

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

INFORME DE GESTIÓN 2011

Plan Estratégico 2012 – 2016

**“Hacia un liderazgo integral en la industria de
Ferias y Eventos”**

JUNTA DIRECTIVA CORFERIAS 2011

Presidente

Guillermo Botero Nieto

Vicepresidente

María del Rosario Sintés

Principales

Guillermo Botero Nieto
María del Rosario Sintés Ulloa
José Blackburn Cortés
Gonzalo Echeverry Garzón
Luís Gonzalo Giraldo Marín
Jaime Mantilla García
Enrique Vargas Lleras

Suplentes

Juan Diego Trujillo Mejía
Manuel Enrique Agamez Hernández
Ricardo Gaitán Muñoz
Luis Fernando Ángel Moreno
Sergio Mutis Caballero
Juan Luis Hernández Celis
Efrén de Jesús Cardona

Honorarios

Oscar Pérez Gutiérrez
Reinhard Kling Bauer
Jorge Perdomo Martínez
Hernando Restrepo Londoño
Gonzalo Serrano Orejarena

Invitada Permanente

Consuelo Caldas Cano

COMITÉ DIRECTIVO

Andrés López Valderrama
Presidente Ejecutivo

Mario Cajiao Pedraza
**Director de Planeación Financiera y
TI**

Roberto Vergara Restrepo
Director Comercial y de Mercadeo

Mauricio Paredes García
**Subdirector Administrativo y de
Operaciones**

Martín Camargo Pérez
**Subdirector Técnico y de
Infraestructura**

Liliana Oyuela Tabora
Secretaria General

Helena Vargas Angarita
Subdirectora de Mercadeo

Beyanid Caicedo Díaz
**Jefe de Servicio y Mejoramiento
Continuo**

Marisol Suárez Laverde
Subdirectora de Ferias

Lyda Paola Navas Lindo
**Jefe de Gestión de Recursos
Humanos**

Delia Inés Neira Bustos
Auditora Interna

Martha Lucía Carvajal Gutiérrez
Jefe de Relaciones Corporativas

Carolina Velasco Montilla
**Jefe de Comunicaciones y
Publicidad**

INFORME DE GESTIÓN 2011 DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LA PRESIDENCIA EJECUTIVA

El Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá, Corferias, obtuvo importantes resultados en el 2011 que le permiten seguir fortaleciéndose como el escenario y operador de ferias más grande e importante de Colombia, la Comunidad Andina, Centro América y el Caribe y proyectar su desarrollo futuro para responder a los nuevos desafíos y retos de la industria de ferias y eventos, bajo los lineamientos de su nuevo Plan Estratégico 2012-2016.

A continuación, tenemos el gusto de presentar a nuestros accionistas los resultados financieros obtenidos en el 2011 y los principales logros de la gestión desarrollada en la modernización y fortalecimiento de su infraestructura, la innovación en sus ferias y eventos, la internacionalización, el mejoramiento del servicio a sus clientes y la proyección social y ambiental.

Estos resultados fueron posibles gracias al compromiso y dedicación del equipo de colaboradores de Corferias, que desarrolla su gestión bajo el valioso direccionamiento y permanente acompañamiento de nuestra Junta Directiva.

1. MODERNIZACIÓN

1.1. MODERNIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA:

Corferias está modernizando su infraestructura para contribuir a que el sector empresarial del país cuente con una plataforma de negocios con mayores facilidades para acceder a los mercados internacionales y para que Bogotá cuente con las condiciones que requiere para consolidarse como uno de los principales destinos del turismo de negocios.

Es por esto que uno de los grandes logros de Corferias en el 2011 fue la consolidación de la infraestructura física del recinto ferial de acuerdo a los más altos estándares internacionales, así como la proyección futura de desarrollo de Corferias a través de su Plan Maestro, que se articulará al futuro Centro Internacional de Convenciones de Bogotá para contribuir a la consolidación del Nodo de Ferias, Eventos y Convenciones concentrando en un solo lugar todos los servicios que requiere el turismo corporativo con un compromiso claro con los principios de sostenibilidad ambiental.

1.1.1. PROYECTO RENOVACIÓN SECTOR OCCIDENTAL - GRAN SALÓN OSCAR PÉREZ GUTIERREZ

En el 2011, Corferias abrió las puertas de su nuevo pabellón multifuncional denominado “Gran Salón Oscar Pérez Gutierrez”, que se consolida como el área

de exhibición libre de columnas más grande de América Latina, generando un nuevo espacio para la ciudad con la versatilidad, flexibilidad y capacidad para ser sede de grandes eventos internacionales y todo tipo de ferias especializadas.

La construcción de este nuevo pabellón es el resultado del Proyecto de Renovación del Sector Occidental del Recinto Ferial, al que se dio inicio en el 2009, como primera etapa del Plan Maestro de Desarrollo de la Corporación, y representó una inversión de aproximadamente 65 mil millones de pesos.

Este gran pabellón multifuncional tiene un área útil de exhibición de 15.500 metros cuadrados, con capacidad para albergar 10.200 personas sentadas y 19.000 personas de pie. La infraestructura cuenta con un edificio conector, que permite una circulación cubierta paralela a todo el edificio, con puntos de información y atención a expositores y la implementación de servicios complementarios a la actividad ferial tales como 12 salones de apoyo con capacidad para 40 personas cada uno, agrupables en 4 salas con capacidad para 125 personas cada una, adicionalmente un espacio para eventos con capacidad para 580 personas de pie o restaurante para 200 personas.

La nueva infraestructura fue construida con las más altas especificaciones estructurales y arquitectónicas, con tecnología de punta y gracias a los tratamientos acústicos es posible la realización simultánea de grandes asambleas, congresos, conciertos, foros, seminarios y todo tipo de eventos de talla internacional.

Como símbolo del compromiso de Corferias con el medio ambiente, se incorporaron elementos de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, tales como grandes fachadas de cristal y lucarnas en las cubiertas que garantizan una optimización del uso de la luz natural y una reducción del consumo de energía, ventilación natural y reutilización de aguas lluvias mediante su recolección para aprovechamiento en unidades sanitarias y riego.

En la ceremonia inaugural del nuevo pabellón, que fue presidida por el Presidente de la República, doctor Juan Manuel Santos Calderón, Corferias reiteró su compromiso con el desarrollo de la infraestructura que requiere el sector empresarial colombiano para contar con una plataforma de negocios que le permita acceder con mayores facilidades a los mercados internacionales y se destacó la importancia histórica de Corferias a lo largo de cerca de 60 años como impulsor de la economía nacional.

Precisamente y como un reconocimiento a la valiosa labor del gestor del surgimiento de Corferias, se rindió un homenaje a Óscar Pérez Gutiérrez, bautizando el nuevo Gran Salón en su honor.

Óscar Pérez Gutiérrez asumió la gerencia de Corferias en 1958 y durante cerca de 30 años, trabajó con esfuerzo, dedicación y visión de futuro para que Corferias se consolidara como la gran Corporación que es actualmente. Durante su

administración surgió la Feria Exposición Internacional que se constituyó en la primera gran contribución a la internacionalización económica de nuestro país y en 1969 logró que el recinto ferial tuviera una condición de Zona Franca que facilitó y agilizó el ingreso de mercancías de otros países para las ferias.

Óscar Pérez logró el posicionamiento de Corferias en la industria ferial a nivel mundial, a través de Afida y la UFI; durante su gestión se dieron los primeros pasos de adquisición de los terrenos del recinto ferial, que hoy permiten proyectar los desarrollos futuros. Poco antes de su retiro, se logró la privatización de la corporación, lo cual la convirtió en filial de la Cámara de Comercio de Bogotá. Todos estos logros se convirtieron en los valiosos cimientos que le han permitido a Corferias seguir creciendo y fortaleciéndose en beneficio del sector empresarial del país.

1.1.2. CENTRO INTERNACIONAL DE CONVENCIONES DE BOGOTÁ

Corferias durante el año 2011 trabajó de manera articulada con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) en el desarrollo del megaproyecto Centro Internacional de Convenciones de Bogotá (CICB), que se construirá en el predio contiguo al actual edificio de parqueo de Corferias, ubicado sobre la Avenida La Esperanza.

Este megaproyecto es de gran importancia para la ciudad porque le permitirá a Bogotá contar con la infraestructura y los servicios que requiere para competir con otras grandes ciudades del mundo como sede de grandes eventos de talla internacional y de esta manera posicionarse como centro regional de negocios y eventos de primer nivel en América Latina.

En el marco de los Acuerdos de Prosperidad, el Gobierno Nacional anunció en el 2011 su apoyo con 60 mil millones de pesos a esta iniciativa de la CCB y Corferias y se tiene previsto invitar al nuevo Gobierno Distrital y a la Gobernación de Cundinamarca para su acompañamiento y participación en distintos aspectos.

Para la fase de diseño del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá se realizó un concurso arquitectónico a nivel internacional con la asesoría de la reconocida firma de arquitectos Gensler y el apoyo de la Sociedad Colombiana de Arquitectos, obteniendo una participación sin precedentes en Colombia de 119 firmas internacionales y nacionales del más alto nivel procedentes de los cinco continentes, que presentaron 91 propuestas.

Posteriormente, se seleccionaron cinco firmas para realizar un Concurso de Ideas para el Diseño Arquitectónico, resultando como ganador el Consorcio Colombo-Español Daniel Bermúdez + Herreros Arquitectos. Esta propuesta fue seleccionada por elementos como la relación e integración con el entorno, aspectos de diseño arquitectónico como la imagen de solidez, permanencia, atemporalidad y notoriedad, por su operatividad y funcionalidad y por considerar

de manera relevante temas de sostenibilidad y respeto al medio ambiente, entre otros.

El proyecto se ha definido como una “Caja Mágica” rodeada de un amplio espacio público, ocupando únicamente 6.500 metros cuadrados aproximadamente de los 20.000 metros cuadrados disponibles.

La relación e integración con el entorno, se articulará a futuro con la gran Plaza del Agua, prevista en el proyecto de modernización de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB), entidad con la que Corferias ha desarrollado una articulación y sinergia para la consolidación de un espacio público vital en beneficio de la ciudad, con capacidad para albergar eventos al aire libre.

El Centro Internacional de Convenciones de Bogotá contará con un auditorio con capacidad para 4.000 personas, salones de distintas capacidades entre 15 y 1.000 personas, un centro de exposiciones con área de 4.000 metros cuadrados y un parqueadero con más de 1.100 cupos. Además, será un edificio sostenible, pues se tiene previsto que cumpla los estándares requeridos para obtener la certificación LEED-GOLD (Leadership in Energy & Environmental Design), lo cual no solo lo volverá altamente competitivo sino que también impulsará el desarrollo de *Green Meetings*.

Corferias aportará al proyecto su lote con un valor aproximado de 50 mil millones de pesos y se estima que su construcción de más de 80.000 m² estará ejecutada para el año 2014.

Se tiene previsto que el Centro Internacional de Convenciones tendrá una gran importancia para la ciudad como equipamiento detonante del proyecto de revitalización urbana para Bogotá, INNOBO, lo que permitirá la futura consolidación de un Distrito Turístico de Ferias, Eventos y Convenciones de Bogotá.

1.1.3. PLAN DE EXPANSIÓN (Adquisición de Terrenos)

La entidad definió como parte esencial de su estrategia el desarrollar una gestión urbana integral que contemple su entorno inmediato. Lo anterior implica asumir como principio rector la “potencialización del entorno”, entendiendo por este la expansión de fronteras y la integración del recinto con su entorno.

Bajo este marco estratégico se visualizó la conveniencia estratégica de que Corferias crezca en su entorno y se definió de manera específica buscar la conexión con la Avenida de las Américas.

Es así como proyectándose una futura expansión y desarrollos complementarios al equipamiento de ciudad para Ferias, Eventos y Convenciones, se acordó a finales del año pasado una promesa de compraventa sobre los predios

perteneciente a Cemex donde actualmente funciona su planta mezcladora de concreto sobre las Américas.

El predio tiene un área aproximada de 21.000 M2 y su valor se acordó en la suma de \$21.610.214.000, valor que corresponde al avalúo corporativo practicado por la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá.

La importancia estratégica del lote de CEMEX para Corferias es evidente. Con este lote se contará con una solución al déficit de parqueaderos generado por la construcción del Centro Internacional de Convenciones. Para este proyecto Corferias está entregando un lote de su propiedad de 23.000 M2 y con el lote se tendría una área sustituta de 21.000 M2.

Con este lote se dispondrá igualmente de un activo que permitirá atender las necesidades de expansión futura, gestión integral del entorno y solución a temas de movilidad y parqueadero. Se logrará así mismo conectar los predios actuales con una vía principal de la ciudad (Avenida de las Américas).

El lote permite viabilizar el logro de objetivos estratégicos (Como lote individual y como parte de un plan parcial integral) y permite hacerse a la propiedad del único predio de ese tamaño (20.000 M2) disponible en el entorno inmediato.

El hacerlo ya igualmente representa una oportunidad de comprar antes de que se genere una valorización en la zona derivado del desarrollo del Centro de Convenciones y el esfuerzo de renovación urbana.

La administración continuará evaluando alternativas de adquisición de otros predios, buscando garantizar la disponibilidad de terrenos para el desarrollo de sus diferentes planes y proyectos de expansión.

1.1.4. PLAN MAESTRO DE DESARROLLO

El Plan Maestro de Desarrollo se convirtió en el principal instrumento de planeamiento para el desarrollo de la infraestructura del recinto ferial, de acuerdo a los más altos estándares internacionales, proyectando el crecimiento de la Corporación en forma articulada e integrada con la ciudad.

Este plan traza una ruta de desarrollo con el objetivo de tener un recinto ferial más funcional, atractivo y compacto, mejorando los impactos en las áreas circundantes y buscando la armonización del futuro complejo ferial con las recientes iniciativas que se están proponiendo en la zona.

En el 2010 se estructuró el Plan Maestro 2020, teniendo en cuenta criterios como la integración con el entorno y la generación de nuevos espacios públicos, su adaptabilidad a las condiciones de accesibilidad y movilidad de la ciudad, el aprovechamiento de sinergias en la cadena integral de turismo corporativo,

minimización de impactos negativos, sostenibilidad y respeto por el medio ambiente.

Durante el año 2011, se tomó la decisión de actualizarlo con proyección al 2030 teniendo en cuenta los nuevos retos y directrices planteadas por las iniciativas del entorno, como son la futura construcción del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá en el Predio 2 de Corferias, el Plan de Desarrollo de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá y la proyección de un Hotel y un Centro Empresarial, como infraestructura complementaria al Centro Internacional de Convenciones de Bogotá, así como otros posibles desarrollos comerciales y culturales, asociados a la experiencia de los turistas de negocios.

Esta actualización incluye igualmente la integración de esta herramienta con los planes y/o políticas de desarrollo urbano tales como INNOBO, la consolidación del Distrito de Ferias, Eventos y Convenciones, el Plan Parcial de la zona, la creación del Distrito Turístico Sostenible y la adquisición de nuevos predios como es el caso de Cemex, con miras a futuros desarrollos, que permitan aumentar el nivel de competitividad y atracción de la ciudad en el contexto regional, nacional e internacional.

1.1.5. PROYECTO INNOBO Y DESARROLLO DEL ENTORNO

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

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

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

Con el propósito de consolidar este Nodo de Ferias, Eventos y Convenciones, Corferias ha venido desarrollando iniciativas, planes y proyectos como los ya expuestos de Renovación del Costado Occidental del recinto ferial, la estructuración y promoción del Centro Internacional de Convenciones y la actualización del Plan Maestro de Desarrollo, lo que ha permitido avanzar hacia el futuro desarrollo de INNOBO.

Durante el 2011 se avanzó en el estudio de Pre-Factibilidad del Plan Parcial de la zona, cuyo objetivo es considerar e integrar las oportunidades del entorno, para la

consolidación del Nodo de Ferias, Eventos y Convenciones y la revitalización de las áreas vecinas.

Igualmente se desarrolló un Estudio de Movilidad para la zona, con el objetivo de garantizar el adecuado manejo de la movilidad en el sector con la implantación de los nuevos proyectos.

De otra parte, para contar con las condiciones normativas que faciliten el desarrollo de los proyectos en el sector y para contribuir al mejoramiento y la revitalización urbana del entorno, en el marco de los lineamientos del proyecto INNOBO, Corferias en forma conjunta con la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB) y con el barrio Centro Urbano, tramitó ante la Secretaría de Planeación Distrital la incorporación del tratamiento de renovación urbana a la norma de la UPZ 107 Quinta Paredes.

A través del Decreto 086 de 8 de marzo de 2011 se reglamentó la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) No. 107, Quinta Paredes, que asignó el Tratamiento de Renovación Urbana al predio de parqueaderos de Corferias, al predio de la EAAB y al Centro Urbano, bajo la modalidad de reactivación y/o redesarrollo.

El Tratamiento de Renovación Urbana posibilita acceder a diferentes instrumentos de gestión urbana que permiten intervenir aspectos de movilidad, espacio público, garantizar un desarrollo integral del entorno, acceder a mecanismos de gestión de predios y capturar a través del esquema de cargas y beneficios, parte del valor generado por el esfuerzo de renovación.

La UPZ no solamente plantea la posibilidad de acceder a un plan parcial de renovación urbana, sino que al mismo tiempo determina las bases estratégicas y normativas para reconocer directamente al proyecto como programa y proyecto de renovación.

Teniendo en cuenta lo anterior, se logró la firma del Convenio de Asociación y Cooperación para la Ejecución de un Programa y Proyecto de Renovación Urbana para llevar a cabo el Centro Internacional de Convenciones de Bogotá, entre la Empresa de Renovación Urbana (ERU), la EAAB, la Cámara de Comercio de Bogotá y Corferias.

1.1.6. PLAN DE MEJORAMIENTO EN INFRAESTRUCTURA

En el marco del Plan de Mejoramiento del Recinto Ferial, a lo largo del año 2011, Corferias continuó realizando proyectos y construcciones adicionales a los proyectos especiales, con el propósito de consolidar un recinto ferial moderno y funcional, que brinde unas condiciones de infraestructura y un nivel de servicios a clientes, expositores y visitantes, acorde a las exigencias del mercado y al posicionamiento que quiere lograr Corferias a nivel latinoamericano, en el marco de una visión global, mejorando en atracción y competitividad.

Como parte fundamental de este proceso se destacan los siguientes proyectos:

A. Oficinas Área Comercial y Mercadeo: Como complemento de la Plataforma Unificada de Servicios (PLUS) construida en el año 2010, se desarrolló una infraestructura que concentra en un solo lugar del recinto ferial las oficinas del Área Comercial y de Mercadeo, Contact Center y el *Show Room* de servicios en alquiler (mobiliario y equipos), ofreciendo una mayor comodidad a los clientes internos y externos.

B. Desarrollo Redes: Para garantizar la seguridad física y humana al interior del recinto ferial, se logró la construcción de las redes hidráulicas contra incendio generales y la implementación de gabinetes contra incendio, en los pabellones 1, 2, 6, 7 y 8, complementando los servicios ya instalados en el costado occidental, el pabellón 4 y la plazoleta de comidas, dando así respuesta a uno de los grandes requerimientos del recinto.

Con el propósito de mejorar la seguridad y confiabilidad del sistema general de distribución eléctrica al interior de los pabellones, el plan de inversiones contempló el cambio del antiguo sistema de tuberías y cableados, por la implementación del sistema de electro barras, las cuales garantizarán una óptima prestación del servicio en los pabellones 1, 3, 6 y 8, complementando las instaladas en el nuevo pabellón multifuncional (pabellones 10 a 23).

C. Sistema de Sonido: La incorporación del sistema de sonido general resulta de vital importancia en términos de servicio y como complemento esencial para el sistema general de seguridad de Corferias, para ello se avanzó en el proyecto de instalación de redes y equipos en cada uno de los pabellones y áreas libres del recinto ferial.

D. Actualización Cubiertas Pabellones: Como parte del proceso de actualización de la infraestructura física de las edificaciones del recinto, se llevó a cabo la construcción de las nuevas cubiertas de los pabellones 1 y 8, empleando un sistema de cubierta acústica *standing sean*, tipo sándwich que garantiza la estanqueidad de los pabellones, mejorando la presentación interior y el aislamiento acústico de los mismos.

El pabellón 8 se complementó con una lucarna que permite un mejor flujo del aire mejorando sus condiciones de confort interior. El alcance del trabajo contempló actividades como reforzamiento de estructura de cubierta, control de corrosión, reforzamiento en arranques de columnas, pintura de la estructura metálica existente, adecuación de redes eléctricas para dar cumplimiento a la normativa, reforzamiento de pedestales, demolición y montaje del muro de soporte de la cubierta lateral del segundo piso, entre otros.

E. Otras obras: Adicionalmente se hicieron otras obras como la construcción de nuevas redes de acometidas técnicas (eléctricas, voz y datos) para los pabellones

5,5ª,7 y 9, construcción de red matriz de aire comprimido para los pabellones 1 y 8, implementación de mobiliario urbano para el sistema de canecas de recolección y reciclaje de desechos, instalación de una nueva planta eléctrica para la subestación No.1 y la implementación de puestos de trabajo y mobiliario para aproximadamente 200 personas del área comercial, mercadeo y Contact center.

Finalmente en el marco del Sistema de Gestión de Calidad, se desarrollaron e implementaron los programas de mantenimiento preventivo de maquinaria y edificaciones con el objeto de ejercer un mejor y más estricto control sobre el estado de las construcciones y los equipos técnicos del recinto, con lo cual se logra la optimización y mejor aprovechamiento de recursos humanos, técnicos y económicos destinados al mantenimiento y operación de la planta física.

1.1.7. PLAN DE REGULARIZACIÓN Y MANEJO

Teniendo como base el Plan de Regularización y Manejo, Corferias ha emprendido una serie de proyectos que le han permitido trascender la visión del recinto ferial hacia la construcción de una apuesta de ciudad más atractiva y competitiva en términos de turismo de negocios.

Los proyectos desarrollados se han adelantado conjuntamente con los compromisos adquiridos por Corferias a través de su Plan de Regularización y Manejo, debido a la estrecha relación que presentan entre sí en razón a que todos están asociados con la infraestructura y el funcionamiento del recinto ferial así como con su relación con el entorno.

Los compromisos de este Plan de Regularización y Manejo se han desarrollado de acuerdo al cronograma de proyectos estipulado en la Resolución 0812 del 12 de octubre de 2007 emitida por la Secretaría Distrital de Planeación y parcialmente modificada por la Resolución 0076 del 31 de enero de 2011. El pasado 31 de Diciembre del 2011 finalizó la Etapa 1 de desarrollo del Plan, para lo cual Corferias adelantó las gestiones pertinentes que le permitieron el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

En primera instancia, se adelantaron las labores para mejorar la accesibilidad vehicular sobre la Avenida La Esperanza a partir del cierre de los actuales accesos al parqueadero ubicados sobre dicha avenida y su reubicación sobre la Carreras 38 y 40, mejorando la movilidad vehicular del sector.

Igualmente, se adelantaron los diseños, suministros y construcciones necesarias para poner en funcionamiento el control semaforizado y las obras conexas para el cruce peatonal a nivel sobre la Avenida La Esperanza, entre el recinto ferial y el parqueadero de Corferias, contribuyendo a la organización y seguridad de los usuarios del recinto ferial y del sector.

Es así como se implementó el semáforo peatonal y las obras de espacio público complementarias sobre la Avenida de la Esperanza a la altura de la carrera 38, el cual garantizará la seguridad en el desplazamiento de los transeúntes y visitantes al recinto entre el predio 1 y 2. Paralelamente, se adelantaron las gestiones tendientes a dar cumplimiento con el compromiso adquirido referente a la implementación de las fases peatonales en tres de las cuatro esquinas del recinto donde el alcance comprendía el aporte de dinero para el desarrollo de las obras, dejando constancia de la disponibilidad presupuestal de Corferias para realizarlo.

También se cumplió con la solución para la accesibilidad vehicular de buses y pasajeros planteada sobre el predio ubicado en la Calle 25, construyendo un ingreso y salida nuevos sobre este costado del recinto ferial y adecuando este espacio al aire libre para permitir el desembarque de pasajeros en ferias que convocan visitantes escolares, de manera segura y sin obstaculizar la vía.

Finalmente, se dio solución a las culatas sobre espacio público con frente sobre la Avenida Pedro León Trabuchy y esquina de la Calle 25 a partir de la construcción del Proyecto de Renovación del Sector Occidental del Recinto Ferial (Proyecto REN), el cual incorpora la demolición y transformación de las fachadas de los anteriores Pabellones 10 al 20, donde se realizan las exhibiciones, implementando un basamento en cristal cuyo objetivo fue transformar positivamente la relación con el entorno, brindando seguridad y permitiendo mejorar la relación del recinto con los peatones y los espacios circundantes.

El proyecto incluyó la construcción de un sótano para almacén y bodegaje, que permitió trasladar los elementos de apoyo para el desarrollo de los eventos, de manera que se evite el cruce de materiales entre el Predio 1 de Recinto Ferial y el Predio 2, donde se encontraba el anterior almacén de Corferias, aportando al mejoramiento de la movilidad del sector.

1.2. MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

Corferias como empresa líder en Latinoamérica en organización y desarrollo de ferias y en el marco de su compromiso con la innovación, la calidad y la internacionalización, está trabajando en su modernización tecnológica en beneficio de sus clientes.

En este frente en el 2011 Corferias logró avanzar en los pilares que le permiten brindar un mejor servicio a sus clientes a través de la modernización de la infraestructura tecnológica de información, el desarrollo de una plataforma para la prestación de un servicio integral, la implementación de una plataforma para la gestión del relacionamiento con los clientes y la generación de contactos y la plataforma de seguridad física.

En el marco del proyecto de Modernización de la Infraestructura Tecnológica de Información, la gestión se orientó a cuatro frentes: mejoramiento de las redes de comunicaciones, fortalecimiento del hardware y aplicaciones de servidores y plataformas de servicios, el despliegue de un sistema de seguridad integral y la implementación de un sistema de seguridad informática robusto.

El mejoramiento de las redes de comunicaciones para voz, datos e inalámbricas permite hoy en día brindar la mejor disponibilidad de estos recursos en toda la cadena de valor del servicio de ferias y eventos, aprovechando valores agregados a través de telefonía digital sobre internet (IP), la nueva Infraestructura con cableado estructurado de alta velocidad y el despliegue de una red inalámbrica (WLAN-WIFI) que habilita la conectividad de expositores, visitantes y participantes en congresos y convenciones con la mayor cobertura y calidad.

De esta manera, los diferentes componentes contribuyen a optimizar la participación de nuestros clientes en los diferentes escenarios de ferias y eventos, mejorar la productividad facilitando las comunicaciones a través de dispositivos más inteligentes y nuevas interfaces más versátiles, fortaleciendo potencialmente las relaciones con los clientes globalmente a través de todos los puntos de contacto e integrar las conexiones de los colaboradores, clientes y procesos.

Como parte del proceso del perfeccionamiento e integración de la infraestructura de comunicaciones de voz de Corferias, se implementó una plataforma basada en una central de comunicaciones de voz corporativa de última generación, que soporta las últimas tendencias de llamadas de voz sobre IP (VOIP) y las tecnologías tradicionales de telefonía análoga TDM.

Adicionalmente, culminando el año 2011 y aprovechando las nuevas condiciones de telecomunicaciones se desarrolló el proyecto de Centro de Contactos, como un medio especializado para el relacionamiento y contacto con los clientes mediante una plataforma integral de administración de todas las formas de contacto realizadas por la empresa con las últimas tendencias de optimización en tráfico de comunicaciones.

Se trabajó en conjunto con el operador de telefonía celular Comcel, en el mejoramiento de la capacidad del servicio celular en cuanto a la cantidad de llamadas simultáneas soportadas en el área del recinto ferial, con el ánimo de mejorar los servicios de comunicaciones para visitantes y expositores del recinto ferial así como soluciones integrales para Corferias.

El fortalecimiento del Hardware y aplicaciones de Servidores y Plataformas de Servicios, se adelantó implementando un sistema de componentes que operarán bajo el esquema de tolerancia a fallas, donde habrá un sistema activo y otro en *stand by* como respaldo en situaciones de contingencia. En esta plataforma se disponen los sistemas críticos de la operación central de Corferias como son la plataforma de relacionamiento con los clientes, el Sistema de Información Gráfico

para la Comercialización de Stands SIGCS, la plataforma de contactos y la plataforma de administración de las ruedas de negocios.

Adicionalmente, se adelantaron otros proyectos de mejoramiento de servicio y control en la Plataforma Unificada de Servicios (PLUS) y en la Plazoleta de Comidas, a través de la actualización de la aplicación de administración de atención de clientes y ampliación e integración del sistema de puntos de ventas de los locales de golosinas de la plazoleta de comidas, respectivamente.

La Plataforma de Seguridad física integral dotó al recinto ferial de una solución de seguridad completa que permite planificar, monitorear, gestionar y mitigar riesgos relacionados con la seguridad del recinto y con el desarrollo de las ferias y eventos a través de videos inteligentes de vigilancia, control de focos de incendios, monitoreo de intrusión y control de accesos, componentes debidamente integrados en un centro de monitoreo que permite desarrollar la administración integral.

Como parte del mejoramiento continuo de la seguridad informática que contempla la evaluación de riesgos, la identificación de vulnerabilidades, el establecimiento de políticas y el levantamiento de procedimientos de seguridad, se avanzó paralelamente al desarrollo de los proyectos anteriormente mencionados, en el aseguramiento, aplicando las recomendaciones de mitigación generadas a lo largo del año.

Adicionalmente, se implementó un sistema de seguridad perimetral de análisis y protección que permite prevenir aquellos ataques sofisticados que no pueden ser detectados ni corregidos por los sistemas de antivirus, sistemas de actualizaciones y mejoras de seguridad de servidores y los *firewall* que realizan las protecciones a nivel de red.

Durante el año 2011 a nivel de soluciones centrales de negocio se trabajó en la estabilización de la implantación de las nuevas versiones de soluciones de negocio como el Sistema de Información Gráfico para la Comercialización de Stands (SIGCS) en ambiente Web y el ERP NOVASOFT en ambiente WEB, trabajando de la mano con los líderes funcionales de las operaciones centrales de ferias y eventos.

Como una estrategia de fortalecimiento de la relación con los clientes, se implementó la plataforma para la administración y conocimiento del Cliente Corferias "CRM" en donde uno de los componentes importantes fue la estructuración, diseño y desarrollo del proyecto con Microsoft Dynamics CRM. Esta plataforma permite cumplir la estrategia orientada a tener una visión integrada y única de los clientes (potenciales y actuales) y a gestionar las relaciones con los mismos, de una manera única, independientemente del canal que se contacta con ellos. Esta solución permitirá mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos, optimizar la información de los clientes, identificar nuevas oportunidades de negocio y con base en esta información continuar mejorando la

intimidad con los clientes actuales, estructurar estrategias atraer nuevos clientes e innovar en su portafolio de ferias y eventos.

Para el fortalecimiento de las soluciones para la generación de contactos, se desarrolló el diseño de una nueva plataforma para la gestión del conocimiento que cuenta con una estrategia Web de servicios virtuales, que facilita la interacción y comunicación con los clientes de Corferias aprovechando las oportunidades funcionales y las economías de escala que ofrecen las tendencias del *e-commerce*.

Bajo el esquema anterior, se habilitó la consola de servicios Web donde los expositores tienen acceso a una zona en la página Web de la Corporación, desde la cual pueden exhibir sus productos y servicios a través de la creación de un stand virtual y a la vez pueden adquirir en la Red los servicios feriales de su interés (mobiliario, equipos, servicios complementarios). Además, los clientes nacionales e internacionales pueden pre-registrarse (opcional) a través de una página Web, facilitando el acceso instantáneo y ágil al recinto.

Una de las soluciones de gran utilidad que ha desarrollado Corferias es su plataforma de cruce de oferta y demanda (Business Matchmaking) que permite la realización de Ruedas de Negocios, para facilitar el encuentro entre oferentes y demandantes con intereses comunes, en un escenario de negocios que garantiza óptimos resultados. Para fortalecer esta solución, durante el 2011 se trabajó en el diseño de la nueva versión, que incorpora nuevos conceptos de tendencias en este mercado y oportunidades de mejora de las experiencias y recomendaciones de nuestros clientes.

1.3. MODERNIZACIÓN DE PROCESOS Y GOBIERNO CORPORATIVO

Corferias se ha venido fortaleciendo para enfrentar los retos de la industria ferial y adaptarse a los nuevos desafíos que imponen los cambios del entorno, para lo cual ha venido modernizando sus procesos y ha desarrollado una importante gestión de Gobierno Corporativo, con los siguientes resultados:

1.3.1. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Corferias tiene implementado un modelo administrativo de Gestión de Calidad certificado bajo la norma ISO 9001, versión 2008.

Durante el año 2011 se realizaron dos procesos de seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad de la Corporación, los cuales le permitieron a Corferias mantener la certificación por parte de Bureau Veritas Certification.

Por otro lado, se fortaleció el sistema de Gestión de Calidad de la entidad a través del mejoramiento de los procesos de retroalimentación de los clientes, análisis de los indicadores de gestión y mejoramiento de los procesos a través de la gestión de las oportunidades de mejora que permiten el mejoramiento continuo de la operación, preparándonos para el proceso de recertificación que se realizará en el mes de septiembre del 2012.

1.3.2. SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Corferias a pesar de no estar obligada legalmente al cumplimiento de los lineamientos de la Superintendencia Financiera de Colombia en relación con el Sistema de Control Interno, expresados a través de las Circulares 014 y 038 del 2009, asumió la decisión de enmarcar su comportamiento bajo dichos parámetros, teniendo en cuenta que el Sistema de Control Interno es un elemento fundamental del Gobierno Corporativo, que le permite a la entidad generar competitividad, transparencia y confianza, tanto a nivel interno como externo.

Frente al Ambiente de Control, Corferias posee y mantiene una estructura y procedimientos que fomenta entre sus colaboradores principios, valores y conductas orientadas hacia el control.

El Sistema de Control Interno está compuesto por tres subsistemas que apuntan a que la organización mantenga un adecuado control de manera sistémica, dentro de los cuales están el Sistema de Gestión y Administración de Riesgos, el Sistema de Gestión de Calidad y el de Auditoría Interna. Estos tres sistemas generan observaciones y recomendaciones a los procesos y políticas, que son comunicados a los responsables de los mismos y a la alta dirección.

En materia de Gestión de Riesgos, la labor realizada por el Comité de Auditoría de la Junta Directiva en el 2011 continuó encaminada a monitorear la implementación del Mapa de Riesgos y evaluación de los controles de cada uno de los Macroprocesos de la organización, con el fin de fortalecer el Sistema de Control Interno y mitigar los riesgos a los que se ve expuesta en el desarrollo de sus actividades, los cuales fueron monitoreados por el Comité de Riesgos.

En cuanto a las Actividades de Control, Corferias cuenta con una serie de políticas y procedimientos que permiten asegurar el cumplimiento de las directrices de la Alta Gerencia para lo cual se han establecido actividades que son analizadas y monitoreadas a través del Comité Directivo, permitiendo conocer el progreso de la organización en el logro de sus objetivos.

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

Finalmente, la organización cuenta con procesos de monitoreo, que le permiten verificar la calidad de desempeño del control interno a través de las evaluaciones periódicas que realizan la Auditoría Interna, Gestión de Calidad, la Revisoría Fiscal, el Comité de Auditoría y la Junta Directiva.

1.3.3. CONFIABILIDAD INFORMACIÓN A TERCEROS

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

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

2. INNOVACIÓN

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

De esta manera, en tan solo 6 años Corferias ha logrado duplicar el número de ferias, pasando de un portafolio de 28 ferias en el 2005 a 59 en 2011, consolidando 31 ferias nuevas en sectores estratégicos con gran potencial de desarrollo.

Las nuevas ferias y el fortalecimiento de las existentes han permitido convertir la actividad ferial en experiencias únicas, con mayor representatividad de los asistentes y más efectividad en los contactos de negocios

Estos resultados positivos han sido posibles, gracias al fortalecimiento del área de Mercadeo de Corferias, responsable de la dinámica de Innovación de la corporación. De igual manera se ha desarrollado una importante sinergia con el área comercial para trabajar conjuntamente en metas más ambiciosas y en metodologías de control y seguimiento a las ventas.

Dentro de las nuevas ferias que Corferias ha desarrollado en los últimos seis años están el Gran Salón Inmobiliario, Gastronomía, ISA Show Andino, Colombia Responsable, Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA), Meditech, Mecani-K, Babies & Kids, Colombia Petroleum Show, Proflora, Avanza, Expomarketing,

Minería, Nacional Cebú, SOFA, Expoestatal, Expoespeciales, Vehículo Comercial, Colombia 3.0 y Movilidad y Transporte.

2.1. ACTIVIDAD FERIAL

Durante el año 2011, Corferias realizó un total de 45 eventos feriales, de los cuales 9 fueron propios, 17 en asocio y 19 en arriendo; se realizaron 5 eventos nuevos Expoestatal, Expoespeciales, Expocomerciales, Colombia 3.0 y Movilidad y Transporte. En segunda versión se realizaron 5 eventos feriales: Expomarketing, SOFA , Avanza, Minería y la Conferencia y Exhibición Internacional de Petróleos ACIPET.

Las 5 ferias nuevas del 2011 generaron 317 nuevos expositores y más de 36.531 nuevos visitantes. El nivel de satisfacción tanto de los expositores como de los visitantes fue en promedio de 4.0 sobre 5.0.

El total de los ingresos feriales ascendió a \$71.317 millones. Las Ferias Propias facturaron \$28.965 millones, correspondientes al 41.17%. Las Ferias en Asocio facturaron \$34.380 millones, correspondientes al 48.87%, y las Ferias en Arriendo \$ 7.008 millones, correspondientes al 9.96%. Los eventos nuevos facturaron \$3.716 millones, correspondientes al 5.28% del total de los ingresos.

El 2011 fue un gran año para ferias como la versión XVIII Agroexpo, que a pesar de las grandes dificultades que atravesó el campo colombiano por efecto de la crítica temporada invernal, contó con la mayor muestra animal de toda la historia gracias a la apertura del nuevo pabellón multifuncional de Corferias.

De igual forma en materia de actividad ferial, se resaltan los excelentes resultados de Expoconstrucción y Expodiseño, que se consolidó como una de las mejores versiones del evento, con más de 59.000 visitantes nacionales e internacionales y una rueda de negocios que generó expectativas por cerca de 97 millones de dólares, y tuvo un 30% de incremento en el nivel de ingresos.

El XIV Congreso Colombiano de Petróleo y Gas tuvo un crecimiento bastante significativo, teniendo en cuenta que es solo la segunda oportunidad en la que se realiza en Corferias. El área de exhibición creció en el 74%, tuvo un incremento de un 39% en visitantes y más del 20% en expositores, generando una utilidad de más de \$4.000 millones.

También fue un buen año para Minería 2011, que es un evento que contó con el respaldo de la Secretaría de Minas de la Gobernación de Cundinamarca, Asogravas, la Cámara Colombiana de la Minería y el Ministerio de Minas y que al llegar a su segunda edición, registró en la rueda de negocios una expectativa por más de 184 millones de dólares.

Así mismo, es importante resaltar los resultados positivos de la feria de Belleza y Salud con 274 expositores y 46.802 visitantes; la versión XXVIII de la Feria del

Hogar, que presentó una muestra mejor sectorizada y de gran calidad, dejando una utilidad de \$6.690 millones de pesos. Por su parte, el VI Gran Salón Inmobiliario tuvo un incremento del 11% en el número de expositores.

Dentro de las Ferias Nuevas del año 2011, Expoespeciales fue el escenario que reunió las principales empresas del sector cafetero nacional e internacional, catalogada por conocedores del sector como una de las mejores ferias del mundo, logró generar unos niveles de satisfacción promedio del 4.5, en una escala de 1 a 5, superando las expectativas de expositores y visitantes.

Expoestatal se convirtió en el escenario a nivel nacional para promover la transparencia en la contratación estatal; Expocomerciales fue el primer salón de Vehículos Comerciales Utilitarios y de Carga en Asocio con Fenalco, con la participación de 36 expositores y 9.099 visitantes, que superó las expectativas de negocios. Movilidad y Transporte fue un evento del sector de movilidad y el transporte masivo de pasajeros, que se realizó en asocio con Transmilenio, y permitió intercambiar experiencias y transferir conocimiento entre los responsables de la creación de planes, políticas y programas encaminados a la planeación de proyectos de sistemas integrales de transporte público.

Dentro de las ferias en proceso de consolidación, estuvieron Expomarketing, que es una feria que se realiza en asocio con 360 Media y se proyecta como el evento más importante de la industria del marketing en Colombia. Así mismo, la feria de Mecani-k 2011, que es el evento especializado en mantenimiento, reparación y seguridad vial que se realiza con el Apoyo de CESVI Colombia.

Automatisa en su tercera versión y en Asocio con ISA Colombia, logró posicionarse como el evento más representativo de la Industria especializada en controladores, válvulas, actuadores y equipos de instrumentación y automatización Industrial, con un crecimiento del 27% en ingresos y 32% en el número de expositores.

Así mismo, otras ferias que se encuentran en proceso de consolidación, son Babies & Kids, que convocó a más de 18.000 visitantes en 4 días de feria; SOFA, el Salón del Ocio y la Fantasía que es la feria más importante de Colombia enfocada en el mercado de las aficiones que reúne lo mejor de los sectores de Internet y multimedia.

El 2011 fue un año difícil para la Feria de Colonias que debido a las limitaciones de la Ley de garantías, y a la ola invernal, entre otros aspectos, se vio muy afectada. Así mismo y debido a la difícil situación que enfrentó el país por la ola invernal, varios aliados de las ferias Colombia Responsable y Avanza, entre otras, destinaron sus recursos al apoyo a comunidades afectadas y en estado de vulnerabilidad, por lo cual se afectó su participación en las ferias.

Por otra parte, la Feria Internacional del Libro contó con Ecuador como País Invitado de Honor en su 24ª versión. Durante 13 días, reunió a más de 311.000

visitantes y más de 400 expositores presentaron cerca de 100.000 títulos en el evento de promoción de la lectura y la industria editorial más importante de Colombia.

De otro lado, dentro de los eventos feriales en arriendo y en asocio, cabe destacar la consolidación de la Semana Internacional de la Moda de Bogotá, gracias a la unión de los esfuerzos publico-privados, entre Acicam, la Secretaría de Desarrollo Económico, Corferias, Fenalco y el Sena.

Así mismo, se destaca la celebración de los 30 años de la Vitrina Turística Anato, la segunda versión de Expofamilia-Davivienda, y Expopartes, que se realizó en forma paralela a la feria Mecani-K presentando una propuesta novedosa y completa para el sector automotor.

Es importante resaltar los esfuerzos de Proflora 2011, que a pesar de las difíciles condiciones por las cuales estaba atravesando el sector floricultor en el momento de la feria, logró cerrar con expectativas de negocios por US13,9 millones.

El tema cultural se consolidó gracias a la Feria Internacional de Arte de Bogotá, Artbo, que cada día posiciona mejor a Bogotá como una vitrina artística para todo el mundo. En materia de educación ferias como Expociencia y Expotecnología, Expoestudiante y Europosgrados, representan la inversión en el futuro del país, la niñez y juventud. Por último, cabe mencionar las exitosas muestras industriales especializadas de Andigrafica y Andinapack, donde los visitantes pudieron tener una muestra de lujo de los principales actores del mercado tanto nacional como internacional.

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

FERIA	VISITANTES	COMPRADORES NACIONALES	VISITANTES INTERNACIONALES	AREA COMERCIALIZADA	AREA BRUTA	EXPOSITORES
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO	311879	8,139		18,273.00	24,158.98	418
EXPOCONSTRUCCION Y EXPODISEÑO	59,205	12,562	955	19,670.52	48,211.84	460
FERIA DE LAS COLONIAS	73,986			10,918.20	32,102.60	234
ANDIGRAFICA	6,683			4,145.15	9,063.55	93
AGROEXPO	198,107	16,298	1,471	20,311.85	59,544.72	563
GRAN SALON INMOBILIARIO	42,503			3,920.00	4,097.75	120
COLOMBIA RESPONSABLE	10,692	5,104		4,618.47	17,211.30	148
BELLEZA Y SALUD	46,802	5,514	184	7,564.19	20,735.45	274

FERIA DEL HOGAR	213,098			25,320.00	26,582.60	894
GASTRONOMIA	22,222	1,118		3,129.27	15,455.08	148
EXPOARTESANIAS	72,914			8,622.35	11,565.97	726
AUTOMATISA	9,318	8,119		2,289.00	6,471.94	77
MECANIKA	16,598	3,151		1,564.09	5,505.87	45
BABIES AND KIDS	18,779			2,536.60	8,638.92	164
EXPOINVERSION	6,986			841.99	5,599.80	51
COLOMBIA PETROLEUM SHOW	9,883	5,127	432	7,679.63	20,109.35	225
AVANZA	12,453			2,139.13	6,947.58	64
EXPOMARKETING	6,732	3,158		1,728.00	9,070.14	69
MINERIA	4,783	4,043	120	2,517.50	10,594.52	107
SOFA	30,744	2,466		1,445.19	5,611.41	89
EXPOESTATAL	3,250			1,698.94	5,974.59	90
EXPOESPECIALES	19,108			2,700.00	9,063.53	117
EXPOCOMERCIALES	9,099	6,648		4,143.00	15,247.05	36
MOVILIDAD Y TRANSPORTE	2,821	2,754	67	1,445.00	7,081.60	54

Para el 2012 se tiene proyectado desarrollar 3 ferias nuevas, así como el fortalecimiento de ferias existentes con salones y muestras especializadas para diferentes sectores. Una de las nuevas ferias para 2012 es Expodefensa, que se realizará en alianza con el Ministerio de Defensa y será una plataforma de exhibición en ciencia, tecnología e innovación del sector seguridad y defensa, donde los asistentes podrán conocer los últimos desarrollos en tecnologías a nivel nacional e internacional. Así mismo, en el marco de esta feria el Gobierno Nacional tendrá la oportunidad de difundir sus logros y la experiencia adquirida en estrategia militar, posicionando a Colombia entre los países “top” en temas de desarrollo tecnológico militar en América Latina.

Así mismo, se llevará a cabo Expo Oil & Gas Colombia, una feria organizada por Campetrol y apoyada por Acipet, que será un evento especializado de índole exclusivamente empresarial, donde los diferentes actores presentarán sus productos, bienes y servicios, abriendo puertas a nuevos negocios. Esta feria tiene un fuerte énfasis en temas fundamentales para el desarrollo del sector como crudos pesados, refinerías, tecnologías, rondas licitatorias, políticas sectoriales del nuevo gobierno, entre otros temas.

De igual manera, se realizará un gran evento para el sector solidario desarrollado conjuntamente con la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, como un encuentro que integra a las cooperativas, asociaciones mutuales, fondos de empleados, asociados, expertos y demás agentes interesados en actualización, intercambio de experiencias y conocimientos. Este será un escenario propicio para el análisis y la reflexión del sector, su potencial y

oportunidades, desde las perspectivas económica y social, que promoverá el fortalecimiento y reconocimiento de las organizaciones solidarias en Colombia.

En el marco de la Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA), se desarrollará un Salón Forestal dirigido a las empresas nacionales e internacionales que tengan el interés de encontrar en un mismo espacio, información actual de productos y servicios para el fortalecimiento de la cadena productiva forestal. También se dispondrá de un Salón de Agua Potable con la exhibición de tendencias e innovación en procesos para la potabilización del agua donde los visitantes tendrán la posibilidad de conocer, actualizarse y sensibilizarse acerca de la importancia de la conservación y protección de los recursos hídricos en Colombia.

Alimentec se fortalecerá con una muestra especializada de empresas fabricantes de aceites y grasas comestibles, se contará con una vitrina para la cadena productiva de la industria cárnica y un espacio para la industria láctea con el fin de impulsar la industria y el sector al nivel internacional.

En la Feria Internacional de Bogotá se dispondrá de un Salón de Energía como plataforma de actualización en normatividad, innovación y presentación de las últimas tendencias, con muestra comercial, rueda de negocios y agenda académica especializada. Aprovechando la consolidación de la región del Asia Pacífico como una de las zonas más dinámicas en las últimas décadas, se ha dispuesto un espacio para la presentación de proyectos y cierre de negocios de países de la región.

2.2. EVENTOS

En el 2011 se fortaleció y se amplió la realización de eventos en Corferias y se confirmó el gran potencial que tiene el recinto ferial para el desarrollo de todo tipo de eventos de los distintos sectores económicos del país. Se llevaron a cabo un total de 102 eventos dentro de los cuales estuvieron grandes congresos, lanzamientos, conciertos, eventos corporativos y asambleas, entre otros, que generaron como resultado el cumplimiento presupuestal de la utilidad con un monto de \$6.092'981.742.

Además de las grandes fortalezas que tiene Corferias como espacio físico, uno de los grandes valores agregados, ha sido el asesoramiento y acompañamiento integral que el recinto ferial brinda a sus clientes para dar respuesta a todas las necesidades logísticas y tecnológicas para garantizar el éxito de los eventos.

La inauguración del nuevo pabellón multifuncional en 2011 le brindó a Corferias la posibilidad de ofrecer a sus clientes un espacio especialmente diseñado para la realización de grandes eventos de talla internacional, pues debido a su distribución espacial, innovación, flexibilidad, moderno diseño, acústica y gran capacidad, el lugar reúne las condiciones necesarias para garantizar la excelente calidad de los eventos que allí se realizan.

Es así, como Corferias fue elegida como la sede del concierto del famoso tenor, músico y productor italiano, Andrea Bocelli, que contó con 12.000 asistentes; y los conciertos de otros artistas internacionales como el de Juan Luis Guerra, que reunió a 10.000 personas y Alejandro Fernández con 7.000 personas.

De igual manera, el nuevo pabellón fue elegido como la sede de la gran convención internacional de la empresa 4life, que contó con 7.000 asistentes de 33 países, con una altísima satisfacción por parte del cliente y de sus invitados.

Así mismo, Corferias una vez más fue la mayor sede electoral del país, así como centro de actividades de la Registraduría Nacional, al facilitar sus espacios para la inscripción de candidatos, las capacitaciones a los jurados, la jornada electoral del 30 de octubre y los escrutinios.

La realización de eventos cobra una especial importancia en el marco del futuro megaproyecto de construcción del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá, para lo cual se tiene previsto continuar participando activamente en los proyectos de promoción de ciudad y en la estructuración de una unidad de negocios orientada a la captación de la mayor cantidad de eventos nacionales e internacionales de clase mundial.

En el contexto del nuevo ciclo de Planeación Estratégica de Corferias 2012-2016, la realización de eventos adquiere una gran relevancia y es por ellos que se tiene previsto que la nueva unidad de negocios integrara las actividades de realización de eventos, servicios de valor agregado para su desarrollo y asesoría en comunicaciones estratégicas para los interesados en esta actividad, brindándole a los clientes una solución integral para el desarrollo de ferias, congresos, convenciones y demás eventos, desde su concepción hasta su realización.

A lo largo del 2011, Corferias fortaleció el trabajo conjunto y las sinergias que ha venido desarrollando con el Bureau de Convenciones y Visitantes de Bogotá para mejorar las estrategias de captación de eventos internacionales, lo cual permite consolidar el posicionamiento de Bogotá como una de las mejores ciudades para ser sede de eventos de talla mundial.

El Bureau que es un escenario de concertación público-privado creado para promocionar la ciudad como destino de reuniones, eventos, convenciones, ferias y rondas de comercio, desde el 2010 tiene como Presidente de su Junta Directiva al Presidente Ejecutivo de Corferias, lo que le ha permitido fortalecerse bajo un nuevo redireccionamiento estratégico.

En materia de turismo corporativo, la misión del Bureau de Convenciones y Visitantes de Bogotá es hacer de Bogotá, para el año 2016, el cuarto destino en captación de eventos en América Latina, mediante la implementación de agresivos planes de mercadeo que le permitan posicionar al destino como sede favorita para el sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions).

En este propósito, como parte de la estrategia de fortalecimiento del Bureau, durante el 2011 se obtuvieron importantes logros. Bogotá ascendió 32 puestos en el ranking internacional ICCA dentro de 340 ciudades a nivel mundial, como una de las ciudades en las que se realizan más eventos de talla internacional y subió al sexto puesto a nivel latinoamericano.

Por otra parte, el Bureau logró la vinculación de un mayor número de afiliados al pasar de 50 a 101, vinculando a 9 nuevos sectores. De igual forma, se desarrollaron diferentes convenios focalizados y dirigidos a generar valor y mayores ventajas competitivas en las candidaturas.

Se logró la captación y apoyo a 32 eventos internacionales y se asistió a Ferias Internacionales del sector corporativo como IMEX Frankfurt y IMEX Américas, Client Workshop supplier de ICCA, Cocal, Workshop Proexport Caracas y Valencia y la EIBTM, todas las anteriores especializadas en el sector de turismo corporativo.

Los eventos captados por el Bureau y realizados en Bogotá, han contribuido a la generación de un impacto económico de US\$13 millones. A lo largo del año, se logró una mayor exposición acerca de la labor realizada por la entidad en materia de turismo corporativo, obteniendo un total de 143 publicaciones en medios de comunicación nacionales e internacionales.

2.3. PATROCINIOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Para brindarle a las empresas la oportunidad de ofrecer a los clientes de Corferias servicios especializados complementarios al negocio de Corferias y al mismo tiempo tener una presencia de alto impacto en las ferias y eventos que se desarrollan en el recinto ferial, surgió el modelo de negocios de Patrocinios y Alianzas Estratégicas

Inicialmente, este modelo surgió como Patrocinios y los resultados positivos de la presencia de empresas patrocinadoras en el recinto ferial, dieron lugar al surgimiento de las Alianzas Estratégicas en servicios complementarios como los temas bancario y financiero, logístico y de mercancías.

Este modelo se ha convertido en un gran valor agregado tanto para los visitantes, como para los expositores y para la propia corporación, y actualmente es una importante fuente de ingresos para Corferias. En el año 2011, la actividad de patrocinios y alianzas estratégicas, arrojó un ingreso para Corferias de \$6.565 millones de pesos.

La presencia de las empresas patrocinadores se ha consolidado y fortalecido y se ha visto reflejada en la imagen de Sofasa Renault, en el parqueadero ubicado en la Avenida La Esperanza, los puntos de atención al accionista de Ecopetrol y del

SENA, con la administración y manejo de los montajes de sus stands y la instalación del “Bar Premium” de Bavaria en la terraza del pabellón 3, entre otras.

En cuanto a las Alianzas Estratégicas, es importante destacar que en materia de servicios bancarios se consolidó la alianza con Davivienda que ha facilitado el otorgamiento de créditos para facilitarles a los clientes de las diferentes ferias la adquisición de productos. Por otra parte, en materia de servicios de infraestructura y logística, se realizó una valiosa alianza con Alpopular, entidad en la que Corferias es propietaria del 29% de las acciones, con el fin de fortalecer la presencia de su portafolio de servicios en el recinto, en beneficio de los clientes de Corferias.

Los importantes resultados de las Alianzas Estratégicas desde la perspectiva del servicio al cliente son más ampliamente descritos en el capítulo 4.1 del presente informe.

3. INTERNACIONALIZACIÓN

La Internacionalización se ha convertido en un Eje Estratégico de Corferias que cada día cobra mayor importancia para enfrentar los retos y desafíos de la globalización económica y por ello la corporación ha venido fortaleciéndose como la plataforma de negocios que les brinda a los empresarios mayores herramientas e instrumentos para participar con mayor éxito en los mercados internacionales.

Para ello Corferias ha venido trabajando para consolidarse como un Operador Ferial Internacional, ha fortalecido su posicionamiento y liderazgo frente a la industria ferial mundial, ha fortalecido sus estrategias de convocatoria de compradores internacionales y ha desarrollado importantes acciones para crear una red internacional de aliados.

3.1. CORFERIAS DEL PACÍFICO

Uno de los grandes avances de Corferias en su propósito de consolidarse como Operador Ferial Internacional líder en la región Andina, Centroamérica y el Caribe ha sido la apertura de Corferias del Pacífico en Perú, el cual tiene un carácter estratégico en la medida en que Perú tiene una ubicación geográfica que permite crear un eje ferial Colombia-Perú, con proyección frente a la región Andina, el APEC y Brasil.

Luego de un año y medio de operación, Corferias del Pacífico ha avanzado en su posicionamiento como generador de oportunidades de negocios creando plataformas para incentivar y promocionar el desarrollo de determinados sectores de la economía peruana.

Como parte de los objetivos estratégicos trazados, se ha logrado establecer alianzas estratégicas, para determinados eventos feriales, con destacados e influyentes gremios y entidades empresariales como la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX), la Sociedad Nacional de Industrias (SIN), la Cámara de Comercio de Lima (CCL), la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (PROINVERSIÓN), la Escuela Superior de Administración de Negocios (ESAN), el Instituto Peruano de Tecnología, Innovación y Gestión (IPTIG), entre otros.

Asimismo, cada actividad ferial desarrollada por Corferias del Pacífico, ha contado con el apoyo estratégico del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio del Medio Ambiente, el Ministerio de la Producción y el Ministerio de Educación del Perú.

Como parte de los resultados de la actividad ferial de Corferias del Pacífico durante el 2011, se realizó la Feria Agritech Perú, que convocó a empresas y organizaciones productoras, comercializadoras, distribuidoras y representantes de maquinaria, equipos, productos, insumos y/o servicios del sector agrícola. La feria incluyó la realización de un foro internacional y el desarrollo de una agenda académica y contó con la participación de 3.750 visitantes.

Se llevó a cabo, Fitecno Perú 2011 – Feria Internacional de Tecnología Empresarial e Innovación, que se consolidó como una plataforma con una amplia muestra nacional e internacional de tecnología, equipos, dispositivos, software, servicios y aplicaciones a disposición de las empresas y profesionales relacionados con todos los sectores productivos, así como un importante programa académico. El 89% de los encuestados manifestó que el evento superó y/o cubrió sus expectativas de participación. Este evento internacional contó con el apoyo estratégico del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – COMEX PERU y la Universidad ESAN.

La feria Educando 2011, que se llevó a cabo con el apoyo del Ministerio de Educación, logró convocar a 15.209 visitantes y contó con la participación de las principales empresas y marcas del Perú, que exhibieron y promocionaron y sus productos y/o servicios aportando a través de juegos recreativos y didácticos cultura, conocimiento, innovación y tecnología a los colegios públicos y privados que tuvieron la oportunidad de visitarla.

En el 2011, Corferias del Pacífico llevó a cabo la Feria Internacional del Medio Ambiente (FIMA) Perú, que es un escenario de encuentro, sensibilización e intercambio de experiencias sobre la protección del medio ambiente y la biodiversidad, conformado por una muestra comercial de equipos, tecnología y servicios asociados y conferencias técnicas.

Este evento internacional fue organizado en alianza con la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – COMEX PERU y Libélula, y contó con el apoyo estratégico del Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Delegación de la Unión Europea en Perú. Se contó con la participación de expositores de Perú, Argentina, Austria, Colombia, Ecuador, México y República Checa. El 98% de los expositores manifestó su interés de participar en una segunda versión de esta feria.

A pesar del logro alcanzado con la conceptualización y desarrollo de las ferias mencionadas, el plan de negocio previsto para esta operación en El Peru no ha avanzado con la velocidad y los resultados financieros inicialmente planteados, lo que ha exigido una revisión de la estrategia planteada.

En este sentido se ha definido un nuevo plan de acción para el año 2012 donde se ha contemplado la realización de 9 ferias, bajo un nuevo esquema de alianza estratégica que permitirá generar mayor convocatoria e impacto. Dentro de las nuevas ferias están Expogrados, Automecani-k 2012, Expofranquicias Perú 2012, Expourbania, Fima Perú, Expobelleza, Expoindustria, Educando y Transportec.

3.2. LIDERAZGO Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

En el 2011, Corferias continuó fortaleciendo y ampliando su liderazgo y posicionamiento internacional frente a la industria ferial mundial, a través de su activa participación en la Asociación de Ferias Internacionales de América (AFIDA) y la Unión de Ferias Internacionales (UFI), que es la asociación líder de la industria ferial en el mundo.

Desde el 2008 Corferias ejerce la Presidencia de AFIDA, pues luego de un período de dos años, como un reconocimiento a la importante gestión realizada, en el 2010 se logró la reelección por dos años adicionales.

En el 2011 AFIDA decidió realizar su reunión anual, en conjunto con Expoeventos 2011, que es uno de los más importantes eventos del turismo de negocios y eventos de Argentina. Bajo esta alianza, se realizó el XLII Congreso de AFIDA (Asociación Internacional de Ferias de América) en el que participaron destacadas figuras a nivel mundial de Inglaterra, Francia, México, Colombia y Brasil y nuestro país. La Asamblea contó con la mayor participación de los últimos años lo que ratifica el posicionamiento que a nivel internacional ha logrado la asociación con el liderazgo de Corferias.

A lo largo del año, en AFIDA se siguieron desarrollando con éxito los programas de Promoción, Educación y Desarrollo, entre los cuales se destacan el tercer año consecutivo de los webinars, la inclusión de nuevos asociados y el programa de mejores prácticas.

De igual manera, a lo largo del año, el Presidente Ejecutivo de Corferias, doctor Andrés López Valderrama, en su calidad de Presidente de AFIDA fue invitado especial durante el 2011 a participar como ponente en los Congresos de las Asociaciones de Ferias de España y México, para presentar los desafíos de la industria ferial en América Latina y para exponer cómo atraer eventos a América Latina.

Por otra parte, Corferias también siguió fortaleciendo su presencia y su importancia en el marco de la UFI, logrando que el Presidente Ejecutivo de Corferias fuera reelegido por tres años más como Presidente del Comité de Asociaciones de Ferias de la UFI.

Bajo esta posición se ha contribuido al reconocimiento de la importancia de Latinoamérica en el contexto ferial internacional, lo que se vio reflejado en el marco del 78 Congreso de la UFI, en el cual se definió como uno de los temas centrales las oportunidades que a nivel global ofrece el mercado latinoamericano.

3.3. FORTALECIMIENTO CONVOCATORIA INTERNACIONAL

Corferias ha venido fortaleciendo los instrumentos con los que cuenta para impulsar una mayor participación de compradores profesionales internacionales en los eventos de proyección internacional, lo que genera grandes beneficios e importantes resultados de negocios para los expositores.

Para ello, Corferias ha venido desarrollando una sinergia y un trabajo conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá y Proexport, lo que facilitó una importante participación de compradores internacionales en eventos como Automatisa, Feria del Libro, Expoconstrucción y Expodiseño, Expoespeciales, Agroexpo, Minería, Belleza y Salud, Proflora, Movilidad y Transporte, el Congreso Colombiano de Petróleo y Gas (Acipet) y Expoartesánías.

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

En el año 2011 Corferias recibió 4.178 compradores profesionales internacionales de más de 65 países, que se vincularon a servicios de agendamiento y ruedas de negocios permitiendo beneficiar a 1.506 expositores y logrando un nivel de satisfacción del 87%.

La información suministrada por la firma de auditoría KPMG Ltda., certificadora de los datos de gestión, señala que a lo largo del 2011 se realizaron 4.990 citas en las ruedas de negocios celebradas en el marco de las ferias mencionadas, en donde las expectativas de cierre de negocios fueron de US\$ 347 millones.

Para obtener mejores resultados y una mayor eficiencia en los procesos de participación de compradores internacionales, Corferias ha venido fortaleciendo estos procesos mediante la construcción de sólidas bases de datos de compradores internacionales potenciales para cada una de las ferias, a través de procesos de promoción y divulgación de cada uno de los eventos a través de Cámaras de Comercio, gremios y asociaciones, brindando apoyo a los desplazamientos de empresarios internacionales a las ferias y generando agendas preestablecidas para cada una de las ruedas de negocio realizadas.

Así mismo, Corferias ha fortalecido la vinculación de profesionales bilingües para optimizar la respuesta a las necesidades de los potenciales compradores internacionales y se está adelantando un proceso de Centralización de las Bases de Datos y de integración administrativa de múltiples canales (internet, teléfono, fax), así como las estrategias del Contact center con alcance internacional, para mejorar los procesos de contacto con las empresas y realizar mayores procesos de control y seguimiento. Todo este proceso de mejoramiento ha incrementado la efectividad en convocatoria de compradores internacionales al pasar de 44% para el 2009 al 70% en el 2011.

3.4. RED INTERNACIONAL DE ALIADOS

Con el propósito de proyectar a Corferias como un operador profesional ferial líder en la región, Corferias ha venido desarrollando una estrategia de fortalecimiento de su proceso de internacionalización. En este contexto, una de las acciones estratégicas que desarrolló durante el 2011 fue avanzar en la creación de la Red Internacional de Aliados Institucionales que se dedicarán a promover y generar oportunidades comerciales a sus afiliados y clientes, y se desarrollarán gestiones dirigidas a la promoción y difusión de la actividad ferial hacia empresas extranjeras para convocar su participación en las ferias.

Para ello, a lo largo del año, se llevó a cabo una fase de exploración donde se identificaron diferentes perfiles como Cámaras, Asociaciones Generales y Especializadas, Operadores FERIALES, Organizadores de Eventos y empresas Independientes y Aliados internacionales claves para el éxito de la gestión. De esta manera, se han realizado más de 20 acuerdos de representación en mercados como Chile, Perú, Argentina, México, Costa Rica, Estados Unidos, España, India, China y Malasia, entre otros.

Así mismo, se escogieron 7 ferias a internacionalizar para el 2012 las cuales son motor principal de la promoción que realizan los aliados y dentro de las que están Meditech, Fima, Alimentec, Minería, Belleza y Salud, Feria Internacional de Bogotá, Exposición Industrial (FIB) y Expo Oil and Gas. En estas ferias, se ha fortalecido la presentación de la actividad ferial en la Web, complementado el contenido en el idioma inglés, gestionando paquetes logísticos con múltiples servicios que faciliten la participación de extranjeros en las ferias, incrementado el

free press internacional y se ha contado con agentes bilingües para dar oportuna respuesta.

Adicionalmente, se avanzó en estrechar lazos con entidades que promueven las relaciones comerciales con otros países a través de diferentes escenarios, con sede en nuestro país como Embajadas, Cámaras Binacionales, Promotores de Comercio Exterior e Inversión, a través de los cuales se realizan convenios de cooperación ampliando beneficios para la atención de misiones comerciales en más de 50 países.

4. DISCIPLINA DE SERVICIO E INTIMIDAD CON EL CLIENTE

Uno de los ejes estratégicos que se ha venido consolidando y fortaleciendo en el proceso de implementación de la Planeación Estratégica de la corporación es el mejoramiento del servicio, el cual cobra la mayor importancia, ya que actualmente los clientes no solamente valoran la disponibilidad de una infraestructura adecuada sino que requieren una solución integral con criterios y estándares de calidad que satisfagan en forma eficiente y en un solo lugar todas sus necesidades.

Es por ello, que Corferias creó la Plataforma Unificada de Servicios (PLUS) para centralizar en un solo lugar todas las respuestas a las necesidades de los empresarios, facilitando la generación de contactos, la logística y operación y la estadía en la ciudad. Esta plataforma de servicios es fruto de un conjunto de servicios propios y de un grupo de servicios prestados por terceros aliados que permiten brindarles a los clientes soluciones a sus necesidades, bajo un concepto de satisfacción integral (“Full Service”) y gestión única (Centro Único de Atención).

4.1. ALIANZAS ESTRATEGICAS

A través del modelo de Alianzas Estratégicas se identificaron empresas que brindan servicios especializados complementarios al negocio de Corferias, generando un gran valor agregado para los clientes del recinto ferial porque se garantiza un servicio con los mayores estándares de calidad y al mismo tiempo este modelo se convierte en fuente de mayores ingresos para la corporación.

Durante el 2011 en el eje de contactos productivos y con Davivienda como aliado se otorgaron cupos de crédito para facilitar la adquisición de productos y servicios financieros para los clientes de las ferias de Agroexpo, Feria del Hogar, Salón Inmobiliario, Belleza y Salud, Expoespeciales, Expocomerciales y Expoinversión. Para garantizar una mayor agilidad y facilitar la atención a los clientes, se inició la construcción de una sede de Davivienda dentro del recinto ferial, que se consolida como un importante canal de comunicación y punto de entrega de productos y servicios financieros a los clientes.

Ante la necesidad de ofrecer soluciones financieras y facilidades de pago a los visitantes de las ferias en las que se realizan ventas al detal y como parte integral de la alianza con el Banco Davivienda, nació la primera tarjeta de crédito marca compartida de Corferias.

Esta tarjeta es un complemento del programa de fidelización por lo cual adoptó su nombre, potencializando el cumplimiento de los objetivos del programa como incentivar las ventas de los expositores, ofrecer valores agregados a los visitantes y alimentar la base de datos de visitantes de ferias masivas y mixtas de la compañía. Durante el 2011 se lograron más de 1.900 nuevas colocaciones.

Al tratarse de una tarjeta con franquicia MasterCard, permite a los tarjetahabientes realizar compras en establecimientos comerciales nacionales e internacionales, logrando registrar en los primeros diez meses de introducción un uso de la tarjeta cercano a los \$2.555'000.000.

La tarjeta de crédito de marca compartida se convirtió en el producto crediticio bandera del Banco para su participación en las ferias de consumo al detal y para Corferias, en el primer producto financiero de marca propia.

Por otra parte, en cuanto al eje de servicios de Infraestructura y Logística se ofreció un amplio portafolio a través del Operador Logístico de Mercancías (Alpopular), que permitió brindar a los expositores Servicios de Transporte Internacional, Agenciamiento Aduanero, manipulación de mercancía, transporte nacional y urbano.

En el eje de servicios de Ciudad Atractiva se han venido desarrollando actividades de promoción a través de Hoteles Estelar como operador de turismo, ofreciendo los servicios que satisfacen las necesidades del turista de negocios, mediante la entrega de información de ciudad, transporte y facilidades hoteleras a nivel local y nacional, oferta cultural, de entretenimiento y turística de la ciudad y la región.

Por otro lado, luego de evaluar y revisar los logros importantes alcanzados en materia de servicio en el 2011 se identificaron Oportunidades de Mejora que permitirán fortalecer el modelo de Alianzas Estratégicas, administrar la plataforma de servicios, mejorar la eficiencia y eficacia operacional, brindar nuevos servicios de valor agregado y generar al interior de la organización una cultura de servicio.

4.2. CULTURA DE SERVICIO

Para mejorar la prestación de los servicios se definieron indicadores de gestión de los procesos y se desarrolló un programa de formalización y profesionalización de los proveedores, buscando que éstos desarrollen sus capacidades productivas con estándares de calidad y bajo las mejores condiciones.

Así mismo se implementó el programa Servirte, que permitió validar la disciplina de relacionamiento con el cliente y las características que de ella se derivan definiéndose tres líneas de trabajo: desarrollo de la competencia de interés por el cliente, mejoramiento de los procesos de cara al cliente, y la revisión y redefinición de los acuerdos y protocolos de servicio.

Como resultado del fortalecimiento del servicio en Corferias, se han obtenido importantes resultados, como lo demuestra la Encuesta de Satisfacción al Cliente del 2011, que señala que los Indicadores de Satisfacción del Expositor y de Satisfacción del Visitante en los eventos feriales fueron calificados por encima de 4 (en una escala de 1 a 5) en todos los aspectos medidos, dentro de los cuales están la calidad de la muestra, el aseo, la programación académica y cultural, el servicio de parqueadero, la publicidad, la infraestructura, el servicio de la plaz y el servicio de bodega, entre otros. De igual manera, los Indicadores de Satisfacción del Visitante también se encontraron por encima de 4.

Por otra parte, con el propósito de brindar un nuevo servicio de gran valor agregado para los expositores y compradores profesionales de las ferias, Corferias está desarrollando un programa de capacitación de los expositores a través del cual les facilita un mayor conocimiento sobre para la optimización del uso de las ferias como herramienta de marketing para sus empresas; así como les da una orientación especializada en los procesos de marketing pre, durante y post-feria, operación de los stands, evaluación y seguimiento para asegurar su retorno de inversión y cumplir con sus expectativas. En el marco de este programa, durante el 2011, se dictaron 5 charlas en las que participaron 346 empresas y fueron capacitadas 431 personas.

4.3. CLUB C-FIEL

En el marco de los programas de fortalecimiento de la lealtad de los clientes, el Club Cfiel, se posicionó en el 2011 como el término para denominar la experiencia y el relacionamiento de Corferias con los clientes de mayor valor y objetivo para la corporación.

Durante las ferias masivas realizadas en el 2011, el Club Cfiel Visitante Preferencial, desarrolló diversas estrategias que permitieron generar experiencias de relacionamiento con más de 35.000 visitantes/compradores, obteniendo como resultado el registro de compras por más de \$ 21.711´000.000.

Como resultado de la gestión realizada en campañas de telemarketing y visitas a los expositores que hacen parte del programa Club Cfiel Corporativo, se incrementó el uso de beneficios en dichas empresas. El 46% del personal directivo de las empresas consultadas califica como “excelentes” los beneficios actuales brindados por el programa y el 54% restante los califica como “buenos”. Los más atractivos y más utilizados por los clientes son la redención de puntos y los beneficios en el uso de parqueaderos.

El desarrollo de diferentes campañas de contacto por vías *on line* y *off line* ha fortalecido el conocimiento de hábitos de consumo de nuestros visitantes/expositores, lo cual se encuentra alineado con los objetivos y naturaleza del CRM.

5. PROYECCIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

En el 2011, Corferias fortaleció su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental, adelantando nuevas iniciativas en beneficio del mejoramiento del entorno, participando en proyectos conjuntos con el sector público para contribuir al mejoramiento del desarrollo económico, social, ambiental y cultural de la zona y proyectando el desarrollo de su infraestructura bajo parámetros de sostenibilidad que aporten a la revitalización urbana del sector.

Así mismo Corferias continuó contribuyendo a la generación de empleo y a una mayor dinámica económica en la zona, adelantó nuevos programas para el mejoramiento de la calidad de vida de sus colaboradores y continuó promoviendo y apoyando la gestión de las fundaciones y organizaciones que desarrollan una importante labor social.

5.1. ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

Con el objetivo de contribuir al mejoramiento del entorno, mitigar el impacto de la actividad ferial en el sector y fortalecer los vínculos de Corferias con la comunidad vecina, en el 2011 la corporación implementó una estrategia de mejoramiento del relacionamiento con la comunidad.

En el marco de dicha estrategia, Corferias está implementando acciones para contribuir a optimizar la movilidad, el aseo y la seguridad del sector, así como para reducir los niveles de contaminación auditiva. Así mismo Corferias inició un programa para brindarles beneficios a los vecinos y facilitar los procesos de comunicación en torno a los temas de mayor importancia para el desarrollo de la zona.

Para reducir la congestión vehicular durante las ferias masivas, Corferias creó unas Brigadas de Movilidad dedicadas a brindar orientación a los visitantes para facilitar el acceso a los parqueaderos del recinto ferial y desarrollar labores pedagógicas con peatones y conductores, para promover un comportamiento más cívico y evitar el parqueo indebido de vehículos en las zonas prohibidas.

De igual manera, para minimizar los trancones en el sector y facilitar la movilidad de los visitantes a las ferias, Corferias habilitó en uno de sus parqueaderos un espacio para que los asistentes a las ferias masivas puedan abordar los taxis, evitando las filas de taxistas que se ubicaban frente a la puerta principal.

Así mismo, Corferias fortaleció la gestión conjunta con la Secretaría de Movilidad y la Policía de Tránsito para realizar operativos de control de movilidad en la zona y ha venido desarrollando acciones orientadas a garantizar el cumplimiento de los Protocolos de cargue y descargue de mercancías en las ferias, para evitar el estacionamiento de camiones sobre las vías principales.

Para contribuir al mejoramiento del aseo en la zona, Corferias creó una Brigada de Aseo, exclusivamente dedicada a limpiar los desechos arrojados en la calle durante las ferias masivas. Teniendo en cuenta que Corferias es uno de los principales centros electorales del país y esto genera un alto flujo de visitantes durante las jornadas electorales y un alto impacto en el entorno, el pasado 30 de octubre Corferias realizó un operativo especial de aseo en el sector para limpiar las calles vecinas después de las elecciones.

La seguridad es uno de los temas de mayor importancia para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y tiene un gran impacto en los niveles de productividad y competitividad de la ciudad.

Debido a que la zona es escenario permanente de encuentro de autoridades regionales, nacionales e internacionales, sede de eventos de talla mundial, tiene un alto flujo de visitantes y expositores y en la zona está prevista la futura consolidación del Distrito de Ferias y Convenciones, en febrero de 2011 la Alcaldía Local de Teusaquillo realizó la declaratoria del sector como Zona Especial de Seguridad atendiendo una solicitud que al respecto promovió Corferias.

Este es un instrumento jurídico para que las autoridades cuenten con las herramientas necesarias para el mejoramiento de la seguridad del sector y para evitar la invasión del espacio público por parte de los vendedores ambulantes. Para garantizar la eficiencia de este instrumento, las autoridades locales deberán reubicar a los vendedores ambulantes que hacen parte del censo vigente en la zona y posteriormente desarrollarán las acciones necesarias para evitar futuras nuevas invasiones del espacio público.

Con el propósito de generar escenarios de diálogo entre las autoridades y la comunidad local y contribuir a realizar una labor pedagógica en beneficio de la seguridad de la zona, Corferias facilitó reuniones con la Policía Metropolitana para divulgar el nuevo modelo de seguridad de la Policía de “Plan Nacional de Vigilancia Comunitaria por Cuadrante” y para que las autoridades dieran respuestas a las inquietudes de seguridad planteadas por la comunidad vecina.

Por otra parte, para reducir los niveles de ruido generados por la actividad de eventos que se llevan a cabo en Corferias desde el 2010 la corporación suspendió la realización de todo tipo de eventos que pueden generar ruido en los pabellones 1, 3, 5, 6 y 8, que son los más cercanos a los edificios y casas de la comunidad vecina.

Para controlar el nivel de ruido de cada uno de los eventos, Corferias está realizando mediciones periódicas, con sonómetro, de acuerdo a los niveles autorizados en la Resolución 0627 del 7 de abril de 2006, del Ministerio de Medio Ambiente. Para el 2012, se ha previsto la instalación de nuevos paneles de insonorización que garantizarán una mayor mitigación de los niveles de ruido.

Para mejorar la comunicación con la comunidad vecina, en el 2011 Corferias creó el periódico enlaC, un medio de comunicación orientado a divulgar los temas de mayor importancia para el sector y destacar información de interés sobre los barrios vecinos.

El periódico tiene un tiraje de 3.000 ejemplares y circula cada dos meses en los barrios Centro Urbano Antonio Nariño (CUAN), El Recuerdo, Quinta Paredes, Centro Urbano, La Luisita, Acevedo Tejada y Gran América. Este medio de comunicación cuenta con secciones dedicadas a recuperar la memoria histórica y cultural de los barrios en los que circula, resaltar iniciativas importantes de los vecinos, publicar las opiniones de la comunidad y difundir las recomendaciones de las autoridades en temas de interés público como la seguridad de la zona.

De igual manera, Corferias creó el año pasado el programa C-Buen Vecino a través del cual otorga beneficios a los vecinos para facilitarles el ingreso gratuito a las ferias masivas los días lunes y facilita una oferta cultural gratuita a través de los ciclos de cine Corferias. Al finalizar el 2011, Corferias había otorgado credenciales del programa C-Buen Vecino a 1.520 personas y cerca de 600 vecinos asistieron al primer Ciclo de Cine, en el que se presentaron 6 películas.

Para fortalecer los vínculos con la comunidad vecina en la temporada de Navidad, Corferias ofreció un concierto gratuito de expresiones culturales y folclóricas iberoamericanas al que asistieron 650 vecinos y en el que se sortearon obsequios navideños para la comunidad vecina.

Finalmente, para brindar oportunidades de empleo a la comunidad vecina, Corferias creó el programa C-Emplea a través del cual la corporación convoca a los vecinos a participar en los procesos de selección de personal para los cargos disponibles en el recinto ferial.

5.2. DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Para contribuir a que el desarrollo del entorno se lleve a cabo bajo estándares de sostenibilidad que generen un impacto positivo a nivel ambiental, socio-cultural y económico, en el 2011 Corferias firmó un convenio con la Alcaldía Local de Teusaquillo, el Instituto Distrital de Turismo (IDT), la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB) y la Universidad Externado de Colombia para trabajar conjuntamente en un proyecto a través del cual se busca que la zona se certifique como Destino Turístico Sostenible de Negocios de Colombia.

El objetivo es certificarse en la norma técnica sectorial colombiana NTS-TS 001-1 del Icontec y el área que sería certificada abarca Corferias, el Centro Urbano Antonio Nariño (CUAN) -por ser patrimonio histórico y cultural de la ciudad-, la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá y el área comercial y hotelera ubicada sobre la Avenida La Esperanza.

Para el desarrollo del proyecto, la Universidad Externado de Colombia inició el año pasado un proceso de acompañamiento técnico a través de cuatro mesas de trabajo en las que los sectores público y privado y la comunidad acordaron los proyectos y acciones prioritarias que se desarrollarán para garantizar el cumplimiento de los requisitos de la norma.

A través de este proyecto, se inició un trabajo en temas de gran importancia para la zona, como el mejoramiento de la seguridad, el fortalecimiento de la calidad y sostenibilidad de la oferta turística del destino, el desarrollo de la capacidad empresarial local, la organización de vendedores ambulantes, la prevención de la mendicidad y comercio sexual en el sector, el manejo de la contaminación ambiental, visual y auditiva, y la implementación de planes de manejo de residuos sólidos, entre otras iniciativas.

Para lograr el cumplimiento de los requisitos de la norma no solo es necesaria la participación de las entidades vinculadas al proyecto, sino de cerca de 20 entidades públicas y privadas relacionadas con los temas de desarrollo turístico, seguridad y convivencia, ambiental y socio-cultural.

Durante el 2011, en el marco del convenio, se desarrolló un plan de capacitaciones para fortalecer a los establecimientos de comercio de la zona, el sector hotelero y turístico y la comunidad y los residentes del CUAN. A través del plan de capacitación se realizaron procesos de formación en temas como la gestión y uso eficiente de la energía y el agua, el uso responsable de productos químicos, el adecuado manejo de residuos sólidos, la promoción del uso de productos biodegradables, control en la disminución en la contaminación visual y auditiva y en general, la mejora del entorno físico de la zona, para lo cual se contó con el apoyo de entidades como el Comité Local de Emergencias, la EAAB, la Secretaría Distrital de Ambiente, el IDT, el Hospital de Chapinero, la Corporación Ambiental Empresarial CAEM, la Alcaldía Local de Teusaquillo entre otras.

Así mismo, se brindó asesoría a restaurantes, hoteles, al comercio en general y al CUAN para la formulación de los planes de emergencia, así como en temas de gran importancia para la zona como la prevención y erradicación de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes menores de 18 años (ESCNNA), la explotación laboral infantil, la drogadicción y el alcoholismo.

5.3. INFRAESTRUCTURA Y GESTIÓN SOSTENIBLE

Corferias está comprometida plenamente con el respeto al medio ambiente y la protección de los recursos naturales y para ello busca mitigar el impacto de las actividades feriales y los eventos que realiza en el recinto ferial.

Este compromiso con el respeto al medio ambiente está reflejado en la construcción del nuevo pabellón multifuncional inaugurado en junio de 2011, el cual incorpora elementos de sostenibilidad como grandes fachadas de cristal y lucarnas en las cubiertas que garantizan un mayor uso de luz natural, lo que reduce los consumos de energía; ventilación natural y reutilización de aguas lluvias mediante su recolección para aprovechamiento en unidades sanitarias y riego.

De igual manera, una demostración del compromiso de Corferias con la conservación y protección del medio ambiente estará plasmada en la futura construcción del Centro Internacional de Convenciones de Bogotá, pues se tiene previsto que la nueva infraestructura obtenga la certificación LEED-GOLD (Leadership in Energy & Environmental Design). Esta certificación se otorga a los edificios sostenibles, que cumplen con una serie de estándares en materia de eficiencia energética, uso de energías alternativas, la mejora de la calidad ambiental interior, la eficiencia del consumo de agua, el desarrollo sostenible de los espacios libres de la parcela y la selección de materiales, entre otros aspectos.

Para optimizar los procesos de selección de residuos, el año pasado Corferias realizó un convenio con la Fundación Koala para implementar, desarrollar y controlar un programa para el manejo responsable de los materiales y residuos sólidos aprovechables generados en las actividades administrativas y operativas propias de Corferias. A través del programa se busca reducir significativamente la cantidad de residuos no reciclables a disponer en el relleno sanitario y lograr un mayor aprovechamiento de los recursos reutilizables.

Mediante este convenio, Corferias también busca apoyar la labor social que la Fundación Koala realiza con las madres cabeza de familia, que son las principales personas que han sido contratadas por la Fundación para los procesos de clasificación y embalaje de los residuos. Para el desarrollo del programa, a finales del año pasado, la Fundación Koala dio inicio a un plan de capacitación y sensibilización con los colaboradores de Corferias para generar una cultura de reciclaje en la corporación y de igual manera empezó el proceso de entrenamiento para el equipo de aseo, limpieza y cafetería con el fin de que conformen el equipo de Multiplicadores o Líderes Ambientales de la corporación.

Así mismo, en el 2011, Corferias participó activamente en la jornada masiva de la Reciclación, que se llevó a cabo en el marco del Día Mundial del Reciclaje. La jornada que fue organizada por la Cámara de Comercio de Bogotá a través de su filial, la Corporación Ambiental Empresarial (CAEM), y la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP), tenía la meta de recolectar 25 toneladas de reciclaje que fueron donadas al Centro de Reciclaje La Alquería para

clasificarlos y distribuirlos, de tal manera que puedan ser reutilizados en procesos productivos.

Para la jornada, Corferias facilitó un espacio para la instalación de un punto de recolección de reciclaje en la localidad de Teusaquillo y el desarrollo de actividades lúdicas, promovió la participación de la comunidad y contribuyó con la recolección del material reciclado como resultados de la actividad ferial.

5.4. CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES

Teniendo en cuenta que uno de los pilares fundamentales de la política de Responsabilidad Social y Ambiental de Corferias es el compromiso de la corporación con el mejoramiento de la calidad de vida de sus colaboradores y familias y el desarrollo de iniciativas para brindarles mayores oportunidades de capacitación y desarrollo, en el 2011 Corferias implementó una política de crédito de vivienda y una política de crédito educativo.

La política de crédito de vivienda está dirigida al personal con contrato a término indefinido, con el fin de facilitarles el acceso a compra de vivienda, liberación de gravámenes hipotecarios, construcción y mejoras, con una tasa de interés preferencial DTF Trimestre Vencido más 3 puntos. Para ello, Se promovieron iniciativas para darles a conocer a los colaboradores los proyectos de las constructoras y de la caja de compensación.

Por otro lado, la política de crédito educativo fue implementada en junio de 2011, para colaboradores con contrato a término indefinido y fijo sin generación de interés.

En el marco del mejoramiento de la calidad de vida de los funcionarios, la corporación desarrolló jornadas de salud como procesos de vacunación contra el Virus del Papiloma Humano para mujeres, exámenes médicos generales, de seno y cardiovasculares en la semana de la salud.

De igual manera, en el marco del programa de Bienestar laboral se estructuraron los subprogramas de cultura y recreación y calidad de vida, desarrollando actividades innovadoras para los colaboradores, como el programa de las cinco S para promover orden y aseo en los puestos de trabajo, lo cual contribuyó a incrementar la productividad de los colaboradores.

5.5. APOYO A LABORES SOCIALES

Como parte de la labor que Corferias realiza en beneficio de la sociedad, durante el 2011 la corporación continuó brindando espacios feriales gratuitos para que las fundaciones que desarrollan una importante labor social, puedan utilizar la actividad ferial para divulgar la gestión que realizan y fortalecerse.

Es así como durante el 2011 se brindaron espacios gratuitos para la Fundación de Apoyo a las Mujeres con Enfermedades del Seno, la Fundación Red de Sanción Social Contra el Abuso Sexual Infantil, Hogares Juveniles Campesinos, Fundación Granitos de Paz, Fundación Total Connection, Fundación Doctora Clown, Fundación Ecológica Amazonia de Colombia y Fundación Ayudarte, entre otras.

A lo largo del año, Corferias continuó fortaleciendo su aporte a la Fundación Social por Bogotá, que desarrolla una labor de alto impacto social en beneficio de adulto mayor, niños y adolescentes en condiciones de vulnerabilidad en Soacha y Ciudad Bolívar. Esta Fundación recibe el apoyo de la corporación para la gestión de los comedores comunitarios y hogares infantiles que tiene en Caracolí y Quiba en Ciudad Bolívar, y Loma Linda y Casa Loma en Soacha.

6. DINÁMICA ORGANIZACIONAL

6.1. ESTRUCTURA INTERNA Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Con el propósito de consolidar una cultura organizacional de innovación, servicio, calidad, visión global y responsabilidad, soportada en el equipo humano y un sistema integral de gestión, Corferias ha venido fortaleciendo los procesos de formación de sus colaboradores para mejorar sus competencias, ha hecho más eficientes los procesos de selección de personal y ha trabajado programas en beneficio de la calidad de vida.

Para contribuir al mejoramiento de la formación de los funcionarios, en el 2011 Corferias realizó jornadas de capacitación a través de las cuales ha brindado beneficios de formación en diversos temas como: Modelo de gestión comercial, servicio al Cliente, inglés y fortalecimiento de las competencias de liderazgo entre otros.

Durante el 2011, para el desarrollo de competencias organizacionales, los procesos de formación se concentraron en la competencia de interés por el cliente mediante el programa Servirte en el que participaron 200 colaboradores y en el que además se involucraron las áreas críticas de servicio para la construcción de interacciones exitosas en pro de la satisfacción de los clientes.

De igual manera, se consolidó el programa de desarrollo de competencias de liderazgo Liderarte, beneficiando a directivos, jefes y coordinadores con el fin de fortalecer sus habilidades de retroalimentación, acompañamiento y direccionamiento a sus equipos de trabajo. Se realizaron sesiones grupales y se brindó *coaching* individual para los integrantes del programa, obteniendo resultados muy positivos que permiten mejorar la medición del desempeño de los colaboradores de cada área desde el nivel profesional y desarrollando procesos de retroalimentación que contribuyen al permanente mejoramiento de los equipos de trabajo.

Así mismo, se desarrolló el programa de Gestión Comercial, a través del cual se trabajaron temáticas como la creación y definición del modelo de ventas de Corferias y Coaching Comercial, en el que participaron jefes, directores y subdirectores del área de comercial y de mercadeo, coordinadores comerciales y analistas de compradores nacionales. De esta manera, se logró la definición y el posicionamiento del modelo de gestión comercial de la corporación que dio inicio a la profesionalización de la fuerza de ventas.

Con el objetivo de tener una mayor efectividad y eficacia en los procesos de selección de personal, en el 2011 se logró consolidar la participación activa en los procesos de selección y evaluación por competencias de los jefes solicitantes, lo cual facilita un proceso integral, permite que la toma de decisiones frente a la selección del personal sea objetiva y orientada a satisfacer las necesidades del área y del jefe que requiere el apoyo del nuevo colaborador, disminuyendo así el índice de rotación del personal a 3.67%, lo cual fue un resultado muy positivo, pues la meta era no superar el 5%.

Además se incluyeron nuevas dinámicas de evaluación de competencias organizacionales y técnicas por medio de pruebas estandarizadas y de conocimientos que brindan información correlacionada con la necesidad de cada cargo.

6.2. CONSOLIDACIÓN ZONA FRANCA PERMANENTE ESPECIAL

En el 2008 Corferias fue declarada como Zona Franca Permanente Especial, brindando mayores facilidades y beneficios tanto para expositores como para visitantes.

La declaratoria de Zona Franca implicaba para Corferias el cumplimiento dentro de los 3 años siguientes a la declaratoria de una serie de compromisos tanto a nivel de inversión en la ejecución del Plan Maestro de Desarrollo del recinto ferial, como en materia de generación de empleo.

Desde el punto de vista de inversión suponía para la entidad la necesidad de acreditar la ejecución de 150.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes . A 31 de diciembre de 2011 y luego de una prórroga en el plazo concedida por la Dian hasta el 8 de julio de 2012 para acreditar el cumplimiento de estos requisitos, nos encontramos con una ejecución en materia de inversión certificada de 109.67%.

Por otra parte, a lo largo de 2011, se consolidaron todos los procesos reglamentados por la DIAN y se pusieron en práctica de manera inmediata por parte del Usuario Industrial y los Expositores; se consolidó el sistema informático COMEX, como herramienta avalada por la DIAN en el control de ingreso y salida de mercancías del recinto Ferial.

Durante el 2011, se adelantó la tercera Auditoría Externa por la Firma Kleber Engel & Asociados que implicó una revisión tributaria, aduanera y cambiaria de las operaciones de ingreso y salida de mercancías tanto de los expositores como del Usuario Industrial en el periodo comprendido entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre de 2010, encontrándose plena conformidad en materia de cumplimiento en todas sus operaciones de conformidad con lo establecido en el artículo 393-17 del Decreto 2685 de 1999.

Por otra parte, a partir del año pasado, Corferias obtuvo el beneficio de exención al Impuesto al Patrimonio. Esto fue posible gracias a una gestión que adelantó Corferias en el 2009 ante el el Congreso de la República, para lograr que los Centros de Eventos y Convenciones en los cuales participen mayoritariamente las Cámaras de Comercio del país quedaran exentos del Impuesto al Patrimonio.

6.3. GESTIÓN INTEGRAL DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

En el año 2011 se logró un fortalecimiento en la gestión del área de Comunicaciones y Publicidad de Corferias, lo que se vio reflejado en un mayor posicionamiento de la actividad ferial y una mayor divulgación de las actividades propias de la corporación a través de los medios de comunicación.

A lo largo del año, se estructuró una nueva dinámica de planeación frente a la gestión del área, para optimizar las relaciones y negociaciones con los medios de comunicación y las agencias de publicidad. Se desarrolló una estrategia integrada de contenido editorial, pauta publicitaria y gestión de *free press*, que permitió construir una comunicación más sólida, lo que facilitó que todos los frentes tuvieran un mensaje unificado hacia los diferentes públicos objetivos, garantizando una mayor efectividad.

Durante el 2011, se integró el enfoque cualitativo y cuantitativo de la labor del área y las agencias a cargo. Igualmente, se optimizó la negociación de canjes filtrando la calidad de los medios y perfilándolos conforme a las necesidades y objetivos de las ferias. Se generaron alianzas estratégicas con medios tradicionales para hacer más eficiente e integral la comunicación de los eventos, bajo el lenguaje y la orientación editorial del medio, lo que permite contar con una mayor credibilidad en el proceso de convocatoria al visitante.

A nivel específico de *free press* se logró encaminar la gestión no sólo a mantener o incrementar el número de apariciones en prensa sino a garantizar la calidad y posicionamiento positivo de las mismas. En medios de comunicación nacionales, se pasó de 5.588 publicaciones en el 2010 a 6.975, en el 2011, y en prensa internacional se incrementó de 545 notas a 632.

Desde la perspectiva de la valoración de la gestión de *free press*, el impacto de las notas con incidencia positiva en los temas feriales durante el 2011 está calculado

en \$29.020'207.216 y en los temas corporativos estuvo valorizado en \$1.773'793.727

Para mejorar la estructuración de los planes de medios e inversión publicitaria, se migró a Universal Mccan, una nueva central de medios, que le permitió a Corferias explorar e incorporar nuevas herramientas para análisis del consumidor, medición de penetración y afinidad, entre otras variables y métricas indispensables en la estructuración de planes de medios e inversión publicitaria.

Desde el punto de vista del uso de las redes sociales, durante el 2011 se evaluaron los distintos escenarios y se estructuró la implementación estratégica de las redes y comunidades sociales para la Corporación, identificando el rol, el perfil, el lenguaje y las necesidades de los usuarios de Corferias, lo cual permitió tomar la decisión de crear una fan page institucional con la opción de recibir mayor número de usuarios.

Este canal ha permitido además, anticipar la gestión de prensa y publicidad de las campañas y el objetivo es lograr mantener y consolidar la relación y “conexión” con los visitantes y atraer el interés de quienes están por descubrir los eventos feriales. Se logró en tan solo seis meses llegar a un total de 9.072 usuarios.

Así mismo, se dio inicio a la medición de variables del perfil de usuario fan page, impresiones, clics, portales relacionados, páginas vistas, visitantes pestaña, visitantes exclusivos, para evaluar impacto de las estrategias diseñadas para desarrollar en cada una de las Ferias. Esta estrategia se consolidará durante el 2012, asignando un rol igualmente destacado para Twitter y/o LinkedIn

Por otra parte, en coordinación con las áreas de Recursos Humanos y de Calidad y Procesos, el área de Comunicaciones y Publicidad continuó dando apoyo a los programas, eventos, e iniciativas, orientadas a la socialización de procesos que apuntaron al cumplimiento de la planeación estratégica, la satisfacción, el bienestar y el desarrollo de los funcionarios de Corferias. Fue así como se desarrollaron estrategias de comunicación interna para los procesos de convocatoria y difusión de los programas Liderarte, Servirte, Esama (programa integral de desarrollo comercial) y ViSa (Vida Saludable), lo que se convierte en un importante punto de partida para la consolidación de un plan de comunicación interna integral para el año 2012.

7. DIMENSIÓN FINANCIERA

Durante el 2011 la economía colombiana presentó un crecimiento importante, superando ampliamente las expectativas del mercado. Esto se dio como consecuencia del dinamismo de la demanda doméstica privada, una mayor disponibilidad de crédito y mayores ingresos nacionales por cuenta de los precios de las materias primas en los mercados internacionales, particularmente en el sector minero-energético, así como por el liderazgo de sectores tales como

transporte, almacenamiento y comunicaciones, comercio y financiero y los flujos de inversión extranjera directa que aportaron al buen desempeño de la actividad productiva.

Por otra parte, cada vez cobra mayor relevancia en la economía colombiana el sector turístico y empresarial. De acuerdo con las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (1) en el año 2011 se alcanzó un crecimiento del flujo de viajeros extranjeros a Colombia, que llegó a cerca de 3 millones de personas.

De igual manera, la importancia de este sector se ve reflejada en el interés que han manifestado los inversionistas en participar en proyectos de fortalecimiento del sector turístico y hotelero en ciudades como Bogotá, Cartagena y Medellín, destinos con mayores proyectos hoteleros durante el 2011 y 2012.

Se hace evidente el dinamismo del sector y la importancia de la alianza público privada para el desarrollo de productos y servicios, así como para la promoción de la inversión en infraestructura especializada en turismo naturaleza, turismo salud y bienestar, y turismo corporativo, de eventos y espectáculos.

Por otro lado, se destaca el crecimiento de la confianza en el país pues a pesar de la incertidumbre a nivel mundial, la economía colombiana ha continuado en un camino acelerado de expansión (PIB III trimestre 2011 7,7%).

La inflación se ubicó dentro de la meta establecida por el Banco de la República (2% - 4%), a pesar del comportamiento alcista de los precios de los alimentos, tras la ola invernal que afectó al país. Es así como la inflación para el mes de diciembre se ubicó en 0.42%, lo que dejó el dato anual en 3.73%. Lo anterior, llevó al Banco de la República cambiar su postura hacía una política monetaria menos expansiva, incrementando gradualmente desde febrero de 2011 las tasas de interés hasta 4,75%.

En materia fiscal, la economía colombiana contó con la reforma tributaria implementada por el gobierno nacional a finales del 2010, incrementando la base de los impuestos al patrimonio y a las transacciones financieras (4x1000), al mismo tiempo que eliminó la deducción impositiva por la adquisición de activos fijos. Como se mencionó anteriormente Corferias no quedo cobijado con esta nueva regulación del impuesto al patrimonio.

Por último, la tasa de cambio presentó la trayectoria esperada por los analistas a lo largo de 2011, presentando una reducción gradual en la primera mitad del año causados por amplios flujos de inversión extranjera directa y una nueva recuperación de su posición hasta cerrar el año en \$1.942,70, como resultado de la crisis de los países de la comunidad europea, reducción de la calificación de Estados Unidos y la confianza en las inversiones en los países emergentes.

Como consecuencia de lo anterior, Corferias se vio beneficiado de aquellos sectores de mayor crecimiento en la economía y su clara orientación a desarrollar actividades especializadas en las apuestas productivas y de competitividad del país, fortaleciendo la mayor ejecución de ingresos en función del calendario de ferias y eventos programados y por la prestación de los servicios complementarios, logrando cerrar el año de acuerdo con las metas establecidas por la organización.

7.1. PLAN DE INVERSIONES

Corferias considerando su nuevo Plan Estratégico, estructuró el marco financiero que permitirá cumplir los proyectos de ampliación, modernización y estructuración de nuevos negocios dentro de su nueva visión.

El análisis financiero consideró el crecimiento esperado del negocio, la estructura adecuada de capital en términos de uso de recursos propios y endeudamiento y las inversiones a desarrollar atendiendo las prioridades del negocio.

El desarrollo del plan estratégico estima una inversión aproximada de \$118 mil millones a lo largo de los próximos 5 años. Gradualmente durante ese quinquenio se accederá a créditos por valor de aproximadamente \$80 mil millones, cuyo mayor saldo de endeudamiento estará cercano a los \$40 mil millones.

Estos supuestos caracterizan un marco indicativo general del plan de inversiones propuesto y representa el consenso de la Junta Directiva en términos de expectativas de crecimiento, niveles de endeudamiento, política de distribución de utilidades, órdenes de magnitud y momento de las inversiones.

7.2. CONSIDERACIONES GENERALES AL BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2011

Disponible e inversiones temporales

Las inversiones temporales, se redujeron en un 84,6% respecto al año anterior, como consecuencia de la destinación de los recursos a las inversiones relacionadas con el cumplimiento al plan de inversión de Zona Franca de acuerdo a los compromisos adquiridos.

Cartera

La cartera de clientes presentó un incremento del 108%, como resultado de la dinámica de las ferias y eventos realizados hacia el segundo semestre con entidades estatales, que tienen como garantía la disponibilidad presupuestal, pero que requiere un mayor trámite y tiempo para el desembolso.

Además, los ingresos por cobrar constituidos en su mayor parte por intereses, disminuyeron en 83% como resultado de la reducción del portafolio de inversiones temporales así como de la baja tasas de interés que predominaron en los mercados financieros a lo largo del año.

Particularmente en deudores se refleja un incremento de \$10.805 millones correspondientes al 50% de la adquisición del predio de CEMEX ubicado avenida las Américas. Esta adquisición hace parte del proyecto del plan maestro Corferias 2020. Este valor se refleja en deudores porque al cierre del 2011 la operación de adquisición se encontraba en promesa de compraventa, cuyo valor hacia parte del anticipo acordado en dicho contrato.

Activo Fijo

Los activos fijos se incrementaron en un 26% respecto al año anterior; debido a los avances en las construcciones en curso en los proyectos asociados al plan de inversión Zona Franca, así como la compra de maquinaria y equipo de oficina.

Obligaciones Financieras y Endeudamiento

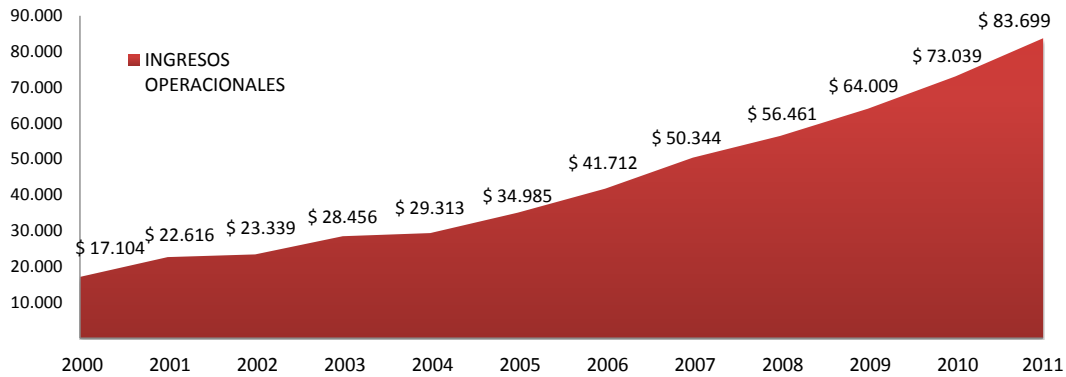
A finales del 2011 la Corporación adquirió endeudamiento por \$12.000 millones a 5 años con tasa indexadas a la DTF, para la financiación de plan de inversiones incorporado dentro de la planeación estratégica de la Corporación. La obligación financiera representa el 2,76% del total de los activos.

El endeudamiento global de la compañía representó el 7,10% de sus activos, constituido principalmente por las obligaciones financieras, cuentas por pagar de corto plazo a los proveedores, provisión para pensiones de jubilación y depósitos recibidos para ferias del 2012.

7.3. CONSIDERACIONES GENERALES AL ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales crecieron en un 14,56% con respecto al año anterior, llegando así a un total de \$83.699 millones. Este resultado representa un incremento del 66% frente al año 2007, permitiendo cerrar un ciclo de planeación estratégica, en donde las tácticas comerciales, las acciones de innovación del portafolio de ferias y eventos y la unificación de servicios jugaron un papel preponderante para alcanzar estos resultados.



Los ingresos feriales continúan aumentando su representatividad dentro de los ingresos operacionales de la Corporación al pasar de 82% en el 2010 a 85% en el 2011%. Es así como, los ingresos feriales fueron de \$71.318 millones representando con respecto al año anterior un incremento de 18.58%. Este resultado se logró gracias al fortalecimiento de la estrategia de gestión de ferias y patrocinios.

La actividad no ferial generó un 15% (\$12.381 millones) de los ingresos operacionales dentro de los que se destaca los ingresos por servicios de parqueaderos, arrendamientos y plazaleta de comidas.

Por su parte los ingresos por eventos fueron de \$8.035 millones, permitiendo obtener un cumplimiento del 102% del presupuesto como resultado de la participación de eventos corporativos que encuentran en nuestra nueva infraestructura el espacio y la calidad para realizar sus eventos.

Finalmente, el total de margen bruto con base en los buenos resultados a nivel de ingresos y a un control eficiente de gastos fue de \$48.371 millones, permitió incrementar el margen por encima en 11,7% con relación al año anterior.

Administración

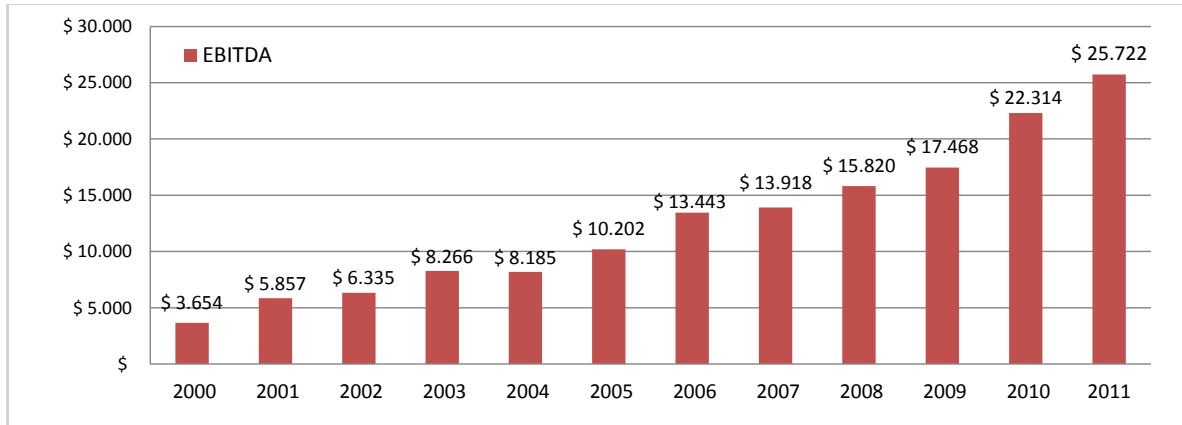
Los gastos de administración sin tener en cuenta las depreciaciones y amortizaciones presentaron un aumento frente al año anterior del 7,96% causado particularmente por los impuestos generados por la mayor facturación en feria y eventos y el incremento de actividades en los pabellones 10 – 23 que requirieron mayores montajes y salidas de almacén.

EBITDA

Durante el 2011, el EBITDA registró un crecimiento de 15,27% frente al 2010, equivalente a \$3.408 millones. Vale la pena destacar que la evolución durante los últimos cinco años ha sido muy positiva al pasar de \$13.918 millones en el 2007 a \$25.722 millones en el 2011. Este incremento ha sido posible gracias a la

ampliación y fortalecimiento del calendario ferial, así como a la dinámica de innovación que ha incorporado nuevos productos en la actividad ferial.

De la misma forma, se ha mantenido una continua revisión y control de los gastos de las ferias y eventos, así como de los costos administrativos de la corporación.



Ingresos y Gastos No Operacionales

Los ingresos no operacionales fueron de \$2.981 millones y estuvieron en un nivel de cumplimiento del 149% del presupuesto a pesar de la reducción del portafolio de inversiones.

Los gastos no operacionales estuvieron relacionados con la causación de los intereses de la obligación financiera adquirida, el apoyo que desde Corferias se le da al Bureau de Convenciones de Bogotá y a los resultados del ejercicio de la participación en Perú.

Con lo anterior, el margen no operacional logró un cumplimiento presupuestal de 131,8%.

Utilidad Neta

En conclusión, la Utilidad Neta cerró en \$17.697 millones superando el resultado del 2010 en un 12,28%. Esta utilidad se constituye en el mayor valor histórico de la Corporación.

8. SITUACIÓN JURÍDICA

8.1. Procesos Judiciales:

En los procesos que se enumeran a continuación, Corferias está siendo representada por abogados externos de las más altas calidades, especializados en los temas jurídicos de que tratan cada uno de los pleitos. Así mismo, en los casos de

responsabilidad civil, Corferias ha llamado en garantía a las compañías aseguradoras con quienes se tenían las pólizas correspondientes.

- **Diego Eugenio Gallo vs. Corferias:** proceso ordinario de responsabilidad civil extracontractual por la muerte de una yegua de propiedad del demandante en las instalaciones de Corferias durante Agroexpo 2007. El proceso fue fallado en primera instancia determinando que Corferias no es responsable de los hechos indilgados. El demandante presentó recurso de apelación y actualmente el proceso está siendo estudiado en segunda instancia.
- **Martha Isabel Abril vs. Corferias:** proceso ordinario de responsabilidad civil extracontractual por la muerte de un estudiante en la Feria Internacional del Libro en 2004. El proceso se encuentra en etapa probatoria.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Feria del Libro clase 35):** Corferias presentó acción de nulidad ante el Consejo de Estado del acto administrativo emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante el cual le negó a Corferias el registro de la marca Feria Internacional del Libro en clase 35. Pendiente iniciación etapa probatoria.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Agroexpo clase 35):** Corferias presentó acción de nulidad simple ante el Consejo de Estado con el fin que se anule el otorgamiento del registro de la marca Expoagro clase 35 a la sociedad Corporación Colombiana Internacional. Pendiente iniciación etapa probatoria.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Meditech clase 35):** Corferias presentó acción de Nulidad y Restablecimiento del Derecho ante el Consejo de Estado, con el fin que se conceda a la Corporación el registro de la marca Meditech en clase 35. Pendiente iniciación etapa probatoria.
- **Corferias vs. Superintendencia de Industria y Comercio (Meditec clase 35):** Corferias presentó acción de Nulidad y Restablecimiento del Derecho ante el Consejo de Estado, con el fin que se conceda a la Corporación el registro de la marca Meditec en clase 35. Pendiente iniciación etapa probatoria.
- **Corferias vs. Conferias:** se solicitaron medidas cautelares contra Conferias, empresa radicada en Barranquilla que se dedica a la realización de eventos, porque la utilización de dicho nombre está creando confusión en el público por su parecido con nuestro nombre. Se decretaron las medidas cautelares a favor de Corferias, ordenando a Conferias suspender el uso de la marca.
- **Corferias vs. Secretaría de Hacienda:** Corferias interpuso acción de nulidad y restablecimiento del derecho contra los actos administrativos de la Secretaría de Hacienda Distrital que impusieron sanciones a Corferias por el supuesto no pago

del impuesto de espectáculos públicos en las ferias correspondientes a los períodos 2005 a 2009. Pendiente iniciación etapa probatoria.

8.2. DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

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

8.3. COMITE DE AUDITORÍA Y SIPLA

Durante la pasada vigencia el Comité de Auditoría de la Junta Directiva sesionó de acuerdo con lo establecido en la Ley 964 de 2005, ejerciendo sus funciones como órgano supervisor del cumplimiento del programa de auditoría y velando porque la información financiera de la Corporación se ajuste a lo dispuesto en la ley. En cumplimiento de la norma antes mencionada dio su visto bueno a los Estados Financieros que hoy presentamos ante Ustedes.

Con relación al Sistema para la Prevención del Lavado de Activos, el Comité de Auditoría y la Junta Directiva evaluó el funcionamiento del SIPLA y el cumplimiento del plan aprobado para la adecuada prevención y control del lavado de activos.

Es satisfactorio comunicarles que de acuerdo con el informe de la Oficial de Cumplimiento de la Corporación durante el año 2011 no se detectó ninguna operación inusual, ni sospechosa en las transacciones realizadas por los accionistas de la Entidad, las cuales fueron controladas por el Depósito Centralizado de Valores de Colombia Deceval S.A.

8.4. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUES DEL EJERCICIO

Entre el 31 de diciembre de 2011 y la fecha de presentación de este informe a la Junta Directiva no se han presentado acontecimientos importantes que valga la pena resaltar.

8.5. OPERACIONES CON SOCIOS Y ADMINISTRADORES

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

8.6. PAGO DE UTILIDADES

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

9. NUEVO CICLO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 2012-2016

Luego de 5 años del ciclo de Planeación Estratégica 2006-2011 en los que Corferias obtuvo excelentes resultados en los ejes de Modernización, Internacionalización, Innovación, Servicio y Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental, el año pasado la corporación actualizó su plan estratégico, con el objetivo de responder a los nuevos desafíos y acceder a las oportunidades que surgen ante las nuevas tendencias globales de la industria.

Para realizar la actualización de la Planeación Estratégica, se analizaron las tendencias globales de la actividad de eventos y convenciones, se identificaron las nuevas oportunidades de desarrollo inmobiliario en el Distrito de Ferias, Eventos, Congresos y Convenciones y se analizaron las proyecciones de la Industria Ferial al 2020.

Así mismo, se tuvieron en cuenta elementos coyunturales del entorno tales como los acuerdos comerciales (en especial el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos) y su cronograma de implementación, el esfuerzo del Gobierno por estrechar las relaciones comerciales con Asia Pacífico, la dinámica de atracción de inversión extranjera, el desarrollo del sector de hospitalidad y turismo del país y las proyecciones de coyuntura económica.

Finalmente se incorporaron los conceptos base del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Bogotá con el fin de garantizar una total alineación con sus políticas, buscando mayor foco, convergencia e impacto.

Todos estos elementos fueron analizados por la Administración y la Junta Directiva de la corporación y permitieron realizar el proceso de actualización de la Planeación y conducir al “Plan Estratégico 2012 – 2016: Hacia un liderazgo integral en la industria de Ferias y Eventos”.

9.1. VISION

CORFERIAS en el 2016 será reconocido como el principal operador integral de la industria de ferias, eventos y convenciones en Colombia, con presencia en la región de la Alianza del Pacífico Latinoamericano.

9.2. NUEVAS UNIDADES DE NEGOCIO

En el marco de esta nueva Visión, se identificaron tres unidades de negocio con los correspondientes ejes transversales que las soportan.

Unidades de Negocio y Ejes transversales



- **Operación Profesional de Ferias:** Como Operador Profesional de Ferias en Colombia y los países de interés del Arco del Pacífico Latinoamericano, a través de este frente Corferias diseña, asesora y ejecuta conceptos innovadores, que partiendo de un profundo conocimiento del mercado y una disciplina de intimidad con los clientes, permiten satisfacer las necesidades de contactos de negocios e interacción, acceso al conocimiento y la innovación y mercadeo y comunicación.
- **Gestión de Espacios e Infraestructura:** Corferias promueve, desarrolla y administra espacios e infraestructura propia, concesiones o delegaciones para la realización de ferias, eventos y convenciones en Colombia y los países de interés del Arco del Pacífico Latinoamericano, buscando consolidar plataformas funcionales y destinos atractivos, efectivos, sostenibles y de clase mundial para la generación de contactos, la promoción de los negocios y el desarrollo de turismo corporativo y de negocios.

- **Realización de Eventos y Prestación de Servicios:** Corferias ofrece un portafolio de servicios integrado para el desarrollo de eventos y convenciones, desde su concepción hasta su realización. Propone y ejecuta ideas novedosas de acuerdo con las necesidades del cliente. La plataforma de servicios básicos y de valor agregado representa una solución de excelencia y última tecnología para la realización de cualquier tipo de eventos, garantizando que éstos sean una experiencia única e innovadora.

Estas tres nuevas unidades de negocio se apoyan en el equipo de trabajo de Corferias que pone al servicio de nuestros clientes y grupos de interés su amplia experiencia, visión global, capacidad de innovación y compromiso con la sostenibilidad, una red público-privada de aliados y una plataforma integrada de información y comunicación, que basada en tecnología de punta, soporta la gestión del conocimiento, la construcción de sólidas relaciones y la generación de sinergias de alto valor.

9.3.MAPA ESTRATÉGICO

