como, el plan de mantenimiento y de reinversión para los próximos 5 años.

Frente al mantenimiento, se desarrollaron los compromisos acordes a los contratos y garantías programados y establecidos para tal fin, tales como equipos mecánicos, bombas, sistema eléctrico, red contra incendios, aire acondicionado, sistemas de tanques, cocinas industriales, fumigación y mantenimiento de áreas internas de circulación del recinto, entre otros.

Adicionalmente, se realizaron algunos correctivos para el sistema de aire acondicionado y los sistemas de bombas con el propósito de mejorar su funcionamiento y eficiencia.

2.1.7. PLAN PARCIAL DE RENOVACIÓN URBANA CORFERIAS +EAAB-E.S.P.

El año 2019 fue un año decisivo para realizar un desarrollo armónico entre Corferias y la EAAB-ESP, es por esta razón que se firmó un memorando de entendimiento entre las dos partes para llevar a cabo el diseño, desarrollo y formulación de un Plan Parcial de Renovación Urbana que involucre los predios de la EAAB – E.S.P. y Américas (propiedad de Corferias). Con el propósito de obtener una norma que permita realizar proyectos futuros con los usos e índices necesarios para los intereses de la ciudad, la EAAB- E.S.P. y Corferias.

Se avanzó en la realización de los documentos de diagnóstico y formulación, los cuales se radicaron ante la Secretaria Distrital de Planeación en el mes de septiembre y actualmente se encuentra en proceso de revisión, por lo que se está a la espera del requerimiento de información adicional, que incluye una compilación de las observaciones diferentes entidades del Distrito, incluyendo las diferentes áreas de la Secretaria Distrital de Planeación.

Para el 2020 se tiene planteado continuar avanzando en el desarrollo de este importante proyecto conjuntamente con la nueva administración Distrital.

2.1.8. OTROS PROYECTOS PARA LA ACTUALIZACIÓN Y RENOVACIÓN DEL RECINTO FERIAI BOGOTÁ

Recinto Ferial

A finales del año 2019, se iniciaron las obras de reforzamiento estructural de la cubierta de madera de los pabellones 3 y 6, esperando que se culminen las obras a finales del primer trimestre de 2020. Así mismo, se llevaron a cabo las obras de mantenimiento preventivo como es costumbre y algunas de carácter correctivo como el cambio parcial de la cubierta del pabellón 1.

De igual manera, se realizó la adecuación del sistema de aire acondicionado de las Oficinas de Corferias, piso 5 y 6, para mejorar la funcionalidad del sistema, iniciando obra a finales de 2019 proyectando la terminación en el primer trimestre del año 2020.

Además, se ejecutó la adecuación de la tramoya, cielo raso e iluminación del auditorio principal, mejorando la funcionalidad de la tramoya, la eficiencia en la iluminación (cambio a tecnología led) y el mantenimiento general del cielo raso.

Se está adelantando el proyecto de Eficiencia Energética, para lo cual se ha ido cambiando la iluminación de la torre de parqueaderos de los niveles 1 al 4 por iluminación de bajo consumo (LED). Adicionalmente, se cambiaron las luminarias de algunas zonas verdes internas y se iniciaron los trabajos para el cambio de luminarias en los postes de las áreas libres.

Se efectuó la remodelación local Amérigo, realizando el diseño y la construcción para generar los cambios necesarios con el objeto de adaptar el local a las nuevas necesidades, con el propósito de elevar su nivel de eficiencia y servicio, mejorando la experiencia.



Gran Carpa Américas

Corferias en atención a mantener sus relaciones extraordinarias con la comunidad y por sugerencias de las entidades distritales, adelantó la contratación de un especialista en acústica para determinar el alcance de un proyecto de adecuación, aislamiento y acondicionamiento acústico de la Gran Carpa Américas, por lo que se contrató el diseño y la construcción para el refuerzo de la estructura metálica, avanzando de manera significativa durante el último trimestre de 2019.

Se inició el desarrollo de la construcción de los muros y cielo raso con condiciones de aislamiento acústico y/o acondicionamiento de acuerdo con los diseños aprobados. Se considera finalizar la construcción durante el primer trimestre de 2020. Adicionalmente, se realizaron trabajos de renovación del piso interno de la Carpa Américas con el propósito de permitir la realización de eventos como el Holyday on Ice y otros.

2.2. MODERNIZACIÓN DE PROCESOS, TECNOLOGÍA Y GOBIERNO

2.2.1. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

La Corporación, luego de la realización de (2) ciclos de auditoría interna, demostró satisfactoriamente la capacidad del sistema de gestión para lograr que se cumplan los objetivos de la organización desde cada uno de los procesos auditados, con lo cual se logró mantener la certificación de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015 en la visita de seguimiento No. 1, destacando el reconocimiento de tres (3) fortalezas por parte de Bureau Veritas y una (1) no conformidad menor, cuyo plan de mejora fue implementado y cerrado eficazmente en 29 días hábiles, cierre que fue verificado y aceptado por el ente certificador.

Se realizaron ajustes importantes respecto a la gestión de los indicadores haciendo más claros y eficaces los análisis y sus planes de trabajo, se diseñó e implementó el módulo de indicadores para Corferias Inversiones S.A.S., se establecieron mecanismos de seguimiento al cumplimiento, tanto de reporte como de resultados, así como, un control de escalonamiento para los casos en los que se realice apertura de oportunidades de mejora, para reforzar el impacto y agilizar la toma de decisiones, en pro de la mejora continua.

Se construyó y documentó un nuevo método para la administración de los Registros, que se traduce en simplificación de actividades operativas de gestión documental de los Procesos, para ello, se realizó el levantamiento y análisis de los registros de todos los procesos de la organización. Este proyecto se implementará durante el año 2020.

2.2.2. SISTEMA DE CONTROL INTERNO

La estructura organizacional de Corferias permite optimizar los resultados del Sistema de Control Interno en la identificación de riesgos e implementación de controles que mitiguen su impacto logrando un mejoramiento continuo de los procesos en donde son responsables todos los posibilitadores con el direccionamiento de la Alta Dirección.

Durante el año 2019 la Auditoria Interna como soporte a la Alta Dirección y en apoyo al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Corporación ejecutó el Plan Anual de Auditoria, mediante evaluaciones periódicas dando cubrimiento a los macroprocesos de la Corporación, con auditorias al Sistema de Control Interno, al cumplimiento del Código de Ética, SIPLA, Evaluación Integral de Riesgos FERIALES, estas actividades se realizaron con enfoque de riesgos en la estructura de gobierno, cumplimiento de las políticas y normas legales para asegurar razonablemente la información.

Los resultados fueron debidamente presentados a los diferentes líderes de los procesos evaluados permitiendo así establecer las acciones de mejora.

De igual forma la Auditoria realizó actividades de sensibilización a los posibilitadores en principios de Autorregulación, Autogestión y Autocontrol, enfatizando la importancia de adoptar buenas prácticas en el desarrollo diario de sus funciones.

2.2.3. GESTIÓN DE RIESGOS

Durante el año 2019 con base en el crecimiento y las características del entorno y los eventos, la Corporación se encaminó a la identificación de nuevos riesgos y en la profundización en la mitigación de estos, de acuerdo con el comportamiento dinámico del entorno de sus procesos, proyectos y productos.

El comportamiento desde la perspectiva de producto se robustece agregando en algunos casos la valoración del impacto de los riesgos, permitiendo que la Corporación a la fecha analice y emprenda acciones que mitiguen riesgos en el 100% de las ferias y eventos operados dentro del país.

Adicionalmente, en la misma línea, se amplió los planes de capacitación y sensibilización desarrollados y el número de participantes, orientado a partes interesadas, tales como expositores, contratistas, socios, organizadores, entre otros, así como, planeación permanente para cada feria y evento e implementación de acciones de mitigación de riesgos operacionales basados en lecciones aprendidas y de cumplimiento normativo con el apoyo de los entes de inspección y vigilancia.

En cuanto a la gestión de Riesgos de los Procesos de la Organización, se realizó una revisión y actualización con los líderes de proceso, teniendo en cuenta sus valoraciones, controles, materialización y demás variables aplicables que hubiesen podido cambiar en la dinámica operacional de la Corporación dando un especial énfasis a los riesgos altos y que puedan afectar la Planeación Estratégica. Asimismo, se gestionaron las oportunidades a través de la herramienta que administra el Sistema de Gestión de Calidad, promoviendo la cultura de administración de riesgos en la Corporación.

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

Dentro de los retos de la Planeación Estratégica, el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo continúa avanzando en la consolidación de los proyectos encaminados a cerrar las brechas relacionadas con la gestión de riesgos propios de la actividad de ferias y eventos.

Es así, como se priorizaron cuatro grupos de intervención:

- Mejora en la distribución e instalación de sistemas eléctricos, destacando la intervención que a nivel de infraestructura se realizó en las subestaciones de acuerdo con las normas RETIE.
- Diseño e implementación de planes logísticos según la problemática de cada feria o evento, fortaleciendo la movilidad interna y externa.
- Respecto al cumplimiento de los estándares para trabajos en alturas se instalaron líneas de vida en las fachadas de los pabellones 3-4-6 y gran salón, facilitando las actividades relacionadas con el montaje y desmontaje de señalización.
- Finalmente, en las etapas de montaje y desmontaje se continuó trabajando con la sensibilización y monitoreo en campo del uso de elementos de protección personal, orientado principalmente a los contratistas de montaje de expositores y organizadores de eventos.

2.2.5. PLAN DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO

En el año 2019 se realizó un intenso trabajo de la mano de los líderes de proceso que dio como consecuencia la finalización de las acciones requeridas para que la implementación del Plan de Continuidad del Negocio sea una realidad en la Corporación, se robustecieron los Planes Macro (Plan de Recuperación de Desastres, Plan de Manejo de Crisis, y Plan de Manejo de Incidentes) generales del sistema, así como, la elaboración de los planes de recuperación para todos los procesos identificados como críticos para la continuidad del negocio, teniendo en cuenta los escenarios de riesgo contemplados.

Se realizó la adaptación, montaje y dotación del Centro Alterno de Operación (CAO), con sus respectivos protocolos de uso y se probaron los mismos con los usuarios responsables de la ejecución de los procesos. Posteriormente se realizaron pruebas en vivo (realizadas 10, en total son 11) de los planes estructurados, asegurando su factibilidad y pertinencia para situaciones de contingencia reales, con la documentación y las evidencias correspondientes. Asimismo, se está avanzando en la inclusión de los planes de recuperación de los proveedores críticos de la Corporación.

En lo que corresponde al 2020, se procederá con el desarrollo de la etapa de sensibilización y entrenamiento a los posibilitadores y partes interesadas, con el fin de que Corferias esté preparada para responder ante situaciones de contingencia que se lleguen a presentar en los procesos críticos.

2.2.6. CONFIABILIDAD INFORMACIÓN A TERCEROS

Corferias se ha destacado por ser una empresa con un alto compromiso frente a todos los terceros que tienen relación con ella, por ello se ha preocupado permanentemente porque su información sea revelada, publicada y compartida de forma amplia, fidedigna, exacta, transparente y soportada, lo que hace que siempre su información sea veraz y confiable.

En esta ardua tarea siempre ha contado con el acompañamiento de firmas externas, que con absoluta independencia, como lo es la Revisoría Fiscal designada por los accionistas, ha validado y certificado las diferentes cifras que arrojan las estadísticas y estudios que Corferias lleva a cabo y ejecuta, con el objeto de contar y transmitir información exacta, transparente y confiable acerca de los diferentes indicadores de la actividad ferial y de eventos.

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

2.2.7. ZONA FRANCA

Las disposiciones legales existentes en materia de regulación aduanera en la condición de Zona Franca Permanente Especial, clasificación correspondiente a Corferias, tuvieron algunos cambios en el año 2019, los cuales se han venido atendiendo en el normal desarrollo de la actividad de la Corporación. (Decreto 1165 del 2 de julio de 2019, Decreto 1054 del 12 de junio de 2019).

En atención a la ejecución de las obras de mejoramiento del recinto ferial, en especial en el perímetro y en los límites de este, se adelantaron los trámites y actividades respectivas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el objeto de reducir el área de zona franca y esta entidad, mediante Resolución 0219 del 11 de febrero de 2019 autorizó la reducción del área declarada como Zona Franca Permanente Especial Corferias, por cuanto Corferias cumplió con la cesión de zonas de espacio público al Distrito en los 2 predios detallados en la declaratoria inicial en el año 2008.

Durante el año 2019, se presentaron de manera oportuna los informes trimestrales correspondientes a los compromisos que en materia de inversión y empleo fueron determinados en la Resolución 05425 del 20 de junio de 2008, por medio de la cual se declaró la existencia de la Zona Franca Permanente Especial y de igual manera, en lo correspondiente a Ágora, de acuerdo con el Decreto 2884 del 13 de diciembre de 2013 en materia de inversión.

En el mes de mayo se llevó a cabo la auditoría externa adelantada por los señores Kleber Engel Asociados Ltda. al ejercicio correspondiente al año 2018, reportada directamente por ellos al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sin tener observación alguna al respecto. En cuanto a la actividad ferial, se adelantaron las ferias de carácter internacional en Bogotá y Rio Negro (Antioquia) con el debido cumplimiento de la normatividad aduanera vigente, sin tener ninguna observación por parte de las autoridades aduaneras y de comercio exterior.

2.2.8. BURSATILIDAD DE LA ACCIÓN

Durante el año 2019, el Comité de Bursatilidad se reunió en cuatro oportunidades, con la presencia de los accionistas designados por la Asamblea General de Accionistas y otros adicionales que han solicitado participar, quienes representan a los accionistas minoritarios. Este Comité ha venido desarrollando su plan de trabajo, el cual se ha enfocado en revisar actividades de Corferias, en sugerir otras acciones para adoptar estrategias diferentes para darle más visibilidad a la información bursátil de la Corporación, con el objeto de que pudiera ser las acciones de Corferias una inversión más atractiva para terceros.

Como parte de las actividades desarrolladas a lo largo del año 2019, es importante resaltar que Corferias acreditó nuevamente los requisitos exigidos por la Bolsa de Valores de Colombia – BVC, para la renovación de la certificación IR “Investor Relations”, reconocimiento que fue aprobado el 10 de octubre de 2019, por una vigencia de un año y con posibilidades de obtener su renovación en el año 2020.

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

3. INNOVACIÓN

3.1. NUEVOS PRODUCTOS 2019

Corferias en su dinámica de innovación, continúa trabajando por cumplir su promesa de valor, y posicionar su propósito superior en el mercado, GENERADORES DE OPORTUNIDADES Y PROGRESO, a través de la realización de ferias y eventos que abarcan los principales sectores de la economía y aportan a la competitividad del país y la región y posiciona a Corferias como líder en la organización de ferias y eventos de clase mundial en Colombia y el mundo.

Durante el 2019, en este frente se trabajó, no solo en fortalecer las ferias existentes con contenidos y experiencias que respondieran a esta nueva dinámica de innovación, sino que se trabajó en recopilar e identificar información clave de mercado que permitiera conectar con nuevas tendencias de consumidores en Colombia y la región, y sirviera como base para generar nuevos productos feriales en Bogotá, Barranquilla y Medellín. El propósito, es ampliar la oferta del portafolio ferial y de eventos y seguir actualizando y fortaleciendo el portafolio actual y adaptándolo a las necesidades cambiantes del mercado y del consumidor.

Desde 2018, Corferias le apostó a la implementación de Innovación abierta, es por esto que en 2019 se llevó a cabo el **I concurso de innovación Corferias**. Esta iniciativa contó con 212 **ideas** de productos y servicios provenientes de personas naturales externas, empresas, universidades, y posibilitadores. Dicho concurso tuvo como resultado 2 ferias proyectadas a 2021 en su ejecución que cumplen con las características de innovación, factibilidad técnica y financiera y oportunidad en el mercado. Una en el sector de Economía Solidaria y otra en el sector de Inclusión y discapacidad.

Por otro lado, se definió el banco de ideas, contenidos y experiencias que, utilizando la metodología de Design Thinking permitió generar fuentes de ideas de nuevos productos en 6 frentes: nuevo producto por ideación, adquisición de ferias/eventos, sinergias con aliados nuevos o existentes, ampliación a otras ciudades o mercados, incubación de proyectos dentro de ferias existentes (**spin off**) y reingeniería de ferias/eventos, alterno a una dinámica de fortalecimiento de productos actuales que requerían una mejora continua o la implementación de contenidos y experiencias que mejoraran su desempeño en satisfacción tanto del expositor, como del visitante.

En 2019 se desarrollaron e implementaron 3 ferias nuevas en la ciudad de Bogotá: 1) Silverexpo a través de una alianza con Colpensiones lanza el primer el primer espacio en Colombia de entretenimiento y bienestar para personas adultos mayores en un ambiente enriquecedor, divertido y novedoso; 2) Congreso Digitech en unión con la Universidad Nacional de Colombia se desarrolló un evento de transformación digital y automatización enfocado al desarrollo de la Industria 4.0 en el país; y 3) I Encuentro Empresarial Corferias dirigido a la gran comunidad

empresarial de la Corporación que busca establecer un espacio de relacionamiento y networking entre cada uno de ellos en pro de una mayor dinámica de negocios y oportunidades.

3.2. NUEVOS PRODUCTOS FERIALES 2019 (Bogotá, Barranquilla y Medellín)

- **SILVER EXPO BOGOTÁ**

Con el apoyo de Colpensiones y la Asociación Colombiana de Gerontología y Geriatría

El primer escenario ferial especialmente diseñado para adultos mayores, un segmento de población que está en aumento a nivel mundial con un poder adquisitivo importante. En su primera versión la feria contó con la asistencia de 11.603 visitantes y 68 expositores de categorías relacionadas con salud y bienestar, entidades financieras, alimentación, turismo entre otras. Adicionalmente, una nutrida agenda de actividades culturales y una zona académica hizo de la feria un escenario ideal para compartir en familia y amigos. Esto se vio reflejado en un índice de satisfacción de visitantes de 8,5 y de expositores de 8,6 superando la meta del año.

- **CONGRESO DIGITECH BOGOTÁ**

En alianza con la Universidad Nacional de Colombia

Durante dos días del mes de septiembre se desarrolló el primer congreso de transformación digital y automatización DIGITECH bajo el concepto *“Colombia hacia la industria 4.0: flexible, competitiva y conectada”*. Congreso en el que participaron conferencistas internacionales como Richard Soley, reconocido como uno de los personajes más influyentes en la industria de IT en el mundo. Adjunto se implementó un salón de prototipos que pretendía ejemplificar modelos de automatización industrial utilizando nuevos desarrollos tecnológicos locales. En este congreso participaron 1.190 asistentes que incluye 548 compradores profesionales nacionales, alcanzando una satisfacción general de 9.

- **ENCUENTRO EMPRESARIAL BOGOTÁ**

El primer Gran Encuentro de la comunidad empresarial de Corferias, buscaba consolidar, potenciar, dinamizar y fidelizar a la COMUNIDAD CORFERIAS, ofreciendo un ecosistema de actividades académicas que le permitiera a los asistentes adquirir herramientas para hacer crecer su negocio y buscar una alternativa para incrementar sus oportunidades. En la primera versión del Encuentro Empresarial se creó el **Foro Liderazgo e Innovación Para Hacer Crecer Su Negocio** en el que participaron conferencistas relevantes a nivel nacional en las temáticas relacionadas con el desarrollo empresarial, entorno macroeconómico, entorno organizacional y una mirada al nuevo consumidor. Alrededor de este componente central, se vincularon 112 expositores que ofrecieron servicios empresariales diversos y contaron con espacios de relacionamiento que les permitieron identificar potenciales alianzas. El evento contó con la asistencia de 823 empresarios que hacen parte de nuestra comunidad CORFERIAS.

3.3. PROCESO DE FORTALECIMIENTO DE LA INNOVACIÓN EN EL PORTAFOLIO FERIAI

En la construcción de la satisfacción del visitante de ferias, la experiencia será tan relevante como alcanzar los objetivos de negocio, es así como, Corferias se ha encaminado en la tarea de entender a profundidad las necesidades de sus actuales visitantes, las expectativas que tienen frente a la calidad de la muestra comercial, transferencia de conocimiento, y presencia de actividades dinámicas y enriquecedoras, con el fin de plantear acciones encaminadas a fortalecer el portafolio ferial actual a través de contenidos nuevos o experiencias que generen vínculos.

Un ejemplo de estos procesos de fortalecimiento es la Feria del Hogar en la cual, para la versión de 2019, se desarrolló **“La casa ideal”**: un espacio nuevo de visibilidad para los expositores y una nueva experiencia para el visitante donde se conjugaban la aplicación de soluciones y tendencias para el hogar con productos innovadores que se encontraban en la feria. Adicionalmente, en la versión 2019 se consolida la estrategia basada en **rutas de compra por intereses y afinidades**, para diferentes gustos y estilos de visitante alineado al enfoque corporativo de generar experiencias memorables. Estos cambios se traducen en más y mejores visitantes, lo que se evidencia en el incremento de la satisfacción general del expositor que en 2018 estaba en 7,0 y en 2019 subió a 7,3; y un incremento en la satisfacción del visitante pasando de un promedio de 8,1 en 2018 a 8,4 en 2019.

Otros ejemplos de ferias impactadas positivamente con la inclusión de contenidos y experiencias en el año 2019 son:

Portafolio Ferial Bogotá

- **Expoconstrucción y Expodiseño - Agenda académica y Experiencia**
Contenidos académicos de calidad con la participación de la Universidad Nacional de Colombia en la agenda académica **“innovación en la construcción”**, la cual se enfocó en temáticas de interés y actualidad, así mismo, el escenario de experiencia **“construyendo habilidades”**, puso a prueba los conocimientos, habilidades y destrezas de un grupo de trabajadores del sector de la construcción.
- **Createx - Agenda académica y Experiencia**
Se robustece el contenido, logrando la participación del Hub Académico liderado por la Universidad de los Andes y que reúne a las instituciones más representativas que centran sus esfuerzos en la educación para la moda y su sistema, llevando a cabo un ciclo de conferencias y talleres de expertos en diversas áreas nombrado **“Createx Conocimiento”**. Asimismo, se llevó a cabo la puesta en escena del **Laboratorio de Materiales**, liderado por la **Universidad Jorge Tadeo Lozano**, el cual se presentó como una oportunidad de reflexión sobre materiales con distintos grados de innovación y las formas variadas de

sus usos. Dentro de las iniciativas se sumaron las **Zonas de Innovación y Tendencias** en maquinarias, equipos, insumos y telas como una **exhibición vivencial con muestras** de novedades y tendencias por parte de los expositores.

- **Andigráfica - Experiencia**

Dentro de sus componente y novedades se desarrolló el **“show room de impresión 3D”** donde se realizaron muestras en vivo de esta técnica, talleres de capacitación a empresas y se destacaron *los productos y/o servicios en línea con este proceso*.

- **Agroexpo - Agenda académica y Experiencia**

Para su versión 2019 generó nuevos escenarios de experiencia y transferencia de conocimiento como “El Centro Experiencia Agropecuario -CEA”: Alrededor de 150 intervenciones académicas especializadas y dirigidas a distintos ecosistemas agroindustriales, que respondían a los sub-sectores más relevantes del agro colombiano. Contó con el apoyo académico de la Universidad Nacional de Colombia y la Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos ACTA. Adicionalmente, se realizó la actividad **Expositor Destacado Agroexpo 2019**, como iniciativa de reconocimiento a los expositores, con productos, servicios y/o procesos innovadores.

- **Feria Internacional de Seguridad - Agenda académica**

Se desarrolló por primera vez en el marco de la feria el **“Foro de Pensamiento Estratégico de la Seguridad”**, contando con la participación de 100 asistentes, en donde especialistas nacionales e internacional trataron temas relacionadas con la ciberseguridad. De igual manera, por primera vez se desarrolló una rueda de negocios en el marco de la feria, que tuvo una efectividad en citas del 80%.

- **Belleza y salud - Experiencia**

Alineado con la estrategia de crecimiento que permitan estar al día de las últimas tendencias de belleza y cuidado personal para mujeres y hombres, se introdujo el nuevo pabellón exclusivo de uñas **“nail show”** con la participación de empresas líderes y referentes del segmento de cuidado integral para uñas, manos y pies; quienes desarrollaron actividades alrededor de esta categoría como pasarelas, eventos de lanzamiento y shows.

- **SOFA - Experiencia**

En el marco del encuentro geek más importante de Colombia y en su décima edición, se desarrolló un contenido diferencial en el pabellón **SFX Garage**: la exposición de los vehículos más famosos del cine y la tv con 18 atracciones que hacen parte de una colección sin precedentes.

- **BiciGo - Experiencia**
Dentro de las actividades destacadas de BiciGO, se programaron dos salidas, para conocer e incentivar el uso de la bicicleta, contenidos y experiencias que permiten extender la presencia de la marca más allá de la feria. Se desarrolló el primer Gran Tour de Biciturismo biciGO, como la primera rodada de la marca. Escenario con la participación y el respaldo de la Región Central – RAPE.
- **Cafés de Colombia Expo - Experiencia**
Como parte del fortalecimiento del contenido enfocado a experiencias sensoriales, se realizó el primer “**campeonato de tostadores**”, con la participación de 12 competidores profesionales en la materia, en el cual se pusieron a prueba las habilidades de uno de los procesos más importantes en la calidad para una buena taza de café.
- **Expopet - Experiencia**
Dentro de la estrategia de fortalecimiento se desarrolló por primera vez la “**exhibición de canisalto**”, un deporte canino y de entretenimiento, donde las mascotas de los visitantes tuvieron la oportunidad de participar directamente en la actividad, adicionalmente que logró el patrocinio de **Contegral**, una de las marcas más representativas del segmento.
- **AndinaPack - Agenda académica**
Se complementa la agenda académica, desarrollando el por primera vez, el foro “**The Packaging & Processing Summit 2019**”, con el apoyo de la Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos ACTA, y contó con la presencia de conferencistas expertos nacionales e internacionales donde se presentaron los últimos avances en el envasado de alimentos, la sostenibilidad y la economía circular, así como la regulación. Adicionalmente se creó una Zona de Innovación en donde se presentaron 20 de las innovaciones más importantes de la industria en Colombia.
- **Chocoshow - Experiencia**
En el marco de su segunda versión, se desarrolló el primer “**concurso de esculturas de chocolate**” con la participación y exhibición de 11 escultores. Asimismo, el queso y el arequipe tuvieron su lugar en el marco de la feria como productos de maridaje con Chocolate, con la vinculación del **VIII Concurso de Quesos y el V Concurso Nacional de Arequipe**, donde los visitantes de la feria pudieron conocer y degustar los mejores productos lácteos de la industria nacional.
- **Expoartesanías - Experiencia**
Como parte de la actividad que complementan toda la puesta en escena de la feria como medio de promoción cultural, se incluyeron exhibiciones y muestras de las expresiones del folclor y tradición colombiano a través de representaciones vivas; que junto con el trabajo desde su comunicación y promesa de valor, logró conectar con públicos tradicionales y nuevos compradores.

Portafolio ferial Barranquilla

- **VIMO - Contenido**
 Por primera vez en la Vitrina Inmobiliaria del Caribe se contó con un nuevo “**salón unidades terminadas**”; un formato de exhibición que les permitió a las constructoras con pocas unidades habitacionales disponibles, participar en un espacio sencillo, económico y que se ajustaba a sus necesidades.
- **Sabor Barranquilla - Experiencia y Agenda Académica**
 La feria se alinea a las tendencias gastronómicas del momento, es así como en esta versión la comida saludable estuvo muy presente no sólo a través de su agenda académica y muestra comercial, sino que a través de la fundación Chukuwata, se implementaron actividades lúdicas promoviendo la transformación social a través del alimento impactando a más de 750 niños. De igual manera se vinculó al *Us Dry Bean Council*, quienes a través de sus programas “el arte del frijol” y “todo con frijol”, con talleres, demostraciones de cocina y reuniones con los mejores chefs de la ciudad, promovieron la innovación culinaria a través del uso de este ingrediente en sus preparaciones.
- **Libraq - Experiencia**
 En esta versión se contó con nuevos escenarios como el Wine Bar, que brindó una experiencia para aquellas personas que deseaban compartir el arte de la lectura con el placer de un buen vino. Se implementaron además zonas de descanso que le permitieron a las familias extender su visita y esperar agradablemente a su conferencia favorita. Adicionalmente los amantes del séptimo arte contaron con un ciclo de cine y literatura gracias a la alianza con la cinemateca distrital.
- **FICA - Experiencia**
 La alianza estratégica con la Universidad Simón Bolívar y su centro de crecimiento empresarial Macondolab, permitió desarrollar el “**Innovation Zone**”, un espacio integral académico y de exhibición, donde se visibilizaron los desarrollos tecnológicos con alto potencial de explotación comercial y aquellos que agregaran valor al sector industrial. A su vez, en esta versión se realizó por primera vez en la región, las **Olimpiadas Nacionales de Mecatrónica FESTO**, un evento que se desarrolla con el fin de entrenar y desarrollar habilidades y destrezas de estudiantes, técnicos y profesionales dedicados al campo de la automatización industrial.
- **Expodrinks - Experiencia**
 En 2019 se implementó un nuevo espacio llamado “**beer garden**” donde se resaltó la tendencia nacional en la producción artesanal de cerveza.

3.4. ACTIVIDAD FERIA

3.4.1. ACTIVIDAD FERIA EN BOGOTÁ

Corferias realizó en el año 2019 cuarenta y un (41) ferias a nivel nacional entre propias, en asocio o en arrendamiento.

- **FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO**

- **En Asocio / Cámara Colombiana del Libro**

Durante la trigésima segunda edición de la FILBo, 599.610 personas pudieron disfrutar de más de 1.850 eventos, entre conversatorios, charlas, talleres, conciertos y proyecciones de películas. Con una completa muestra editorial y con títulos de autores colombianos y extranjeros que abordan los temas de Colombia desde distintas áreas del conocimiento, se conmemoraron los 200 años de nuestra Independencia, presentando como invitado de honor a Colombia dentro de esta versión.

Todos los actores de la cadena del libro se dieron cita en el evento cultural más importante del país y la región, para deleitar al público con una gran oferta editorial. 110 empresas participantes y con una expectativa de negocios superior de USD 4.8 millones de dólares cerro el Salón Internacional de Negocios.

- **EXPOCONSTRUCCION & EXPODISEÑO**

- **En asocio / Cámara Colombiana de la Construcción– CAMACOL-**

Como una oportunidad coyuntural para la industria y como una plataforma ideal para el relacionamiento entre importantes empresas del sector de la construcción y compradores, que buscan innovación, calidad, diseño y la última tecnología en materiales, maquinaria, equipos, acabados, insumos, herramientas y servicios para la industria se realizó la XV versión de EXPOCONSTRUCCION & EXPODISEÑO. Donde 1.285 compradores internacionales y 218 expositores exportadores y 138 empresas internacionales quienes generaron expectativas de negocios para los siguientes 12 meses por cerca de USD 65.185.588 en 1.308 citas de dos días de agendamiento.

- **CREATEX**

- **En Asocio / Cámara de la Confección y afines**

Llegando a su III versión, la plataforma más representativa de proveeduría de bienes y servicios de la industria textil y de la confección en Bogotá y una de las más relevantes del país, contó en tres días con 93 expositores que presentaron a 8.465 visitantes profesionales, las últimas tendencias en materiales, fibras, hilos, telas, servicios especializados (estampado, teñido, corte), maquinaria y tecnología.

En el marco de la feria, para el público profesional, la Universidad de los Andes y las instituciones vinculadas al “hub” académico realizaron “Createx Conocimiento”, un espacio donde los asistentes se actualizaron en temas como: últimos avances en innovación en nuevos materiales, biomateriales, modelos de negocio, sostenibilidad, moda circular, tecnología, productividad y valor agregado. Por otra parte, la Universidad Jorge Tadeo Lozano estuvo presente con el Laboratorio de Experiencias del Centro de Materiales, el cual tiene como propósito ayudar a las empresas a ser más eficientes y rentables en sus procesos.

- **COMIC CON Bogotá**

- **En Asocio / Planet Comics**

Con 171 expositores, y 34.000 visitantes registrados en 4 días de convención, se realizó este exitoso evento, como el espacio para conversar y disfrutar alrededor del cine, las series de televisión, los comics, y películas de culto, en donde se habló alrededor de Batman, Star Trek, experiencias de las Chicas Superpoderosas, Osos Escandalosos, Spider Man, GOT, The Big Ban Theory, Riverdale, El Rey León entre otros. Chandler Riggs, Isaac Hempstead, David Mazouz, fueron los invitados de lujo para esta edición.

- **ANDIGRAFICA**

- **En Asocio / ANDIGRAF**

Una feria que mostro en sus 96 expositores, una forma diferente de ver la tradicional industria gráfica, a través de novedosos desarrollos que fortalecen los servicios de impresión por demanda, impresión 3D, impresión electrónica, realidad aumentada, entre otras. Así los 15.149 asistentes pudieron explorar nuevas tecnologías y diferentes modelos de negocios, empleando herramientas útiles y vigentes.

- **NEXTCAR**

- **En Asocio / Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO / Carroya - El Tiempo**

Ocupando 14.452,67 metros cuadrados de exhibición, la feria logró atraer 18.875 visitantes y vender más de 1.251 vehículos, puestos al mercado por parte de los 35 concesionarios participantes. La quinta versión de la vitrina de los mejores usados, se viene posicionando en Bogotá y Cundinamarca como el evento bandera en su categoría por la garantía, seguridad y confianza que los visitantes encuentran, de la mano de una oferta amplia de vehículos, entidades financieras, servicios alternos al sector.

- **GRAN SALON INMOBILIARIO**

- **En Asocio / Lonja propiedad Raíz de Bogotá**

Cerca de 530 predios para subastar fueron puestos a disposición de los 20.393 asistentes, más de 30 expertos nacionales e internacionales llevaron a cabo una nutrida agenda con temáticas sobre recomendaciones para vivir en el exterior, trámites para un préstamo hipotecario en EE. UU y charlas de expertos en visas para invertir y residir en dicho país.

cómo comprar en una subasta y/o remate judicial, 134 expositores de toda la cadena de valor, entre evaluadoras, inmobiliarias, constructoras y sector financiero hicieron parte del evento, presentando una amplia oferta de bienes raíces, oportunidades de negocio, además de una completa asesoría personalizada para la ayuda en la toma de decisiones.

- **AGROEXPO**

- **Con el Apoyo / Unión Nacional de Asociaciones Ganaderas - UNAGA -**

- Con la presencia de 496 expositores; la visita de 177.410 asistentes; con una expectativa en rueda de negocios por USD 6.019.280, en 622 citas, con 1.853 compradores nacionales e internacionales, provenientes de Brasil, Colombia, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela; se realizó la vigésima segunda edición de la feria agropecuaria más importante del país y la región, que contó en esta oportunidad con los Centros Experienciales Agropecuarios (CEA), espacios dedicados a charlas, exposiciones e intercambio de conocimientos sobre el campo colombiano, que permitieron darle impulso a los emprendedores del sector como escenarios de visibilización, comercialización y Networking.

- **BELLEZA Y SALUD**

- Con éxito, finalizó la celebración más importante en torno a la industria de la belleza, la cual congregó 68.251 visitantes y dejó USD 2.803.345 en expectativas de negocios. En la primera versión de **“Guerra de Pinceles”** participaron más de 140 aficionados y profesionales para competir por el título al mejor artista del Nail Art en Colombia. 180 participantes en la tercera edición de la reconocida **“Batalla de Barberos”**. 341 expositores nacionales e internacionales, dieron a conocer las últimas tendencias, lanzamientos e innovaciones del sector para el mercado colombiano, el tercero más importante para la industria cosmética en Latinoamérica. Brasil, China, España, Estados Unidos, República Dominicana, Rusia fueron algunos de los países participantes en la **XVIII edición** de la feria.

- **EXPOPET**

- En 1.957,09 metros cuadrados, se llevó a cabo la sexta versión de Expopet, que congregó cerca de 130 expositores junto con variadas actividades alrededor de la tenencia y el cuidado responsable de mascotas. 44.913 personas visitaron el evento y múltiples especies de animales entre gatos, perros, aves, ponys, gallinas, ovejas, conejos, peces, entre otros hicieron parte de diversas exposiciones y exhibiciones de este gran evento. Adicional al tercer Expopet International Grooming, se realizó el quinto Oster Master Class, actividad académica para groomers con las últimas tendencias de la estética canina; y el primer GroomerPro Tournament, competencia internacional de peluquería canina que se convertirá en el primer Campeonato oficial en Colombia en colaboración con la European Grooming Association, EGA.

- **CHOCO SHOW**

- **En asocio / Federación Nacional de Cacaoteros – FEDECACAO –**

- 17.759 visitantes disfrutaron de los Talleres de Chocolate y gastronomía dictados por expertos chefs como el mexicano Alan Espinoza y el venezolano David Patiño, aprendieron a catar los diferentes tipos de cacao de la mano de Sophie Vanderbecken y María Di Giacobbe. Los niños también tuvieron su espacio en “Chocokids”. Una muestra comercial de 111 expositores hizo parte de esta segunda versión de la feria, reconocida hoy como el escenario más completo en Colombia para hablar de cacao y el proceso que tiene para transformarse en chocolate.

- **MOTO GO**

- **En Asocio / Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO –**

- Con la participación de 63 expositores, entre marcas, accesorios, productos complementarios al sector, además de shows, test drive, exhibición de motos clásicas, el Museo de Motos en Colombia, se realizó la cuarta versión de MOTOGO, que busca posicionarse como uno de los eventos más importantes de la industria. Durante los 5 días de feria asistieron 39.552 personas que además de participar de las diferentes atracciones, encontraron actualización sobre las nuevas tendencias en materia de la industria, protección y seguridad sobre motos.

- **FERIA INTERNACIONAL DE SEGURIDAD**

- **En Asocio / PAFYC**

- El encuentro, que este año celebró su edición número 25, recibió 10.487 visitantes, con la participación de 134 empresas expositoras, ratificando a este evento, como la plataforma de negocios y exhibición más completa e integral de la Región Andina, Centro América y el Caribe, donde empresas líderes en soluciones de seguridad exhiben anualmente innovaciones en todos los campos de la seguridad, aplicadas a los mercados de mayor crecimiento en la región. Para esta edición, la feria contó con cuatro nuevos sectores dentro de ellos, centros de comando y control, seguridad y vigilancia privada, vehículos conectados y ciberseguridad; sumado a la realización del “Foro Pensamiento Estratégico de Seguridad” realizado por primera vez dentro del marco del evento.

- **FERIA DEL HOGAR**

- 196.134 visitantes pudieron disfrutar de cuatro Rutas diseñadas para una visita guiada, que llevaba a encontrar espacios diseñados en temas de interés en estilo personal, Comodidad y descanso, Deco y diseño y Techy electrodomésticos, en los que se encontraron más de un millón de productos que exhibieron los 671 expositores participantes, ofreciendo charlas y asesorías, zonas de recreación y una amplia oferta gastronómica. La trigésimo sexta versión de la feria contó con espacios de interacción para el público visitante, que pudieron disfrutar de más de 150 artistas en tarima durante los 18 días del evento y la instalación de la Casa Ideal, un escenario con sala, comedor, cocina, habitaciones y baño que llegó por primera vez con un recorrido para conocer las últimas tendencias y tecnologías para el hogar.

- **PROFLORA**
En Asocio / Asociación Colombiana de Exportadores de Flores – Asocolflores –
El evento más importante del sector floricultor de Colombia reunió 314 empresas expositoras, y presentó a Holanda como país invitado de honor y contó con 5.904 visitantes provenientes de 60 países. PROFLORA, considerado el evento más importante del sector floricultor de Colombia, logro reunir a los principales compradores, productores, mayoristas y minoristas del mercado mundial. En 15.000 metros cuadrados ofreció a los compradores internacionales la posibilidad de encontrar 1.600 variedades de flores, de cultivos de especies nacionales e internacionales, además de proveedores de materia vegetal y de servicios de insumos provenientes de diversas regiones del mundo.
- **SOFA**
En Asocio / Click on Desing
Como el espacio de pasatiempos , entretenimiento, y encuentro de comunidades de videojuegos, ciencia ficción, juegos de rol y estrategia, cómic, literatura fantástica, manga, anime y cosplay, logro convocar 172.465 asistentes a la feria , quienes disfrutaron de un sin número de actividades, dentro de las cuales se destacaron, la exposición de 20 modelos de naves espaciales y carros que se han vuelto personajes por sí mismos en el mundo del cine y la televisión como Batimóviles, la camioneta de Scooby Doo y Rayo McQueen (de la película Cars), El carro volador de Harry Potter, el Bat Pod de The Dark Knight Rises hicieron parte de la exposición SFX Garage. Los Torneos de juegos como Fortnite o League of Legends, así como lanzamientos de nuevos juegos y actividades especiales con juegos retro se llevaron a cabo dentro del evento.
- **CAFES DE COLOMBIA**
En Asocio / Federación Nacional de Cafeteros
La feria de cafés especiales más importante de América Latina y el Caribe, recibió cerca de 17.858 mil visitantes, incluyendo 457 visitantes internacionales. Con 104 expositores, en 2.841 metros cuadrados que, junto con una nutrida agenda académica, le permitió al público asistente lo último en tendencias del sector, así como los beneficios del café en la salud humana y las oportunidades de exportación para el café colombiano que representan mercados no tradicionales. Se realizó el XIV Campeonato Colombiano de Baristas, el IX Campeonato Colombiano de Catadores y el II Campeonato Café X2. Como una de las principales novedades se llevó a cabo el primer Campeonato Colombiano de Tostadores, proceso que juega un papel indispensable en la calidad final de una taza de café.
- **BICI GO**
En Asocio / Federación Nacional de Comerciantes - FENALCO
Con 73 expositores, el evento recibió 14.111 visitantes que disfrutaron de actividades de entretenimiento como el segundo Xtreme Fest, el Push Bike para niños, las rutas de

biciturismo, competencias de ciclismo como el segundo Criterium y la Eliminator Cross Country de ciclismo de montaña (MTB). Durante el evento se realizaron conferencias en las que participaron expertos nacionales e internacionales que hablaron sobre ciclismo como herramienta de marketing turístico; el uso de bicicletas de carga dentro de sistemas logísticos de última milla para optimizar el manejo de mercancías de la manera más eficiente; entidades formadoras de niños, niñas y jóvenes ciclistas sobre los métodos de enseñanza del ciclismo, entre otros temas.

- **ANDINA PACK**

- **En asocio / Köelnmesse**

- Una vez más, Andina Pack ha confirmado su posición como la feria líder en el sector de procesamiento y tecnologías del envase para la región Andina y Centroamérica. 556 expositores, de ellos el 54% internacionales provenientes de 25 países presentaron sus productos y soluciones para las industrias de alimentos y bebidas, farmacéutica y cosméticos a los 17.789 visitantes.

- Andina Pack con una extensa agenda académica se centró en temas Regulatorios, Seguridad, Envasado, Innovación, Materiales y Sostenibilidad con la participación de ponentes nacionales e internacionales. La alianza entre KOELNMESSE ha traído grandes beneficios para el posicionamiento y visibilidad de la feria Andina Pack. Las cifras en términos de participación de expositores y visitantes internacionales así lo demuestran.

- **EXPODEFENSA**

- **En Alianza con CODALTEC, y**

- **En Asocio COGES Internacional**

- En 3,947 metros cuadrados de exhibición, con la participación de 131 expositores de 26 países, 60 delegaciones oficiales y 120 delegados de 24 países; España, como el país invitado de honor y la asistencia de 11.439 participantes se llevó a cabo la séptima versión de Expodefensa, Feria Internacional de Seguridad y Defensa, que se ha convertido en el HUB económico y de innovación en materia de seguridad de la región Latinoamérica.

- Los asistentes a la feria conocieron las propuestas tecnológicas de la industria, intercambiaron experiencias e ideas de negocios con proveedores y participaron de una agenda académica en la que se trataron temas relacionados con: sistemas remotamente tripulados, hoja de ruta para el desarrollo espacial en Colombia, drones: amenazas y soluciones, un enfoque de inteligencia en la lucha contra las drogas y video vigilancia satelital entre otros.

- **ARTESANIAS**

- **En Asocio / Artesanías de Colombia**

- La Edición 29 tuvo a Marruecos como país invitado de honor de la feria, que contó con 82.267 mil visitantes que pudieron apreciar a 731 expositores, que luego de pasar por un riguroso

proceso de curaduría y selección hicieron parte de esta importante feria, que busca exaltar la labor de nuestros artesanos y que estos se proyecten a nivel nacional e internacional. En esta versión, 17 mil millones en ventas es la cifra que deja para el sector, la feria más grande de artesanías y productos culturales de Colombia, reconocida por la calidad, innovación y creatividad de sus productos hechos a mano.

**CUADRO CIFRAS KPMG (INFORMACIÓN CERTIFICADA)
INFORMACIÓN CERTIFICADA 2019 – KPMG S.A.S.**

Ferias	Expositores	Visitantes	Compradores Nacionales	Compradores Internacionales	Área (M2)
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO	563	599.610	8.782	465	23.029,10
EXPOCONSTRUCCIÓN Y EXPODISEÑO	538	56.026	43.282	1.285	18.886,10
CREATEX	93	8.465	5.839	-	2.658,91
COMIC CON BOGOTÁ	171	34.000	-	-	3.203,40
ANDIGRÁFICA	96	15.149	12.367	-	5.278,50
NEXTCAR	60	18.875	-	-	14.452,67
GRAN SALÓN INMOBILIARIO	134	20.393	-	-	4.551,43
AGROEXPO	496	177.410	46.877	1.853	19.385,81
SILVEREXPO	68	11.603	-	-	1.616,22
BELLEZA Y SALUD	341	68.251	35.549	441	8.556,62
FERIA INTERNACIONAL DE ANIMALES "EXPOPET"	130	44.913	9.706	-	1.957,09
CHOCO SHOW	111	17.759	-	-	1.818,00
MOTOGO	63	39.552	9.368	-	1.514,17
FERIA INTERNACIONAL DE SEGURIDAD	134	10.487	9.197	356	2.551,50
FERIA DEL HOGAR	671	196.134	-	-	26.772,92
SOFA	376	172.465	-	-	9.006,95
CAFÉS DE COLOMBIA	104	17.858	8.043	457	2.841
BICIGO	73	14.111	3.826	-	1.236
ANDINAPACK	556	17.789	12.155	1.285	12.823,37
EXPODEFENSA*	131	11.431	1.655	405	3.947
EXPOARTESANÍAS*	731	82.267	315	188	10.394.21

*Cifras KPMG versión anterior

3.4.2. ACTIVIDAD FERIAI – CORFERIAS CARIBE

3.4.2.1. Corferias Operador Profesional de Ferias y Eventos en el Recinto Puerta De Oro Barranquilla

Corferias operó durante el 2019 el recinto ferial en Barranquilla, llevando a cabo seis (6) ferias de un portafolio consolidado de once (11) y veinticinco (25) eventos que reunieron a 308.551 visitantes durante el año, lo que representó un crecimiento en visitantes del 20% respecto al año 2018.

Se logró una operación que demuestra una cultura ferial en crecimiento, resultado del proceso de sembrar ferias en sectores representativos. A su vez, Corferias en Puerta de Oro empieza a ser reconocido por los operadores y el sector de eventos, como un gestor integral en un destino del Caribe diferenciado por su fuerte vocación hacia los negocios.

3.4.2.2. Articulación con la Ciudad Región – Corferias Caribe

Corferias a lo largo del 2019 continuó participando activamente en el Comité del Equipo de Destino de Barranquilla, del cual hacen parte la Alcaldía de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico, la Cámara de Comercio de Barranquilla y PRO Barranquilla. La ciudad avanza articulada para promover el Turismo de Eventos y Negocios y la captación de eventos de nacionales e internacionales, en línea con la tipología del recinto, y las vocaciones productivas de la ciudad.

Como miembro del Comité Intergremial del Atlántico, y socio de gremios regionales como Camacol y Fenalco, Corferias se ha posicionado como un aliado estratégico para los más importantes empresarios de la región a la hora de dinamizar sectores económicos y promover encuentros de alto impacto.

En el 2019 se consolidó el urbanismo del Gran Malecón del Río Magdalena que en su recorrido de 2.8 km desde el sector Puerta de Oro hasta la calle 72, es uno de los espacios más visitados por metro cuadrado del país. La zona materializó la expectativa de volcar la ciudad hacia el río, impulsado por la apertura de un mercado gastronómico (Caimán del Río), y un equipamiento deportivo y recreativo que han permitido una activación permanente con eventos culturales. La ubicación privilegiada del recinto ferial, y la posibilidad de integrar actividades con un urbanismo activo, es un activo que empieza a ser reconocido nacionalmente a la hora de escoger sede de eventos nacionales en la ciudad de Barranquilla.

3.4.2.3. Actividad Ferial

En el 2019 el portafolio ferial contó con ferias del sector de la gastronomía, de oferta inmobiliaria, licores, automotriz y desarrolló las segundas versiones de la Feria Internacional del Libro de Barranquilla – LIBRAQ y la Feria del desarrollo Industrial del Caribe FICA, logrando su consolidación en su segunda versión.

- **SABOR BARRANQUILLA**

- **Organizada en asocio con Fenalco y la Cruz Roja**

- Una de las ferias con mayor posicionamiento en la ciudad y la región, que gracias a la calidad de su contenido se posiciona en el circuito de eventos gastronómicos del país. En su cuarta versión en Puerta de Oro, contó con más de 27.000 visitantes.

- **VITRINA INMOBILIARIA DEL CARIBE**

- **Organizada en conjunto con Camacol Atlántico**

- Cerca de 3600 personas visitaron la IV versión de VIMO, de la cual destacaron la calidad y la variedad de la oferta inmobiliaria presente. Las más de 56 constructoras participantes destacaron el interés real de los visitantes por cerrar negocios de compra durante la feria y en los días siguientes a su realización.

- **LA FERIA DE LICORES “EXPODRINKS”**

- **Organizada en asocio con el Grupo Olímpica**

- Una de las ferias de mayor crecimiento de todo el portafolio. En su cuarta edición, la Feria de Licores del Caribe, recibió más de 10.000 visitantes, ratificándose como uno de los planes favoritos de la ciudad. Durante cuatro días este evento contó con una agenda de catas con expertos, una completa muestra comercial con 68 expositores, el Segundo Concurso de Bartenders del Caribe y diversas presentaciones artísticas.

- **FERIA DEL LIBRO DE BARRANQUILLA LIBRAQ**

- Lectores de todas las edades tuvieron la oportunidad de escuchar las voces de más de 87 escritores nacionales y extranjeros que hicieron parte de la segunda edición de LIBRAQ, la Feria Internacional del Libro de Barranquilla. El encuentro, iniciativa de la Alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico, operada por Corferias en alianza con la Cámara Colombia del Libro fue desarrollada en el recinto ferial completo convocando 125.112 lectores y el Gran Malecón del Río que tuvo un tráfico de cerca de 75.942 visitantes.

- **FERIA DEL DESARROLLO INDUSTRIAL DEL CARIBE, FICA.**

- En su segunda versión, FICA contó con la presencia de 3.094 visitantes y 114 expositores logrando fortalecer su muestra comercial con empresas de distintos segmentos del sector nacionales e internacionales. FICA 2019 presentó elementos innovadores como la rueda de negocios, la zona de innovación de Macondolab y las Olimpiadas de Mecatrónica.

- **AUTOFEST, FERIA DE AUTOS Y MOTOS DEL CARIBE**

- **En asocio con Fenalco Atlántico, y Fenalco Nacional**

632 vehículos vendidos y créditos aprobados por \$30.278 millones, fueron algunas de las cifras al cierre de Autofest 2019. En su tercera versión la feria se consolida como la vitrina comercial de vehículos más importante de la región.

CUADRO CIFRAS PUERTA DE ORO

Ferias	Expositores	Visitantes	Compradores Nacionales	Compradores Internacionales	Área (M2)
VIMO	56	3.530	-	-	7.726
SABOR BARRANQUILLA	143	27.486	-	-	9.368
LIBRAQ	132	125.112	-	-	9001
EXPODRINKS	68	10.248	-	-	7.860
AUTOFEST	64	10.168	-	-	4.452
FICA	114	3.094	2.861	-	7.741

3.4.3. ACTIVIDAD FERIAL REGIONAL

- **AGROFUTURO Medellín**

- **En Asocio con NOVOAGRO**

Se realizó la primera versión de EXPOAGROFUTURO en Medellín producto de nuestra alianza con NOVOAGRO, como la plataforma de conocimiento, innovación y tecnología para el campo colombiano que reunió a más de 312 expositores nacionales e internacionales, quienes dieron a conocer las últimas tendencias en tecnologías alternativas para el uso de la tierra, maquinaria y equipos; además de temas relacionados con la sostenibilidad, inversión y desarrollo en el sector a los 12.530 asistentes a la feria. Incluye 8.414 compradores profesionales nacionales y 319 visitantes internacionales.

- **COMIC CON Medellín**

- **En Asocio / PLANET COMICS**

Uno de los eventos más esperados para aquellos seguidores de la cultura pop, los comics, el cine y el entretenimiento en Medellín, que en tres días reunió a más de 19.000 visitantes. La convención que se desarrolló en Plaza Mayor, contó con una zona comercial con más de 117 expositores, charlas académicas, lanzamientos especiales, 15 contenidos generados por las activaciones de marca y las productoras invitadas, y una tarima principal donde se desarrollaron las presentaciones de los invitados internacionales, así como una amplia programación de shows y paneles permanentes. Isaac Hempstead Wright, Mark Williams, David Angelo Roman, Mexifunk, los invitados de lujo para la edición Medellín.

3.4.4. FERIAS EN ARRENDAMIENTO

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

IFLS (Enero y Agosto): presentó algunas dificultades que obligaron a la organización a realizar reducción de espacios, no obstante la feria se realizó exitosamente ya que los 494 expositores nacionales e internacionales lograron ventas efectivas que superan los 30.630 millones de pesos y otras ventas programadas adicionales de 14.300 millones de pesos generando optimismo en un futuro de corto plazo.

Frente a la **Vitrina Turística de ANATO:** a pesar de haber afrontado una reducción del 6% en áreas contratadas por retiros de último momento y reducción de espacios de algunos países participantes como México; se presentó un crecimiento en el total de visitantes profesionales de un 6% respecto a la versión anterior, con un total de 39.000 participantes y se efectuaron más de 200.000 contactos comerciales. Adicionalmente, se realizaron cerca de 6.000 citas en la rueda de negocios "ProColombia Travel Mart", en su decimosegunda versión en simultánea con la Vitrina Turística, logrando concertar negocios de alrededor de US\$17 millones.

Expopartes: Esta versión se llevó a cabo arrojando resultados muy positivos en ventas para sus visitantes, se presentó un crecimiento de cerca del 10% en áreas comercializadas y se contó con la presencia de 11.000 visitantes nacionales e internacionales.

Feria Internacional de Arte ARTBO: Con la participación de 55 galerías nacionales e internacionales se llevó a cabo la 15ª versión recibiendo 23.000 visitantes. Otras ferias como FADJA y Expo Estudiante se llevaron a cabo con una dinámica normal.

3.5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y PATROCINIOS

En el año 2019 se logró concretar dos alianzas estratégicas en telecomunicaciones con CLARO y en Logística con SERVIENTREGA, las empresas más importantes y representativas del país, en cada uno de sus sectores. Estas alianzas van a permitir ofrecer mayores beneficios a nivel de servicio para los clientes de Corferias. A partir del 2020 quedara instalado el "Centro de Soluciones Servientrega". Así mismo y producto de esta alianza se ofrecerá el doble de la capacidad en los servicios (Internet, telefonía móvil y fija).

3.6. EVENTOS Y PROYECTOS ESPECIALES

3.6.1. EVENTOS BOGOTÁ

En el año 2019 se desarrollaron aproximadamente 80 eventos en el Recinto Ferial, entre los cuales se destacaron el proceso de elección de Autoridades Locales que presentó un reto significativo en producción y operación logística al tener que desarrollar diferentes actividades, como la instalación de más de 100 comisiones escrutadoras durante un mes cruzándose con muchos de los eventos de la actividad ferial. Otros eventos destacados fueron el desarrollo del Campus Party Colombia, la Asamblea de Accionistas de Ecopetrol y la Macrorueda Multisectorial de Procolombia, entre otros.

Entre las estrategias desarrolladas por Corferias fue el fortalecimiento de la producción integral de eventos empresariales de gran formato, pasando de 7 eventos en el 2018 a 14 eventos en el año 2019, entre los cuales se destacaron: South Summit, Semana del Putumayo, Celebración de Integración del Fondo de Empleados del Banco BBVA, Fiesta Fin de Año Coopidrogas Fiesta Fin de Año Teleperformance, Evento de Fin de Año Cámara de Comercio de Bogotá, Cierre de Gestión Registraduría Nacional y Red Bull Batalla en la operación logística. Adicionalmente se desarrolló la producción integral de la Rendición de Cuentas de la Gobernación de Cundinamarca con 6 eventos fuera de las instalaciones de Corferias.

Por otra parte, se realizó el acompañamiento en producción de diferentes eventos feriales, entre los cuales se destacaron Comic Con Bogotá y Medellín, F-AIR, Agroexpo, Silver Expo, Feria del Hogar, Belleza y Salud, Encuentro Empresarial y Bogotá Madrid Fusión. De igual manera, se efectuó el acompañamiento en la gestión y trámite de permisos para el evento 14Com Unesco que se desarrolló en las instalaciones de Ágora.

Entre los eventos propios, se realizó el evento Épocas de Fiesta una solución multiempresarial en donde más de 30 empresas celebraron la despedida de fin de año a sus colaboradores, el evento contó con la participación de 7 artistas, el servicio de A&B y zonas de experiencias. Adicionalmente se realizó la gestión para la creación y actualización de los usuarios SUGA y PULEP ante las entidades competentes para aglomeraciones de público.

3.6.2. EVENTOS – CORFERIAS CARIBE

Para el 2019, el Centro de Eventos Puerta de Oro continuó consolidándose como el espacio más grande y multifuncional de la zona norte del país realizando un total de 28 eventos.

Dos grandes congresos fueron ejecutados tanto en producción como en logística y asesoramiento: el XIX Congreso Internacional de FITAC y el XI Congreso Nacional de Contabilidad Pública, lo que permitió fortalecer los servicios de operación integral de congresos que facilita Corferias Caribe.

Por otra parte, se fortaleció la oferta de diferentes espacios para la realización de eventos en Puerta de Oro, tales como el lote externo de parqueaderos y el parqueadero interno. En el parqueadero externo se realizaron dos conciertos de talla internacional (Silvestre Dangond y Marco Antonio Solís), al mismo tiempo, en el parqueadero interno se llevaron a cabo 2 eventos de entretenimiento (Festival del Terror y Naviland Show Park) y un lanzamiento comercial de la marca Budweiser.

Los conciertos y los eventos masivos realizados en el pabellón siguen ocupando un lugar muy importante en la gestión comercial de Puerta de Oro. Se realizó la coronación de los reyes infantiles del Carnaval y se contó con las presentaciones de Anuel, Karol G, Sebastián Yatra, entre otros artistas importantes de Colombia; por lo cual Corferias sigue contribuyendo al fortalecimiento de la industria del entretenimiento en la región Caribe.

Adicionalmente, se destaca la recompra de los clientes como estrategia comercial. Nuevamente se realizaron los Escrutinios de la Registraduría, Caribe BIZ Fórum en su cuarta versión, ExpoProbarranquilla y las fiestas de fin de año de Procaps y Tecnoglass.

Para el 2020, Corferias Caribe seguirá trabajando en el fortalecimiento del portafolio de servicios de producción, logística y operación de eventos, para consolidar al Centro de Eventos Puerta de Oro como el mejor del Caribe, enfocándonos en la atracción de más eventos corporativos y de entretenimiento y aumentando la recompra de los eventos que se han venido desarrollando en el recinto.

3.7. ESCENARIO MULTIPROPÓSITO GRAN CARPA CORFERIAS

Durante el año 2019 en la Gran Carpa Américas de Corferias se realizaron 15 eventos entre exhibiciones, conciertos, eventos empresariales y eventos infantiles, entre los eventos que destacaron estuvieron Delirio, Disney On Ice organizado por OCESA, Red Bull Batalla de los Gallos en donde se escogió al finalista que representó a Colombia en el exterior y diferentes conciertos de Música Popular.

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

En el año 2019 Corferias trabajó en un proceso de mejoramiento partiendo de la base de estudiar diferentes soluciones y alternativas para intervenir el espacio acústicamente para minimización de emisiones sonoras durante los eventos, por lo que en el 2019 se iniciaron las obras de intervención acústica mediante un sistema de paneles que permitirá reducir las emisiones de ruido hacia el exterior durante los eventos, está programado que para el primer trimestre del 2020 se inicie operación en la Gran Carpa con las soluciones acústicas implementadas.

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

Cumplidos dos años de operaciones de Ágora Bogotá, puede afirmarse que el centro de convenciones es hoy un ícono de ciudad, que ha contribuido, como se verá más adelante, en el desarrollo económico de la misma y en su proceso de internacionalización.

Como principio rector de la operación, Corferias ha dedicado su esfuerzo a gestionar eventos que vayan en vía directa con las apuestas productivas de la ciudad, así como las definidas por los distintos clústeres de la Cámara de Comercio de Bogotá y de los propuestos en el plan de gobierno de la Alcaldía Mayor.

En el ejercicio de la operación, se ha entendido que la competitividad de la industria de eventos se da por la articulación de los actores que la componen y el desarrollo de soluciones integrales, lo que se hace palpable en este año con la entrada en funcionamiento del Distrito de Ferias y Convenciones de Bogotá compuesto por el Hotel Hilton y Corferias, así se ha podido acceder a nuevos mercados y atraer eventos que estaban ausentes. La sinergia creada por estos tres actores en la presentación de candidaturas internacionales ha fortalecido la competitividad de la ciudad, mejorando la promesa de valor frente a los diferentes competidores y le ha permitido a Corferias ganar grandes eventos, tales como LATPET (Latin American and the Caribbean Engineering Congress), Congreso Latinoamericano de Coloproctología, Congreso Mundial de Neurocirugía o el Dental Research, entre otros.

Este tipo de alianzas estratégicas proyecta a Bogotá como foco del turismo de negocios en el país y fortalece el interés de entidades públicas y privadas para la construcción de nuevos espacios que aporten al desarrollo de grandes congresos para sectores económicos como el farmacéutico, tecnológico, petrolero, químico, cultural y gastronómico. Los eventos realizados corresponden en un 48 % al sector corporativo, un 20 % al sector gobierno, un 30% al asociativo y el resto son académicos o del sector solidario.

Vale la pena rescatar la realización del 14Com (Comité Intergubernamental del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad), un evento de la UNESCO que por primera vez en su historia se hace en América Latina, con una duración de 15 días y una asistencia de 900 personas provenientes de 29 países del mundo. Este fue un evento operado en su totalidad por Corferias como operador de Ágora Bogotá y fue muy bien calificado por los organizadores del evento, tanto de la UNESCO como del Ministerio de Cultura y la Secretaría de Cultura.

Durante el 2019, Corferias como operador de Ágora Bogotá realizó 165 eventos que en su gran mayoría coinciden con las apuestas productivas de la ciudad, partiendo de una base de trabajo de **386 leads** durante el 2019. Dentro de estos eventos se realizaron 21 eventos internacionales,

entre los cuales deben mencionarse **4 eventos** que aportaron al Ranking ICCA de la ciudad y el país, los cuales, a su vez, generaron 5488 habitaciones en el Hotel Hilton; en suma, los eventos realizados en Ágora tuvieron una asistencia superior a los 103 mil visitantes, de los cuales 15.426 fueron extranjeros.

Por su relevancia e impacto se resaltan los siguientes eventos:

NOMBRE DEL EVENTO
Comité Patrimonio Cultural Inmaterial UNESCO 2019
Latam Fintech Market 2019
Grados Unir 2019
Checkpoint Se Master
Congreso de las Américas en Educación Internacional CAEI
Evento Alquimia 2019 (1era Cumbre Regional Sobre Pérdidas y Desperdicios)
Ispor Latn American Conference
Eduexpo 2 -2019
Evento ATM 2019
CPX Bogotá Colombia
Evento Corporativo Pelco 2019
Kick Off Medtronic
AWS Cloud Experience
Reunión Internacional 4Life
Conferencia Ministerio Int. Cristiano 2019
Social Skin 2019
AWS Plubic Services Summit
Congreso Alacssa-R
Tactical Edge Convention Deloitte 2019

No obstante, Corferias opera una excelente infraestructura, y dentro sus metas y promesa de valor, vela igualmente por el desarrollo, consecución de objetivos (ROI, ROO) por parte del cliente, así como, la experiencia y servicio que se prestan a los distintos eventos que se realizan. Para ello, se parte de una detallada reunión con el cliente en la cual se indaga sobre sus objetivos para el evento y como consecuencia de dicho entendimiento se diseña un plan de trabajo con cada cliente de manera individual.

Los beneficios de este plan de trabajo son evidentes en el hecho de que, para el 86% de los clientes su experiencia general en el Centro de Convenciones fue calificada como excelente o muy buena, con una percepción de valor de excelente por encima del 81%. (IPSOS – AIPC).

Corferias ha encaminado su trabajo a ser agentes de transformación, no solo en la industria de reuniones, sino en la ciudad; así, los eventos realizados en Ágora Bogotá generaron una derrama económica de US\$ 72,5 Millones de dólares que representa un 0,24% del PIB de la ciudad y se traduce en 8,311 puestos de trabajo que tienen un impacto social de \$ 7.286 mil millones de pesos; datos que se obtienen de aplicar la calculadora de impacto, contratada a la firma Cifras y Conceptos por la Cámara de Comercio Bogotá y actualizada por Corferias cada año.

En el ejercicio de posicionamiento, se trabaja también con estudiantes de carreras que, de manera particular tienen interés tanto en la infraestructura, como en la operación, para ello se han dado charlas y efectuado varias visitas de inspección, por lo que durante el 2019 se atendieron 6 visitas académicas de diversos institutos de formación, (Universidad Los Libertadores, UNITEC, Universidad Javeriana, Universidad Nacional de Manizales, Universidad Tadeo Lozano, UNIEMPRESARIAL, entre otras).

Durante el 2019 y como reconocimiento al trabajo de Corferias en la operación de Ágora Bogotá, se recibieron los siguientes premios ACCCLATAM: A la mejor iniciativa de la industria (calculadora de impacto) y Premio World Travel Award como mejor Centro de Convenciones en Sur América, al tiempo que la Directora de Ágora Bogotá fue elegida, en calidad de representante de Latinoamérica, ante la junta directiva mundial de ICCA (International Congress and Convention Association).

Así, durante el 2019 Corferias como Operador de Ágora Bogotá consolidó su equipo con dedicación exclusiva para la operación, normalizó sus procesos de prospección y relacionamiento con los clientes, diseñó y apropió metodologías especiales como revenue management, única en América Latina para esta industria y gran parte del mundo, pero cada vez más común.

Se trabajó en la estructuración de nuevas estrategias comerciales para incentivar la captación de eventos en meses de baja ocupación, a través de paquetes para eventos sociales y eventos corporativos, entre otros, generando opciones para los clientes a partir de sus necesidades y logrando incrementar la ocupación del centro del 46.3 % en el 2018 al 59.1 % en el 2019; es de anotar que los estándares internacionales de ocupación, tal y como lo señala AIPC, encuentran su máximo entre un 67 y un 70%.

En cuanto a las comunicaciones, durante el 2019 se generaron 508 notas de prensa que fueron valoradas en \$ 4,606,927,331 como retorno para el posicionamiento de la marca que no ameritó inversión publicitaria. En cuanto al comportamiento en redes sociales, Ágora cuenta con una imagen positiva; para el 2019 tuvimos 7.187 menciones de audiencia, 807 publicaciones propias, en total 7.994 menciones, esto gracias a los eventos que se desarrollaron este año como ExpoCatólica, Bogotá Fashion Week, Foro de Innovación y Democracia que contó con la presencia de Mario Vargas Llosa, Foro Ágora Bogotá, Foro Internacional de Medios Públicos, Congreso Nacional de Fedegan, entre otros.

Las áreas de alimentos y bebidas y los servicios de valor agregado superaron las metas previstas por el modelo, acompañadas de altas calificaciones en las diferentes mediciones de satisfacción; mediciones que se adelantaron de la mano con IPSOS a nivel mundial en un proceso liderado por AIPC. (Asociación Internacional de Centros de Convenciones).

En lo que atañe a los servicios de valor agregado ofrecidos por Ágora Bogotá dentro de su operación, cabe resaltar que Ágora Bogotá presta los servicios exclusivos de Alimentos y Bebidas, parqueaderos, internet, aseo y seguridad y audiovisuales, los cuales aportan un 63% de los ingresos totales distintos a áreas, el cual corresponde al 37 % de la meta.

Como ya se mencionó, se atendieron 165 eventos, en los cuales se prestó acompañamiento al cliente en las diferentes etapas como: montaje, evento y desmontaje, reuniones de preproducción, visitas técnicas y soporte de las áreas técnicas de redes y audiovisuales; y logró una venta por servicios adicionales que permitió un cumplimiento importante por encima de lo presupuestado. Cabe anotar que tres de estos eventos, fueron eventos llave en mano en donde se realizó y ejecutó directamente la organización del evento. Todo lo anterior generó un cumplimiento del EBITDA del 119% en relación con la meta propuesta para el 2019 en el plan de negocios de Ágora.

3.9. OPERACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Se realizó un análisis de las estrategias establecidas, con miras a la toma de decisiones, que permitió realizar y consolidar el equipo de trabajo, logrando contar con posibilitadores con experiencia para cada una de las actividades con el objeto desarrollar nuevos productos y el equilibrio frente al resultado.

Después de observar los resultados y basados en la consolidación de los servicios que ofrece la unidad de Alimentos y Bebidas de Corferias, se establecen estrategias para continuar en el desarrollo del área de restaurantes y apalancamiento en eventos empresariales.

Corferias en eventos en el año 2019 alcanzó un total de 523.830 servicios. En cuanto al nivel de satisfacción, el cliente empresarial evaluó los servicios recibidos, otorgando una calificación de 'Excelente' en el 93% de los casos y 'Bueno' en el 7% de los eventos encuestados.

Cabe resaltar que como resultado de la implementación de los protocolos de calidad establecidos por la Corporación, fue emitida por parte de Secretaría de Salud la actualización del Concepto Sanitario Favorable para los restaurantes Arco y Amérigo; así mismo, se continúa con el seguimiento y auditoría en BPM a proveedores de Corferias, con enfoque en aquellos que representan alto riesgo para la salud pública, los cuales cuentan con una calificación promedio del 90% de cumplimiento que acorde a las escalas de calificación establecidas para la operación, corresponde a proveedores de excelente desempeño.

Se trabajó en la consolidación y aplicación de las políticas de ingreso de alimentos al recinto ferial a través de una mayor exigencia en el cumplimiento de los requisitos tanto de los expositores como de las concesiones de la plazoleta de comida e igualmente se ajustó la política de suministro de alimentos y bebidas en Corferias como exclusividad de la Corporación.

Finalmente, es importante destacar que el año 2019, representó el tercer año de operaciones de alimentos y bebidas en el recinto ferial Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla, a través del catering en eventos, un punto de café Un Break Café y comida al paso en su punto de Gud Fud, que adicionalmente atiende planes de alimentación para expositores.

En Barranquilla los eventos representaron un peso del 88% de participación sobre el total de la meta de ingresos. El mercado individual, por su parte, participó con un 12% del resultado a través de las marcas Gud Fud y Un Break Café.

3.10. ESTRATEGIA DE PRECIO

El sistema de Revenue Management durante el año 2019 se consolidó como metodología para el Centro de Convenciones, logrando implementar las estrategias en el 100% de las cotizaciones realizadas. Bajo estas estrategias y la sinergia generada entre los equipos; el Centro de Convenciones mejoró los niveles de ocupación en meses que se han considerado históricamente como temporada baja.

A nivel de ferias, para el año 2019 la aplicación de la estrategia de precio se realizó en 26 productos de los cuales algunos de ellos han sido continuación de las estrategias manejadas en años anteriores y otros han sido tratados por primera vez como es el caso de SOFA, COMIC CON, entre otras.

Adicionalmente, para los años 2020 y 2021 se han abordado 10 productos en su primera versión de estrategia de precios.

A nivel de eventos Recinto Ferial, se trabajó en la consolidación de la información en términos de mercado, sectores, clientes, tendencias, demás relacionados; bajo parámetros Revenue Management para la implementación del sistema.

En Puerta de Oro se inició la implementación del sistema de Revenue Management en una primera fase, revisando las diferentes estrategias y trabajando de la mano con el equipo comercial de eventos del recinto en Barranquilla para establecer las políticas, parámetros y demás variables que deben tenerse en cuenta al momento de generar un valor comercial al recinto.

4. INTERNACIONALIZACIÓN

4.1. EXPANSIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LAS ALIANZAS INTERNACIONALES

Para el año 2019 Corferias se consolida una vez más como el líder ferial de la región, atrayendo nuevos operadores internacionales para realizar eventos de carácter HUB, así como, afianzando y ampliando los portafolios con los socios actuales.

Como consecuencia de la alianza recién firmada en el 2018 con Messe Düsseldorf de Alemania para la Feria Meditech y dado que dicho organizador realiza la feria número uno del mundo del sector plásticos, Feria K, se inició una negociación tripartita alrededor de la feria Colombiaplast, la cual, actualmente hace parte como un salón especializado, de la Feria Internacional de Bogotá (FIB). Corferias, Acoplásticos y Messe Düsseldorf acordaron la venta a este último del 50% de Colombiaplast, lo cual, bajo esta gestión desarrollada permitirán a partir del 2020 sumar así una nueva feria al portafolio de alianzas con el organizador alemán, quien tiene en su portafolio 24 ferias número uno en diferentes sectores, lo que permitirá un crecimiento de la participación internacional, así como el posicionamiento de estos eventos como líderes en la región.

De otro lado, se han venido adelantando negociaciones con operadores internacionales de alto reconocimiento internacional para la realización de nuevas ferias en alianza como lo son:

- El **“Latin American Cannabis Symposium and Expo”** en conjunto con AGRILINK y MJBizDaily de Estados Unidos, el organizador del evento referente en la región, en el renglón del Cannabis Medicinal. La primera versión se realizará en el marco de ExpoAgrofuturo Bogotá 2020.
- **“SIL AMÉRICAS”**, el Salón Internacional de la Logística de las Américas, el cual tomará lugar en Puerta de Oro (Barranquilla), como una Feria en asocio con FITAC (Federación Colombiana de Agentes Logísticos en Comercio Internacional) y el Consorci de la Zona Franca de Barcelona, organizador de una de las Ferias más importantes en el mundo en la industria logística, **“SIL BARCELONA”**. La primera versión se realizará en octubre del 2020.
- **“Salon Internacional de la Seguridad”** (SICUR) en asocio con IFEMA de Madrid, con la cual se busca complementar el posicionamiento internacional de la Feria que se realiza en sociedad con PAFYC, la **“Feria Internacional de Seguridad ESS+”**.
- **“Smart Cities Expo Bogotá”** en alianza con Fira Barcelona. En el año 2013, ya se había realizado una versión de este evento, pero dadas las características de la feria, se necesita un apoyo del gobierno local fuerte, para el año 2020 se da una coyuntura e interés público que permite organizar una nueva versión de este exitoso evento.

Adicionalmente, en el 2019 se realizó con éxito una nueva versión de Andina Pack, feria que hace parte del portafolio que Corferias tiene en sociedad con Koelnmesse de Alemania. Dicha feria, contó con la participación de 293 expositores internacionales, representando el 54% del total de expositores participantes, provenientes de 24 países de Europa, Asia y Latinoamérica. Los empresarios extranjeros evidenciaron un alto nivel de satisfacción con los resultados de su participación.

ExpoDefensa 2019, realizada en asocio con Codaltec - Ministerio de Defensa y el socio francés, COGES International, esta feria contó con la participación de 181 expositores internacionales, representando el 72% del total de los expositores participantes, provenientes en su mayoría de Europa y Estados Unidos. Para esta versión, se contó con la visita de 72 delegaciones oficiales, quienes sostuvieron encuentros de negocios con los expositores, generando un alto nivel de satisfacción.

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

En el 2019 el área internacional de Corferias a través de su equipo interno, los socios internacionales y su red de agentes, logró generar ingresos por valor de \$15.126.261.238*¹, gestionó la participación de 996 expositores y 7129 visitantes internacionales; también, a través de las ruedas de negocios y/o agendamientos se generaron más de 8300 encuentros, generando expectativas de negocios por más de USD 300.000.000.

Gracias al apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, Procolombia y recursos propios de Corferias, 328 visitantes internacionales fueron apoyados con un subsidio que permite a un grupo de empresarios de alto nivel, conocer las ferias, los expositores, el mercado y así, hacer negocios, convirtiéndose en multiplicadores en cada uno de sus países.

También, para este año, gracias a la convocatoria internacional de expositores y visitantes, se logró contar con presencia internacional en las siguientes ferias:

- Feria del Libro
- Createx
- Agroexpo
- Feria Internacional de Seguridad
- Feria del Hogar
- Belleza y Salud
- Andina Pack
- ExpoArtesanias
- Expoconstruccion Expodiseño
- Andigrafica
- F-AIR
- Gran Salón Inmobiliario
- Agrofuturo (Medellín)
- Cafes de Colombia Expo
- Bicigo
- ExpoDefensa

¹ Datos de informe preliminar a cierre de diciembre del 2019.

Para el 2019 se desarrollaron nuevas estrategias con el objeto de ampliar la red de aliados de Corferias y promover así la convocatoria de expositores y visitantes internacionales, contando con una red de 30 agentes en 25 países, dicha red representa más del 20% del total de las ventas internacionales.

4.3. "INTERNATIONAL EXHIBITIONS DAY"

En 2019, Corferias una vez más participó en la celebración del Día Mundial de las Ferias. Este evento tuvo como pilar fundamental la consideración del impacto de la industria de ferias y eventos desde la perspectiva de sostenibilidad. Para esta celebración se tomó como referente los 17 objetivos de desarrollo sostenible planteados por la ONU, encontrando que la industria de ferias y eventos en Colombia impacta positivamente en 6 de ellos:



Estos objetivos fueron el eje temático para realizar un evento en el que se busca promover e incentivar acciones de impacto sostenible para la sociedad desde el trabajo de la industria de ferias y cómo desde cada rol hay aportes representativos.

Bajo el hastag **#YoImpacto**, se organizó el concurso **SHARK TANK CORFERIAS**, cuyo objetivo fue resaltar y proponer nuevas acciones e ideas sostenibles que se pudieran implementar en la industria de ferias desde distintas visiones. En él los posibilitadores presentaron a un grupo de jurados compuesto por representantes de: AFIDA, Corferias, UFI y AIFEC, propuestas innovadoras para implementar prácticas que aporten al cumplimiento de estos objetivos de desarrollo sostenible de la ONU y que generen un mejoramiento continuo en la industria de ferias y eventos.

En el concurso participaron **550 funcionarios** directos e indirectos de Corferias en Bogotá, Barranquilla y Ágora Bogotá, contó con la presencia de empresarios, proveedores y aliados, se presentaron **12 ideas** de manera grupal que suman al propósito sostenible en un marco de celebración de la industria ferial y de eventos.



Entre los proyectos participantes, se destacaron:

- **Moviéndonos con el flujo renovable del Tetrapak**

Un proyecto que impulsa el reciclaje de envases hechos en Tetrapak para realizar láminas de polialuminio, un material altamente resistente que se puede usar para realizar objetos y elementos que harían parte del mobiliario durante una feria: pisos, panelería o techos. Esta es una contribución ambientalmente sostenible en un entorno de economía circular que ayuda a disminuir la huella de carbono y mejorando la calidad de vida de las personas.

- **Libratón**

Es un proyecto de impacto educativo en la población de jóvenes y adultos menos favorecidos que busca promover la educación facilitando el acceso al material de lectura recogido en espacios del recinto, donado por los diferentes públicos de Corferias durante las ferias que se realizan a lo largo del año. Este material sería donado a bibliotecas de los barrios menos favorecidos.

- **Corferias paga por el medio ambiente**

Mediante un sistema de puntos y actividades que desarrollen en el transcurso del año, se busca que los posibilitadores realicen contribuciones medioambientales gracias a los programas que se desarrollen, por ejemplo, desplazarse en bicicleta al trabajo. Esto, con el fin de realizar acciones responsables con el planeta y así mismo accediendo a beneficios como días compensatorios.

El ganador del concurso fue el proyecto **Moviéndonos con el flujo renovable del Tetrapak**, proyecto que se destacó por su aplicabilidad en las labores que se realizan en la industria con la contribución de los participantes trayendo envases de Tetrapak que podrían ser reutilizados en mobiliario y elementos necesarios para la operación ferial, en un ambiente de economía circular.



Para la convocatoria, se realizaron invitaciones directas y difusión por los canales corporativos con piezas que no sólo incentivarán la postulación de los participantes al concurso, sino que, a nivel general, destacaran la importancia del impacto de las acciones realizadas de cara a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

¡Tú y tu equipo pueden tener la idea del millón!

#GED19 #YoImpacto

No lo pienses más, envía el video y postula tu proyecto en el concurso **Shark Tank Sostenible**. Las iniciativas mejor calificadas serán presentadas en el marco del **Global Exhibitions Day** y obtendrán premios en efectivo.

\$1'000.000

\$600.000 **\$400.000**

Recuerda que tienes plazo hasta el **martes 4 de junio de 2019**.

Si deseas tener mayor información comunícale con **Camila Delgado** al correo **CDelgado@corferias.com**

¡No dejes pasar esta gran oportunidad de contribuir, visibilizar tus ideas y ganar fabulosos premios!

Innovación Permanente
En las ideas, la innovación y el desarrollo.
¡Y también estamos!

En el #GED19 #YoImpacto

¿Ya estás participando junto a tu equipo en el Concurso Shark Tank Sostenible?

¡No esperes más!
Envía tu video, quedan muy pocos días. Aprovecha esta gran oportunidad de contribuir desde tu rol de posibilitador, dar a conocer tus ideas innovadoras y **ganar fabulosos premios.**

Las ideas mejor calificadas tendrán premio de:

\$1'000.000 **\$600.000** **\$400.000**

Recuerda que el plazo máximo para postular tu proyecto vence el día **martes 4 de junio de 2019 a las 9:00 a.m.**

Innovación Permanente
En las ideas, la innovación y el desarrollo.
¡Y también estamos!

Por otra parte, Corferias se unió en digital al “El GED19” el cual tuvo una difusión externa en los canales institucionales de la Corporación (página web, pushmils y redes sociales) con mensajes que mostraron y dieron a conocer el impacto de la industria ferial, así como las actividades que se realizaron en torno a esta celebración.

¡PREPÁRATE PARA EL #GED19

LAS EXPOSICIONES SON UNA FORMA EFICAZ Y SOSTENIBLE DE HACER NEGOCIOS.

FALTAN 4 DIAS

#GED19

www.corferias.com

¡PREPÁRATE PARA EL #GED19

LAS EXPOSICIONES SON UNA GRAN INDUSTRIA GLOBAL.

FALTAN 3 DIAS

#GED19

www.corferias.com

¡PREPÁRATE PARA EL #GED19

LAS EXPOSICIONES SON UNA FORMA EFICAZ Y SOSTENIBLE DE HACER NEGOCIOS.

FALTAN 2 DIAS

#GED19

www.corferias.com

EN CORFERIAS HOY ESTAMOS CELEBRANDO EL GLOBAL EXHIBITIONS DAY

Conoce más aquí

GLOBAL EXHIBITIONS DAY #GED19

4.4. AFIDA - DIPLOMADO EN MONTAJE Y ARQUITECTURA EFÍMERA PARA LA INDUSTRIA DE FERIAS, CONGRESOS Y CONVENCIONES.

La Asociación Internacional de Ferias de América – AFIDA eligió por un periodo de 2 años como su Presidente al Dr. Mario Cajiao Pedraza, actual Vicepresidente de Planeación y Asuntos Corporativos de Corferias.

En octubre de 2019, en la ciudad de Bogotá se realizó con el apoyo de Corferias el Diplomado de la Academia AFIDA en Montaje y Arquitectura Efímera para la industria de Ferias, Congresos y Convenciones, el cual estuvo dirigido a: Gerentes Generales de recintos de ferias, congresos, eventos y convenciones, Gerentes y/o Jefes de Infraestructura, Jefes de Montaje y Jefes de Diseño.

El objetivo de este Diplomado fue brindar un escenario perfecto para que los profesionales de la industria compartieran experiencias, conocimientos, nuevas técnicas, tendencias, buenas prácticas, metodologías, logística, oportunidades y conocimiento de lo que representan los montajes y la aplicación de la arquitectura efímera en las ferias, convenciones y congresos en nuestro contexto Iberoamericano. Se generaron espacios para compartir casos de éxito en Latinoamérica y fortalecer la actividad de la arquitectura efímera como generador de valor.

En el marco de este evento, Corferias presentó sus casos de éxito, la evolución que ha tenido el recinto ferial en los últimos años, el posicionamiento y el desarrollo que lo ha llevado a ser el primer Distrito de Ferias, Eventos y Convenciones de Latinoamérica. Se realizaron recorridos por el Centro de Convenciones Ágora Bogotá, y se visitaron las ferias Proflora y Belleza y Salud.

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

En el 2019 dando continuidad al desarrollo y evolución de los retos y lineamientos de planeación estratégica, se ha construido el modelo de interacciones y de experiencias abriendo el camino para avanzar en el paso del relacionamiento a la experiencia y del producto a los clientes; permitiendo que se garanticen experiencias únicas tanto en expositores como visitantes, la entrega de un servicio sobresaliente y la excelencia operacional.

5.1. MODELO Y CULTURA DE SERVICIO

5.1.1. CULTURA DE SERVICIO

Mejorar la experiencia de los clientes bajo estándares de conocimiento, empoderamiento, gestión del riesgo y actitud de servicio fueron los ejes en el Plan de Formación y Entrenamiento para el

2019; teniendo un alcance a personal directo y temporal de 10 procesos en operación, desde accesos hasta alimentos y bebidas.

Se desarrollaron 4 talleres en formación de servicio: generación de experiencias memorables (sensibilización a personas con discapacidad), somos posibilitadores, actitud de servicio, riesgos y seguridad – salud en el trabajo; logrando impactar a 400 posibilitadores. Adicionalmente se continúan generando las capacitaciones al personal temporal en conocimiento y servicios transversales para cada una de las ferias, con un alcance en 22 capacitaciones a 1.106 posibilitadores.

5.1.2. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Como parte de la oferta de valor de servicios Corferias dispone de un portafolio integral, dinámico e innovador, que a través de la gestión de conocimiento proactivo del cliente, la implementación de la herramienta tecnológica CRM y la personalización de los paquetes de servicios a expositores, socios y aliados; Corferias ha logrado un total de ventas por servicios de \$ 3.134 millones superando en 3.7% los ingresos en relación con el presupuesto.

Dentro del portafolio de servicios se encuentra la atención integral al expositor a través del Plus (Plataforma Unificada de Servicios) que en el 2019 atendió alrededor de 24.600 turnos entre servicios de cajas, asesorías y comercio exterior; con unos resultados generales de satisfacción de 8.6 (en una escala de 1 a 10).

Se llevó a cabo la implementación de la versión 3 de Corferias Conecta permitiendo reducir sustancialmente tiempos de respuesta, calidad en la sincronización de información y mejoras en la experiencia y funcionalidad de la aplicación.

A través del canal de contáctenos por la página web se recibieron 5.372 solicitudes, de las cuales el 40% tuvieron solución en el primer contacto y el 60% se escalaron al proceso correspondiente; de estos casos el 80% están relacionados con solicitudes comerciales tanto para ferias como para eventos.

5.1.3. MODELO DE SERVICIO

Dentro del diseño de experiencias bajo los lineamientos y beneficios del modelo de relacionamiento, se ha realizado el levantamiento y construcción de las interacciones de clientes tanto de Expositores como Visitantes en cada uno de los momentos de verdad, permitiendo identificar los puntos foco de trabajo que impactan y movilizan la satisfacción; alcanzando en el 2019 unos resultados de satisfacción en servicios y operación de 8.4 (en una escala de 1 a 10) en Expositores y de 8.8 (en una escala de 1 a 10) en Visitantes.

Siguiendo con la aplicación de las herramientas tecnológicas en la operación y modelo de servicio, a través de la plataforma Audara (Plataforma Contact Center) se iniciaron las mediciones de transaccionalidad de la Línea de Servicio obteniendo como resultado de la gestión, más de 78.000 llamadas atendidas con un nivel de servicio del 80% y un nivel de atención del 87% sobre el total de llamadas recibidas.

Desde la visual del visitante uno de los momentos de verdad en la interacción con Corferias son los puntos de accesos a las diferentes ferias y eventos, como resultado de la gestión de accesos en el 2019, el Recinto recibió cerca de 1.900.000 visitantes, entre sus ferias propias y en arriendo.

5.1.4. SERVICIOS EN EL RECINTO FERIAL DE PUERTA DE ORO

En el recinto Puerta de Oro durante el 2019, las acciones sobre el Portafolio de Servicios se enfocaron en su fortalecimiento y flexibilidad para dar respuesta tanto a ferias como a eventos, teniendo en cuenta la variabilidad de días en diferentes escenarios; logrando así ventas por \$122 Millones representando un 61% de ingresos adicionales en relación con el presupuesto. De estos ingresos por venta de servicios el 73.3% son en Ferias y el 26.7% en Eventos.

Se incluyó en el portafolio a expositores de ferias especializadas el servicio de Corferias Conecta, esta aplicación le permite al expositor obtener en línea y de forma ágil, los datos de contacto e información de valor de los compradores profesionales que visitan su muestra comercial.

Así mismo, para el proceso de RSR (Reconocimientos, Sugerencias y Reclamos), se continúa trabajando en la sensibilización y formalización de canales para asegurar la retroalimentación y voz de cliente; en el 2019 se recibieron en total 4 comentarios recibidos por el canal web.

Finalmente, continuando con la evolución del Modelo de Servicio del Recinto de Puerta de Oro, a través del desarrollo de mejoras en procesos como accesos, boletería, información, Plus; entre otros, se han logrado resultados de satisfacción en servicios y operación de 8.7 (en una escala de 1 a 10) en Expositores y de 9.2 (en una escala de 1 a 10) en Visitantes.

5.2. CONSOLIDACIÓN DE LA RED DE ALIADOS Y PROVEEDORES

Como parte fundamental de la generación de experiencias únicas y memorables en los Clientes, está el desarrollo de aliados y proveedores expertos que generen valor, es por esto que a través del trabajo conjunto con empresas que ofrecen servicios especializados con altos estándares de calidad y servicio, Corferias fortaleció su red a través de las siguientes iniciativas:

Para las ferias masivas el contar con diferentes opciones de pago y siendo una de las más valoradas los pagos con tarjeta, el contar con el soporte y acompañamiento de aliados como Redeban y

Redco es fundamental para el desarrollo comercial del expositor; en el 2019 se fortaleció este servicio a través de la planeación y previa asesoría en especial en ferias como Filbo, Hogar, Artesanías; entre otras, logrando así la instalación de alrededor de 1.300 servicios de Datafono.

En el 2019 se trabajó en conjunto con el Instituto Distrital de Turismo para la potencialización del punto de atención fijo (Punto Turístico) y el desarrollo de los puntos móviles en algunas ferias como Filbo, Sofa; entre otras; alcanzado alrededor de 25.000 consultas y siendo el tercer punto de mayor consulta en la ciudad.

El contar con la alianza de Cercanos (Servicio de Transporte Especial) nos permite ofrecer a nuestros expositores y visitantes un servicio de transporte seguro, confortable y de calidad para llegar a sus destinos; con esta alianza se atendieron 23 ferias, 4.853 viajes y 10.162 usuarios durante el año.

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

En el 2019 se realizó el nuevo planteamiento del plan de fidelización para cumplir con lo establecido en el Modelo de Relacionamiento de Corferias basado en comunidades y experiencias. Se establecieron las prioridades frente a la doble plataforma de cliente con la que se cuenta: expositores (empresas) y visitantes (compradores profesionales / masivos).

Para la segmentación de los clientes se tuvieron en cuenta las siguientes variables: antigüedad, frecuencia de participación, nivel de inversión, así como su ecosistema: socios, aliados, patrocinadores, operadores de eventos. Una vez se analizaron estas variables se establecieron las siguientes categorías: diamante, oro, plata y estándar.

El año 2019 cerró con 116 clientes diamante, 56 oro y 234 plata, los restantes hacen parte de clientes estándar.

En cuanto a visitantes se estructuró un programa especial de compradores el cual consta de 3 planes:

- **Plan de compradores ancla:** enfocado en convocar visitantes especializados nacionales e internacionales con poder de decisión para que participen en ruedas de negocios de ferias especializadas y mixtas. En caso de ferias masivas, hace referencia a compradores mayoristas.
- **Visitantes VIP profesionales:** su fin es convocar visitantes profesionales nacionales e internacionales de empresas estratégicas identificadas por sector, cargo y nivel de toma de decisiones.

- **Compradores C-Fiel ferias masivas:** su objetivo es incentivar la compra efectiva en las ferias masivas y la captación de información para entender y fortalecer la gestión de las comunidades.

Durante el 2019 se continuó con la estrategia enfocada en identificar los clientes fieles a Corferias en ferias y eventos, a través de la caracterización de comunidades activas que componen hoy sus canales digitales, CRM, registros a eventos y ferias especializadas, eventos, socios, patrocinadores y aliados.

Teniendo en cuenta la gestión por comunidades se continuó con el esquema de comunicación 360 previo a las ferias para que los visitantes conectaran con las necesidades e intereses de cada comunidad a fin.

A través de la generación de contenidos y la conexión con los visitantes que hacen parte del programa C-Fiel, sus intereses y los beneficios en las ferias, se logró incrementar su asistencia en un 30% en promedio para cada feria impactada versus el 2018 (las ferias con beneficio para visitantes fieles en ingreso fueron: FILBo, Agroexpo, Feria del Hogar, Belleza y salud, Expopet y Expoartesanías).

Adicional a lo anterior y con el objetivo de impactar el mayor número de visitantes potenciales, se generaron nuevas alianzas con cajas de compensación, fondos de empleados, cooperativas y se fortalecieron las ya existentes con los medios, logrando incrementar la asistencia en un 144% versus el 2018 por este concepto en promedio por cada feria impactada (FILBo, Agroexpo, Feria del hogar, Belleza y salud, Expopet y Expoartesanías). También se ampliaron los convenios existentes a ferias como BiciGO, Cafés de Colombia Expo, Chocoshow, Gran Salón Inmobiliario, MotoGO y Silver Expo logrando una asistencia promedio del 3% sobre el total de visitantes.

El objetivo fundamental durante el 2019 fue incrementar el número de miembros de las comunidades de cultura ocio y entretenimiento, agroindustria y alimentos, bienestar, salud y fitness, mascotas y consumo y estilo de vida; cautivando y atrayendo nuevas personas a través de medios digitales y presenciales.

El programa cierra el 2019 con 190.000 usuarios, con un crecimiento del 12% vs el 2018, de los cuales 171.000 son usuarios prerregistrados y aproximadamente 19.000 son miembros C-Fiel, un crecimiento del 58% versus el 2018.

A continuación, se relacionan las acciones específicas implementadas:

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BOGOTÁ

- **Publicidad en espejos baños:** Por primera vez se utilizó el formato de publicidad en los espejos de los baños dentro del recinto para dar a conocer los beneficios del programa de fidelización y promover el registro de datos por parte de los visitantes de la feria.
- **Entrega de obsequios inmediatos:** Hubo un incremento del 24% en la cantidad de obsequios entregados versus el 2018 y de un 195% en su valorización. Esta actividad se promocionó a través de pushmails.

AGROEXPO

- **Entrega de obsequios afines a nuestros visitantes:** En alianza con los expositores se entregaron 5 viajes todo incluido a un resort en el eje cafetero y obsequios afines a los intereses de nuestros visitantes valorizados en promedio en \$342.000 c/u.

Lo anterior fue difundido a través de pushmails para incentivar la asistencia de público actual y a través de redes sociales para captar nuevos visitantes.

- **Captación de nuevos datos:** En alianza con uno de los expositores se generó una actividad de captación de data dentro del recinto ferial, que permitió captar 5.000 datos cumpliendo con las disposiciones legales respectivas.

FERIA DEL HOGAR

- **Entrega de obsequios y premios afines a los intereses de nuestros visitantes:** En alianza con nuestros expositores se entregó a un ganador el premio de \$15.000.000 para realizar compras en la feria, de acuerdo a su interés. Adicional, se entregaron 17 reconocimientos diarios, en donde se obtuvieron obsequios valorizados en promedio en \$5.000.000 c/u, los cuales constaban de diversos productos que buscaban incentivar el registro de compras. Se entregaron 1.010 obsequios valorizados en promedio en \$225.000 c/u implementando el sistema de entrega de obsequios de acuerdo con gustos e intereses.

Las actividades anteriores fueron promocionadas a través de pauta en medios digitales, pushmails y redes sociales de Corferias buscando incentivar la asistencia de visitantes a la feria.

- **Comunicación de la feria:** Por primera vez se utilizaron los mensajes de texto para incentivar y recordar a los miembros C-Fiel su asistencia a la feria.

- **Catálogo de inspiración:** Se modificó la revista que se realizaba en años anteriores para los visitantes por un catálogo de inspiración en donde se involucraron a los expositores aliados para desarrollar piezas de espacios para el hogar ideal con sus productos, lo anterior con la finalidad de generar una experiencia diferente a los visitantes, aportando ideas de decoración, y a su vez, publicitar los productos de los expositores aliados.

EXPOARTESANÍAS

- **Catálogo de inspiración:** Se renovó el catálogo de inspiración, buscando generar una nueva experiencia en los visitantes inspirándolos a utilizar las artesanías que encuentran en la feria en su vida diaria; se entregaron 7.000 ejemplares.
- **Entrega de obsequios afines a los intereses de los visitantes:** Se entregaron \$3.000.000 para que el beneficiario comprara en la feria productos de su interés, adicional se entregaron 260 obsequios inmediatos. Esta actividad fue promocionada por pushmails y redes sociales.

Durante todo el año se fortaleció la divulgación de los beneficios a través de los canales como publicidad tradicional, rompe tráfico, "tótems", volantes, revistas, catálogos, cartillas, pantallas, redes sociales, páginas web de las ferias y correos electrónicos, mensajes de texto; al mismo tiempo se promocionó a los expositores aliados del club.

5.4. LA VOZ DEL CLIENTE

La satisfacción y experiencia del cliente es el eje fundamental de Corferias, por lo que el modelo integral de voz de cliente recoge los procesos principales para conocer la opinión y retroalimentación tanto de expositores, visitantes y organizadores de eventos con nuestros diferentes productos, procesos y servicios.

En el 2019 como resultado de la gestión integral del portafolio ferial y de eventos en Corferias, se alcanzaron niveles de satisfacción de 8.6* (en una escala de 1 a 10) del total de la Corporación, obteniendo una satisfacción promedio de 7,9 en expositores de ferias de las tres regiones atendidas con 4.379 encuestas realizadas en el año; 8,7 en visitantes asistentes a las ferias con 12.475 encuestas realizadas; y de 8,9* entre los organizadores de eventos. El índice de promotores netos, el cual mide la fidelización de los clientes con las ferias, se mantuvo en el segmento de visitantes en 2019 en 64% total país, y el de expositores resultó en un indicador positivo de 36%.
*Datos preliminares 2019 (no se ha concluido el estudio de organizadores de eventos).

A través de los diferentes canales de contacto, recibimos 1.331 comentarios (frente a 841 del 2018), de los cuales el 85% fueron de visitantes, el 11% de expositores y el 2% de la comunidad. De estos comentarios el 66% son reclamos, el 20% sugerencias y el 14% reconocimientos, siendo

importante resaltar el crecimiento de dos puntos porcentuales de los reconocimientos y el crecimiento de los buzones alcanzando un 42% de participación esto producto de las campañas de sensibilización y comunicación que se realizaron a lo largo del año para impulsar el canal.

Corferias en el 2020 seguirá trabajando en el desarrollo de los retos estratégicos: evolucionando nuestro modelo de negocio para avanzar del producto a los clientes y del relacionamiento a la experiencia y asegurando servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructura de clase mundial, para así alcanzar los altos estándares de satisfacción y recomendación.

6. DIMENSIÓN SOCIAL

6.1. SOSTENIBILIDAD

En el 2019 se redefinió la estrategia de Sostenibilidad tomando como referencia los estándares internacionales más importantes: La agenda 2030, el Pacto Global, el Global Reporting Initiative y la ISO 26000. Estos referentes son la hoja de ruta para la incorporación de buenas prácticas asociadas a la gestión de los impactos de las organizaciones.

Durante el proceso de definición de la estrategia, se tuvo en cuenta la premisa que tiene la organización respecto a la “gestión de clase mundial”, por esa razón se realizó un benchmarking de organizaciones con actividades feriales y las tendencias en eventos sostenibles a nivel nacional e internacional.

Se realizó un sondeo con varias áreas para tener claridad sobre los impactos de la Corporación y a partir de este ejercicio se priorizaron los asuntos materiales (que en sostenibilidad hacen referencia a los que tienen mayor impacto en la organización y sus grupos de interés).

En la estrategia se establecieron 3 ejes que corresponden al ambiental, el social y el económico; se identificaron unos asuntos materiales transversales que están asociados a cada uno de los ejes:

- **Promoción de los ODS:** Promover el conocimiento y la implementación de los ODS, por medio de alianzas, con el principal objetivo de apoyar la visibilización de las metas que se plantearon los países que aprobaron la agenda 2030.
- **Educación para la sostenibilidad:** Generar espacios para sensibilizar a los grupos de interés sobre temas asociados a la sostenibilidad y la aplicación de este concepto en su labor dentro de la empresa y su vida personal.

En el 2019 se lanzó un concurso con el nombre de Shark Tank Sostenible, el cual buscaba que los posibilitadores indagaran sobre los ODS y propusieran estrategias que la Corporación pudiera implementar.

- **Gestión de proveedores:**

En el 2019 el área de compras participó en una capacitación de encadenamientos comerciales sostenibles, con el objetivo de brindar herramientas para identificar proveedores que tengan una propuesta de valor que vincule aspectos sociales y ambientales.

Adicionalmente, con apoyo del Global Reporting Initiative se desarrolló un taller sobre negocios competitivos en el marco del encuentro empresarial Corferias en donde participaron visitantes y proveedores, espacio que buscaba sensibilizar a los asistentes sobre la importancia de entender y gestionar la sostenibilidad como elemento diferenciador y estratégico.

Después de haber identificado los asuntos transversales se seleccionan los más importantes asociados a cada eje:

Con respecto a la forma como se comunica la Sostenibilidad, Corferias a través de la Comunicación del Progreso del Pacto Global, reporta la gestión de los aspectos económicos, sociales y ambientales, enmarcados en los 10 Principios del Pacto Global, también, es importante resaltar que la organización coordina estos temas por medio del Sistema de Gestión de Sostenibilidad que tuvo su primer auditoría interna en el 2019, y se gestionaron sus respectivas recomendaciones.

6.1.1. EJE AMBIENTAL

La crisis ambiental sin precedentes que enfrenta el planeta ha sido uno de los motivos principales que ha impulsado a Corferias a gestionar de forma efectiva sus impactos ambientales.

Por esa razón en el 2019 se desarrollaron acciones en 5 frentes: gestión de residuos sólidos, gestión de recursos (energía y papel), gestión de emisiones de ruido, gestión de emisiones de Gases de Efecto Invernadero GEI y gestión de sustancias químicas.

6.1.1.1. Gestión de residuos sólidos

Este asunto está orientado a desarrollar estrategias para promover el incremento del aprovechamiento de los residuos, procurando la aplicación del concepto de economía circular, además de garantizar la adecuada disposición de los residuos especiales.

En el 2019 ,se realizó en el recinto ferial, el aprovechamiento de 168.6 toneladas de residuos, que incluyen 14 toneladas de madera transformadas en tableros aglomerados de partículas,

71.23 toneladas de residuos orgánicos transformadas en abono orgánico, 2.5 toneladas de aceite vegetal transformado en biodiesel: con este último residuo se disminuyeron 5.7 toneladas de la huella de carbono, equivalente al aporte de 334 árboles Guayacán Rosado, purificando así, el aire en un periodo de 12 meses, dicho reconocimiento fue emitido por un gestor certificado en ISCC (International Sustainability and Carbon Certification).

Con respecto a los residuos que tuvieron disposición final con gestores autorizados se entregaron: 1.9 toneladas de residuos electrónico, 0.2 toneladas de luminarias y balastros, 5.2 toneladas de tapete, 95.5 toneladas de lodos, 0.4 toneladas de residuos peligrosos y 43 toneladas de madera.

Como actividades para promover la adecuada gestión de residuos en el recinto, se realizaron dos campañas de reciclaje, la primera durante el desarrollo de FILBO 2019, y la segunda como resultado de la puesta en marcha del proyecto ganador del concurso **Shark Tank Sostenible**, con los siguientes resultados:

- **Campaña reciclaje FILBO 2019**

- i) Se logró recolectar 18.540 unidades de empaques reciclables, representando 1.2 toneladas de material dispuesto adecuadamente; superando así, la meta trazada inicialmente con un cumplimiento del 185%.
- ii) El cálculo de disminución de huella de carbono para la cantidad recolectada correspondió a 71,4 kg de CO₂, que dejaron de emitirse a la atmosfera.
- iii) Sensibilización a más de 22.000 personas asistentes a la feria, sobre temas de reciclaje.

- **Campaña reciclaje Tetrapack**

- i) Se dio inicio al despliegue de la campaña en el mes de noviembre, a través de 4 actividades realizadas con posibilitadores, con proyección de cierre en FILBO 2020.
- ii) Como resultado de las actividades a 2019, se entregaron 60 incentivos (plantas sembradas en materas elaboradas con icopor reciclado) y se recolectaron 2279 cajas de tetra pack.

En Corferias Puerta de Oro, también se gestionan los residuos, y reporta el aprovechamiento en el 2019, de una cantidad de 3.4 toneladas.

6.1.1.2. Gestión de Recursos

Con el objetivo de promover el uso responsable de los recursos se busca implementar acciones orientadas al ahorro y uso eficiente del agua, la energía y el papel, las cuales se pueden dividir en dos tipos: técnicas y de sensibilización.

Desde el componente técnico, en el año 2019 ha continuado realizando el cambio de luminarias de la torre de parqueaderos de los postes de espacios públicos internos, además de acciones orientadas al mejoramiento de las condiciones de las subestaciones eléctricas internas. Con el objetivo de continuar desarrollando estrategias para disminuir el consumo de energía y sustituirla por energías limpias, en el 2020 se Implementará la instalación de paneles solares en el Centro de Convenciones Ágora Bogotá, Gran Salón, el Borde Activo, pabellón 5 y parqueaderos.

En el componente de sensibilización, se realizó con apoyo de UNICEF una campaña sobre la importancia del agua y la dificultad que tienen muchos niños en la Guajira para acceder a este recurso, a fin de generar conciencia entre la comunidad y los posibilitadores respecto del uso.

6.1.1.3. Gestión de Emisiones de Ruido

Una de las actividades identificadas por la Corporación como sensibles, es la que se viene realizando desde el área de eventos en la Gran Carpa de las Américas.

Corferias, consciente de su responsabilidad con el entorno, realizó la contratación de una compañía especializada en la materia para identificar la problemática y definir estrategias que se deberían emprender para mitigar el impacto que se genera; a partir del ejercicio realizado se definieron dos tipos de medidas: El acondicionamiento de infraestructura y la implementación de inhibidores de ruido. Estas acciones se empezaron a implementar en el 2019 y finalizan en el 2020.

Adicionalmente, buscando gestionar de forma adecuada el impacto generado, con la comunidad y las autoridades responsables (Secretaria de Medio Ambiente y la Alcaldía Local de Puente Aranda) se han venido socializando los temas asociados a la contaminación auditiva, informando sobre las medidas que está tomando Corferias.

6.1.1.4. Gestión de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero GEI

Entendiendo la crisis climática que enfrenta el planeta, Corferias está comprometida con gestionar los gases de efecto invernadero, los cuales se identificarán en el año 2020, por medio de la medición de la huella de carbono corporativa, esta se realizará con apoyo del Corporación Ambiental Empresarial - CAEM, filial de la Cámara de Comercio de Bogotá especializada en temas ambientales.

Corferias es consciente del impacto que generan las emisiones de los medios de transporte tradicionales y por esa razón invita a sus visitantes y posibilitadores a utilizar transportes alternativos.

6.1.1.5. Gestión de Sustancias Químicas

El programa de sustancias químicas continuó consolidándose, entre las acciones más sobresalientes se encuentran la identificación de los espacios de almacenamiento y de los principales contratistas que las utilizan para las actividades de montaje, desmontaje y mantenimiento de infraestructura.

De igual forma, se implementaron los lineamientos para el manejo seguro de sustancias químicas enfocándose en el uso de elementos de protección personal, rotulado, etiquetado y envasado, mejorando las condiciones de almacenamiento de acuerdo con los estándares normativos y vinculando a contratistas, áreas de mantenimiento, señalización y alimentos y bebidas.

6.1.2. EJE SOCIAL

La Corporación opera bajo el concepto de Desarrollo Sostenible, el cual establece el aporte social, como una premisa básica de su ejercicio.

Por esta razón establecieron 3 asuntos prioritarios: relacionamiento con la comunidad, apoyo a organizaciones sociales e Inclusión.

6.1.2.1. Relacionamiento con la Comunidad

La Corporación reconoce la importancia de generar relaciones de cercanía y confianza con la comunidad que se encuentran en su zona de influencia, buscando el desarrollo de las dos partes y gestionar los impactos inherentes a su operación, entendiendo su responsabilidad en la mitigación y compensación de estos.

Por esa razón, se continuó fortaleciendo el programa C- Buen Vecino que llegó a los 8.000 afiliados, otorgándoles beneficios como el ingreso gratuito a 13 ferias, y la invitación a participar en actividades culturales, recreativas, educativas, de bienestar y de emprendimiento, las cuales fueron diseñadas acorde a las necesidades que el entorno ha hecho manifiesta; en el año 2019 los asistentes a las ferias fueron 10.241, y participaron 1.625 personas en 27 actividades.

Por otro lado, se continuó entregando el periódico EnLaC, el cual es una herramienta que le permite a Corferias comunicar temas asociados a la interacción entre la Corporación y la comunidad, la programación de actividades diseñadas para los afiliados al programa C-Buen Vecino, además de información de interés general. En el año 2019 se publicaron 6 ediciones, con 5.000 ejemplares cada una, que fueron distribuidas en los barrios que hacen parte de la zona de influencia de Corferias.

6.1.2.2. Apoyo a organizaciones sociales

Corferias quiere contribuir a la generación de oportunidades y desarrollo de las personas en condición de vulnerabilidad, en el marco de los objetivos de Desarrollo Sostenible. Por esa razón seleccionó las líneas de salud y educación como sus principales ejes, agregando una de apoyo a desastres naturales teniendo en cuenta la crisis climática y los efectos que está teniendo el territorio.

En el 2019 Corferias apoyo a diversas organizaciones sociales por medio de tres modalidades: Cesiones solidarias, contribución económica y apoyo en gestión.

Frente a las cesiones solidarias: Se constituye la asignación de un stand para promover causas sociales, generalmente de forma gratuita, durante ferias masivas. En el 2019 Corferias apoyó a 24 organizaciones y otorgó una cantidad total de 41 stands.

Contribución económica: Se realizó un aporte económico a la fundación Dividendo por Colombia, destinado a promover la permanencia escolar; adicionalmente de realizó una donación a la Fundación Social por Colombia destinado a apoyar el programa de Centros de Desarrollo Infantil que tiene operación en Quiba (Soacha) y Loma Linda (Ciudad Bolívar).

Apoyo en gestión: Se realizó un acompañamiento a la Fundación Social por Bogotá, para identificar aspectos que se podrían potenciar en sus programas y se publicó un artículo en el periódico EnlaC, el cual permitió que posibles donantes se contactarán con la organización y manifestarán su interés en apoyarla.

6.1.2.3. Inclusión

La reducción de las desigualdades de las personas con discapacidad y en riesgo de exclusión, debe ser un compromiso de toda la sociedad y por esa razón en la Corporación se han iniciado acciones para promover la accesibilidad al recinto de personas con movilidad reducida, generar espacios de capacitación para tratar el abordaje a personas en condición de discapacidad y fomentar la contratación de personal en misión con edades por encima de los 50 años, en el 2019 se logró llegar a 276 contrataciones.

6.1.3. EJE ECONÓMICO

6.1.3.1. Desempeño económico

Este asunto está asociado a la generación de impacto económico positivo directo e indirecto que se ve reflejado en las cifras reportadas por la organización.

6.1.3.2. Calidad y satisfacción de visitantes y expositores

La Corporación busca generar experiencias memorables, excelencia en el servicio y un alto nivel de relacionamiento con el cliente; por esta razón se han desarrollado acciones desde el área de servicios, con el objetivo de alcanzar altos niveles de satisfacción y recomendación tanto en expositores como visitantes, estas se encuentran descritas la estrategia de servicio.

6.2. BUENAS PRÁCTICAS Y PREVENCIÓN DEL RIESGO

Corferias continúa ejecutando actividades para la prevención del riesgo asociado a las condiciones sanitarias de la operación ferial, orientado hacia las partes interesadas con mayor impacto desde dos líneas de acción: la primera planeación y capacitación y la segunda el control operativo, con los siguientes resultados:

- **Planeación y capacitación:**
 - i) Capacitaciones realizadas a partes interesadas (contratistas, concesionarios, expositores, socios y organizadores): 66
 - ii) Capacitaciones realizadas a manipuladores de alimentos: 107
 - iii) Total asistentes: 2471
 - Personal de partes interesadas: 619
 - Personal manipulador de alimentos: 1852
 - iv) Elaboración y socialización de la cartilla “12 Reglas de ORO en Alimentos y Bebidas” con el fin de dar acceso al personal operativo de Alimentos y Bebidas de Corferias, a los protocolos de BPM y conceptos básicos del Plan de Saneamiento de la Corporación, de manera sencilla y gráfica y así mismo, dar cumplimiento a los requisitos legales y políticas internas.
- **Control Operativo**
 - i) Inspecciones en puntos de operación A&B de Corferias: 318
 - ii) Análisis para el monitoreo de calidad microbiológica y fisicoquímica: 226
 - iii) Evaluaciones higiénico sanitarias realizadas por laboratorio: 21 con promedio de cumplimiento del 92.85%
 - iv) Auditorías a proveedores de alimentos de la unidad de A&B de Corferias: 100% de alto y mediano riesgo evaluados, con un cumplimiento promedio del 93%, frente a los requisitos establecidos por la normatividad y la Corporación.
 - v) Actualización de las políticas de ingreso de alimentos al recinto ferial.

- vi) Formalización dentro del sistema de Gestión de Calidad y socialización a las partes interesadas de los requisitos sanitarios para ferias y eventos con características especiales frente al nivel de riesgo, asociadas con el manejo de alimentos, ingreso y tenencia de animales y procedimientos de belleza y salud.

6.3. POSIBILITADORES Y CONTRATISTAS

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

Asimismo, se incluyó dentro del Manual de Contratación y Compras de la Corporación un principio orientador basado en la gestión de sostenibilidad cuya finalidad es seleccionar y escoger proveedores o contratistas que tengan en lo posible implementado un sistema de sostenibilidad dentro de su cadena o proceso de producción. De esta manera, y conforme a lo dispuesto en el Manual de Contratación y Compras, la Corporación ha venido incluyendo en los procesos de selección que adelanta un criterio de evaluación para los proponentes que desarrolle este principio.

De otra parte, la Corporación ha diseñado para los proveedores de A&B una encuesta de sostenibilidad, con el fin de conocer el nivel en que se encuentran en este segmento los proveedores y con esto poder desarrollar a futuro sinergias que permitan fortalecer la política de sostenibilidad de la Corporación.

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

7. DINAMICA ORGANIZACIONAL

7.1. CALIDAD DE VIDA DE LOS POSIBILITADORES – talento humano - posibilitadores

Conscientes de la importancia del propósito superior de Corferias: “Generadores de Oportunidades y Progreso”, la estrategia de talento humano es el pilar fundamental que permite gestionar los recursos de la Corporación al servicio de los empresarios y la comunidad en general de nuestra ciudad y el país. Es por esto, que Corferias continúa trabajando en atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano (Posibilitadores) y generar equilibrio a través de bienestar y calidad

de vida (salud, educación y crecimiento técnico/profesional, vivienda y familia, descanso, entretenimiento y esparcimiento).

Talento y Liderazgo
Valores y Cultura Organizacional
Estrategia de desarrollo
Marca empleadora

Organización
Gestión temporalidad
Espacios de trabajo
Seguridad y Riesgos Laborales

Gestión del Cambio
Liderazgo de gestión del cambio

Bienestar, Reconocimiento y Calidad de Vida
Bienestar
Reconocimiento
Calidad de Vida

corferias
Generadores de
Oportunidades y Progreso

**Corferias es el mundo
de las posibilidades**
¡SOY POSIBILITADOR!

7.1.1. LÍNEAS DE CRÉDITO

Contribuyendo a que los posibilitadores puedan cumplir con sus proyectos personales, familiares y académicos, Corferias los continúa apoyando a través de sus líneas de crédito corporativo que otorgan un beneficio real reflejado en sus finanzas personales y familiares.

En el año 2019 se realizaron por primera vez dos ferias internas de educación y vivienda, buscando así ofrecer a los colaboradores varias alternativas para iniciar o continuar con sus estudios técnicos o profesionales y facilitar la adquisición de vivienda y liberación de gravámenes hipotecarios.

Como resultado de este ejercicio a continuación sobresalen los siguientes datos:

7.1.1.1. Crédito de Vivienda: En el marco de continuar trabajando por una empresa familiarmente responsable y luego de realizar la primera feria de vivienda para los colaboradores, se aprobó a 6 posibilitadores este beneficio, logrando un incremento del 100% en comparación con los dos últimos años.

7.1.1.2. Crédito de Educación: El crédito de educación goza del beneficio no solo para el posibilitador sino también se extiende a los hijos de los posibilitadores. Es así como en el año 2019, 38 posibilitadores obtuvieron aprobación en esta línea de crédito que goza del beneficio de estar exento de interés y el 18% de estos fue dirigido a los hijos de los colaboradores.

7.1.1.3. Crédito de vehículo: 4 familias de posibilitadores se vieron beneficiadas con la aprobación de créditos a la tasa de interés más baja en el mercado, DTF + 2 puntos. Este crédito cada vez toma más fuerza en los intereses de los colaboradores.

7.1.1.4. Crédito de Calamidad: Durante el año 2019, 17 posibilitadores tuvieron situaciones de calamidad como hurtos, tratamientos médicos y situaciones que alteraron sus finanzas familiares; utilizando este beneficio que goza del 0% de interés, lograron sortear estas situaciones.

7.1.2. PLAN DE BIENESTAR

Como reto estratégico del Área de Gestión Humana, está atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano y entendiendo la importancia que tiene para los colaboradores compartir tiempo de calidad con sus familias, el plan de bienestar del 2019 se volcó a promover algunos momentos donde se puedan involucrar a miembros de las familias de nuestros colaboradores que generen valor al vivir momentos memorables en la Corporación al lado de sus seres queridos.

Esta iniciativa tuvo estreno en la Gran Final de Campeonato de Microfútbol donde los finalistas tuvieron la oportunidad de invitar a sus familiares a vivir esta final. Se tuvo un cubrimiento del 100% y comparando el mismo evento con el del año 2018, se contó en esta oportunidad con una participación adicional del 48%. Otro evento de gran impacto fue el “Reconocimiento de Quinquenios”, donde los homenajeados invitaron a un familiar a que fuera participe de este momento tan especial, en el cual se resalta la labor, aporte y trayectoria en Corferias.

Resaltando la importancia de continuar en la identificación y reconocimiento de los valores corporativos, las actividades de Bienestar se enfocaron en poner a prueba pequeños retos donde se permitiera vivir los valores, entre ellos trabajo en equipo interno y externo e Innovación permanente. El Torneo de Bolos se tuvo una participación de 102 colaboradores, el componente fue “adoptar” una persona de otra área para ganar más puntos; otras de las actividades de gran impacto en cobertura y satisfacción fueron: Fiesta de disfraces con una asistencia de 290 posibilitadores; torneo de rana y pingpong con una participación de más de 190 posibilitadores; vacaciones recreativas para los hijos de los colaboradores con actividades como zumba kids, show de magia, master chef kids y manualidades, lo que permitió que 69 niños disfrutaran de un día de descanso, entretenimiento y esparcimiento; novena de navidad con una asistencia de más de 470 posibilitadores, este evento cada vez toma más fuerza porque se está posicionando como un espacio cálido y especial para tener la oportunidad de reconocer la trayectoria de nuestros colaboradores y el posibilitador del año.

Fomentando el cuidado de la salud y disminuyendo la materialización del riesgo psicosocial Corferias realizó una jornada de la salud de manera semestral con una cobertura de más de 340

posibilitadores, así mismo cuenta con un gimnasio propio y gratuito para los posibilitadores, el cual es utilizado especialmente en el horario de la tarde – noche. Adicionalmente, cada dos semanas se realizan clases de zumba con un promedio de 20 asistentes por sesión. Por otro lado, en la actividad de “Días compensatorios por desplazarte en Bici”, en su segunda versión tuvo un incremento del 45% adicional al año anterior apoyando y promoviendo el transporte sostenible y así aportando a la calidad de vida de los trabajadores.

7.2. GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

Durante el 2018, el área de Gestión de Talento Humano se orientó al desarrollo y a lo largo del 2019, continuó trabajando en el cumplimiento de la estrategia corporativa que facilita el logro de los objetivos, es así como Corferias se ha venido posicionando como una marca empleadora gracias al impacto que tiene en la industria de ferias y eventos, en la ciudad, en el país y en la región. Además, de encontrarse arriba del promedio del mercado en sus salarios y tener 4 de los 6 beneficios más ofrecidos por los empleadores en general (según el estudio de salarios y beneficios de ACRIP 2018-2019), apalancados en estos y otros aspectos, se continúa trabajando para atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, garantizando la vivencia real del propósito superior y los valores organizacionales, logrando como ventaja competitiva nuestro capital cultural.

7.2.1. CORFERIAS ZONA FRANCA

7.2.1.1. Proceso de Selección

En Corferias estamos comprometidos estratégicamente en materia de Gestión Humana a atraer, retener y desarrollar el mejor talento alineado a los valores corporativos. Corferias se orienta a que el propósito superior sea una realidad en la vida de los posibilitadores que han venido trabajando con nosotros y en los nuevos integrantes de la compañía. Los procesos de selección son respetuosos, claros y cercanos a la gente, y se muestra a través de hechos y datos, el impacto de Corferias en la economía de nuestro país, en el desarrollo urbanístico de la ciudad, en la calidad e innovación de sus ferias y eventos, etc. Desde la primera llamada, se están generando experiencias memorables y las personas que son evaluadas así no sean contratadas, son portadoras de una información de primera mano, que seguirá posicionando a Corferias como marca empleadora, de la que muchos querrán ser parte.

Continúa la identificación de los comportamientos que son evidencia de la vivencia de los valores corporativos: trabajo en equipo interno y externo, innovación permanente, gestión de clase mundial, compromiso y somos posibilitadores, a través de metodologías de evaluación tipo assessment center, pruebas psicotécnicas, técnicas y entrevistas de incidentes críticos que abordan las diferentes esferas de la vida del posible nuevo colaborador.

Es así como durante el 2019, se logra la cobertura de 79 requerimientos de personal de naturaleza permanente y de acuerdo con las necesidades de las ferias y los eventos de duración definida se da respuesta a 154 solicitudes. De otro lado, de acuerdo con la operación del Centro de Convenciones Ágora Bogotá se realiza la cobertura de 9 requerimientos de naturaleza permanente y 5 frente a la necesidad de los eventos, las solicitudes cubiertas durante el 2019 se realizaron con un tiempo de respuesta promedio de 26 días hábiles facilitando así la consecución de los logros de la Corporación.

Dentro del proceso de movilidad interna, de las solicitudes que se presentaron a lo largo del año, 82 fueron susceptibles de ser cubiertas con posibilitadores de la Corporación, logrando así generar oportunidades y progreso para 65 de ellos al tener un ascenso o traslado al interior de Corferias, presentándose un incremento del 56.7% en esta población con relación al año 2018.

Continuando con la orientación a realizar acciones que, aunque pueden ser pequeñas, nos siguen posicionando como generadores de oportunidades y progreso, en el 2019 se logró la administración de la cuota de aprendices SENA, que cerró con 19 cupos, de tal manera que no fue necesario monetizar durante el segundo semestre, facilitando así la formación en la práctica de más de 30 jóvenes y adultos jóvenes que, gracias al patrocinio de Corferias, culminaron sus estudios técnicos, tecnológicos y profesionales.

7.2.1.2. Evaluación de Desempeño

Para el año 2019 se mantiene el desarrollo del proceso de gestión del desempeño, con sus componentes de evaluación; posibilitador jefe y jefe posibilitador, aplicando la mejora continua, se presentaron los siguientes adelantos con el fin de facilitar el proceso, consolidar y analizar la información con mayor oportunidad; aprovechamiento de las herramientas tecnológicas con las que cuenta la Corporación para lograr acceso fácil y rápido a repositorio de información a través de la intranet; se genera cargue automático de metas 2018; la calificación final por componente y global se expresa de manera cuantitativa pero las opciones de calificación pasaron de ser cuantitativas a cualitativas, lo que generó mayor objetividad a la hora de calificar; generación inmediata de resultados con ponderado y gráficos para cada posibilitador; diseño y elaboración de informes sobre el resultado de la evaluación de cada jefe, en el cual también se pueden ver reconocimientos y oportunidades de mejora y diseño de informe de resultados para cada posibilitador.

Otro de los componentes del proceso es la evaluación interáreas, que es tomada como una evaluación de pares hacia los procesos, la cual permite facilitar el desarrollo y fortalecimiento de estos, también tuvo mejoras para este periodo, pues se agregó espacio para comentarios sobre cada uno de los aspectos evaluados facilitando al área que recibe retroalimentación entender con claridad los aspectos fuertes y los temas a mejorar.

Adicional a esto, la apertura del ciclo de evaluación se realizó en el mes de noviembre, facilitando la gestión por parte de los posibilitadores y jefes, permitiendo que el momento de evaluación y de retroalimentación se viva con tranquilidad, con el objetivo de prepararse y alinearse para los retos del 2020. El cubrimiento del proceso es del 95% en la evaluación interáreas, un 95% en el cubrimiento de la evaluación posibilitador-jefe y un 85% en la evaluación jefe- posibilitador al corte del 16 de diciembre.

7.2.1.3. Gestión de Personal en Misión

Durante el 2019 se continuó con la gestión del proceso de temporalidad, dando cobertura a las necesidades de los eventos y ferias realizados en los diferentes escenarios con los que cuenta Corferias (Gran Carpa Américas, el Centro de Convenciones Ágora Bogotá y Corferias Caribe - Puerta de Oro), en donde la prestación de servicios como alimentos y bebidas, seguridad, logística, registro y protocolo es, en su mayoría, realizada por personal en misión, de esta manera se genera la contratación de **13.751** plazas transitorias y temporales durante el año, **38%** más que el año pasado y casi el **70%** más que en el 2017.

Corferias ha contribuido desde hace varios años en la generación de empleo de forma muy significativa en ciudades como Bogotá y Barranquilla, durante el 2019 lo hizo también en ciudades como Medellín, Cali, Ibagué, Armenia, Pereira, Cúcuta y Cartagena dando alcance a labores de operación de ferias y eventos en Medellín; convocatoria y análisis del mercado para las ferias que contemplan visitantes y comportamiento de los mercados de estas ciudades.

Facilitando la administración de los recursos asociados a este proceso y que respectivamente se traducen en gastos de las ferias y eventos realizados, se implementó una herramienta de control que permite cuantificar y verificar los gastos y costos de este servicio, permitiendo conocer con anticipación los valores que impactarán el estado de resultados de cada proyecto.

7.2.2. ÁGORA BOGOTÁ CENTRO DE CONVENCIONES

Durante el 2019 el Centro de Convenciones Ágora Bogotá tuvo su primer año completo de operación, con una estructura de personal de 51 colaboradores contratados directamente y más de 6.600 contratos de personal en misión, se desarrollaron con éxito cerca de 230 eventos. Trabajando para que el propósito superior de Corferias se haga realidad no solo para los clientes si no para los posibilitadores, 6 de ellos lograron seguir estudiando de manera profesional gracias a la línea de crédito corporativo sin interés y 2 posibilitadores fueron promovidos en el transcurso del año.

Enfocarse en la operación y desarrollo de eventos con un alto nivel de servicio y calidad fue uno de los principales logros de los posibilitadores directos e indirectos del Centro de Convenciones,

el conocimiento de las instalaciones, la infraestructura y su versatilidad, la capacidad de respuesta, la actitud de servicio y cercanía con el cliente y la especialización en el desarrollo de eventos, convenciones y sesiones académicas hacen posible que la experiencia de los organizadores, asistentes, visitantes y ponentes sea memorablemente positiva.

Gracias a la experiencia en el sector y al conocimiento de las necesidades de los interlocutores, se realizaron alianzas con las empresas administradoras de personal en misión que permitieron transmitir y desarrollar este conocimiento y traducirlo en habilidades de los colaboradores que prestan el servicio, profesionalizando una labor que no se desarrolla en el mismo nivel en ningún otro lugar que preste servicios similares a nivel nacional.

7.2.3. RECINTO FERIAL PUERTA DE ORO - BARRANQUILLA

A lo largo del 2019 el área de Gestión de Talento Humano continuó trabajando en el desarrollo de los accionables que permitan el cumplimiento de la estrategia corporativa atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano en Corferias Caribe, a través de la consolidación de un equipo de 52 colaboradores de vinculación permanente y 15 de vinculación definida de acuerdo con la necesidad de las ferias y los eventos desarrollados. Como evidencia de la generación de oportunidades y progreso al interior de la Corporación, en este periodo, 4 colaboradores fueron promovidos logrando así ampliar su visión, su alcance y desarrollarse personal y profesionalmente.

Adicionalmente, la dinámica de ferias y eventos requirió 1076 contratos de personal en misión para atender la ejecución del servicio de forma definida en cerca de 70 eventos. Como se observa Corferias genera acceso a empleo de forma efectiva en la ciudad de Barranquilla contribuyendo de forma importante.

De otro lado, se realizaron por primera vez dos ferias internas, una de educación y otra de vivienda, dirigidas a los posibilitadores, cuyo objetivo fue fomentar y apoyar las metas propias y de las familias en el cumplimiento de los sueños de adquirir casa propia y de iniciar o continuar con sus estudios profesionales, para esto se contó con el apoyo de la Caja de Compensación y otros aliados estratégicos.

Desplegando el plan de bienestar y calidad de vida, desde el eje de descanso, entretenimiento y esparcimiento se realizaron actividades como: Torneo de bolos (primera versión) con una cobertura de 91% de colaboradores; "Celebración dulce" con una participación de todos los colaboradores de Puerta de Oro, logrando una integración entre las áreas, que además de divertida, fortalece el trabajo en equipo y el compromiso de los posibilitadores; otra de las actividades que permitió que los colaboradores con hijos compartieran la magia de las luces, nieve, coreografía y música de la celebración de navidad en el marco del evento Naviland.

En términos de capacitación y desarrollo, se realizaron más de 36 horas de capacitación orientadas al desarrollo de competencias técnicas, donde se brindaron herramientas en venta consultiva a los posibilitadores del área comercial y de mercadeo con la **Academia de lo posible**, donde participaron 22 posibilitadores de alcance comercial de eventos, ferias, servicios, alianzas y patrocinios. Así mismo, trabajando en el desarrollo de los valores corporativos se generaron 24 horas de formación en liderazgo en valores para el director ejecutivo y 18 horas para fortalecer los componentes del valor somos posibilitadores en los procesos de la plataforma unificada de servicios, seguridad y logística, con la participación de 72 colaboradores directos y en misión.

7.3. FORMACIÓN EN COMPETENCIAS

7.3.1. PROCESO DE INDUCCIÓN Y ENTRENAMIENTO

Durante el 2019 Corferias se orientó a implementar algunas de las fases de un proceso de onboarding en el que el nuevo colaborador es acogido desde el momento de su oferta laboral formal, pasando por la contratación, continuando con la inducción general, la inducción específica y el entrenamiento general de su cargo, hasta el momento en el que inicia las labores en su puesto de trabajo.

Nuestro proceso de inducción y entrenamiento contempla la presentación de la estrategia general de la compañía, los elementos de nuestra cultura organizacional, los valores corporativos, unidades de negocio, beneficios, reconocimientos, Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, Sistema Integral para la Prevención del Lavado de Activos (SIPLA), relaciones con la comunidad y otros procesos como compras, autocontrol y herramientas tecnológicas como intranet corporativa, office 365, novasoft y consola de servicios web que soportan la gestión de los colaboradores. Durante el 2019 se logró la cobertura del 100% de la población objetivo.

De igual manera, en el 2019 se implementó el proceso de reinducción corporativa con ejecución anual y que tiene como objetivo actualizar y aclarar temáticas transversales en la Corporación para mitigar la generación de errores y facilitar el desarrollo de las actividades de cada colaborador. Dando alcance a temáticas como; planeación estratégica, Sistema de Gestión de Riesgos, Seguridad y Salud en el Trabajo (SGRSST) y SIPLA, con una cobertura de 450 posibilitadores.

7.3.2. FORMACIÓN COMPETENCIAS TÉCNICAS Y DEL HACER

Entendiendo que el desarrollo de competencias técnicas y del hacer facilita la realización de las labores para cada posibilitador, durante el 2019 se programaron y desarrollaron sesiones de actualización y entrenamiento en venta consultiva donde se brindaron herramientas en técnicas de ventas a los posibilitadores del área comercial y de mercadeo de Corferias Caribe en Puerta de Oro con la Academia de lo posible donde participaron 22 posibilitadores de las áreas comerciales de eventos y ferias, servicios y alianzas y patrocinios.

Se capacitó en el modelo de relacionamiento y CRM a jefes y coordinadores comerciales con la participación de 51 posibilitadores. Así mismo, se realizó la actualización del catálogo de expositores, portal de clasificados y extranet a 105 posibilitadores del área comercial. Se llevó a cabo la actualización en régimen cambiario aplicable a las transacciones de Corferias a 48 posibilitadores del área comercial, también se generó formación en marco normativo y manejo de residuos con una participación de 35 posibilitadores de las áreas compras, almacén, infraestructura, auditoria, contabilidad, Hilton infraestructura y empresas de apoyo.

Acudiendo a conocimientos generales que facilitan el día a día de los colaboradores, se tuvieron charlas formativas en: declaración de renta, planeación financiera y tributaria, charla prepensional y asesoría en traslado a Colpensiones con la participación de 97 posibilitadores.

7.3.2.1. FORMACIÓN EN COMPETENCIA TÉCNICA - INGLÉS

Durante el 2019 se inició el proceso de formación en inglés como competencia de comunicación en un segundo idioma, el cual tiene como objetivo desarrollar la capacidad de comunicarse en el idioma extranjero para los posibilitadores que están de cara al cliente y para los miembros del comité directivo. La meta del programa es llevar a la población a cerrar la brecha llegando al nivel B2 de dominio del idioma, a lo largo del 2019 contamos con la participación de 64 posibilitadores en total en los niveles A1, A2 y B1.

7.3.3. FORMACIÓN EN VALORES



Los valores corporativos son un elemento fundamental de la cultura, fueron definidos como base de la estrategia Corporativa y durante el 2019 se logró la operacionalización de dichos valores, identificando los comportamientos que evidencian la vivencia de estos en las acciones diarias, es así, como se identificaron 28 comportamientos en total y para el 2019 se priorizaron 11 que ayudarán a incrementar la conciencia y gestión en torno a la vivencia de los valores.

Conscientes de que para lograr la apropiación de estos elementos de la cultura se hace necesario que los directivos y líderes de la Corporación sean quienes lideren con el ejemplo y coherencia en sus equipos de trabajo, a lo largo del año 2019 se desarrolló el programa “Valorando los valores” que contempla 8 etapas así; conocer los valores, comprender los valores, pensar en valores diferenciando valores de antivalores, conversar sobre los valores, liderar la vivencia de los valores con el ejemplo, motivar y reconocer la vivencia de los valores, dar feedback de la vivencia de los valores y convertir los valores en hábitos y rutinas.

Dado esto, se contó con la participación de 12 miembros del Comité Directivo en 24 horas de formación y 51 jefes y coordinadores con colaboradores a cargo con 10 horas de formación de 24 que contempla el programa inicialmente. De igual manera, se desarrollaron 18 horas de formación para fortalecer los componentes del valor somos posibilitadores en los procesos de la plataforma unificada de servicios y seguridad con una cobertura de 104 colaboradores por sesión.

7.3.4. ACTUALIZACIONES TÉCNICAS – CAPACITACIÓN EXTERNA

Con el objetivo de mantener la actualización frente a la normatividad vigente y a las tendencias del mercado, Corferias en el 2019 fomentó la participación en procesos de capacitación que permite crecer profesionalmente e incrementar los conocimientos de nuestros posibilitadores para la mejor ejecución de sus labores.

Las principales temáticas fueron; actualización tributaria, ley de financiamiento y NIIF para el equipo contable y de auditoría, actualización en la normatividad laboral y como medir y gestionar el potencial humano en las organizaciones para el equipo de talento humano, soluciones WSO2 y blockchain para el equipo de tecnología, taller de marca para el equipo de comunicaciones y publicidad, recertificación en brigadas de emergencia, la participación en el congreso integrado zonas francas y puertos Barranquilla para el equipo de comercio exterior, actualización del sistema de gestión para el turismo sostenible para el equipo de sostenibilidad, recertificación en PMM de infraestructura para el equipo de infraestructura del Centro de Convenciones Ágora Bogotá, la participación en el Diplomado de Montajes y Arquitectura efímera para el equipo de la Dirección de Infraestructura y Arquitectura.

7.4. GESTIÓN INTEGRAL DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

La gestión de comunicaciones y publicidad en 2019, tuvo su enfoque en la consolidación del esquema de comunidades y los mensajes en cada una de las ferias y eventos para conectar con las diferentes audiencias. En medio de la revolución 4.0 de las industrias y la transformación digital, la comunicación ha tenido grandes desafíos para conectar a un consumidor más conectado, más exigente, con menos tiempo que ya sabe lo que quiere y si no sabe, lo investiga.

Corferias ha trabajado en los últimos 4 años en fortalecer sus comunicaciones para incrementar la efectividad en la convocatoria de ferias y eventos, fortalecer su posicionamiento a nivel nacional e internacional, lanzar nuevas apuestas de producto y entender a sus audiencias y clientes.

Apoyados en la tecnología y a través de la activación de pauta programática se ha logrado consolidar 10 comunidades activas por clúster de industria, e incrementar el número de usuarios en las plataformas a través de contenidos digitales. Esto ha exigido nuevas y mejores formas de generar contenidos para conectar con los públicos que le interesan a Corferias, entender qué consumen, y la mejor forma de comunicarlo a través de medios efectivos que completen el ecosistema.

Los medios de comunicación han sufrido importantes cambios que han llevado a replantear estrategias y a entender que, si bien los medios digitales son los que segmentan, permiten escuchar a la audiencia y con ellos se logra tener un mayor alcance, la pauta ATL o tradicional, es un validador importante ante el riesgo de las noticias falsas, con medios masivos que dan mayor alcance y soportan la credibilidad y respaldo del mensaje, del evento que se esté promoviendo. Esto ha dado como resultado, la posibilidad de que Corferias se reinvente en este segmento de pauta tradicional, a través de alianzas con medios que optimizan el presupuesto, la hipersegmentación de los mensajes por canales más propios para conectar con su vida cotidiana y sus gustos y por geolocalización o marketing de proximidad. Así mismo, la necesidad de exigir creativamente con campañas impactantes, que, dependiendo el segmento, humanizan, conectan con la experiencia o masifican los mensajes.

Sin duda este mixmarketing ha permitido tener convocatorias exitosas en ferias como Andigráfica y Chocoshow en Bogotá, Expodrinks y Autofest en Barranquilla y F-AIR Colombia en Medellín. Y en nuevos proyectos lograr primeras versiones exitosas como fue el caso de Silverexpo, feria que brindó un espacio para el entretenimiento y bienestar de las personas mayores en Colombia.

7.4.1. DIMENSIÓN COMUNICACIÓN CORPORATIVA / Externa e Interna

La dimensión de comunicación corporativa se centró en el diseño y concepto de campaña que estará vigente a partir del 2020 al 2022. Con esta estrategia se espera:

1. Mostrar con hechos y datos la manera en que Corferias es “generador de oportunidades y progreso” y cumple su propósito superior.
2. Conectar emocionalmente con las diferentes comunidades (CLIENTE EXTERNO) y audiencias afines para contarles el aporte y el impacto de la industria de ferias y eventos en el país, en la región y en el mundo.
3. Crear una dinámica eficiente alrededor de la cultura de valores, para que desde el (CLIENTE INTERNO) se viva la cultura Corferias y se cumpla con los retos trazados por la organización en todas sus dimensiones, así como, una cultura fuerte en donde el talento humano lo hace posible.

7.4.1.1. Comunicación Interna

Desde la gestión de comunicaciones internas se concretaron los mensajes y caminos estratégicos que se reflejarían en la campaña corporativa. En una primera etapa se impactó a la población interna mediante las diferentes piezas y formatos que renovaron toda la comunicación gráfica y de la misma manera, se reforzaron los mensajes clave establecidos en la estrategia.

Por otra parte, se dio continuidad al slogan “Ahí también estamos”, el cual fue fortalecido con la palabra “Juntos”, a partir de los hallazgos encontrados en el diagnóstico que se realizó en el 2019 como parte del fortalecimiento de la cultura corporativa. El concepto “juntos” representa la integración que existe entre el talento humano y las acciones realizadas desde la Corporación en pro del bienestar de sus posibilitadores.

En la campaña corporativa se exaltó el rol que cada posibilitador tiene como parte de un SOLO EQUIPO CORFERIAS, integrando cada unidad de negocio (Puerta de Oro, Ágora y Alimentos y Bebidas). Se reconoció el entorno positivo, que permite la movilización para cumplir los retos y hacer visible el esfuerzo y el compromiso individual y grupal: bajo el slogan **“JUNTOS LO HACEMOS POSIBLE”**. Slogan que además promueve y aporta a **“Generadores de oportunidades y progreso”**.

A nivel gráfico, el slogan se destaca con imágenes que evidencian la gestión y labor en el día a día de Corferias y sus diferentes unidades de negocio:



“Nos comprometemos con la innovación, el desarrollo, la cultura y las experiencias memorables que impulsan el progreso de nuestro país trabajando para quedarnos en el corazón de nuestros invitados. Donde se generan oportunidades y progreso, ahí también estamos.”



Así mismo, la estrategia de comunicaciones internas apoyó los diferentes procesos que se realizaron desde el área de Gestión Humana en los que se dieron a conocer los valores que giran en torno a la cultura corporativa que da cumplimiento a los retos de la planeación estratégica.

Con base en el esquema de comunicaciones corporativas, Corferias implementó la estrategia de apropiación de cultura de valores basado en la campaña y con piezas que hacen más cercano el mensaje a cada posibilitador, para que apropie cada uno como un estilo de vida.

Durante el 2019, la intranet corporativa fue el medio principal mediante el cual se difundieron los diferentes mensajes que estuvieron enfocados en actividades de sostenibilidad, gestión humana, bienestar e información general que permitieron mantener actualizados a los posibilitadores en la información indispensable para su desempeño en la organización.

7.4.1.2. Comunicaciones Externas

Corferias promovió y divulgó a través de sus comunicaciones externas y diferentes canales, el trabajo que ha liderado desde hace más de 10 años: un Plan Maestro de Desarrollo con el propósito de hacer de Bogotá un HUB de negocios con impacto internacional, promoviendo así la ciudad, el país y la región. A través de los años, Corferias se ha articulado naturalmente con la ciudad y en esta oportunidad logró consolidar esta unión e integración entregándole a

Bogotá 23.700m² de nuevos espacios de uso público y una infraestructura integral que ofrece opciones versátiles para la ejecución de diversos tipos de eventos de clase mundial, brindando así por primera vez en Latinoamérica un distrito de ferias, eventos y convenciones.

Asimismo, se comunicaron las posibilidades que ofrecen los nuevos espacios como Ágora Bogotá, que es operado por Corferias y gracias a su moderna infraestructura y servicios integrales permite realizar eventos que anteriormente no tenían cabida en la ciudad, potenciando la consolidación de Bogotá como destino de turismo de negocios, a través de formatos novedosos y nuevos canales de comunicación digital dirigidos al público objetivo.

Las comunicaciones externas también fortalecieron los vínculos con las comunidades a través de la celebración y los mensajes que se transmitieron en las fechas especiales, donde se implementaron formatos audiovisuales y carretes de fotografías emocionales, que generaron un mayor impacto, en comparación a las comunicaciones de los años anteriores.

7.4.2. DIMENSIÓN COMUNICACIÓN FERIAS Y EVENTOS BOGOTÁ

Corferias en el 2019 apoyado en su estrategia de comunicaciones, fidelización y convocatoria le dio continuidad a la gestión de crecer y fortalecer sus comunidades, fue así como a partir de la identificación de los gustos, intereses y afinidades realizada en el 2018 en Bogotá, Barranquilla y Medellín, se fortalecieron los contenidos y mensajes dirigidos hacia los públicos de interés segmentados y así mismo, los procesos de convocatoria de visitantes.

La interacción de los usuarios con los contenidos desarrollados para las ferias y eventos en el 2019, permitieron reconocer la distribución del comportamiento de las personas con las comunidades: un 51,9% interactuó con la comunidad de consumo y estilo de vida; seguido por 15,1% con la de cultura, ocio y entretenimiento; 9,9% con industria y manufactura; un 6,9% participó en la comunidad de agroindustria y alimentos; 5,9% con la comunidad de bienestar, salud y fitness; 5,7% en construcción e infraestructura y, por último, un 4,5% de las personas se relacionaron con los contenidos de la comunidad de las mascotas.

En términos generales la conversación de los usuarios hacia las ferias y eventos organizados por Corferias en el 2019 fue positiva con un 91,4%. Las personas manifestaron gratitud hacia las experiencias y contenidos que se ofrecen desde el portafolio de productos y servicios de la Corporación y reconocen a Corferias como una empresa líder que brinda el escenario propicio para generación de negocios y un lugar de encuentro de diferentes culturas.

Los diferentes frentes en la estrategia: marketing Directo – Convocatoria dirigida y personalizada (Contact Center, e-mail marketing – SMS), estrategia digital (redes sociales, posicionamiento SEO Y SEM y análisis de consumidor digital: Consumer persona), estrategia ATL y de relaciones públicas a través de freepress - alianzas con medios y relacionamiento con multiplicadores e

influenciadores y la estrategia con expositores, socios, patrocinadores y aliados, permitieron un 6% de crecimiento en la cifra de visitantes frente al año 2018 llegando a más de 1'900.000 personas, en 34 ferias realizadas en Bogotá, Barranquilla y Medellín.

7.4.3. DIMENSIÓN COMUNICACIONES FERIAS Y EVENTOS EN EL RECINTO FERIA PUERTA DE ORO EN BARRANQUILLA

En el 2019, Corferias desde la gestión de su portafolio de ferias y eventos con alcance nacional e internacional continuó en su consolidación como el operador del recinto Puerta de Oro – Centro de Eventos del Caribe. La Corporación apalancada en la premisa de ser generadores de oportunidades y progreso ha contribuido en el crecimiento y posicionamiento de la Región Caribe con una plataforma de oferta y demanda de las diferentes industrias y la creación de espacios experienciales en torno a la cultura caribe.

Las ferias desarrolladas durante el año 2019 en Puerta de Oro, presentaron un crecimiento en visitantes del 14% en comparación al 2018, lo que demuestra que tanto las empresas como los visitantes encuentran atractivo el centro de eventos para la realización de negocios y un lugar de entretenimiento para compartir con amigos y familia.

Expodrinks y Autofest fueron ferias que en el 2019 tuvieron una gran acogida entre los barranquilleros y lograron superar las expectativas en la cantidad de asistentes. Expodrinks consiguió un crecimiento del 14% con relación al 2018, soportado en una estrategia de comunicaciones centrada en divulgar el evento como una experiencia de entretenimiento que permitiera disfrutar, compartir y aprender de la cultura del buen beber.

Por otra parte, Autofest 2019 obtuvo un 11% de crecimiento en el número de asistentes versus 2018, en la que se segmentó la comunicación a partir de los comportamientos e intereses encontrados en la data proporcionada desde medios tradicionales y digitales. Para la feria la gestión de los canjes publicitarios representó un crecimiento del 58% respecto al año anterior, generando un mayor alcance e impacto en la ciudad y la región caribe.

Ferias como Sabor Barranquilla y LIBRAQ son espacios de gran contenido cultural y de conocimiento, que además de ser acogidos por los barranquilleros, se posicionan año tras año como eventos de interés nacional y con proyección internacional. LIBRAQ alcanzó un 68% de crecimiento comparado con el 2018 en la cantidad de publicaciones gratuitas en medios de comunicación.

Corferias como operador de Puerta de Oro, Centro de Eventos del Caribe, también ofrece una plataforma de negocios para las empresas, en la de FICA, la feria del desarrollo industrial del Caribe durante el 2019 se destacó en su convocatoria de visitantes profesionales con una efectividad en el prerregistro del 60%.

Para el año 2020 Corferias le apuesta a continuar contribuyendo al desarrollo y crecimiento de la región caribe desde la operación de ferias y eventos de alta calidad, que permitan a los barranquilleros contar con espacios para hacer negocios, entretenerse y compartir con amigos y la familia.

7.4.4. FORTALECIMIENTO COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES

En el año 2019 la estrategia digital se fortaleció a partir de la data recolectada desde las distintas herramientas de marketing digital. Se generaron contenidos personalizados para las audiencias identificadas en cada comunidad, en donde se relacionaron sus gustos e intereses con las experiencias que ofrece Corferias desde su portafolio de ferias y eventos.

La estrategia de contenidos se enfocó en detectar cuáles eran los formatos que obtenían mejores resultados en cada medio (página web, redes sociales, correos electrónicos, SMS, entre otros) y por tipo de público. Este análisis permitió incursionar en la realización de 10 podcast y 8 webinars, que fueron recibidos positivamente por el público, logrando un total de 20.856 reproducciones en las distintas plataformas.

Las redes sociales continúan siendo un medio importante en la consolidación de las comunidades y un canal de comunicación constante con los usuarios activos y potenciales de la Corporación. En el año 2019 las redes sociales de Corferias crecieron un 11% respecto al año 2018 y se logró un 33% de índice de participación, un punto por encima respecto al 2018. Y por segundo año consecutivo Instagram fue la red social con mayor crecimiento (50% VS 2018).

Corferias desde el año 2016 ofrece a sus visitantes la posibilidad de adquirir su entrada a las ferias y eventos de manera online, durante el año 2019 se vendió el 14% del total de la taquilla a través de este medio, esta estrategia se ha soportado en una comunicación integral de medios digitales, ATL, gestión de redes sociales e influenciadores, SMS y e-mail marketing.

Durante el 2019 la estrategia de convocatoria tanto de expositores como visitantes (masivos y potenciales compradores) se fortaleció desde el proceso de e-mail marketing con bases de datos segmentadas por perfiles profesionales, gustos e intereses, a los que se impactó con contenido personalizado, lo que permitió un 97% de efectividad y un promedio de aperturas únicas del 29%.

Las páginas web de las ferias y eventos en el 2019 se fortalecieron a partir de los insights obtenidos del análisis de la data de los usuarios que interactúan con ellas. Se realizaron video entrevistas a expertos de las diferentes industrias, se transmitieron webinars en vivo desde los portales, se incorporaron podcasts con temáticas de interés y se fortalecieron las galerías multimedia a partir de la experiencia de los visitantes durante las ferias y eventos. Como resultado de este plan de acción, se incrementó en un 8% las visitas totales con relación al año 2018.

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

En el año 2019 Corferias realizó 32 ferias, las cuales gracias a su impacto y relevancia en el país lograron un total de 10.521 publicaciones a nivel nacional y 1.045 a nivel internacional, esto para un total de 11.566 salidas en medios en sus diferentes plataformas (radio, televisión, periódicos, revistas y digital). De esta manera y al comparar los datos con los obtenidos en el 2018 hablamos de un crecimiento del 5,49%.

Año tras año algunos eventos se destacan sobre otros en cuanto al impacto en medios, tal es el caso de Feria Internacional del Libro de Bogotá, la cual mantiene su crecimiento en cada versión, en el 2019 fueron 3.620 publicaciones nacionales e internacionales, logrando un crecimiento del 12% teniendo en cuenta que para el 2018 se lograron 3.226 notas.

Así mismo, otros eventos que se destacaron en medios para el 2019 fueron: F-Air con 550 publicaciones (nacionales e internacionales), Belleza y Salud con 318 (nacionales e internacionales) y Chocoshow que tuvo un crecimiento del 32% con relación al año anterior.

En cuanto a prensa internacional se obtuvo un total 1045 publicaciones en medios de comunicación en el exterior, lo que permitió difundir las diferentes ferias en plataformas alrededor del mundo, para este caso, la feria que mayor cantidad de notas publicadas obtuvo fue igualmente FILBo con 355.

Este importante crecimiento permitió contar con mayor visibilidad de cara a nuestros diferentes públicos dando como resultado un refuerzo en convocatoria de visitantes.

7.5. GESTIÓN DE CRM Y CONTACT CENTER

Durante el año 2019 se realizó la estructuración del Modelo de Relacionamiento con el cliente Corferias. Para expositores se establecieron 4 categorías: diamante, oro, plata y estándar. Teniendo en cuenta esta categorización se procedió a configurar en CRM identificando cada uno de los clientes activos. Así mismo, se identificaron socios, aliados, empresas anclas y se procedió a asignar cada una de las cuentas al ejecutivo comercial de acuerdo con el modelo.

Como mejora importante en el CRM, en el 2019 se realizaron cambios en el proceso de gestión de oportunidades comerciales con el fin de mejorar el ciclo de venta y tener una mayor trazabilidad de todo el proceso comercial. Fue así como se replantearon las fases de estado y porcentaje de avance, se estableció una nueva metodología de priorización PANTC (Presupuesto, Autoridad, Necesidad, Tiempo y Competencia) y se creó el proceso para manejo de contactos errados para tener un indicador de contactabilidad para las oportunidades creadas desde el contact center.

Todo este proceso de mejoras contó con sesiones de capacitación a todos los equipos comerciales tanto en Bogotá como en Barranquilla con el fin de promover la cultura CRM y explicar cada una de las mejoras.

En el 2019 se continuó con la implementación del proyecto de CRM en el área de servicios enfocado en la gestión comercial que facilita las ventas de servicios entre expositores, socios y aliados. Durante este año se realizaron ajustes que incluyeron nuevas notificaciones, mejoras en las vistas, nuevas opciones y ajustes en el informe de gestión de llamadas.

Para el área internacional se realizaron mejoras en el proceso de promociones internacionales que incluye aspectos como nuevos campos de costos, vistas y cálculos de inversión. También durante el 2019 se implementó en CRM el proceso de gestión de patrocinios en Barranquilla.

En cuanto a la gestión de convocatoria de visitantes tanto de ferias especializadas, como en las masivas y mixtas se continuó gestionando bajo el concepto de las comunidades Corferias y en la estructuración e implementación de la estrategia integral de comunicaciones 360; convocatoria dirigida, publicidad, free press y marketing digital, esto permitió aumentar la cantidad de visitantes en ferias como Andigráfica con un crecimiento del 14%, Chocoshow 12%, Createx 7%, Expoartesanías 6%, Belleza y Salud 6%; Agroexpo 3%, entre otras.

En total durante el 2019 asistieron 111.240 visitantes profesionales con intención de compra a las ferias propias y/o en asocio.

En las ferias especializadas y mixtas la estrategia de convocatoria se focalizó en mejorar la calidad del visitante e igualmente en cumplir con la cantidad de visitantes esperados. Para esto se continuó con el proceso de mejora en la construcción de bases de datos, alianzas con multiplicadores y en el fortalecimiento de estrategias digitales que permitieran crecer en el número de registrados, logrando un aumento del 38% en el número de personas prerregistradas comparado con el año anterior de ejecución de las ferias. La efectividad del prerregistro cerró en 50%, de resaltar ferias como Agroexpo con una efectividad del 60%, FICA 60% y Andigrafica 53%

En cuanto a la gestión directa del contact center sobresalen ferias como Andigráfica en donde el número de visitantes por esta gestión aumento un 18%, FILBo 41% y Agroexpo un 12%. Así mismo se vio reflejado en la calidad del visitante pasando de 8.0 a 8.3 en Andigráfica y de 7.8 a 8.0 en Agroexpo.

7.6. MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

En el año 2019 se continuó el trabajo iniciado en el 2017 de fortalecimiento de las plataformas TI, estabilización de los aplicativos Core de la compañía y la adopción de nuevas soluciones al servicio de las ferias y los eventos. Entre los proyectos más representativos tenemos:

Alianza Estratégica de Telecomunicaciones: Como parte de la oferta de soluciones para nuestros expositores y organizaciones de eventos, Corferias cuenta con el soporte, experiencia y respaldo de Claro como Aliado Estratégico de Telecomunicaciones. Con esta alianza Corferias robustece los servicios de internet, canal dedicado, oportunidades de escalamiento de servicios que fortalecerán el desarrollo de grandes eventos y el servicio personalizado a los más de 2.000.000 de clientes expositores y visitantes a las ferias de la Corporación.

Corferias Conecta V3: Con base en los cambios de los sistemas operativos de Adroid y IOS a finales del 2018 y primer semestre del 2019, sumado a las oportunidades de mejora de los 2 años al servicio de las ferias especializadas, se lanzó la tercera versión del APP Corferias Conecta, solución que permite a los expositores capturar la información de contactos potenciales, los visitantes de forma ágil y sencilla. Esta nueva versión se centró en reducir sustancialmente tiempos de respuesta, masificando el uso a nuevas marcas de dispositivos móviles en el mercado, incluyendo componentes certificados por los fabricantes y mejorando la experiencia del usuario en el uso del mismo.

Consola CMS V2: Puesta en producción de los módulos de Boletería Online y Boletería en sitio a una nueva infraestructura más robusta, estructurada, con tecnología de punta y utilizando los mejores patrones de diseño y programación, con la cual se busca minimizar la obsolescencia tecnológica de la actual plataforma. Esta plataforma actualmente le presta servicios a las ferias y eventos en Corferias, Puerta de Oro y se habilita para atender eventos del portafolio en otras ciudades como Medellín.

Sistema de Comercio Exterior (COMEX): Se realizó una revisión integral a la solución de comercio exterior y la aplicación de acciones de actualización implementando mejores prácticas de programación al sistema de Comex, solución fundamental en varias ferias de la. La alta transaccionalidad de esta plataforma en las ferias especializadas para el ingreso de mercancías requería mejores tiempos de respuesta en las consultas de información tanto para los expositores como para los administradores de las ferias. Es importante destacar que el sistema COMEX fue validado y verificado por los funcionarios de la DIAN y felicitaron a la Corporación por su óptimo funcionamiento y la cantidad de facilidades que permiten cumplir con los seguimientos y controles a la Corporación y las autoridades relacionadas con las funciones de Zona Franca.

Calculadora Revenue Management: Al cumplir con los dos años de la entrada en operaciones de Ágora Bogotá, se realizó una revisión al algoritmo y los servicios de inteligencia artificial y a la data del sistema Revenue Management (cotizador de los espacios en el recinto Ágora). La Calculadora se encuentra en estabilización permitiéndonos confirmar el aporte de la misma, en las diferentes ofertas a los clientes dependiendo de las necesidades y las variables propias para la realización de los eventos.

Facturación electrónica Fase II: Se realiza la implementación con éxito de la nueva resolución legal de la DIAN para empresas grandes de facturación electrónica con validación previa, la cual permite a la Corporación generar de forma automática y certificado por la DIAN las facturas de cada uno de sus proveedores.

Nueva App Corferias: Durante el año 2019 se realizó la validación técnica, tecnológica y funcional de la actual App Corferias donde se evidenciaron oportunidades en cada uno de estos frentes y mejoras de acuerdo al crecimiento del negocio que requieren de modernizar el App para nuestros clientes y poder desarrollar un trabajo de interacción con las diferentes comunidades Corferias. Se realizó un trabajo de campo para conocer tendencias y nuevas oportunidades de soluciones para ser aplicados en la Corporación. Esta actualización permitirá ofrecer servicios interactivos a los clientes y mayor información a los visitantes para hacer de su visita al recinto ferial una experiencia memorable. Se proyecta estar lanzando la nueva solución hacia septiembre del 2020.

Pruebas de continuidad de la Infraestructura Actual: Durante el año en curso se realizaron las pruebas de continuidad del negocio en conjunto con el área de calidad y de operaciones y riesgos, las cuales permitieron identificar oportunidades de mejora y mostrarle a la Corporación las capacidades del área de tecnología y los protocolos que se tienen en caso de una posible falla o desastre natural. En estas pruebas se pudo clarificar a Corferias los tiempos de respuesta ante estos posibles eventos y como el área de tecnología respondería de acuerdo con las exigencias del negocio y el entorno.

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

Alta disponibilidad aplicativos Core: Se revisó y afinó los servidores que soportan las aplicaciones Core de negocio (NovaSoft, CRM, SIGCS) logrando optimizar los tiempos de respuesta a los usuarios y mantener una alta disponibilidad de los aplicativos en caso de una caída imprevista de los servicios de los proveedores tecnológicos. Esta revisión y ajustes no solo permiten soportar las aplicaciones actuales, sino también lograr en el corto plazo soportar oportunidades de crecimiento y escalamiento a futuro de los servicios que presta Corferias a través de las diferentes áreas a los expositores que nos visitan en cada una de las ferias.

Robustecimiento seguridad informática Puerta de Oro (PDO): Se realiza la adquisición de infraestructura de seguridad para el recinto de PDO permitiendo controlar directamente desde

la sucursal sus canales de comunicación, seguridad interna y configuración de internet a cada una de las ferias directamente desde el recinto y no centralizada en Corferias Zona Franca como se hacía anteriormente, esto ha permitido tener disminución en costos al tener menos soporte especializado presencial en el recinto y disminución de tiempos en la implementación de nuevas ferias o eventos en PDO.

Maximización uso de datacenter shelter: Se realiza la habilitación del datacenter alternativo de contingencia denominado SHELTER el cual permite mantener los servicios de internet para los recintos de Corferias Zona Franca y Ágora Bogotá generando anillos redundantes de alta disponibilidad entre los 3 datacenter actuales con los que se cuentan dentro de Corferias. En este datacenter se buscará optimizar la infraestructura saliente de los datacenter principales maximizando el uso y reduciendo el costo de implementación.

Optimización de recursos: Adicionalmente se continuo con el proyecto de optimización de los recursos ofimáticos (estaciones de trabajo y impresión) el cual permite a la Corporación obtener mejoras en el servicio y disminución de costos.

8. DIMENSIÓN FINANCIERA

8.1. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CON CORTE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

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

Efectivo y equivalentes al efectivo

El efectivo y equivalentes presenta un aumento neto de \$15.542 millones frente al año anterior, debido una mejor dinámica en el proceso de recaudo, adicionalmente el flujo de caja proveniente de los ingresos de la operación del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá – Ágora Bogotá operado por Corferias.

Inversiones en asociadas

Presenta un aumento de \$13.149 millones con respecto al año anterior, debido a los buenos resultados de la operación de Patrimonio Autónomo Centro Internacional de Convenciones de Bogotá - Ágora Bogotá, la valoración de la propiedad de inversión poseída por este mismo Patrimonio, y al aporte de las casas aledañas al Centro Internacional de Convenciones de Bogotá – Ágora Bogotá, realizado por Corferias.

Propiedad y Equipo e Intangibles

Presenta una disminución consolidada de \$6.574 millones con respecto al año anterior, por efecto de la depreciación y amortización, la baja de elementos obsoletos.

Propiedades de Inversión

Este rubro tuvo un incremento del \$19.435 millones con respecto al 2018, correspondiente al inicio de la fase final en la construcción del proyecto Hotel.

Pasivo

En 2019 la Corporación cerró el año con un pasivo total de \$394.487 millones que representa un aumento de \$25.350 millones frente al año anterior.

El crecimiento obedece a los \$12.811 millones desembolsados en el 2019 por Patrimonio Autónomo Pactia para el avance del proyecto Hotel que constituye un pasivo.

También se refleja el aumento en \$15.728 millones en obligaciones financieras provenientes del crédito sindicado adquirido para el apalancamiento del proyecto hotel, el rubro de cuentas por pagar también presenta un incremento de \$7.534 millones proveniente de las liquidaciones de socios y proveedores de las ferias Andinapack, Expodefensa y Expoartesanas.

Por otra parte, disminuyen los pasivos de ingresos recibidos por anticipado en \$4.392 millones, como resultado de la bienalidad en el portafolio de ferias del año 2020 y también se presentó una recuperación en el impuesto diferido por valor de \$7.269 millones producto de la actualización de la inversión en el Centro Internacional de Convenciones de Bogotá – Ágora Bogotá.

8.2. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE RESULTADOS

La actividad ferial en el 2019 obtuvo un crecimiento en utilidad del 6.6% frente al resultado del año 2019 lo que representa un incremento de \$3.905 millones en utilidad, el resultado es generado por el buen desempeño de ferias con aliados internacionales como Andinapack y Expodefensa y ferias tradicionales como Feria del Hogar, Feria del Libro, Expoartesanas y Expodrinks y productos nuevos como Silverexpo.

Frente a otras unidades de negocio, la actividad de eventos presentó un crecimiento del 56% en Barraquilla, generando una utilidad de \$1.965 millones. En el caso de Bogotá, se presenta una caída del 16% frente a la ejecución del 2018, no obstante, hay que tener en cuenta que en el 2018 se desarrollaron 4 procesos electorales mientras que en el 2019 tan solo 1, quitando este efecto

la utilidad creció un 23%. La unidad de negocios de Alimentos & Bebidas y Plazoleta presentó una gestión estable generando utilidades de \$2.209 millones de pesos.

Adicionalmente, Corferias presenta un crecimiento del gasto administrativo controlado, ya que al analizar este rubro sin depreciaciones, amortizaciones ni impuestos más reembolso de back office hotel del 2019, el gasto presenta un crecimiento del 6.2%, adicionalmente la Corporación ejecutó gasto para el desarrollo y despliegue de la planeación estratégica.

Por su parte, el EBITDA para el año 2019, presentó un decrecimiento de \$ 1.341 millones (2018: \$ 44.790 millones vs 2019: \$43.449 millones) como consecuencia de la no presencia de ingresos extraordinarios que si se presentaron en el año 2018, como los generados por 4 elecciones frente a 1 en el año 2019 y el ingreso derivado de la cesión de participación de aliados internacionales (\$ 1.363 millones menos de utilidad). Sin tener en cuenta estos ingresos extraordinarios el EBITDA creció un 9.4%.

En la actividad no operacional, presentó una pérdida debido principalmente a los gastos de intereses, endeudamiento adquirido por Corferias relacionado con necesidades del flujo de caja establecidos en el plan de desarrollo estratégico de la Corporación. Por su parte la utilidad neta cerró en \$ 30.294 millones de pesos, presentando un crecimiento del 14% respecto al cierre del año 2018.

9. SITUACIÓN JURÍDICA

9.1. PROCESOS LEGALES

Corferias de forma responsable ha venido atendiendo los procesos en los que se le ha vinculado por parte de los diferentes despachos judiciales o administrativos, para ello se ha asesorado en debida forma por abogados externos especializados, que cuentan con una amplia experiencia y reconocimiento en el ramo de cada uno de los temas jurídicos que se encuentra en debate. A lo largo del año 2019 se presentaron importantes avances en la gestión realizada por los abogados externos. Los procesos judiciales de los que Corferias es parte o se encuentra vinculada como tercero interesado, son los siguientes:

- **CORFERIAS vs. DIAN - Sanción por Inexactitud en la Declaración Impuesto Renta 2009:** La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN - División de Gestión de Fiscalización de la Dirección Seccional de Impuestos de Grandes Contribuyentes, adelantó un proceso de fiscalización a Corferias por el impuesto de renta del año gravable 2009, y profirió un Requerimiento Especial en junio de 2012, mediante el cual rechazó algunas deducciones por activos fijos productivos que se realizaron en su momento. En agosto de 2013, la DIAN

elevó contra Corferias pliego de cargos por la devolución improcedente de las sumas de dinero derivadas de las deducciones mencionadas, y una vez agotada la vía gubernativa, en agosto de 2014 Corferias radicó demanda de nulidad y restablecimiento del derecho ante el Tribunal Administrativo de Cundinamarca - Sección Cuarta.

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

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

Corferias interpuso el recurso de reconsideración y resuelto el mismo en contra de sus intereses, en julio de 2015 ésta, radicó la demanda de nulidad y restablecimiento del derecho ante la Sección Cuarta del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, la cual fue admitida en septiembre de 2015, y contestada por la DIAN en el plazo legal establecido para el efecto. El 15 de marzo de 2017, se llevó a cabo la audiencia inicial y el 17 de noviembre del mismo año, el Despachó profirió sentencia de primera instancia, mediante la cual declaró la nulidad parcial de los actos administrativos acusados en cuanto a la reliquidación de la sanción por devolución improcedente en aplicación al principio de favorabilidad. El 12 de diciembre de 2017, Corferias interpuso recurso de apelación en contra de la sentencia proferida e ingresó al despacho el 19 de enero de 2018. El 2 de abril de 2018 se concedió el recurso de apelación y se remitió el proceso al Consejo de Estado, donde entró al Despacho el 25 de julio de 2018. Actualmente se está en espera de la sentencia de segunda instancia.

- **PROCESOS LABORALES:** Actualmente cursan en los despachos judiciales once (11) procesos ordinarios laborales en contra de Corferias. En nueve (9) procesos, hay un total de veinte (21) demandantes que pretenden que se declare que el vínculo que existió entre cada uno de ellos y Corferias se regía por un contrato de trabajo y en consecuencia, se ordene a Corferias el pago, entre otros de las prestaciones sociales (Cesantías, intereses sobre la cesantías,

prima de servicios), vacaciones, indemnización por supuestos despidos sin justa causa, indemnizaciones moratorias, valor de los aportes al sistema de seguridad social integral con sus respectivos intereses de mora. En los dos (2) procesos restantes los demandantes demandan a Corferias por una supuesta terminación sin justa causa del contrato de trabajo, cuando los mismos se terminaron por conductas tipificadas como justas causas para su terminación.

Las etapas procesales se han surtido conforme a lo dispuesto en la ley.

- **Un** proceso se encuentra desde octubre de 2018 en el despacho para proferir sentencia de casación interpuesta por el demandante, luego de que en segunda instancia se fallara a favor de Corferias.
- En **tres** procesos se obtuvo fallo de primera instancia en favor de Corferias, absolviéndola de todas las pretensiones formuladas por los demandantes, quienes interpusieron el recurso de apelación. En un proceso desde febrero de 2018 se admitió y se está a la espera que se fije fecha y hora para proferir sentencia de segunda instancia; y en los otros dos, actualmente se admitió el recurso por lo que el expediente será remitido al Tribunal.
- **Un** proceso se encuentra al despacho en la Corte Suprema para admitir el recurso de casación presentado por el demandante luego de que en segunda instancia se modificara parcialmente en favor el fallo en contra de Corferias que se profirió en primera instancia. Se está a la espera del traslado para presentar la oposición.
- **Un** proceso se encuentra al despacho en la Corte para proferir sentencia de casación Interpuesta por petición de Corferias, luego de que en segunda instancia se profiriera fallo en contra de Corferias, confirmando el de primera instancia.
- **Dos** procesos en los que en segunda instancia se revocaron las condenas que habían sido despachadas por los juzgados de primera instancia contra Corferias, absolviéndola de todas las pretensiones dentro de los procesos ordinarios. En consecuencia, las contrapartes solicitaron recurso extraordinario de casación de los cuales, uno actualmente está en estudio para su admisión, y el otro, fue concedido y se encuentra en la Corte Suprema de Justicia iniciando el traslado para presentar la demanda de casación.
- En **otro proceso**, el Tribunal en sentencia de segunda instancia modificó el fallo de primera instancia, en el sentido de reducir el valor de las condenas por prestaciones sociales y de revocar la absolución de Corferias en el pago de aportes al sistema de seguridad social en pensiones, en su lugar, ordenó a Corferias el pago de dichos aportes por toda la vigencia de supuesta relación laboral, previo cálculo actuarial. Respecto a éste proceso actualmente se encuentra en el juzgado de origen para continuar con el trámite correspondiente.
- Por último, en **dos** procesos judiciales más recientes, los mismos se encuentran en trámite de contestación de la demanda.

- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (AGROEXPO CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad y restablecimiento de derecho ante el Consejo de Estado con el fin que se anule el otorgamiento del registro de la marca Expoagro clase 35 a la sociedad Corporación Colombiana Internacional, al respecto, se recibió interpretación prejudicial del Tribunal Andino, el 12 de enero de 2016. El 8 de septiembre de 2017 se presentaron alegatos de conclusión y el 23 de julio de 2018 se proyectó el fallo, aún se está pendiente de notificación.
- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (FERIA DEL LIBRO CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad y restablecimiento del derecho ante el Consejo de Estado del acto administrativo proferido por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante el cual negó a Corferias el registro de la marca Feria Internacional del Libro en clase 35, respecto al cual una vez analizado existe un oficio que contiene Interpretación Prejudicial por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (25 de abril de 2016). El proceso se encuentra al despacho para fallo desde el 16 de enero de 2017. El 16 de enero de 2019 se radicó documento a fin de darle impulso procesal, debido al tiempo en el que lleva al despacho.
- **CORFERIAS VS. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIAS Y COMERCIO. (MARCA MEDITEC CLASE 35):** Corferias presentó acción de nulidad y restablecimiento de derecho ante el Consejo de Estado por la negación indebida del registro de la marca “Meditec”, para identificar servicios comprendidos dentro de la clase 35 internacional, por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, al respecto, el 4 de febrero de 2016 se recibió oficio que contiene la interpretación prejudicial por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. El 17 de julio de 2017 se presentaron alegatos de conclusión y entró al despacho el 24 de julio de 2017, actualmente se está en espera de sentencia que finalice el proceso.
- **CORFERIAS VS. HOTEL CORFERIAS INN:** Corferias en el año 2013 evidenció una infracción marcaría al encontrar un establecimiento de comercio bajo el nombre “Hotel Corferias Inn”, el cual presta el servicio de hospedaje cerca de las instalaciones del recinto, por lo que, le solicitó al propietario del Establecimiento de Comercio que retirara de su aviso la expresión Corferias, petición que no obtuvo respuesta. Con el fin de agotar la instancia de arreglo directo, Corferias citó a una audiencia de conciliación la cual resultó fallida.

Corferias inició un proceso administrativo por infracción marcaría ante la Superintendencia de Industria y Comercio, en el cual se solicitaron medidas cautelares, que se aceptaron por la Superintendencia y que implicaban para el propietario retirar la expresión Corferias del nombre de su establecimiento de comercio. Con posterioridad, se declara el incumplimiento a las medidas cautelares, puesto que en vez de retirar la expresión Corferias, el nombre del establecimiento de comercio se modificó por “Tu Kasa Inn Corferias Inn”.

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

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

- **CORFERIAS vs. TACTICAL INT LTDA:** Proceso ejecutivo singular de mínima cuantía, dentro del cual se logró una transacción en atención a que la obligación principal a favor de Corferias se encuentra satisfecha. No obstante, se encuentra pendiente el pago de los honorarios del abogado, los cuales fueron incluidos en dicho acuerdo de transacción, pero el mismo fue incumplido por el deudor. Ante el incumplimiento, el abogado a cargo continuó con el proceso judicial en el cual el fallo fue a favor de Corferias. Actualmente, se está verificando la viabilidad de la ejecución de las medidas cautelares solicitadas pero los deudores se encuentran totalmente insolventes, los bienes actualmente embargados representan un valor menor a UN MILLÓN DE PESOS M/CTE (\$1.000.000). Se están persiguiendo remanentes de un embargo en otro despacho judicial.
- **CORFERIAS vs. EXPOSITORES**
 - **Fernando Gabriel Valderrama Gómez:** Proceso ejecutivo singular de mínima cuantía, dentro del cual el Juzgado cuarenta y uno (41) municipal de Bogotá libró mandamiento de pago el 28 de agosto de 2017. En el momento está pendiente surtir la etapa de notificación a la parte demandada. La parte demandada giró a favor de Corferias los cheques No. 56862-3 y 56864-0 del Banco Davivienda, cada uno por un valor de CATORCE MILLONES OCHOCIENTOS SEIS MIL QUINIENTOS VEINTISIETE PESOS M/Cte. (\$ 14.806.527), los cuales no se pagaron y dan origen a la demanda ejecutiva. El proceso se encuentra al Despacho para fallo.
 - **Edir Herramientas Ltda.:** Proceso ejecutivo singular, en el cual ya se libró mandamiento de pago. Se están adelantando las medidas cautelares respectivas con el objeto de garantizar las sumas debidas a Corferias. En el momento está pendiente surtir la etapa de notificación a la parte demandada.
 - **Jose Anibal Aguirre:** Proceso ejecutivo singular, en el cual ya se libró mandamiento de pago. Se aplicaron las medidas cautelares respectivas, embargando para ello dos marcas de propiedad del demandado. En la actualidad se están adelantando medidas

cautelares adicionales con el objeto de garantizar las sumas debidas a Corferias. En el momento está pendiente surtir la etapa de contestación de la demanda.

- **Tasty Concepts S.A.S.:** Proceso ejecutivo singular, en el cual ya se libró mandamiento de pago. Se están adelantando los trámites para aplicar las medidas cautelares respectivas. En el momento está pendiente surtir la etapa de contestación de la demanda.
- **OTROS:**

Corferias es tercero interesado en dos procesos adelantados ante el Consejo de Estado que corresponden a dos acciones de nulidad y restablecimiento de derechos interpuestas por la Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali - Corfecali contra la Superintendencia de Industria y Comercio, por supuesta indebida negación del registro de la marca mixta Festival de Salsa y Verano para identificar servicios comprendidos dentro de las clases 35 y 41 internacional respecto a los cuales Corferias radicó la contestación de la demanda el 12 de septiembre de 2016. En el proceso iniciado ante la negación del registro de dicha marca en la clase 35 de la clasificación NIZA, se fijó como fecha para la audiencia inicial el 21 de mayo de 2018 y en el proceso instaurado ante la negación del registro de la mencionada marca en la clase 45 de la clasificación NIZA se encuentra pendiente la apertura de la etapa probatoria. En ambos procesos, las partes de común acuerdo decidieron desistir del proceso y se está en espera a que el Consejo de Estado acepte dicho desistimiento.

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

9.2. INFORME DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Gobierno Corporativo es el sistema mediante el cual se dirige y controla la gestión de una sociedad. Corferias ha desarrollado una línea de Gobierno Corporativo la cual se encuentra contenida en su Código de Ética y Buen Gobierno, en sus estatutos, en los reglamentos de los diferentes órganos de administración y control, entre otros. Documentos que establecen valores y principios que han de observarse y seguirse en la gestión administrativa y social.

El Gobierno Corporativo provee un marco de referencia que define los derechos y responsabilidades, dentro del cual interactúan los órganos de gobierno de una sociedad, entre los que se encuentran

el máximo órgano de dirección como es la Asamblea General de Accionistas, los órganos de administración, como son la Junta Directiva y los representantes legales y demás administradores; los órganos de control, como el Comité de Buen Gobierno, Riesgos y Auditoría, el revisor fiscal y la Auditoría Interna, entre otros.

Corferias se ha destacado por ser una empresa constantemente comprometida con las acciones de Gobierno Corporativo, por lo que ha establecido un conjunto de valores, principios, políticas, prácticas, procesos y procedimientos, que se han plasmado en diferentes documentos, entre éstos el Código de Ética y Buen Gobierno, lo que ha permitido que sus órganos de dirección, administración y control actúen en debida forma para el adecuado desarrollo de su objeto social, siempre en busca de la excelencia, la transparencia y la calidad de su gestión.

Es de gran relevancia resaltar, que Corferias continúa comprometido con las obligaciones y compromisos que surgen de participar en la certificación y el Reconocimiento IR de “inversionista Responsable” que otorga la Bolsa de Valores de Colombia, reconocimiento que se mantuvo a lo largo del año 2019 y que se obtiene dada la participación voluntaria del emisor. De igual manera, es importante mencionar que la Bolsa de Valores de Colombia con el acompañamiento del CESA realizaron una evaluación cuantitativa de la adopción de las mejores prácticas de revelación de información en la página web de Corferias, señalando que Corferias está en un muy buen proceso de revelación, sin embargo, realizaron recomendaciones con el objeto de que se implementen oportunidades de mejora a futuro, que a lo largo del año 2019 se han venido implementando o ajustando, con el objeto de subir los porcentajes de implementación.

9.2.1. CORFERIAS A NIVEL CORPORATIVO

Corferias es una sociedad comercial, de la especie de las anónimas, de carácter privado, que tiene 65 años de experiencia, que promueve vínculos de cooperación entre Colombia y la comunidad internacional, generando contactos cualificados entre visitantes y expositores en los diferentes recintos operados por ésta bajo estándares internacionales. Corferias de igual manera, promueve y organiza la participación del país y sus empresarios en ferias, eventos y/o exposiciones que se lleven a cabo en el exterior, y a lo largo de los últimos años, se ha convertido en socio importante de empresas extranjeras o nacionales que tienen el mismo objetivo, de fomentar el desarrollo industrial o comercial de sus países o de Colombia.

Corferias es un socio latinoamericano de la Unión de Ferias Internacionales (UFI) y miembro fundador de la Asociación de Ferias de América Latina (AFIDA), además es afiliado a la International Association of Exhibitions and Events (IAEM).

Corferias en el marco del Gobierno Corporativo cuenta con un órgano de dirección que es la **Asamblea General de Accionistas**, de la cual hacen parte todos los accionistas de Corferias y tiene su regulación en los Estatutos de la Corporación y en su Reglamento de Asambleas Generales de Accionistas, los cuales se encuentran debidamente publicados en la página web de Corferias. En virtud de los mismos, y en cumplimiento de todas las disposiciones legales, en el año 2019, se procedió a efectuar la convocatoria a la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, la cual se llevó a cabo el 28 de marzo de 2018, cumpliendo para ello con todos los requisitos de publicidad exigidos para empresas que cotizan sus acciones en el Mercado Público de Valores, es decir, publicando en un periódico de amplia circulación en el domicilio social, en la página web y dirigiendo comunicación a los accionistas a la última dirección registrada en Corferias.

En la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas se encontraban representadas 163.182.543 acciones de las 167.287.797 acciones en circulación, lo que constituye el 97.55% del total de las acciones suscritas, razón por la cual se contó con el quórum “deliberatorio” y decisivo exigido en la ley y los estatutos.

Los accionistas ejercieron su derecho al voto y los temas del orden del día sujetos a votación fueron aprobados conforme a lo señalado en los estatutos y la ley, en especial, se aprobó por la Asamblea General de Accionistas el Informe de Gestión 2018 de la Junta Directiva y la Administración, los Estados Financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, el Dictamen del Revisor Fiscal, y el Proyecto de Distribución de Utilidades. Adicional a esto, se aprobó: (i) la reforma del artículo 40 de los Estatutos en lo referente a la composición de la Junta Directiva, la cual paso de 8 miembros principales con sus respectivos suplentes a 7 miembros, con base en recomendaciones de estudios externos del Gobierno Corporativo de Corferias, (ii) La designación de los miembros de Junta Directiva con base en esta nueva composición estatutaria por el período restante de 2019 a 2020, y (iii) Elección del Revisor Fiscal por el período comprendido entre el 2019 al 2022 y la asignación de sus honorarios.

De las sesiones de la Asamblea se levantan actas que contienen todos los aspectos tratados en la misma, así como las decisiones adoptadas, cumpliendo para ello con los requisitos exigidos en la ley, actas que son debidamente asentadas en libros de actas y que además son suscritas por el presidente de la reunión, que de acuerdo con los estatutos de Corferias es el presidente de la Junta Directiva y por el secretario de la reunión, que de conformidad con lo señalado por los estatutos es el secretario general de Corferias. En la actualidad se encuentra en el libro de actas, hasta el acta No. 93 que corresponde a la Asamblea General de Accionistas llevada a cabo el 28 de marzo de 2019.

De otra parte, Corferias cuenta con un órgano de administración que es la **Junta Directiva**, la cual es nombrada por la Asamblea General de Accionistas por un período de dos años de conformidad con lo dispuesto en los estatutos de esta Corporación. En el año 2019, en la sesión

del 28 de marzo, la Asamblea de Accionistas eligió la Junta Directiva, conformada por siete (7) miembros principales y siete (7) suplentes personales, donde dos (2) miembros principales y dos (2) miembros suplentes son independientes. La Junta Directiva elegida en el 2019 fue la siguiente:

PRINCIPALES	SUPLENTES
JAIME MANTILLA GARCÍA <i>C.C. No.13.805.978 de Bucaramanga</i>	JUAN DAVID ÁNGEL BOTERO <i>C.C. No.70.548.602 de Envigado Antioquia</i>
ENRIQUE VARGAS LLERAS <i>C.C. No.193.431 de Bojacá</i>	SANDRA NEIRA LIÉVANO <i>C.C. 41.719.562 de Bogotá</i>
GONZALO ECHEVERRY GARZÓN <i>C.C. No.19.149.625 de Bogotá</i>	LUIS FERNANDO ÁNGEL MORENO <i>C.C. No. 7.503.048 de Armenia</i>
JUAN DIEGO TRUJILLO MEJÍA <i>C.C. No. 70556.589 de Envigado</i>	NICOLÁS URIBE RUEDA <i>C.C. No. 79.944.552 de Bogotá</i>
MARIA DEL ROSARIO SINTES <i>C.C. No. 31.137.876 de Palmira (Independiente)</i>	GILBERTO GOMEZ ARANGO <i>C.C. No. 2.937.063 (Independiente)</i>
LEONOR SERRANO DE CAMARGO <i>C.C. No. 20.017.496 de Bogotá (Independiente)</i>	RICARDO ÁVILA PINTO <i>C.C. No. 79.152.010 de Bogotá (independiente)</i>
REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL ACCIONISTA MAYORITARIO MÓNICA DE GREIFF LINDO <i>C.C. No. 41.658.335 de Bogotá</i>	DIRECTIVO DEL ACCIONISTA MAYORITARIO DESIGNADO POR EL REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL DE ESTE MARTHA YANETH VELEÑO QUINTERO <i>C.C. No. 51.712.880 de Bogotá</i>

No obstante, lo anterior, en el mes de diciembre de 2019, el Dr. Nicolás Uribe Rueda presentó su renuncia como miembro suplente de la Junta Directiva de Corferias, en atención a su designación como Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Bogotá, por lo que, a partir del 18 de diciembre de 2019, se encuentra vacante su cargo de miembro suplente de la Junta Directiva hasta tanto se realice la designación de su reemplazo por parte de la Asamblea General de Accionistas. Adicionalmente, es importante mencionar, que dado el nombramiento del Dr. Nicolás Uribe Rueda como nuevo Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Bogotá, y en atención a lo dispuesto en el artículo 40 de los Estatutos de Corferias, procede la designación del Dr. Uribe Rueda en reemplazo de la Dra. Mónica de Greiff, lo cual ya se efectuó en debida forma en el Registro Mercantil de Corferias.

Ahora bien, en la sesión del 28 de marzo de 2019 de la Asamblea General de Accionistas, este órgano determinó como política de remuneración de honorarios de los miembros de Junta

Directiva o de Comités de la Junta Directiva, que se reconocería una suma equivalente a uno punto cinco Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (1.5 SMMLV), la cual podrá ser modificada por disposición de la misma Asamblea.

La Junta Directiva tiene un Presidente y Vicepresidente, cargos que durante el año 2019 fueron ejercidos por el Dr. Jaime Mantilla García y el Dr. Enrique Vargas Lleras respectivamente. La Junta Directiva se reunió de forma regular y ordinaria durante todos los meses del año, cumpliendo así con lo señalado por los estatutos de Corferias, y en especial, para llevar a cabo dichas sesiones se atendieron las disposiciones relacionadas con convocatoria y quórum, contando permanentemente con la participación de la totalidad de los miembros principales y suplentes, así como, de los miembros honorarios.

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

De las sesiones de la Junta Directiva se realizan actas que son suscritas por el Presidente de la Junta Directiva y por el secretario de la reunión, que es el Secretario General de Corferias, de conformidad con lo dispuesto en los estatutos sociales, actas en las cuales constan todos los aspectos tratados, debatidos y finalmente aprobados por dicho órgano. Estas actas se asientan en el libro de actas respectivo.

Es pertinente mencionar que los alguno de los miembros de la Junta Directiva de Corferias, pertenecen a la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá, otros participan en la Junta Directiva de Alpopular S.A., y otros pertenecen de igual manera, a las Juntas Directivas de sus propias empresas. Finalmente cabe resaltar que, en el año 2019, la información financiera y los hechos relevantes fueron oportunamente revelados al mercado, reportados a la Superintendencia Financiera de Colombia y publicados en la página web de Corferias, de conformidad con lo dispuesto en la normatividad legal respectiva.

Como parte del Gobierno Corporativo de Corferias y atendiendo las mejores prácticas del mismo, se tiene constituido un **Comité de Auditoría y de Riesgos**, como órgano de apoyo de la Junta Directiva en el desempeño de sus funciones en materia de control y seguimiento. Este Comité tiene como objetivo primordial servir de soporte a la Administración y a la Junta Directiva en la evaluación, direccionamiento y seguimiento del Sistema del Control Interno, Gestión de Riesgos y Auditoría de Corferias, para que se lleve y se cumplan de forma adecuada, efectiva y eficiente,

y velar por su mejoramiento continuo. De igual forma, acompaña en el análisis para determinar si los procedimientos y controles que existen y se aplican se ajustan o no a las necesidades de Corferias y si los mismos son aplicados en debida forma por la Administración y los colaboradores de Corferias.

El Comité está conformado por tres (3) miembros de la Junta Directiva, de los cuales dos (2) son independientes. Los miembros del Comité son designados por la Junta Directiva, y permanecen en sus funciones por un período mínimo de (1) un año, contado a partir de su nombramiento. Entre dichos miembros se elige un presidente. El Comité sesionó durante el 2019 con la presencia y participación de todos los miembros del Comité, quienes reciben la remuneración en la medida de su asistencia, y en el monto que para el efecto estableció la Asamblea General de Accionistas en la sesión del 28 de marzo de 2019, cuando realizó el nombramiento de los miembros de la Junta Directiva por el período restante, lo cual consta en la respectiva acta.

Para el año 2019, se eligieron como miembros del Comité de Auditoría y Riesgos a los Doctores Gilberto Gómez Arango (Q.P.D.), María del Rosario Sintés y Juan Diego Trujillo (Actual Presidente). El Comité de Auditoría y Riesgos sesionó en cuatro (4) oportunidades, sesiones a las que asistieron todos los miembros de este Comité, salvo el Dr. Gómez Arango quien no asistió a la sesión del mes de diciembre debido a su fallecimiento en el mes de noviembre de 2019.

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

Durante la pasada vigencia, el Comité de Auditoría de la Junta Directiva sesionó de acuerdo con lo establecido en la Ley 964 de 2005, ejerciendo sus funciones como órgano supervisor del cumplimiento del Programa de Auditoría y velando porque la información financiera de Corferias se ajuste a lo dispuesto en la ley. En cumplimiento de la norma, antes mencionada, dio su visto bueno a los Estados Financieros del año 2018 que se presentaron en la respectiva Asamblea General de Accionistas.

Así las cosas, el Comité de Auditoría y Riesgos a lo largo del año 2019 cumplió con las funciones establecidas en el reglamento correspondiente y la ley, y en especial conoció y evaluó los

siguientes temas: (i) Estados Financieros a 31 de diciembre de 2018, (ii) Plan de Revisoría Fiscal 2019; (iii) Plan de Auditoría Interna 2019, (iv) Informes Periódicos de la Auditoría Interna, de la Revisoría Fiscal, y del Oficial de Cumplimiento de Corferias; (v) Posibles Riesgos en la operación de Corferias y la forma de aplicar las políticas de mitigación de los mismos, (vi) Informes de ejecución de diferentes proyectos de Corferias, (vii) Actualización y ajuste de disposiciones internas y de procedimientos relacionados con la operación y la gestión de riesgos, entre otros.

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

De otra parte, es importante manifestar que Corferias cuenta con una firma de **Revisoría Fiscal**, la cual fue elegida por la Asamblea General de Accionistas en la sesión del 28 de marzo de 2019, por un período de cuatro (4) años hasta el año 2022, siendo seleccionada la firma auditora externa KPMG S.A.S., quien a lo largo del año 2019 participó y estuvo presente en todas las reuniones del Comité de Auditoría y Riesgos de Corferias, presentando sus informes y los avances respectivos del plan de trabajo de dicho año.

9.2.2. CÓDIGO PAÍS

El Código País es una compilación de recomendaciones de mejores prácticas de Gobierno Corporativo para emisores del sector real y financiero, que busca crear una serie de medidas a través del consenso de un equipo de trabajo, integrado por todos los partícipes del mercado de capitales: inversionistas, emisores, proveedores de infraestructura y supervisores.

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

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

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

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

Corferias por ser un emisor de valores y al haber adoptado voluntariamente este Código País, ha venido cumpliendo con la obligación de reporte respectiva, la cual se encuentra publicada en su página web, permitiendo de esta forma que los accionistas, inversionistas y el mercado en general pueda evaluar y conocer el nivel de adopción que se tiene del mismo. Para el año 2019 se han implementado 124 de las 148 recomendaciones, lo cual muestra una implementación muy superior frente a varios emisores, de acuerdo con lo informado por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Es importante mencionar, que una vez las recomendaciones son adoptadas por el emisor de forma voluntaria, se convierten en disposiciones de obligatorio cumplimiento para la entidad emisora de valores, sus directivos y funcionarios en general. Durante el año 2019, la Superintendencia Financiera de Colombia revisó de forma particular el reporte de Implementación de Mejores Prácticas Corporativas del año 2018 de Corferias, realizando para ello solicitudes de complementación de documentos e información o en el mejor de los casos sugerencias para efectuar ajustes a las disposiciones internas de Corferias, las cuales han sido evaluadas y en su medida se han ido ajustando o adecuando los documentos o el manejo de la información respectiva al requerimiento de esa importante entidad de control

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

Corferias frente al Sistema Integral para la Prevención del Lavado de Activos SIPLA durante el año 2019 adelantó diferentes actividades y acciones para cumplir con lo dispuesto en el Manual, en el Código de Ética SIPLA y en las disposiciones legales respectivas. Corferias continuó con el proceso de inducción y capacitación a los nuevos funcionarios que ingresaron a la entidad. Como parte del plan de acción y de mejoramiento continuo, se dispuso adelantar una reinducción a todos los posibilitadores de Corferias en temas de SIPLA y su cumplimiento y aplicabilidad en Corferias.

El Oficial de Cumplimiento de Corferias presentó a lo largo del año, en debida forma los informes sobre el cumplimiento del SIPLA al Comité de Auditoría y Riesgos y a la Junta Directiva, respectivamente, sin que en dichos informes existan hechos o situaciones consideradas como sospechosas o inusuales que debieran reportarse o revelarse, cumpliendo así, con los reportes

periódicos a la UIAF de conformidad con lo ordenado por la ley. Tanto la Auditoría Interna como la Revisoría Fiscal efectuaron sus auditorías sobre el sistema encontrando un cumplimiento satisfactorio del mismo al interior de Corferias, y haciendo unas recomendaciones como parte del mejoramiento continuo de los procesos al interior de Corferias.

Es muy importante resaltar que de acuerdo con el informe del Oficial de Cumplimiento de Corferias durante el año 2019 no se detectó ninguna operación sospechosa ni inusual en las transacciones realizadas por los accionistas de la Entidad, ni en la nacionalización de mercancías provenientes del exterior, ni en las actividades que involucran el giro ordinario de los negocios de Corferias de forma directa o a través de su filial Corferias Inversiones S.A.S.

9.4. DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Corferias es una empresa que cumple de forma íntegra con la aplicación de la Ley 603 de julio de 2000, sobre derechos de autor y propiedad intelectual. Para el año 2019, todas las marcas de los productos feriales o de eventos cuentan con sus respectivos registros que los acreditan de su propiedad y todas las nuevas marcas que se diseñaron y produjeron, se sometieron a registro de la Superintendencia de Industria y Comercio. Así mismo, el “software” usado en los equipos de cómputo de la Corporación está debidamente licenciado y el suministro de estas herramientas se ha hecho por proveedores reconocidos en el mercado y autorizados por los fabricantes de dichos productos. Corferias realiza permanentemente controles sobre la legalidad del “software” instalado en los equipos.

9.5. SOBRE LA ACTIVIDAD DE “FACTORING”

En cumplimiento de lo establecido por los parágrafos 1° y 2° del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, adicionados al artículo 7° de la Ley 1231 de 2008, la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. Usuario Operador de Zona Franca – Corferias, hace constar que, durante el año 2019, no realizó actividades tendientes a entorpecer la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores, proveedores y contratistas.

9.6. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUÉS DEL EJERCICIO

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2019, y como respuesta a la pandemia mundial de la propagación del coronavirus o COVID-19, el Gobierno Nacional de Colombia adoptó una serie de medidas y determinaciones con el objeto de evitar una propagación epidemiológica, por la cual dispuso la prohibición de realizar eventos de más de 500 personas entre los meses de marzo y mayo de 2020, así como, el aislamiento obligatorio de las personas, que implica una restricción a la movilidad de las personas, medidas que inicialmente pueden llegar a generar consecuencias en la actividad económica de la Corporación y por lo tanto, podría afectarse negativamente la situación financiera, el desempeño financiero y los flujos de efectivo en el futuro.

A la fecha de este informe, no es posible determinar ni cuantificar el efecto que tales medidas y disposiciones legales adoptadas por el Gobierno, puedan llegar a producir en la Corporación, ya que dependerá de las disposiciones, hechos, situaciones o desarrollos futuros a nivel nacional e internacional, los cuales son inciertos y no se pueden predecir en el momento.

9.7. OPERACIONES CON SOCIOS Y ADMINISTRADORES

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

9.8. PAGO DE UTILIDADES

En el año 2019 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 General de Accionistas en la sesión del 28 de marzo de 2019.

9.9. OTROS

Corferias a 31 de diciembre de 2019 ha dado permanente cumplimiento a las normas de Seguridad Social Integral y ha efectuado los aportes parafiscales de conformidad con lo dispuesto por la ley, por lo que se encuentra a paz y salvo en todos los pagos por estos conceptos, correspondientes a la sociedad.

10. AVANCE PLAN ESTRATÉGICO 2018 – 2022

A lo largo del año 2019, **Corferias afianzó su propósito superior como** “Generadores de Oportunidades y Progreso”, el cual se logra mediante la aplicación de los cinco (5) valores de la cultura organizacional: (i) ser posibilitadores forjando experiencias memorables a través de la excelencia en el servicio y la intimidad con el cliente, (ii) consolidar un trabajo en equipo tanto interno como externo basándose en la responsabilidad y transparencia en un marco de confianza, (iii) la innovación permanente superando las expectativas y manteniendo vigente la promesa de valor, (iv) actuar con gestión de clase mundial con una planeación y administración del riesgo definida, y (v) obrar con compromiso, aportando al progreso y desarrollo del país y mejorando el bienestar y calidad de vida.



Se mantienen las 4 unidades de negocio existentes y las propuestas de valor de cada una de estas, (a) ferias: el acceso al conocimiento, contactos cualificados, plataformas de mercadeo y experiencias, (b) eventos: la capacidad de personalización, plataforma integral de servicio y experiencias memorables, (c) servicios: soluciones estándares y personalizadas, portafolio integral, calidad y experiencia, y (d) gestión de infraestructura: sostenibilidad económica, plataformas funcionales y adaptables, destinos atractivos y competitivos.

Con base en el plan estratégico donde se establecieron siete (7) grandes retos que corresponden a: 1) evolucionar el modelo de negocio para avanzar del producto a los clientes y del relacionamiento a la experiencia, 2) desarrollar un ecosistema de plataformas y servicios que integre y potencialice los beneficios del mundo físico y digital, 3) potencializar las ventajas del proceso de globalización, haciendo de las ferias y los eventos, un instrumento de internacionalización de los empresarios y los destinos, 4) aprovechar las sinergias y la tendencia de convergencia entre la industria de ferias y la de eventos, 5) asegurar un servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructuras de clase mundial, 6) contribuir al desarrollo sostenible, y 7) atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, se presentan los avances efectuados durante el 2019 y las actividades que se desarrollarán a futuro.

El **primero de estos retos**, evolución del modelo de negocio, surgió como consecuencia de que el modelo se centraba en el producto y no en el cliente, siendo necesario enfocarse en las experiencias que el cliente quisiera tener cuando asiste a un evento y/o feria de Corferias. Por lo que se busca pasar de un CRM basado en productos, a un compromiso con el cliente que cuente con atracción emocional, experiencias positivas, ofertas acordes para cada cliente y networking de calidad mediante el planteamiento de 5 proyectos estratégicos: (i) la estructuración de un nuevo modelo de relacionamiento de los clientes conceptualizando las comunidades de Corferias y reorganizando las comunidades existentes generando una estrategia de lealtad y fidelización más alienada; (ii) la implementación de una capa analítica que complemente la herramienta comercial con una visión de 360° de los visitantes y expositores para conocer de mejor manera

a los clientes; (iii) el diseño y desarrollo de productos centrados en experiencias memorables y contenidos por comunidades; (iv) diseño de nueva estrategia comercial que contemple la totalidad de los clientes y se alinee a la estrategia de negocio; y (v) expansión y consolidación del liderazgo de la industria en los mercados priorizados, Bogotá, Barranquilla y Medellín.

Los desafíos más importantes son el reforzamiento en la experiencia al cliente implementando una nueva plataforma del programa de fidelización alienada al CRM, la consolidación de comunidades, la revisión de la propuesta de valor de cada una de las ferias y el robustecimiento del portafolio de ferias en cada región.

El **segundo reto** busca integrar el mundo físico con el digital por medio de un ecosistema de plataformas y servicios tecnológicos que soporten las soluciones de cara al cliente como las apps móviles, ruedas de negocios, plataforma web, redes sociales y streaming de Corferias, lo cual se logra gracias a la gestión de información y conocimiento que procesa la información del CRM, el manejo de los accesos, una estrategia consolidada de precios y el contact center.

Durante el 2019 se avanzó en la implementación de la plataforma de expositores con el fin de eliminar en un 100% el uso de papel, se logró una nueva versión de la aplicación Conecta V4 para expositores, se optimizó el control de accesos, se evaluó la plataforma de conectividad y de circuito cerrado de televisión (cctv) decidiéndose salir a una invitación a contratar, y se promocionó el uso de la app como solución de valor agregado para los clientes, dando como resultado un nivel de interacción del 32% para el 2019 correspondiente a 3.780.667 personas. Como actividades por desarrollar están: (i) la implementación de un software relacionado con la central de inteligencia, (ii) la instalación de nuevos equipos de cómputo entre el 2020-2022 que permitan una cobertura de seguridad y servicio de internet con las funcionalidades correspondientes; (iii) lanzar en el segundo semestre la nueva versión de la app Corferias garantizando respuestas en tiempo real, y (iv) desarrollar pilotos de monetización de servicios digitales.

Frente al **tercer reto** relacionado con la estrategia de internacionalización, que busca convertir a Corferias en el HUB de la región, siendo sede permanente de las ferias internacionales en Latinoamérica mediante la calidad y cantidad de expositores y visitantes internacionales, y captar eventos que potencialicen el posicionamiento internacional; se han desarrollado y consolidado alianzas estratégicas con los operadores feriales No. 1 a nivel mundial, avanzándose en el 2019 con (i) un plan de negocios de las ferias de Andinapack, Alimentec, Interzum, Expodefensa y Meditech con tasas de crecimiento superiores al 10%, (ii) el inicio de conversaciones con Dusseldorf, Novoagro, IFEMA, Fira Barcelona y Sil Barcelona para definir alianzas en las ferias Colombiaplast (sector de plásticos), Confex "Cannabis", Feria internacional de seguridad, smartcities y la feria logística del Caribe, (iii) una participación de más del 20% de expositores internacionales en 11 de las 14 ferias, quedando por debajo Agroexpo, GSI y Feria Internacional del Libro, con potencial de participación internacional con un promedio de participantes extranjeros del 18% con 1.500

personas de 5.200 siendo extranjeras, (iv) la promoción y financiamiento de 328 compradores internacionales gracias a la cooperación de Corferias, la Cámara de Comercio de Bogotá y ProColombia, (v) establecimiento de nuevas plataformas de negocios internacionales dentro y fuera de país, (vi) estructuración de paquetes integrales para la participación de clientes globales, y (vii) estrategias de segmentación y captación de eventos, realizándose en Ágora 20 eventos internacionales de los cuales 4 cumplieron metas ICCA.

Los principales retos para el 2020 son la expansión y consolidación de las alianzas internacionales con Messe Dusseldorf, IFEMA, Novoagro y MiBozCon, las cuales se encuentran en negociaciones, conciliar posiciones de los potenciales socios FITAC y Sil Barcelona; lograr el desarrollo de Smartcities con Fira de Barcelona, mantener la meta del 20% de participación de expositores internacionales, fortalecer los recursos destinados al programa de compradores internacionales y lograr incrementar la participación de eventos internacionales en el total de eventos considerando la calificación ICCA en estos eventos.

El **cuarto reto** busca aprovechar las sinergias y la tendencia de convergencia entre la industria de ferias y eventos por medio de la captación de eventos que puedan desarrollarse en simultaneo con ferias, generar contenidos que fortalezcan el portafolio ferial y desarrollar eventos propios mediante el uso de las infraestructuras a disposición de Corferias: Centro de Convenciones Ágora, recinto ferial de Corferias, Gran Carpa Américas y Puerta de Oro.

Como grandes avances se encontraron la creación de una unidad de negocios de eventos propios para conceptualizar, producir y ejecutar directamente y/o en alianza de manera integral, ofreciendo a los clientes servicios de valor agregado, que permitan no solo la entrega de un espacio sino la producción total de un evento, y consolidar la unidad de alimentos y bebidas revisando integralmente la estructura, análisis de costos, procesos de compra, estrategias de promoción, políticas de ingreso de catering y servicios A&B en el recinto. Así, el mayor reto es el crecimiento del modelo de negocio de eventos con una oferta alienada a las características de los visitantes y la creación de un producto integral de eventos propios con valor agregado generador de contenidos y experiencias.

Dentro de los avances del **quinto reto**, servicio sobresaliente, excelencia operacional e infraestructuras de clase mundial, está la implementación de modelo integral de gestión de servicio de cara a la experiencia, la adecuación del plan de operaciones en el plan maestro de seguridad, gestión de riesgos y ejecución del estándar internacional G-Guide, alienación de los procesos de la cadena de valor y el desarrollo de infraestructura moderna y de clase mundial a través de: (i) cumplimiento del plan de reorganización y manejo (PRM), incluyendo la entrega del espacio público del costado norte, obteniéndose aprobación de extensión del cronograma del PRM hasta el 2029, (ii) Plan Parcial de renovación urbana, el cual fue radicado ante la Secretaría Distrital de Planeación después de lograr un acuerdo con la EAB, presentado ante el Ministerio de

Cultura y entregado el estudio patrimonial, (iii) estudio y análisis de oportunidades de cara al Plan de Ordenamiento Territorial, el cual estuvo en estudio por el Concejo de Bogotá, (iv) Plan Maestro de Desarrollo (PMD), compuesto por 3 grandes obras: el hotel Hilton, el borde activo y las oficinas administrativas de Corferias, proyectos terminados en un 100% y liquidados contractualmente en un 98%, (v) cambio general de la iluminación a bajo consumo - fase 1 del recinto ferial, torre de parqueaderos pisos 3 y 4, auditorio, registro sur y proyecto de generación de energía por paneles solares, y (vi) análisis acústico para determinar el alcance técnico para mitigar el ruido e insonorizar la Gran Carpa Américas, desarrollándose el diseño para el reforzamiento estructural de la misma.

Los retos a grandes rasgos son la implementación de los beneficios del modelo de relacionamiento en operación de parqueaderos, ingreso de mercancías y el plus, el seguimiento al modelo de seguridad, cero incidentes (G-Guide) y controles de mitigación, la aprobación del Plan Parcial de Renovación Urbana y el acompañamiento al nuevo POT.

En cuanto al **sexto reto** relacionado con la contribución al desarrollo sostenible en el ámbito económico, social y ambiental, Corferias aporta al fortalecimiento de los diferentes sectores económicos mediante la ampliación del portafolio, el desarrollo de estrategias de valor compartido e incorporación de prácticas medio ambientales en los recintos y en la ejecución de los eventos, manteniéndose como retos amplificar el trabajo con proveedores y contratistas en la optimización en el manejo de desperdicios y escombros, ejecutar un programa de relacionamiento con los vecinos, hacer seguimiento al impacto y retos de crecimiento, consolidar la infraestructura de la Corporación con el plan maestro de desarrollo y apoyar la 2da fase de Puerta de Oro.

Frente al **séptimo reto** de retención del talento humano (capital cultural) entendido como ventaja competitiva, es importante mencionar que se divide en 3 aspectos generales: (a) la apropiación de los valores corporativos y gestión de cambio, con interiorización de los valores, reforzamiento de conductas y rutinas positivas, y el reconocimiento basado en valores; (b) el desarrollo, bienestar, reconocimiento y calidad de vida con el programa de bienestar y calidad para mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral de los posibilitadores en el ámbito personal y profesional; y (c) la gestión estratégica de la temporalidad con un trabajo de planificación y coordinación entre las áreas y las 6 empresas de servicios temporales, ilustrándose como retos el proceso de profundización y actividades de valores organizacionales a todos los posibilitadores, mantener el programa de bienestar y calidad, reconocer el talento humano a través de aspectos económicos y emocionales, y continuar mejorando la calidad y desempeño del personal de las empresas temporales.

El nivel de alineación de los valores organizacionales deseado es del 80%, encontrándose la mayoría de estos por encima del 70%, siendo el mayor la innovación permanente con un 79%. A su vez, se debe realizar un esfuerzo grande en el valor de trabajo en equipo interno y externo, puesto que es el único valor por debajo del 70% con un 66% de alineación.



corferias 

Generadores de
Oportunidades y Progreso

Miembro de:



Filial de:

