

Informe Final Práctica Empresarial

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

Informe Final Práctica Empresarial

Informe Final Práctica Empresarial CENFER S.A.

Saly Laritza Peña Jaimes

**Trabajo de grado como requisito para optar el título profesional en Negocios
Internacionales**

Tutora

Dra. Wanda Ximena Ortiz

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2015

Informe Final Práctica Empresarial

Agradecimientos

A Dios, por darme la vida, las bendiciones y capacidades hasta el día de hoy.

A mi querido Padre, quien sin escatimar esfuerzo alguno sacrifico gran parte de su vida para educarme, que es para mi la mayor de las herencias.

A mi querida tia Rosa, por que gracias a sus esfuerzos hoy en día soy la mujer que alguna vez quisieron.

A mi familia, por su apoyo moral en toda esta etapa de mi vida.

A mi querido novio Jhon, por su cariño y apoyo con el cual he logrado culminar mi esfuerzo.

A la universidad Santo Tomas de Bucaramanga por formarme con valores y principios eticos para mi vida.

Informe Final Práctica Empresarial

Tabla de Contenido

Introducción.....	10
Justificación	11
1. Objetivos de la práctica	12
1.1 Objetivo General.....	12
1.2 Objetivos Específicos	12
2. Perfil de la empresa	13
2.1 Razón Social.....	13
2.2 Datos y Ubicación de la empresa	13
2.8 Objeto Social de la Empresa.....	14
2.9 Misión.....	14
2.10 Visión	14
2.11 Organigrama	15
2.12 Reseña Histórica.....	15
2.13 Portafolio de productos y servicios	16
2.13.1 Asoinducals	18
2.13.2. Expo Pesados.....	19
2.13.3 Agroferia.....	19
2.13.4 Primer Encuentro de Logística y Gestión de Activos.....	20
2.13.5 Santander Responsable y Sostenible	21
2.13.6 Campeonato Nacional de Sonido sobre Ruedas y 3er. Salón de Motos.....	21
2.13.7 MotorShow	22
2.13.8 Feria Ganadera.....	23
2.13.9 Feria del Hogar	24
2.13.10 Áreas de Exhibición Pabellón Múltiple:.....	24
2.13.11 Pabellon de Exposiciones:	25
2.13.12 Patio de Honor:	25
2.13.13 Plaza de Banderas:.....	25

Informe Final Práctica Empresarial

2.13.15 Auditorio Hernando Puyana:	25
2.13.16 Servicios Adicionales:	25
2.13.17 Parqueadero:	26
3. Cargo y Funciones	26
3.1 Cargo Asignado	26
3.2 Funciones Asignadas	26
3.3 Investigación de mercados “Nuevos formatos feriales para la unidad F2”	27
3.4 Planeación y dirección de los eventos correspondientes a segundo semestre del año 2014.....	27
3.5 Coordinar la solución de las necesidades que surjan en los eventos correspondientes a la unidad.	30
3.6 Realizar informes pre y post-feria de cada evento de la unidad.	30
3.7 Asistir a reuniones y mesas de trabajo, con entidades involucradas en la organización de diferentes ferias de la unidad.	31
3.8 Colaborar con los trámites de la legislación y papeleos de los contratos que se manejan en la unidad.	31
3.9 Participar de manera activa en el área de mercadeo.	31
3.10 Acompañar y colaborar de manera activa en los eventos de las otras unidades, como fomento del trabajo en equipo, y sentido de pertenencia.	32
4. Marco Conceptual.....	33
5. Aportes	38
5.1 Aportes del Practicante a la Empresa	38
5.2 Aportes de la Empresa al Practicante	38
6. Conclusiones.....	39

Informe Final Práctica Empresarial

Lista de figuras

Figura 1. Logo Cenfer S.A.....	13
Figura 2. Organigrama.....	15
Figura 3. Logo Asoinducals.....	18
Figura 4. Logo Expopesados.....	19
Figura 5. Logo Agroferia 2015.....	19
Figura 6. Logo Primer encuentro de logística y gestión de activos.....	20
Figura 7. Logo Santander Responsable y Sostenible.....	21
Figura 8. Campeonato nacional de sonido sobre ruedas y 3er salón de motos.....	21
Figura 9. Logo Feria Motorshow.....	22
Figura 10. Logo 65ª Feria Ganadera.....	23
Figura 11. Logo 13ª Feria del Hogar.....	24
Figura 12. Fotografía 1. Feria del Hogar.....	25

Informe Final Práctica Empresarial

Lista de apendices

Apéndice A. Base de Datos de Cenfer Sugar.....	27
Apéndice B. Formato Sectorización de las Empresas.....	29
Apéndice C. Formato Unificación Base de Datos.....	29
Apéndice D. Formato Construcción Final Base de Datos.....	29
Apéndice E. Formato Taxonomía Final Cuantificación del Mercado.....	29

Informe Final Práctica Empresarial

Glosario

UEN (Unidad Estratégicas de Negocios): Unidad encargada de realizar actividades especializadas, encaminadas a un mercado objetivo específico con intereses particulares y comunes.

Stands: El concepto de stand se refiere a un sitio diseñado y fabricado especialmente para la exposición de productos de cualquier clase, definido por la imagen corporativa del cliente, adicionalmente se colocan paneles, módulos y /o muebles de tamaño adecuado para exponer los elementos escogidos por el cliente.

Sponsors: El patrocinio es el convenio entre una empresa u organización, denominada patrocinador, y otra organización, denominada patrocinado, a fin de que éste presente la marca o el producto que desea promover la empresa patrocinadora. El patrocinador suele buscar un mayor conocimiento de su marca o producto o bien un posicionamiento concreto de los mismos. Por su parte, el patrocinado recibe de la firma patrocinadora una contraprestación, normalmente monetaria o económica, si bien también puede ser una contraprestación en especie.

Taxonomía: La palabra taxonomía es una palabra que proviene del griego y que se utiliza para denominar a aquel proceso de clasificación y ordenamiento que sirve para organizar diferentes tipos de conocimiento. Así, la taxonomía es lo que utilizan diversas ciencias y ramas científicas para clasificar su conocimiento específico de modo de que el mismo se mantenga ordenado y claro para ser utilizado o analizado.

Guía de Pabellón: Persona encargada de coordinar, dirigir y asistir el buen funcionamiento de la actividad que tiene a su cargo, dentro del pabellón que se le ha asignado. Tiene la responsabilidad de darle la asistencia necesaria a expositores y visitantes cuando estos así lo requieran, para darle normal trámite al evento que se está realizando.

Informe Final Práctica Empresarial

Paneles: Cada una de las piezas o separaciones en las cuales se divide una superficie determinada.

Gremio: Conjunto de personas que tiene un mismo ejercicio, profesión o estado social, así mismo se concentran para traspasar conocimientos, desarrollar mejoras laborales y demás.

Mobiliario: Se entiende normalmente por mobiliario todo aquel elemento o ítem que sirva para decorar los ambientes de un stand, oficina y otro tipo de locales y que tenga la posibilidad de ser movido de lugar.

Depurar: La depuración consiste en eliminar archivos ya no son necesarios con la finalidad de despejar una base de datos, y de editar los archivos que no use pero que podrían serle útiles después. Consiste en librar espacio en el disco duro, que con frecuencia es un proceso que involucra paciencia y organización.

Clústers: Conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la Administración, pueden mejorar su competitividad.

Operador Logístico: Un operador logístico es la persona que coordina todas las actividades de dirección del flujo de los materiales y productos que necesite una empresa, desde la fuente de suministro de los materiales hasta su utilización por el consumidor final.

Informe Final Práctica Empresarial

Resumen

La práctica empresarial realizada en Cenfer S.A, apporto gran conocimiento en diferentes aspectos tanto administrativos como operativos que se manejan en la empresa en este caso en la unidad F2 (ferias y formatos competitivos.)

En el desarrollo de la práctica se probaron los conocimientos adquiridos durante la carrera y la capacidad que se tiene para asumir las funciones, se comprobó la forma de trabajo y de reacción frente a cada uno de los procesos alineados en conjunto con un objetivo en común.

Al finalizar la práctica empresarial se obtuvo un resultado positivo al haber cumplido con las expectativas de la empresa, de la universidad y del practicante alcanzando nuevos retos y conocimientos.

Informe Final Práctica Empresarial

Introducción

La práctica empresarial es una de las opciones de grado de la universidad Santo Tomas, en la cual permite estar en contacto físico con el mundo empresarial actual, donde se desarrollan actividades y situaciones conexas a los negocios internacionales.

Allí se proyecta la relación entre universidad empresa, validando los conocimientos y desempeños con la realidad empresarial, donde se inclina por la calidad y excelencia en los procesos en los cuales se participa.

En este caso se da la oportunidad de realizar la práctica en la empresa Cenfer S.A, donde nos permiten realizar y participar en las diferentes ferias cuya labor es muy importante ya que estas contribuyen al desarrollo económico del departamento y la región.

Informe Final Práctica Empresarial

Justificación

La práctica empresarial es una oportunidad propicia en la que me desempeñe como profesional de negocios, aplicando los diferentes conocimientos y aptitudes.

Aprovechando las oportunidades de práctica que nos brinda la universidad Santo Tomas para poder poner a disposición de la empresa nuestro talento como estudiante formada Tomasina y realizar en conjunto las labores administrativas y logísticas de la empresa en este caso las actividades que me correspondieron como practicante F2 (Ferias y formatos competitivos).

Por todo esto doy gracias a la empresa Cenfer S.A por darnos la oportunidad de establecer relaciones universidad- empresa y así poder tener la facilidad de optar el título profesional, así mismo a mi Universidad Santo Tomas por la oportunidad y él apoyó continuo y acompañamiento en la práctica empresarial.

Informe Final Práctica Empresarial

1. Objetivos de la práctica

1.1 Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera con el fin de aportar diferentes opiniones, trabajos e ideas y aplicarlos en las diferentes áreas para de esta manera dar apoyo e incrementar mis habilidades dentro del ámbito laboral profesional.

1.2 Objetivos Específicos

- Promover la aplicación de valores éticos y morales en el desempeño de las funciones relacionadas con mi práctica, proyectando la universidad en el entorno empresarial nacional.
- Desempeñar la labor convalidando los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas en la formación profesional con la realidad empresarial
- Generar procesos de investigación anteponiendo la calidad y la excelencia de los procesos en los cuales participo buscando el mejoramiento de la compañía.

Informe Final Práctica Empresarial

2. Perfil de la empresa

2.1 Razón Social

CENFER S.A. (Centro de eventos y convenciones de Bucaramanga)

Nit: 800.151.720-4

Figura 1. Logo Cenfer



2.2 Datos y Ubicación de la empresa

2.3 Direccion: Kilometro 6 Via Bucaramanga- Giron

2.4 Telefonos: (7) 6822222

2.5 Pagina Web: www.cenfer.com

2.6 Correo Electronico: p3f2@cenfer.com, comercial@cenfer.com

2.7 Jefe Inmediato, cargo, correo electronico

Jefe Inmediato: Martha Ines Carreño

Cargo: Asistente Ferias y formatos para la competitividad. (F2)

Informe Final Práctica Empresarial

2.8 Objeto Social de la Empresa

Organizar, promover y facilitar la realización de eventos, ferias y convenciones dirigidos a impulsar y desarrollar los diferentes sectores de la región, en permanente construcción colectiva que procure un modelo de convivencia y desarrollo.

2.9 Misión

Somos una empresa que a través de la organización de ferias, exposiciones, eventos, congresos y convenciones, atraemos flujos de talentos, ideas, capitales y oportunidades de contactos efectivos, para que conecten a Bucaramanga y Santander con el mundo, promoviendo su desarrollo. Contamos con un equipo humano calificado y comprometido con la calidad y la satisfacción de nuestros clientes.

2.10 Visión

Seremos reconocidos en Colombia, en el 2014, como el Centro de Eventos más representativo del oriente colombiano y un gran aliado para la organización de ferias, exposiciones, eventos, congresos y convenciones rentables y de operación impecable; ofreciéndoles a nuestros clientes, experiencias inolvidables que superarán siempre sus expectativas.

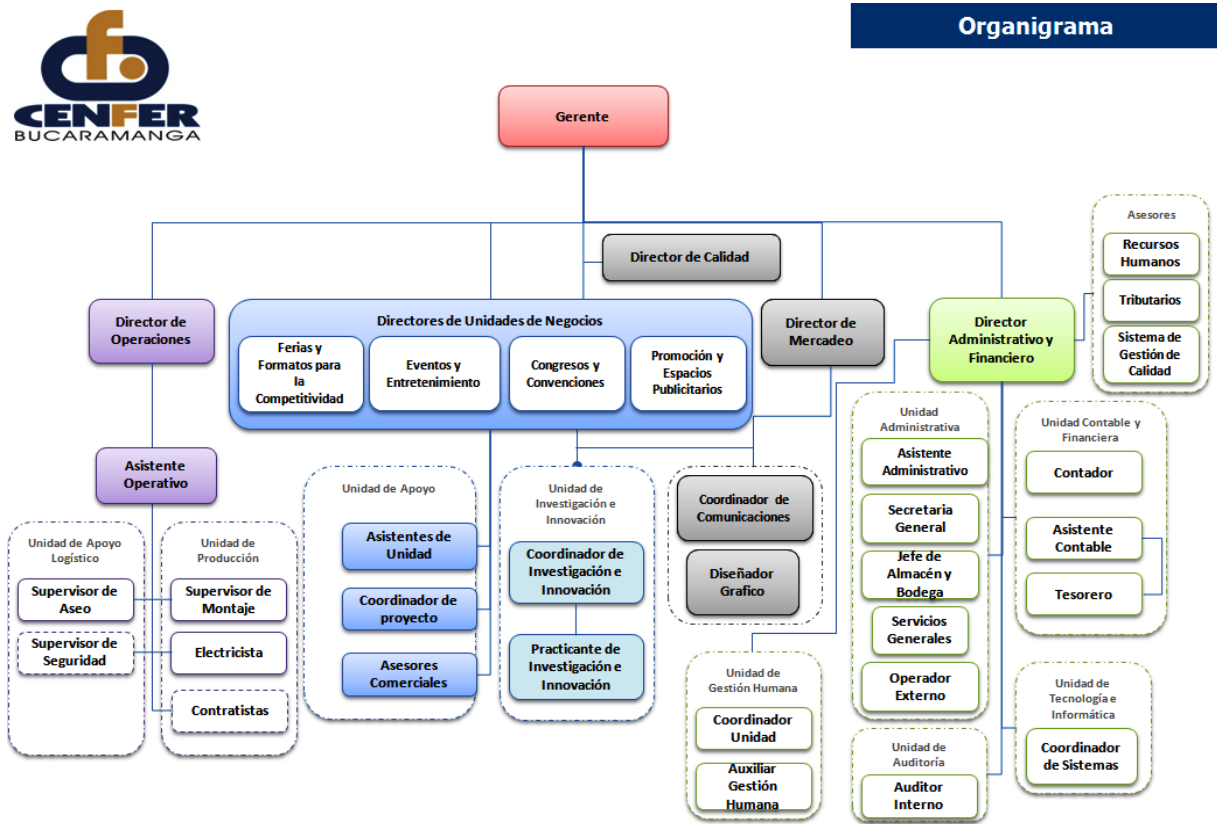
Lograremos nuestra visión, alineando al equipo de trabajo con la estrategia de la compañía, brindándoles oportunidades de mejoramiento profesional y justa remuneración a partir de resultados.

Centro de eventos y exposiciones de Bucaramanga. (2015) Nosotros. Recuperado de <http://www.cenfer.com/>

Informe Final Práctica Empresarial

2.11 Organigrama Center

Figura 2.



2.12 Reseña Histórica

CENFER S.A es el resultado de una iniciativa privada originada en el interés de los empresarios y gremios económicos de la región de contar con una herramienta eficaz para promover el desarrollo de la región y las exportaciones en un mercado abierto y de economía globalizada; aprovechando la tradición ferial de la ciudad que se evidenciaba en eventos de gran tradición como la feria de Bucaramanga, Expohogar, y la feria Artesanal, entre otros.

Es así como a principios de los 90 se iniciaron las gestiones para obtener los recursos necesarios que hicieran posible la construcción del recinto, siguiendo los parámetros y estándares internacionales en lugares de este tipo.

A partir de entonces la sociedad se dio a la tarea de obtener los recursos necesarios para dar inicio a la obra en mayo de 1994, bajo la dirección de Urbanas S.A y con el diseño

Informe Final Práctica Empresarial

arquitectónico de Rafael Maldonado Tapias, y en Abril 27 de 1995 se abrió el recinto con el Primer Salón del Automóvil y Autopartes.

Su calendario ferial se diseñó con base en los más importantes sectores económicos de la región especialmente aquellos con potencial exportador, al igual que teniendo en cuenta la tradicional feria existente en la ciudad.

Sectores como el cuero y calzado, las confecciones, el mueble y la madera, alimentos y bebidas, comercio, artesanías, entre otros, tienen en su más importantes expresión en las distintas ferias programadas, que año a año atraen un mayor número de visitantes y compradores del país y del exterior.

Centro de eventos y exposiciones de Bucaramanga. (2015) Nosotros. Recuperado de <http://www.cenfer.com/>

2.13 Portafolio de productos y servicios

Centro de Eventos, Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga - CENFER, es el recinto ferial más representativo del Oriente Colombiano con una trayectoria y experiencia de más de 19 años. Tiene un área que supera los 10,000 m² y reúne a más de 250.000 visitantes al año, a través de la realización de eventos especializados, competitivos y comerciales.

CENFER S.A es una entidad que a través de la organización, realización y promoción de eventos, ferias, exposiciones, congresos y convenciones, atrae flujos de talentos, ideas, capitales y oportunidades de contacto efectivos, dirigidos a impulsar el desarrollo de sectores en la región, conectando el oriente Colombiano y Santander con el resto del país.

CENFER S.A, ofrece sus instalaciones como vitrina para los “clusters” o sectores productivos, a través de la generación de eventos para todos los públicos bajo diferentes formatos y según la necesidad del cliente, con una organización logística y personal óptimo y eficaz para alcanzar el más alto grado de satisfacción.

CENFER S.A Se encuentra actualmente compuesta por tres unidades de negocio: Eventos y entretenimiento (E2), ferias y formatos para la competitividad (F2) y congresos y convenciones (C2). Adicionalmente cuenta con unidades de apoyo Operativa y Administrativa y financiera.

Informe Final Práctica Empresarial

- Ferias y Formatos para la Competitividad (F2): Son espacios de negocios con visibilidad regional, nacional; estos formatos son especializados y competitivos, permiten el acercamiento de la oferta y la demanda de diferentes sectores productivos, en donde se generan como valor agregado el cierre de negocios a corto, mediano y largo plazo, convirtiéndose en escenarios importantes para el desarrollo económico de Santander.
- Eventos y Entretenimiento (E2): Son eventos compuestos por actividades de entretenimiento y muestras comerciales, dirigidos para todos los integrantes de la familia y público en general, estos formatos crean espectáculos tácticos con distintos esquemas que se convierten en eventos innovadores y de gran valor para la región, agradables para la recreación, la cultura y el esparcimiento.
- Congresos y convenciones (C2): Esta unidad se encarga de la realización de eventos a terceros, cuyas necesidades son cubiertas por la empresa sirviendo como plataforma para la ejecución de sus negocios. Esta direccionada a eventos privados con necesidad de espacios grandes.

Estas UEN se encargan del funcionamiento de los productos y servicios con los que cuenta la empresa.

- Unidad Operativa: Asesora y Planifica las operaciones tales como; montaje, desarrollo del evento, y desmontaje, asegurando una ejecución impecable a través del uso adecuado de las áreas e infraestructura disponible para ello.
- Unidad Administrativa y financiera: Planea, dirige, coordina, ejecuta y controla las actividades relacionadas con la gestión del talento humano, la administración financiera y contable, el desarrollo tecnológico e informático y el diseño, desarrollo y mejoramiento de los sistemas de información que apoyan a la toma de decisiones de los organismos directivos de CENFER S.A.

Informe Final Práctica Empresarial

A continuación damos a conocer el calendario de eventos y cada uno de los espacios que ofrece el centro ferial.



Figura. 3

2.13.1 Asoinducals.

Santander es una región fuerte en el tema de Confecciones y calzado por ende el proceso de capacitación es vital en la actualización de nuevas tendencias.

La Asociación de Industriales del Calzado y similares, ASOINDUCAL'S, realiza el evento más importante para la industria del calzado y cuero en CENFER, la feria es especializada en el sector donde se aumenta la competitividad de las empresas regionales, nacionales e internacionales. Productoras y comercializadoras

- Fecha: 28, 29 y 30 de Enero
- Organizador: Asoinducals
- Operador Logístico: Cenfer
- Trayectoria: 13 Años
- Expositores: 238 Stand
- Ventas: 4.500.000 Pares de zapatos
- Visitantes: 11.000
- Aliados: Cámara de Comercio, Expo Cuero, Propais, Procolombia, Gobernación de Santander



Figura. 4

2.13.2. Expo Pesados.

Expo pesados reúne a toda la oferta de los concesionarios de camiones, mulas, maquinaria amarilla, volquetas, transporte de carga, utilitario, accesorio y servicios relacionados con el sector, con el propósito de establecer relaciones productivas que aumenten la competitividad de las empresas de la región.

- Fecha: 5 y 6 de Julio de 2015.
- Trayectoria: 1 año
- Expositores: 24 Stands
- Ventas: \$3.500.000.000
- Visitantes: 1.000
- Aliados: Cámara de Comercio, Gobernación de Santander.



Figura. 5

2.13.3 Agroferia.

El Evento más importante de oriente dirigido al sector agropecuario y agroindustrial en donde se desarrollan negocios, contactos y capacitaciones de acuerdo con las últimas tendencias del mercado y la tecnología aplicada al sector.

Informe Final Práctica Empresarial

- Fecha: 16 al 19 de Abril del 2015.
- Trayectoria: 13 años.
- Expositores: 150
- Ventas: \$ 2.800.000.000
- Visitantes: 4.353
- Aliados: Cámara de Comercio, Gobernación de Santander, Comité Cebuista del Oriente, Asobeefmaster, Asosimmental, Asociación de Angus y Brangus, Caprisan.



Figura. 6

2.13.4 Primer Encuentro de Logística y Gestión de Activos.

Proporciona a los asistentes un escenario adecuado de actualización, estrategias aplicables, análisis de experiencias y la exposición de los principales representantes vinculados con las actividades de la cadena logística y la gestión de activos como herramientas que permiten aumentar los índices de competitividad.

- Fecha: 5 Y 6 de agosto
- Organizador: Cenfer
- Trayectoria: Segunda versión
- Expositores: 40 stands
- Visitantes: 1.200
- Aliados: Cámara de Comercio



Figura. 7

2.13.5 Santander Responsable y Sostenible.

Evento académico y comercial que promueve la generación de una cultura sostenible en la región a través de diversos medios, frentes y acciones, aquí se enseña a los empresarios que significa ser sostenible y socialmente responsable, y qué beneficios le generaría a su compañía el implementar este tipo de prácticas.

- Fecha: 28 Y 29 de mayo de 2015
- Trayectoria: 1 años
- Expositores: 15 stands y 20 Sponsors
- Visitantes: 1.200
- Aliados: Cámara de Comercio, Gobernación de Santander.



Figura. 8

2.13.6 Campeonato Nacional de Sonido sobre Ruedas y 3er. Salón de Motos.

Es el evento de los jóvenes y punto oficial de encuentro de entusiastas de los autos, motos, el sonido, el tuning, la música y los deportes extremos.

Informe Final Práctica Empresarial

Este es un evento masivo que convoca un número representativo de asistentes, la posibilidad de colocación de sus productos es alta teniendo en cuenta que el rango de edades es de 20 años en adelante.

- Fecha: Del 16 al 18 de Mayo
- Organizador : CENFER
- Trayectoria: 20 Años
- Expositores: 27
- Visitantes: 13.000
- Aliados: Caraudio, Expocolombia
- Cámara de Comercio



Figura. 9

2.13.7 MotorShow.

Es el escenario más importante del sector automotriz en el oriente Colombiano, en donde se reúne toda la oferta de las diferentes gamas y líneas de automóviles de marcas, nacionales e importadas, complementando con actividades de entretenimiento dirigidas a las familias visitantes.

- Fecha: Del 13 al 17 de Agosto de 2015
- Trayectoria: 19 años
- Expositores: 37
- Visitantes: 13.000
- Ventas: \$5.000.0000.000
- Aliados: Cámara de Comercio – Fenalco



Figura. 10

2.13.8 Feria Ganadera.

Es el acontecimiento más importante del sector agroindustrial del oriente Colombiano, evento que congrega al sector en torno a las exposiciones de Ganado Cebú y otras razas como Simmental, Angus Brangus, Romagnola, Caprino, la exposición de especies menores y el concurso canino, y diferentes shows para la familia.

Exhibición de maquinaria, avances y tecnologías aplicadas a los procesos pecuarios, insumos y equipos del sector agropecuario, industrias y tecnologías complementarias. Muestra comercial y artesanal. Igualmente se complementa con las actividades de conciertos.

- Fecha: 30 y 31 de Agosto, 4 al 7 de Septiembre del 2014
- Organizador : Cenfer
- Trayectoria: 65 Años
- Expositores: 233
- Ventas: 6.000.000.000
- Visitantes: 79.059
- Aliados: Cámara de Comercio, Asociaciones Pecuarias, Asocaballos Santander, Gobernación de Santander



Figura. 11

2.13.9 Feria del Hogar.

Feria en la que se dan cita todos los empresarios de artículos para el hogar, junto con una gran oferta inmobiliaria entre otros; cuyo objetivo es ofrecer en un solo lugar una gran variedad de productos.

Durante años, este evento se ha convertido en la vitrina comercial más esperada por las empresas participantes y familias del Oriente Colombiano; por la variedad y calidad en productos, descuentos y la programación de actividades de entrenamiento y diversión que le dan un valor agregado.

- Fecha: Del 8 al 12 de Octubre
- Organizador : Cenfer
- Trayectoria: 11 Años
- Expositores: 179
- Ventas: 5.500.000.000
- Visitantes: 14.856
- Aliados: Cámara de Comercio

2.13.10 Áreas de Exhibición Pabellón Múltiple.

Cuenta con un área total de 2.483m², aire acondicionado central, pisos en cemento pulido, baterías sanitarias para damas y caballeros, sonido ambiental ideal para el montaje de stands, auditorio, tarimas, etc. Según los requerimientos específicos del usuario

Informe Final Práctica Empresarial

- 2.500 personas con sillas y mesas.
- 3.500 personas con sillas.
- 5.000 personas de pie.

2.13.11 Pabellon de Exposiciones.

Situado en el costado occidental y al frente del Salon Multiple, cuenta con un area total de 1.697 m², aire acondicionado central, pisos en cemento pulido, baterias sanitarias para damas y caballeros, sonido ambiental.

- 1.800 personas con sillas y mesas.
- 2.100 personas con sillas.
- 3.000 personas de pie.

2.13.12 Patio de Honor.

Situado entre los dos grandes salones. Tiene un area cubierta de 800 m², y baterias sanitarias, ideal para conciertos, banquetes, muestras empresariales, exhibiciones, desfiles.

2.13.13 Plaza de Banderas.

Cuenta con un area de 1.500 m² integrada al patio de honor al aire libre y baterias sanitarias.

2.13.14 Plaza de Conciertos.

- La componen 11.000 m² de area al aire libre.

2.13.15 Auditorio Hernando Puyana.

Situado en el segundo piso del pabellon multiple, tiene un area util de 524 m², cuenta con aire acondicionado central, tapete de trafico pesado, baterias sanitarias en los dos extremos, silleteria atril y sonido central.

- Areas desde 100 hasta 700 personas.

2.13.16 Servicios Adicionales.

Alquiler de elementos tales como paneles para stands, mobiliario, sonido e iluminacion entre otros para eventos externos (Universidades, colegios, empresas), así mismo estos ofrecen tambien los servicios de internet y la plazoleta de comidas,

Informe Final Práctica Empresarial

en la torre de adicionales se ofrecen elementos de papelería, mobiliario y demás artículos que necesitan los expositores para la adecuación de los stands.

2.13.17 Parqueadero.

Cuenta con un espacio abierto de 4.000 m², adecuado para servicio de parqueadero vigilado operado por la empresa Parquarse S.A.

3. Cargo y Funciones

3.1 Cargo Asignado

Practicante Unidad Ferias Y Formatos para la Competitividad (F2)

3.2 Funciones Asignadas

Al inicio de la práctica me fueron asignadas las funciones que se enuncian a continuación:

- Investigación de mercados “Nuevos formatos feriales para la unidad F2”
- Planeación y dirección de los eventos correspondientes a segundo semestre del año 2014.
- Coordinar la solución de las necesidades que surjan en los eventos correspondientes a la unidad.
- Realizar informes pre y post-feria de cada evento de la unidad.
- Asistir a reuniones y mesas de trabajo, con entidades involucradas en la organización de diferentes ferias de la unidad.
- Colaborar con los trámites de la legislación y papeleos de los contratos que se manejan en la unidad.
- Participar de manera activa en el área de mercadeo.
- Acompañar y colaborar de manera activa en los eventos de las otras unidades, como fomento del trabajo en equipo, y sentido de pertenencia.

Dentro del desarrollo de la práctica empresarial, realicé las actividades y tareas, para cada una de las funciones asignadas dentro del cargo, especificadas a continuación:

Informe Final Práctica Empresarial

3.3 Investigación de mercados “Nuevos formatos feriales para la unidad F2”

- Estuve a cargo de investigar eventos nacionales e internacionales que se realizaron en el transcurso del semestre, con el fin de conocerlos de manera directa, identificando su poder de convocatoria y así analizar cómo podría llegar a afectar al evento planeado por Cenfer.
- Apoye en el área administrativa de la Agroferia 2015, investigando temas y sectores específicos de la agroindustria y la ganadería del país, cuando así lo requería la dirección de la unidad.
- Investigue sobre cada uno de los clientes actuales buscando conocimiento acerca de sus productos, el mercado y clientes que maneja.
- Esta investigación fue realizada en el tiempo de planeación de los eventos de mi unidad, Feria Ganadera 2014 y Agroferia 2015 respectivamente.

3.4 Planeación y dirección de los eventos correspondientes a segundo semestre del año 2014.

La planeación correspondiente a mi unidad fue ejecutada en dos ferias, estas fueron; la Feria Ganadera, evento que se llevó a cabo en las fechas 30 y 31 de Agosto y del 4 al 7 de Septiembre del 2014, y la Agroferia evento a realizarse próximamente los días 16 al 19 de Abril del 2015.

Las labores se realizaron entre los meses de julio y agosto para feria ganadera, septiembre para apoyo en la feria del hogar, octubre, noviembre, diciembre enero y febrero para Agroferia 2015. Desde la fecha de inicio de mi practica hasta la fecha de terminación de la misma.

Informe Final Práctica Empresarial

En la Feria Ganadera realice las siguientes funciones:

- Maneje la base de datos de Cenfer llamada Sugar, donde actualice, complemente y depure la base de datos de la feria ganadera. (Ver. Apéndice A)
- Coordine el envío de facturas, invitaciones especiales y publicidad, envíe propuestas comerciales por vía correo electrónico, llame a verificar el recibido de la información de la feria ganadera a los clientes actuales, clientes prospectos y clientes potenciales, de la región y el resto del país.
- Construí y organicé la información de todos los expositores participantes de la Feria Ganadera durante el inicio y el transcurso del evento, así mismo la actividad de acreditación de los participantes con el formato correspondiente.
- Controle y apoye el trabajo de los guías de pabellón, y personal de Cenfer, realizando acompañamiento a los expositores participantes y solucionando los requerimientos o pedidos de adicionales que se presentaron en cada una de las etapas del evento, dando una pronta y efectiva respuesta a cada uno de ellos.
- Coordine durante el evento todas las actividades logísticas y organizacionales.
- Distribuí y recibí a las personas asistentes en los palcos de la pista de juzgamiento de Cenfer, para la exposición del ganado y razas participantes de la feria
- Realice encuestas de satisfacción a los expositores del evento en la finalización de la feria.
- Apoye en la entrega de paz y salvo a quienes cumplieron con todas las regulaciones exigidas por CENFER durante el desmontaje de la feria.

Informe Final Práctica Empresarial

En la planeación de la Agroferia 2015 realice lo siguiente:

- Recopile datos acerca de los clientes potenciales con perfil para la participación de la feria, integrantes del sector agroindustrial y agropecuario a nivel regional, nacional e internacional para la construcción de la base de datos.
- Realice seguimiento de los clientes por medio de llamadas e investigaciones, para la respectiva actualización de los datos.
- Organicé y complemente la información de las empresas con la base de datos existente, sectorizando cada una de ellas para su respectivo análisis. (Ver. Apéndice B)
- Unifique la base de datos existente con el fin de eliminar los datos repetidos, y tener en cuenta los contactos de las sucursales más cercanas a nuestra ciudad para el acercamiento. (Ver. Apéndice C)
- Construcción final de la base de datos de Agroferia 2015 integrando clientes potenciales, prospectos participantes y activos feriales, alcanzando más de tres mil clientes (Ver. Apéndice D)
- Apoye en la construcción de la Taxonomía final y la cuantificación del mercado con todas las empresas existentes en la base de datos final, para dar inicio a la comercialización de la feria. (Ver. Apéndice E)
- Realice la comercialización de la Agroferia 2015, con la base de datos asignada, donde envié correo electrónico a cada uno de los expositores que ya habían participado anteriormente en la feria, como a los clientes prospectos, así mismo hice las llamadas correspondientes a confirmación de recibido de información y promoción de la feria.

Informe Final Práctica Empresarial

- Brinde atención al cliente al momento de hacer la llamada creando un vínculo comercial y entregando información oportuna del evento, respondiendo a cualquier duda o requerimiento.
- Contacte e hice seguimiento a las asociaciones y federaciones asignadas, logrando con éxito citas en diferentes sectores.

3.5 Coordinar la solución de las necesidades que surjan en los eventos correspondientes a la unidad.

- En el transcurso de la feria gane intermedia en los requerimientos del expositor-Cenfer, Cenfer-expositor-cliente en la situación que se requería.
- Solucione de manera eficaz la solución de las inquietudes o requerimientos de servicios adicionales por parte del expositor.
- Coordine el trabajo del personal de Cenfer comprometidos con la producción y operación del evento, como lo es el personal de logística y almacén.

3.6 Realizar informes pre y post-feria de cada evento de la unidad.

- Colabore en el informe de los datos e información de las encuestas de satisfacción, efectuando el respectivo análisis y tabulación.
- Entregue el informe de las ventas registradas de los compradores de la feria del hogar, y las facturas soporte correspondiente a cada una de las ventas.

Informe Final Práctica Empresarial

3.7 Asistir a reuniones y mesas de trabajo, con entidades involucradas en la organización de diferentes ferias de la unidad.

- Tuve la oportunidad de asistir a una reunión con el sector cacaotero de Santander, donde mantuve relación directa con el cliente y pude observar el manejo comercial que se lograba con el sector.
- Reuniones con junta directiva, donde se trataron diferentes temas y trabajos hechos por cada unidad al igual que informes y entrega de trabajos pendientes por asignar.

3.8 Colaborar con los trámites de la legislación y papeleos de los contratos que se manejan en la unidad.

- Asistencia y colaboración directa en el área administrativa elaborando órdenes de compra de la unidad, contratos, cartas de presentación, legalización de facturas, y documentos requeridos.

3.9 Participar de manera activa en el área de mercadeo.

- Contacto por medio de la Telemercadotecnia, con las asociaciones y clientes potenciales de Cenfer.
- Envío y recepción de propuestas para medios de comunicación de la agroferia
- Difundir información de las ferias correspondientes a mi unidad, por medio de los canales de comunicación de Cenfer.

Informe Final Práctica Empresarial

3.10 Acompañar y colaborar de manera activa en los eventos de las otras unidades, como fomento del trabajo en equipo, y sentido de pertenencia.

Feria del hogar

- En el mes de septiembre apoye en la comercialización de la feria del hogar, mediante tele-mercadeo enviando la respectiva presentación del evento y realizando el seguimiento y control de los correos.
 - Actualización de base de datos de la feria, con el fin de que la promoción por parte del comercial sea exitosa, así mismo realice la depuración de la base de datos con el respectivo estado del cliente.
 - Contribuí con un trabajo eficaz en el punto de registro de facturas, todos los días de la feria, evento que se realizó del 8 al 12 de octubre del 2014, entregando un reporte diario de ventas de cada uno de los días, en el término de la feria.
- Figura. 12 Imagen tomada de la página oficial de la feria del hogar de Cenfer.



Informe Final Práctica Empresarial

4. Marco Conceptual

Para el desarrollo de las funciones de la práctica empresarial apliqué diferentes conceptos tales como:

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/sacli.htm#>

Cliente: Un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. La palabra proviene del latín cliens.

Un cliente puede ser catalogado en dos categorías principales: como cliente final, que es el que adquiere el producto por el simple deseo de poseerlo y utilizarlo, o como cliente intermedio, que es el que compra el producto con el fin de volverlo a vender para obtener una ganancia.

<http://sobreconceptos.com/cliente###ixzz3UH4wYgfw>

Estudio de Mercados: Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html#

Informe Final Práctica Empresarial

Segmentación del Mercado: La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias psicograficas.

<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Marketing Estratégico: El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados. En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables del DAFO, no solo de nuestra empresa sino también de la competencia en el mercado. En este contexto las empresas en función de sus recursos y capacidades deberán formular las correspondientes estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia aportando valores diferenciales.

<http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>

Mercadeo: Mercadeo es un proceso mediante el cual se realiza La identificación metódica y científica de las oportunidades de satisfacción de necesidades y del volumen (cantidad) en que la empresa podría satisfacerlas, a diferentes segmentos de mercado, y el diseño de la mezcla de mercadeo para lograrlo, diseño realizado en función de la situación y tendencias del macro y el microambiente y de la demanda potencial de la Empresa.

<http://www.gerencie.com/%C2%BFque-es-mercadeo.html>

Informe Final Práctica Empresarial

Logística: La logística es el arte de planear y coordinar todas las actividades y procesos necesarios para que un producto o servicio se genere y llegue al punto donde y cuando el cliente final lo requiere, optimizando el costo.

La Logística es una disciplina que continuamente esta en desarrollo y que marca una parte importante de la forma en que nuestros clientes y consumidores ven nuestros productos y Empresa.

<http://www.distribucion-y-logistica.com/logistica/definiciones/logistica-definicion.html#sthash.O94LgpgP.dpuf>

Comercio Electrónico: Definido de una forma muy amplia e ideal, comercio electrónico o e-commerce es una moderna metodología que da respuesta a varias necesidades de empresas y consumidores, como reducir costes, mejorar la calidad de productos y servicios, acortar el tiempo de entrega o mejorar la comunicación con el cliente. Más típicamente se suele aplicar a la compra y venta de información, productos y servicios a través de redes de ordenadores. En los últimos tiempos el termino se presenta siempre como invariablemente ligado al desarrollo de Internet, se dice que la mensajería electrónica o e-mail fue el primer incentivo para que Internet se convirtiese en una herramienta habitual en la vida de mucha gente, y que el comercio electrónico podría ser ese segundo gran empujón que la red necesita para que su uso se convierta de verdad en algo general y cotidiano.

http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/ecommerce.pdf

Telemercadeo: Una de las estrategias de mercadeo puede ser usar el teléfono para vender una parte o la totalidad de sus productos o servicios. Las ventas telefónicas y el telemercadeo son un método extendido y eficiente para establecer contacto con prospectos y concretar ventas.

Por su propia naturaleza, el telemercadeo crea un entorno de ventas único. Usted depende solamente de las palabras que dice y del tono de su voz. Tenga en cuenta las habilidades telefónicas requeridas para mostrar su personalidad en el teléfono.

Informe Final Práctica Empresarial

El telemarketing también es un método efectivo para vender productos nuevos o adicionales a los clientes existentes.

<http://www.mailxmail.com/curso-habilidades-venta-telefonica/concepto-telemarketing>

Seguimiento Comercial: Es una herramienta que está orientada a organizar los vendedores y cobradores de la empresa. Permite realizar un seguimiento eficaz y sencillo de cada gestión realizada con los clientes, permitiendo de este modo generar una agenda de trabajo (de llamados, presupuestos, visitas, etc.) para cada uno de ellos.

<http://www.conceptosistemas.com.ar/pdf/D-SC.pdf>

Comercialización: La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.

- Microcomercialización: Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.
- Macrocomercialización: Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

<http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Informe Final Práctica Empresarial

Proceso Administrativo: Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

Desde finales del siglo XIX se ha definido la administración en términos de cuatro funciones específicas de los gerentes: la planificación, la organización, la dirección y el control. Aunque este marco ha sido sujeto a cierto escrutinio, en términos generales sigue siendo el aceptado. Por tanto cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

- La planificación consiste en un proceso racional para alcanzar los objetivos del modo más eficiente siguiendo determinados cursos de acción. Nótese que “metas” y “objetivos” nos son sinónimos. Los objetivos definen las etapas a cumplir para lograr las metas de las propuestas.
- 2. La organización se emplea para distribuir las responsabilidades entre los miembros del equipo de trabajo, para establecer y reconocer las relaciones y vínculos necesarios.
- 3. La ejecución por los miembros del equipo para que lleven a cabo las tareas establecidas con pro actividad.
- 4. El control de las actividades para que se ajusten lo más correctamente posible a lo planificado

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/proceso-administrativo-planificacion-organizacion-ejecucion-y-control.htm>.

Informe Final Práctica Empresarial

5. Aportes

5.1 Aportes del Practicante a la Empresa

- Aporté estrategias comerciales como lo fueron; el eficiente uso del trato con el cliente y el uso del telemarketing como valor agregado, ya que por medio del teléfono se crea un entorno de ventas único y depende de las habilidades telefónicas en él se mejora la comunicación con el cliente, al mismo tiempo que se ofrece los servicios nuevos o adicionales a los clientes prospectos o existentes y en él se crea la posibilidad de concretar negocios.

5.2 Aportes de la Empresa al Practicante

- Me dieron la oportunidad de aplicar todos los conocimientos que aprendí en la universidad, depositando la confianza en el trabajo asignado.
- Adquirí habilidades sobre el trabajo en equipo, y el trabajo bajo presión al mismo tiempo que el sentido de pertenencia y la solidaridad por el bien u objetivo común de la empresa.
- Incrementé la responsabilidad en los diferentes trabajos y tareas asignadas para cada caso, anteponiendo de ante mano el informe más urgente por entregar.
- Aprendí a reconocer de forma directa los procesos administrativos de la empresa como se maneja y como trabajan los diferentes departamentos, reconociendo los conocimientos adquiridos a nivel personal y profesional
- Obtuve destrezas comunicativas y persuasivas en casos de relación directa con el cliente, el trato con personal laboral, y demás agentes comprometidos con la organización.
- Desarrolle comportamientos y actitudes positivas en las situaciones en las cuales se presentaban dificultades en los procesos, solucionando inquietudes y conflictos que se pudiesen haber presentado esporádicamente.

Informe Final Práctica Empresarial

6. Conclusiones

La práctica empresarial se impone como un gran desafío antes de salir al mundo laboral.

Allí es donde se es posible ver las habilidades personales, tanto como las habilidades para compenetrarse en el ambiente laboral. Es una experiencia única, donde existe la posibilidad de tener costumbres y vivencias del entorno empresarial, también se tiene la oportunidad de compartir y experimentar las situaciones de una empresa en el día a día.

En el trascurso de la práctica tuve la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos y conocer de manera única como aplican en una compañía, presenciando a personas profesionales como se comportan al momento de realizar su trabajo.

La práctica realizada en Cenfer S.A es la primera experiencia real de trabajo relacionada con mi carrera, esta experiencia será de gran ayuda para el inicio de una nueva etapa profesional donde se pueden conseguir resultados importantes asumiendo responsabilidades y cumpliendo a cabalidad con los objetivos asignados.

Informe Final Práctica Empresarial

Referencias Bibliográficas

Centro de eventos y exposiciones de Bucaramanga. (2015) Portafolio de servicios. Recuperado de <http://www.cenfer.com/>

Rico, V. (2005). Estudios de mercado. Recuperado de http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html#

Núñez, R. Marketing XXI. Marketing Estratégico. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>

Botero, M. Mercadeo. Recuperado de <http://www.gerencie.com/%C2%BFque-es-mercadeo.html>

Distribution and Logistics. Componentes de la cadena logística. Recuperado de <http://www.distribucion-y-logistica.com/logistica/definiciones/logistica-definicion.html#sthash.O94LgpgP.dpuf>


Concepto sistemas. Seguimiento comercial. Recuperado de <http://www.conceptoensistemas.com.ar/pdf/D-SC.pdf>

Gestiopolis. Proceso administrativo. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/proceso-administrativo-planificacion-organizacion-ejecucion-y-control.htm>.

Integra. Conceptos. Recuperado de <http://www.actiweb.es/integra/pagina3.html#>

Informe Final Práctica Empresarial

Apéndice A.



[Mapa del sitio](#)

Mercadeo | **Actividades** | **Todo**

Recientes: (TECALES) TECNO | MARTHA INES CAR | Actual Biotec | LLAMAR | FRUTOS DE LA SA | DISTOYOTA (TOYO) | UBALDO ALEXIS C | LIAN DISEÑO & A | ABONO BIORGANIC | BRACHO AUTOS S.A

Acciones:

» Search

Empresa: E-mail contacto: Tel. Fijo:
 Tel. Contacto: Cel Contacto: Direccion:
 Representante Legal: Fuente Base de datos: TRABAJADO O NO: TRABAJADO NO TRABAJADO
 Observaciones Generales: Estado de gestion: Sector:

[Búsqueda Avanzada](#)

Acciones ▾ Seleccionados: 0

<input type="checkbox"/>	NIT	Nombre	Fuente Base de datos	Sector	Representante Legal	Contacto	Usuario	Fecha de Creación	Fecha de Modificación	Descripción del Pro
<input type="checkbox"/>	800201140-8	PROMOCION Y VENTAS DE INSUMOS AGROINDUSTRIALES PRODAGRO	Agroferia 2014, Feria Ganadera 2014		GABRIEL RUEDA MAYORGA	YENNY ARCINIEGAS	practicante	11/20/2014 04:10pm	11/20/2014 04:11pm	Insumos para la ag
<input type="checkbox"/>		MI TRAPICHE	Agroferia 2014, Feria Ganadera 2014		SINFORSO DELGADO		MARTHA INES	11/19/2014 03:09pm	11/19/2014 03:09pm	Jugo de caña

Informe Final Práctica Empresarial

Apéndice B.

AGROFERIA		
EMPRESA	SECTOR	CONTACTO
ASPERORES COLOMBIANOS LTDA. - ASPERCOL L	Palmicultores	JORGE DANIEL ZIPA
ASTEK S.A.	Agropecuario	ALVARO MEJIA MORALES
ASUDISTES	Agropecuario	CIRO ANTONIO PAREDES
Atenea	Alimentos	RICARDO JARAMILLO REDONDO
AUTECO AGROINDUSTRIAL	Transporte	FELIPE HINCAPIE
AUTOFAX	Automotores	CARLOS MARIO AGUDELO MESA
AUTOFAX S.A.	Automotores	SONIA GALEANO
AUTOMATISMOS RIEGO Y CLIMA EU	Agropecuario	WALTER FRANCISCO MUÑOZ
AUTOMORES COMERCIALES AUTOCOM S.A.	Automotores	GERMAN ARTURO BELTRAN ROJAS
AUTOTRUCKS S.A.	Automotores	GISELA ALVAREZ CAMACHO
Ave Colombiana LTDA	Constructoras	MERY REY
AVIANCA	Transporte	JUAN PABLO SERRANO
AVICOLA DON FELIPE SAS	Agropecuario	PINEDO MARQUEZ NORALBA ROSA
AVICOLA DON TOMAS	Alimentos	VARGAS HURTADO ALFREDO
AVICOLA EL GUAMITO	Agropecuario	ALFREDO ACEVEDO AVILA
AVICOLA EL MADRONO S.A.	Agropecuario	GUZMAN MARTINEZ CLAUDIA MARCEL
AVICOLA GRANJA EL VERGEL LACC	Alimentos	CAMARGO CAMARGO LUIS ALFONSO
AVICOLA JAISAN S.A.S.	Agropecuario	JAIMES PLATA FANNY LILIANA
AVICOLA MI POLLITA	Alimentos	CALA MARTINEZ MARIO ARMANDO
AVICOLA MULTIPOLLO	Alimentos	BEATRIZ MENDEZ CAMACHO
AVICOLA SAN ANTONIO LIMITADA	Agropecuario	NIÑO CARREÑO DELIA
AVICOLA SAN ANTONIO LIMITADA	Agropecuario	OSCAR PEÑA OSMA
AVICOLA SAN GABRIEL HUEVOS Y POLLOS CRIOLLO	Agropecuario	PEREZ QUIROGA FERNANDO ALEXIS
AVICOLA SAN JOSE PAIPA	Alimentos	MEDINA SALAMANCA CESAR YOVANI
AVICOLA SINAIN SAS	Agropecuario	OTTO BELTRAN QUESADA
AVICORVI S.A	Agropecuario	EDGAR OROZCO OSORIO
AVICULTURA	Alimentos	MORALES DE MOYANO MARIA ANTONI
AVIDA	Agropecuario	GERSON YAUTA
AVI...

Informe Final Práctica Empresarial

Apéndice C.

	FUENTE	SECTOR	SUB SEC TO	Razón Social	PAIS	Ciudad	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax	PAGINA WEB
	BD AGRO LUISA 2014	1		(TECALES) TECNOLOGIAS ALTERNATIVAS ECUATORIALES E.U.		Armenia	Km 4 Via Armenia Parque	096 747-9063			
	BD AGRO LUISA 2014	10		3M COLOMBIA S.A.		Bogotá	Avenida El Dorado No. 75-93	416-1666 Ext1321		416-1677	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		A & S COMPUTADORES S.A.		BOGOTÁ	CRA 22 # 83 40	6185744		6185744	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		A B S RED ASIST COMPANIA DE ASISTENCIA MUNDIAL S.A.		BOGOTÁ	CRA 7 # 156 78 PS 21	5460100		5460109	
	BD BYINGTON 2011	4		A R TECNOPLASTICOS LTDA.		Bogota	Cra. 128 # 148-56 Bod. 3 Fontibor	4217107	4154679	4217107	
	BD AGRO LUISA 2014	2		A Y P LTDA		Bogotá	Km 1 Vía Chia-Cota	862-4920	86-24921	862-4921	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		A&B EQUIPOS UNIDOS S.A.		BARRANQU	CLL 76 # 57 30 LC 11	3680747		3680749	
	BD AGRO LUISA 2014	1		A.D.N. DESARROLLOS NUEVOS S.A.		Bogotá	Calle 80No. 91-47	094-5316485			
	BD AGRO LUISA 2014	5		AB TRADE LINK		Bogotá	Cl Este No. 76 - 02	4749141			
	BD AGRO LUISA 2014	2		ABASTECIMIENTOS PLASTICOS DE COLOMBIA		Cali		(2)4454034			
	BD SELECCIÓN LA IN	5		ABC PLANTAS Y EQUIPOS LTDA.		BOGOTÁ	CLL 71A # 29 44	4377500		2505613	
SALLY AGROTEC 2	CATALOGO DE EXPOSIT	2	2.2	ABC RIEGO	COLOMBIA	BOGOTA D.	AUTOP SUR # 10-75 L 2	5773204	741-7305	727-2805	
MART AGROEPO	CATALOGO DE EXPOS	3	3.2	ABCZ ASOCIACION BRASILEÑA DE LOS CRIADORES DE CEBU	BRASIL	UBERABA	PEA VICENTINO RODRIGUES D	55343193958			www.abcz.br
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABMGR A BONOS INTEGRALES MI GRANJA LTDA.		Bucaram	Calle 22 No. 10 - 37	077-642 1302		07764213	
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABOB LTDA.		Girón	Cra 29 No.41-81	097 653-0620	097		
MART AGROFUTU	BASE INTERNET	1	1.4	ABOCOL	COLOMBIA	BOGOTA	Avenida Carrera 15 No. 100-43	744 1470	623-6822	691-3962	www.abocol.com
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONAGRO LTDA.		Bogotá	Calle 16 No. 20A - 26 Zona	5658222	2016752		
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONAMOS S.A		Medellin	Km 3 Variante Caldas	(094)3031633	(094)56762		
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONARTE LIMITADA		Bogotá	Cr 1 Bis Este #72-22 Sur	7675798	7615270		
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONEMOS C.O. LTDA.		Bogotá	Cr. 9 No. 10-71 Soacha	781-2020			
	BD EV AGROFERIA 21	1.3		ABONO BIORGANICO PALM MIXTEX LTDA.		BUCARAM	CALLE 22 NO. 11-61	6715237			
JESSI AGROEPO	CATALOGO DE EXPOS	1	1.3	ABONOS ASIMBRA	COLOMBIA	BUCARAM	CL 22 # 10-37	6421302			www.abim.com
	BD SELECCIÓN LA IN	1		ABONOS COLOMBIANOS S.A.		CARTAGE	ZN INDUSTRIAL MAMONAL	6685000		6685153	
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONOS FUTURO VERDE		Bogotá	Calle 174A No. 54-02	3158703191	(94)311-	(094)274-	
	AGROEXPO 2013	1	1.3	ABONOS INTEGRALES MI GRANJA LTDA.		BUCARAM	CL 22 10-37 BRR GIRARDOT	6421302	3204490767		www.abin.com
	BD AGRO LUISA 2014	1		ABONOS QUIMICOS ORGANICOS DE COLOMBIA LTDA. QUIMIORGANIC		Bogotá	Calle 93 No 19B- 66 of 204	621-9966		6214329	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		AC CONSULTING ASSOCIATES S.A.S.		BOGOTÁ	CLL 98 # 9A 41 OFC 306	6182488		6182317	
	BD AGRO LUISA 2014	9		AC. PUROZONO		Cali	Diag 23 18B 58	(092)6831732			
	BD AGRO LUISA 2014	9		ACCEGANI		Bogotá	Cra15 No. 154-43 Villa	626-0621	6219629		
	BD SELECCIÓN LA IN	5		ACCESORIOS Y SISTEMAS S.A.		MEDELLIN	CLL 5 SUR # 61 65	3622323		3622105	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		ACCIÓN BPO S.A.S.		BOGOTÁ	CRA 19 # 84 50	6280180		6280180	
	BD SELECCIÓN LA IN	8		ACCIONES Y SERVICIOS S.A.		CALI	CLL 26 NTE 5 # 39	6811111		6609165	
	BD AGRO LUISA 2014	1		ACCURACY MANAGEMENT		Bogotá	Tranv. 93 No. 61-32 Bod. 17	430-7059/89	4307089	2516684	
	BD AGRO LUISA 2014	1		ACEPALMA		Bogotá	Cra 9 No.81 A-26 Piso	317-1367			
	BD AGRO LUISA 2014	4		ACERAL S.A		Bogotá	Calle 40S No. 68A-76	710-3599 Ext 105	710-4288-		
	BD EV AGROFERIA 21	3.9		ACERIAS DE COLOMBIA ACESCO Y CIA. S.A.		Barranqui		075 3718128	075		
	BD AGRO LUISA 2014	1		ACERIAS PAZ DEL RIO		Bogotá	Calle 100 No 13-21 piso 6	651-7300 ext			
	BD SELECCIÓN LA IN	4	4.4	ACEVEDO SILVA LTDA.		BUCARA	KM 2.5 ANILLO VIAL VÍA	6383800		3683872	
	BD AGRO LUISA 2014	2		ACME LEÓN		Bogotá	Cra 42B No. 12-B - 45	368-8836	2686905		
SALLY AGROTEC 2	CATALOGO DE EXPOSIT	9	9.1	ACOPOADRO	PERU	SAN MARTIN	JR. ARICA 284-JUANUI	(51) 42-545190			www.acopad.com
	BD AGRO LUISA 2014	6		ACOSFEMILAS		Bogotá	Calle 77 No. 17 - 65 Ofc. 406	760.147879			

Informe Final Práctica Empresarial

Apéndice D.

PRACTICANTE	NOMBRE DEL EVENTO	ORIGEN	SECTORS	SUBSECTOR	EMPRESA	PAIS	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO	CELULAR	PAGINA WEB	E-MAIL	CON
	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	7	7.3	INCODER	COLOMBIA	BOGOTA DC	CL 43 #57-41CAM	3830444		www.incoder.gov.co	ingutierrez@incoder.gov.co	LINA MARIA GI
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	3	3.9	MARUYAMA INTERNACIONAL LDA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 47 # 128-40	6162020		www.maruyamacolombia.com	cartera@maruyamacolombia.com	JOHN PENALC
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	3	3.9	MAXITANQUES S.A	COLOMBIA	MEDELLIN	CR. 58 #65-41	3122340198		www.maxitanques.com	mauricioaramez@maxitanques.com	MAURICIO RAY
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	7	7.3	MINISTERIO DE AGRICULTURA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 8 12B-31	2543300		www.minagricultura.gov.co	amal.kald@minagricultura.gov.co	AMAL KALD T
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	7	7.3	ORDECOL	COLOMBIA	BOGOTA D.	CL. 37 G SUR 72 J	4033355		www.ordecol.com	comercial@ordecol.com	NERA FONTEI
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	3	3.9	PLUSAGRO S.A S	COLOMBIA	META	CL. 10 # 209-91	6870105		www.plusagro.com.co	magc20@hotmail.com	MIGUEL ANDR
SALLY	AGROPEO 2013	CATALOGO DE EXPI	3	3.5	PROALCO BELAERT	COLOMBIA	BOGOTA D.	AUT. SUR KM. 25 V	7198899		www.proalco.belaert.com	cluvia.guintara@belart.com	CLAUDIA QUIN
SALLY		CATALOGO DE EXPI	1	1.2	QUIMICOS AGUILA	MEXICO	JALISCO	CARR. GOL.-CHAP.	3336886719		www.quimicosaguila.com	borim@quico-trade.com	HORACIO SEF
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	RY Y AGRICERCAS Y MALLAS LTI	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 20 A 72 A -44	214849		www.rycoscas.com	administrativo@rycoscas.com	XATLU CAMILA
SALLY		CATALOGO DE EXPI	4	4.2	REFRITANQUES R.B. S.A S	COLOMBIA	MEDELLIN	CR 51 # 71-20	4488554			rsnc@rb@gmail.com	CARLOS ANDR
SALLY		CATALOGO DE EXPI	1	1.14	BOLIVARIANA DE MINERALES LTDA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CL. 62 SUR 18 C -3	7657330		www.bolomita.com	bolminerals@bolm.com	JAIME HICARD
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	ASOAPIBOY	COLOMBIA	BOYACA			3134428303		comunic@asoi.com	RAMON GALV
SALLY		CATALOGO DE EXPI	6	6.6	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE	COLOMBIA	BOYACA			314903279-3202003438		asoc@asobocoyaca.gov.co	EDER HERMAN
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	CAFÉ OCCIDENTAL	COLOMBIA	BOYACA			3134104329		hair.100@hotmail.com	KARA ALEVAF
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	CAFÉ PIE DE MONTE	COLOMBIA	BOYACA			3124358911			ALEJANDRO M
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	CAFÉ REPUBLICA	COLOMBIA	BOYACA			3122478418			BIBIANA BOPF
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	COMEPANELA	COLOMBIA	BOYACA			3143207387		comedillo@despanib.com.co	CLARA INES G
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	COMITÉ DEPARTAMENTAL DE PAN	COLOMBIA	BOYACA			3125947506-3212056468		huaracopa@bocmail.com - Asopiban@bocmail.com	HERIVY ACCO
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	COOPROBREVA	COLOMBIA	BOYACA			3125231824		breva@cooprobreva.com	EDLBRANDI
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	COPIBOY	COLOMBIA	BOYACA			3212590015		copiboy@boc.com	PEDRO ELICE
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	DANICO	COLOMBIA	BOYACA			3173315270		graciadaniel@danico.com	DANIEL ALBER
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	FABRICA DE BOCADILLOS JIN	COLOMBIA	BOYACA			3138594788-314569772		bocadillos@hotmail.com - bocadillosj@y	NELLY NINOS
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	HAR-BEST	COLOMBIA	BOYACA			3124860855		harbest@boc.com	EDGAR JAVIER
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	INDUAGRO	COLOMBIA	BOYACA			3133594582		indugro@boc.com	CARMENZA LA
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	LACTEOS LA PRADERA	COLOMBIA	BOYACA			3103439921-3125090081		soquescop@lacteos.com	NELSI LEGUIZ
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PIEDRAS VERDES	COLOMBIA	BOYACA			3112369622		pedrasverdes@hotmail.com	CARLOS HUMI
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PROCESADORA DE ALIMENTOS SA	COLOMBIA	BOYACA			3107590840			CLAUDIA PULI
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PRODUCTOS APICOLAS APILEN	COLOMBIA	BOYACA			3107534941-3132266745		api@api.com	GUNDISALVO
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PRODUCTOS RICO-MINI	COLOMBIA	BOYACA			311814625-3115380437		ricomail@hotmail.com	BUDILIO PAFIC
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PRODUCTOS VICTORIA	COLOMBIA	BOYACA			3108716721		productovictoria@gmail.com	MARIA VICTOR
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	PRODUCTOS XIRRUS	COLOMBIA	BOYACA			3153636368		xirr@xirr.com	GABRIEL SALL
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.3	GRIGIGROUP	ITALIA	DIPERUGIA	VIA ENRICO MATTEI	8011560		www.grigig.com	gabriele@grigig.com	GABRIELE TAI
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	WARDI	ITALIA	DIPERUGIA	VIA DEL LAVORO 2	8610611		www.grupowardi.it	info@grupowardi.it	BRUNO BORG
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	SAPPERI	ITALIA	DIPERUGIA	ZONA ARTIGIANAL	8578156		www.gruposapperi.it	senice@gruposapperi.it	ENRICO SAPP
SALLY		CATALOGO DE EXPI	4	4.1	AGRIVERO S.A S/ STEPACLA LTI	COLOMBIA	BOGOTA D.	CL. 93 # 16-46 OF	5190486		www.agrivero.com	mark@agrivero.com	MARK GIMENE
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	ALIMENTOS LA ESTRELLA S.A S	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 38 A 25-23	4884352		www.alimentoslaestrella.com	trading@alimentoslaestrella.com	TATIANA CAR
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	AMERICANA DE COLCHONES	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 19 B # 164 A-79	6684949		www.americanaocolchones.com	ut@americanaocolchones.com	WILLIAM FUEN
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	APIARIOS EL PINAR CIA LTDA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 7 # 180-75 MOD	6776844		www.aparioselpinar.com	luis@aparioselpinar.com	JUAN JOSE RI
SALLY		CATALOGO DE EXPI	1	1.14	ASEQUIMAGRO	COLOMBIA	BUCARAMANGA	CG. 105 # 27-33	6450745		www.sequimagro.com.co	dorquin2009@hotmail.com	DORIS RODR
SALLY		CATALOGO DE EXPI	6	6.6	ASOCIACION COLOMBIANA DE MED	COLOMBIA	BOGOTA D.	CL. 33 16-36	3407937		www.asocoma.org	asocoma@asocoma.org	RODRIGO FOF
SALLY		CATALOGO DE EXPI	8	8.1	BIOGARDEN BIOTECNOLOGIA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 26 # 70-16	8065921		www.biogardenlab.com/col	biogarden30@gmail.com	JOHN BENJUN
SALLY		CATALOGO DE EXPI	3	3.9	TV PRODUCTOS	COLOMBIA	BOGOTA D.	CL. 8 A BIS 73 C -01	4244823		www.tvproductos.com.co	jimmi_cava@hotmail.com	JIMMY ERNES
SALLY		CATALOGO DE EXPI	8	8.1	JARTI JHARTUSA	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 10 # 26-21		3107953580		www.jarticoaching.com	jadquinrua
SALLY		CATALOGO DE EXPI	1	1.15	ADM ADELANTE S.A S	COLOMBIA	ANTIOQUIA	CR. 47 # 64A-163 B	5317561		www.adm.com.co	johnson.garcia@adm.com.co	CINDY JOHAN
SALLY		CATALOGO DE EXPI	9	9.1	ADVECTOR TERRATECH	COLOMBIA	BOGOTA D.	CR. 10 A 138-10 T1	7045769		www.advector.co	fernando.aycocha@advector.co	FERNANDO DE

BD CONSTRUCCION / REPETIDO / NO CONSISTENTES

Informe Final Práctica Empresarial

Apéndice E.

TAXONOMIA NACIONAL		N°GRANDES	N°MEDIANAS	N°PEQUEÑAS	TOTAL NACIONAL
1	INSUMOS AGRICOLAS				
1.1	SEMILLAS	10	10	23	43
1.2	PLANTULACION	0	2	1	3
1.3	NUTRICION VEGETAL (ABONOS)	10	5	80	95
1.4	CONTROL DE PLAGAS (FERTILIZANTES, ENTRE OTROS)	0	46	86	132
1.5	PRODUCCION LIMPIA	0	1256	716	1972
1.6	INSUMOS DE LIMPIEZA Y DESINFECCION	0	79	38	117
		20	1398	944	2362
2	INVERNADEROS				
2.1	TELAS Y PLASTICOS	10	130	143	283
2.2	SISTEMAS DE RIEGO	3	518	396	917
2.3	INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES AGRICOLAS	0	0	0	0
		13	648	539	1200
3	PECUARIO, OTRAS ESPECIES Y OTROS				
3.1	FORRAJES Y PASTOS	0	7	1	8
3.2	GENETICA	3	99	67	169
3.3	NUTRICION ANIMAL	5	123	77	205
3.4	SISTEMAS DE PESAJE	10	514	396	920
3.5	ALAMBRADOS Y BARRERAS	0	4	1	5
3.6	INSTRUMENTAL VETERINARIO	0	54	48	102
3.7	TRAZABILIDAD	0	34	11	45
3.8	MEDICAMENTOS VETERINARIO	15	108	113	236
3.9	HERRAMIENTA AGRICOLA Y PECUARIA	0	818	647	1465
3.10	SOFTWARE GANADERO	0	0	0	0
		33	1761	1361	3155
4	PROCESO AGROINDUSTRIAL				
4.1	EMPAQUE	2	220	228	450
4.2	REFRIGERACION	1	139	86	226
4.3	ALMACENAMIENTO	0	24	28	52
4.4	OTRAS PRODUCCIONES ESPEACIALIZADAS	0	0	0	0
		3	383	342	728