

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el autor ha 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 de Práctica Empresarial en CENFER S.A.

Laura Carolina Nieto Márquez

**Trabajo de Grado Presentado Como Requisito para Optar al Título de Profesional
en Negocios Internacionales**

Tutor:

Carlos Andrés Pinzón

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga
División Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Facultad de Negocios Internacionales**

2014

Dedicatoria

Dedico este trabajo:

A dios quien es mi guía y mi fortaleza para salir adelante y culminar con éxito todos mis propósitos.

A mi señora madre NASLY SOFIA MARQUEZ ALVAREZ quien me brindo la mejor educación y me dio la oportunidad de estudiar en esta universidad., por apoyarme incondicionalmente y acompañarme en este proceso de formación profesional.

A mi padre ALBERTO NIETO IMBRETH quien me dio la oportunidad de estudiar y que de alguna manera siempre estará presente en mi vida.

A mi familia por creer en mis capacidades y compartir conmigo la alegría de cada logro cumplido.

Y a todas las personas y amigos que sin importar nada me brindaron su compañía, amor y amistad sincera y creyeron en mí siempre.

Laura Nieto

Agradecimientos

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Santo Tomas de Aquino de la ciudad de Bucaramanga USTA, por abrir sus puertas a nuestra formación como profesional, a nuestros asesores por brindarme sus conocimientos, por su disposición, constante colaboración y sugerencias que permitieron la elaboración y culminación de esta Práctica Empresarial.

A CENFER S.A. Bucaramanga, por su gran ayuda al permitirnos el acceso a sus instalaciones, facilitarme los medios y el tiempo para realizar esta práctica.

Tabla de Contenido

	pág.
1. Objetivos	13
1.1 Objetivo General	13
1.2 Objetivos Específicos	14
2. Justificación	13
3. Antecedentes de la Investigación	15
3.1 Perfil de la Empresa	15
3.2 Misión de la Empresa	16
3.3 Visión de la Empresa	16
4. Marco Teórico	21
5. Cargo Asignado y Funciones	24
5.1 Cargo Asignado	24
5.2 Funciones	24
5.3 Aportes	27
6. Conclusiones	28
Bibliografía	29

Listas de Tablas

	pág.
Tabla 1. Información de CENFER	15

Lista de Figuras

	pág.
<i>Figura 1.</i> Logo Cenfer	15
<i>Figura 2.</i> Organigrama y Ubicación de su Área	17

Lista de Apéndices

	pág.
Apéndice A. Eventos FERIALES Realizados en CENFER Durante 2014	30

Resumen

El centro de Ferias Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga CENFER, es una plataforma de aprendizaje variada para el estudiante, por ello la práctica empresarial realizada fue un instrumento fundamental para la planificación y desarrollo de un futuro profesional, la base del conocimiento del mundo laboral y la apertura a las grandes expectativas de trabajo. La mayoría de las funciones en el centro de ferias fueron entorno a los diferentes eventos de las unidades estratégicas de negocio que se estaban realizando en tiempo real.

Durante el desarrollo del período de práctica se pusieron a prueba los conocimientos adquiridos en la universidad y la capacidad del estudiante para asumir roles, tareas y funciones específicas con el fin de obtener un resultado positivo y haber cumplido con las expectativas de la empresa, la universidad y el estudiante.

Palabras Claves: Feria, Pabellón, Mercadotecnia, Investigación, Eventos.

Summary

The Trade Centre Exhibition and Convention CENFER Bucaramanga, is a platform for diverse student learning why business practice was made central to the planning and development of a professional future instrument, based on knowledge of the working world and opening up to the high expectations of work. Most functions in the trade center were different events around strategic business units being made in real time.

During the development period were tested practical knowledge gained in college and a student's ability to assume roles, specific tasks and functions in order to obtain a positive result and has fulfilled the expectations of the company, the university and student.

Keywords: Fair, Pavilion, marketing, Research, Events.

Glosario

FERIA: evento social, económico y cultural establecido que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común. El objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas y compras para los visitantes y negociantes

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.

INVESTIGAR: Verbo que se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. Conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

PRÁCTICAS EMPRESARIALES: Oportunidad que se les propone a los estudiantes para que se comiencen a familiarizar con las actividades propias de una empresa, con el fin de crear espacios como futuro empresario o empleado y al mismo tiempo sea capaz de conocer los avances tecnológicos.

UEN (Unidad Estratégica de Negocios): Unidad encargada de realizar actividades especializadas, encaminadas a un mercado objetivo específico con intereses particulares y comunes. Dentro de la compañía existen tres tipos de UEN clasificadas así:

- UEN FERIAS Y FORMATOS (F2)
- UEN EVENTOS Y ENTRETENIMIENTOS (E2)
- UEN CONGRESOS Y CONVENCIONES (C2)

Informe Final de Práctica Empresarial en CENFER S.A.

La Práctica Empresarial fue elegida como alternativa de grado para optar al título profesional, exigido por la Universidad Santo Tomas de Bucaramanga, ya que permite conocer las situaciones dentro del mundo empresarial y desarrollar habilidades teórico-prácticas para vivir experiencias y asumir retos en el campo laboral, con la expectativa de abrir puertas que me conlleven a un futuro lleno de éxito.

La práctica empresarial se lleva a cabo en un periodo de 6 meses, en el Centro de Ferias Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga – CENFER, en la Unidad Estratégica de Negocios de Eventos y Entretenimiento (E2) en donde se pudieron afianzar conocimientos en las disciplinas de administración y mercadeo, resaltando la importancia de la Investigación, innovación y desarrollo como herramientas para una empresa y la importancia de las ferias como una plataforma de negocios.

1. Informe de Práctica Empresarial en CENFER S.A.

1.1 Justificación

La Práctica Empresarial se hace con el propósito de cumplir el requisito de grado como profesional en negocios internacionales, y de vivir una experiencia laboral que permita complementar los conocimientos académicos adquiridos en el lapso de la carrera, mediante la oportunidad de enfrentar y saber manejar las situaciones de responsabilidad laboral que requieren de la toma de decisiones rápidas y eficientes para cumplir con las competencias exigidas por la empresa, reforzando y certificando un perfil profesional.

El Centro de Ferias Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga CENFER es una plataforma clave para vivir una experiencia laboral, evidenciando la realidad empresarial, la organización de eventos, contacto con grandes empresas, investigación de formatos de ferias como experiencia innovadora y participativa en un enfoque de nuevos negocios, logística y operación de los eventos.

La Unidad Estratégica de Negocios de Eventos y Entretenimiento (E2) es la que brinda la oportunidad de poner a prueba las habilidades administrativas y de mercadeo, apoyando siempre con la mejor actitud y compromiso para lograr aplicar la teoría académica en el ejercicio empresarial pues los servicios que presta la compañía se desarrollan con temas relacionados al desarrollo social y económico de la Ciudad de Bucaramanga y el Departamento de Santander en el sector de Ferias, Congresos y Eventos.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General. Apoyar la Unidad Estratégica de Negocios de Eventos y Entretenimiento (E-2) de Cenfer contribuyendo al cumplimiento de las metas planteadas en la misma, en temas relacionados con investigación, planificación y operación de los eventos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Planificar e implementar las actividades de gestión comercial de los eventos feriales con el fin de asegurar clientes que permitan atraer al mercado objetivo y cumplir con las metas de ventas establecidas.
- Investigar sobre nuevos formatos de entretenimiento que puedan adaptados en CENFER, con el propósito de innovar o actualizar los servicios ofrecidos actualmente mediante la búsqueda de información secundaria de otros recintos feriales de Colombia y el mundo.
- Realizar actividades de tele mercadeo, manejo de clientes y bases de datos para cumplir con las metas establecidas, con el fin de conseguir alianzas estratégicas para planeación y coordinación de actividades.

3. Antecedentes de la Investigación

3.1 Perfil de la Empresa



Figura 1. Logo Cenfer

Fuente: Centro de ferias, exposiciones y convenciones de Bucaramanga.

Nit: 800.151.720-4

Tabla 1. Información de CENFER

Razón Social:	Centro de eventos, exposiciones y convenciones de Bucaramanga
Dirección :	Kilómetro 6 vía Girón
Teléfono	6822222
Nombre del Gerente :	Sergio Adolfo Velásquez
Área donde desarrolla la práctica	Dirección de eventos y entretenimiento
Persona de contacto:	Homayra Ballesteros
Correo Electrónico:	feriascomerciales@cenfer.com
Número de Empleados	29 - fijos 12 - temporales

Fuente: CENFER

3.2 Misión de la Empresa

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. (CENFER, 2014)

3.3 Visión de la Empresa

Seremos reconocidos en Colombia, en el 2014, como el centro de eventos más representativos 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 superaran siempre sus expectativas.

Lograremos nuestra visión, alineando al equipo de trabajo con la compañía, brindándoles oportunidades de mejoramiento profesional y justa remuneración a partir de resultados. (CENFER, 2014)

CENFER S.A. se encuentra actualmente compuesta por tres unidades de negocio: Eventos y Entretenimiento (E2), Ferias y Formatos (F2) y congresos y Convenciones (C2) y una unidad independiente que es de Investigación e Innovación (I2). Adicionalmente cuenta con unidades de apoyo Operativa, y Administrativa y Financiera.

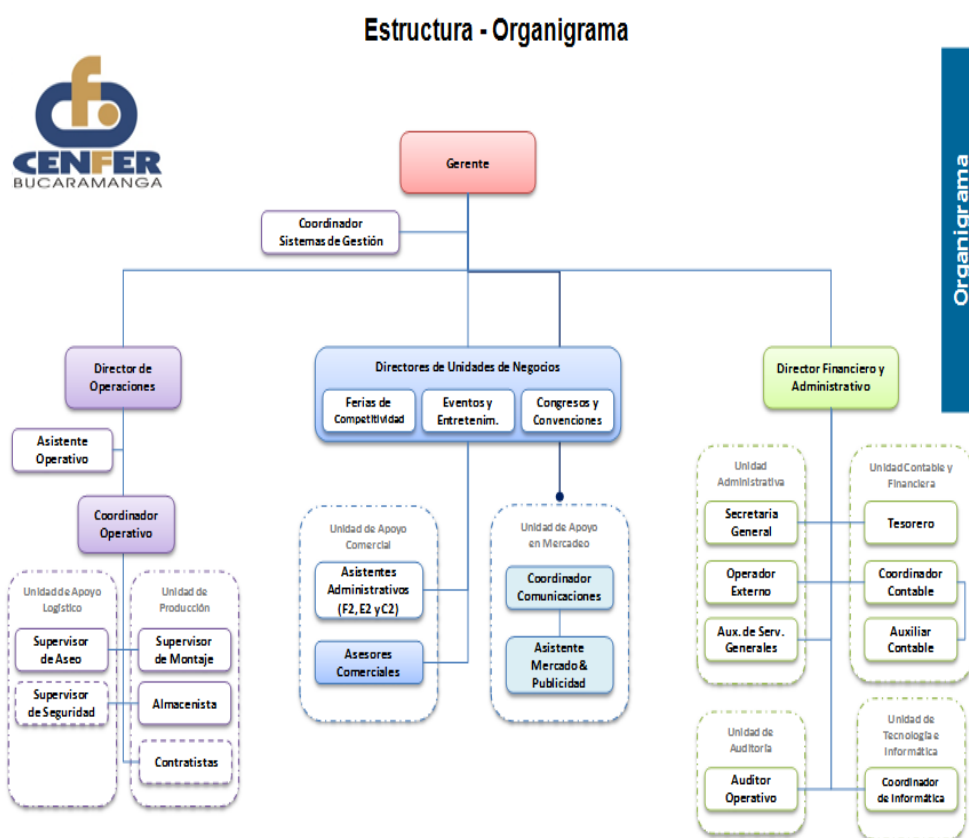


Figura 2. Organigrama y Ubicación de su Área

Fuente: CENFER

3.4 Eventos y Entretenimiento (E2)

Es el departamento que se encarga de la realización de ferias comerciales convertidas en eventos inolvidables y espectáculos tácticos con distintos esquemas de captura de valor, abiertas a todo público. (CENFER, 2014)

Ferias y Formatos (F2)

Es el departamento que lidera las ferias y eventos especializados, no abiertos a todo público, y en busca de cerrar negocios grandes y de perfil internacional.

Busca expositores con capacidad de producción y competentes para poder responder a pedidos con mayores grados de exigencia. (CENFER, 2014)

Congresos y Convenciones (C2)

La Unidad de Congresos y Convenciones se encarga de la realización de eventos de terceros, es decir CENFER le sirve como plataforma para la ejecución de sus negocios y demás actividades que deseen realizar.

Es un promotor de Santander y como tal aprovecha las relaciones con empresas del sector (hoteles, restaurante, turismo) para promocionar a CENFER como operador de congresos.

Investigación e Innovación (I2)

La unidad de Investigación e Innovación es una unidad de apoyo independiente, encargada de investigar, analizar y proponer nuevos proyectos atractivos para CENFER, brindando soporte a las unidades estratégicas de la compañía: Ferias para la Competitividad, Ferias Comerciales de Entretenimiento, Congresos y Convenciones. (CENFER, 2014)

Unidad Operativa

Asesora y Planifica la operación (montaje, desarrollo, y desmonte) de los eventos realizados por las Unidades Estratégicas de Negocio de CENFER, asegurando una ejecución impecable, a través del uso adecuado de las aéreas 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

Portafolio de Servicios

CENFER S.A. es una empresa que ofrece sus instalaciones como espacio propicio para llevar a cabo cualquier tipo de evento, según la necesidad del cliente. Así mismo, brinda al interesado la opción de poner en manos de nuestro personal, toda la organización logística que requiera para concluir de manera exitosa y con el más alto grado de satisfacción, ese evento que se nos ha confiado en dirigir. (CENFER, 2014)

Patio de Honor: Consta de 2.500 m^2 , situado entre los dos pabellones y baterías sanitarias.

Área cubierta de 800 m^2 .

Auditorio: Situado en el segundo piso del Pabellón Múltiple, al costado sur de la nave central, tiene un área útil de 524 m^2 . Cuenta con aire acondicionado central, tapete de tráfico pesado, panelera en paño que modula el área en distintos salones, baterías sanitarias, silletería, atril y sonido central.

- Áreas desde 100 hasta 700 personas.

Pabellón de Exposiciones: Situado en el costado occidental al frente del Pabellón Múltiple. Cuenta con un área total de 1.724 m^2 , aire acondicionado central, piso de tráfico pesado y baterías sanitarias.

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

Plaza de Banderas: Cuenta con área de 1.500 m^2 integrada al patio de honor al aire libre y baterías sanitarias

Áreas de Exhibición Pabellón Múltiple: Cuenta con área total de 2.483 m^2 , dotación aire acondicionado central, piso de tráfico pesado y baterías sanitarias.

- 2.500 personas con sillas y mesas.

- 3.500 personas con sillas.
- 5.000 personas de pie.

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

Servicios Adicionales: Alquiler de elementos tales como paneles para stands, mobiliario, sonido e iluminación entre otros para eventos externos (Universidades, colegios, empresas), así mismo estos se ofrecen también con los servicios de internet (inalámbrico o alámbrico) y la plazoleta de comidas, en la torre de adicionales se ofrecen elementos de papelería, mobiliario y demás artículos que necesitan los expositores para la adecuación de los stands.

Las anteriores facilidades de infraestructura son utilizadas para el desarrollo de los diferentes eventos feriales comerciales y para competitividad. (Ver apéndice 1)

4. Marco Teórico

La mercadotecnia o marketing tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos el padre de la mercadotecnia moderna), lo señala como el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

También se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

En la mercadotecnia encontramos una manera más clara de comprender la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

Dentro de las ferias y exposiciones vamos a encontrar un mercadeo más directo, como lo son las ferias y exposiciones comerciales y culturales que son de mayor interés para el público y amplía las posibilidades en el campo laboral y productivo.

A través de su realización observamos el proceso de marketing, que es tan poderoso, que las pequeñas y medianas empresas al igual que las grandes empresas tienen las mismas posibilidades de afianzar sus productos y obtener un reconocimiento enorme por la sociedad.

El mercado en el que se ve influenciado estas ferias y exposiciones, no solo es el mercado nacional, sino también el mercado internacional partiendo, que CENFER es uno de los centros más grande y que tienen mayor impacto en Colombia.

El visitante potencial o comprador, observa y analiza la información del expositor a fin de ser utilizadas en los procesos de decisión de compra y de conocimiento de líneas de comercialización expansivas.

La realización de exposiciones, eventos, rondas de negocios, eventos expoturísticos, entre otras expresiones posibilitara a los interesados a motivar corrientes de

divulgación y promoción a fin de acceder a diversas temáticas acordes a las fuertes características de la zona.

De esta manera la mejor manera de exponer un producto desde cero, la mayor posibilidad de concretarla es la imagen que hace y la rentabilidad que le espera, ya que es la forma más directa de mercadeo que existe.

Una excelente exhibición del producto, brinda a los clientes la interacción entre ambos, ya que a medida que se van demostrando los productos, el cliente no tenga ninguna inquietud para adquirirlo, ya que están enfocados cara a cara, con sus cinco sentidos focalizados.

Además le permite también:

- Fomentar la temática
 - Promocionar los emprendimientos que a si mismo van ligados a la temáticas.
 - El desarrollo de políticas de comercio local o internacional.
 - La creación de nuevas formas de empleo.
 - Propuestas culturales o comerciales para las nuevas corrientes de productividad.
 - La comunicación o desarrollo de medios de comunicación para el crecimiento de la empresa.
- Necesidad del expositor de mostrar calidad corporativa (Marca/Status)
 - Alianzas con proveedores (actuales y futuros)
 - Versatilidad del recinto para montajes únicos
 - Equipo de trabajo (personas, sistema contable)
 - Acceso a la base de datos de expositores anticipada
 - Punto de operación en el sitio del evento

Para la Investigación de Mercados, es importante que a la hora de tomar cualquier decisión el cuidado personal, comprender como la empresa que nos visita debe mantener una evaluación continúe de sus procesos para seguir surgiendo.

Hay que revisar textos, revistas, para conocer la diversidad que existen entre las empresas, además una muy buena investigación de mercados nos conlleva a tomar muy buenas decisiones de forma acertadas y correctas...

La planeación debe ser flexible para conseguir clientes potenciales y garantizar el éxito en nuestro evento.

5. Cargo Asignado y Funciones

5.1 Cargo Asignado

Practicante Unidad Estratégica de Negocios – Eventos y Entretenimientos (E2)

5.2 Funciones

1. Construir y mantener actualizadas las bases de datos de los clientes potenciales y actuales de la UEN de Eventos y Entretenimiento de CENFER S.A, según requerimientos de la UEN.

- Identificación de sectores objetivo del evento que se va a realizar.
- Identificación de clientes prospectos para su participación en el evento, recopilando; razón social, nombre del contacto, dirección, teléfono y correo electrónico.
- Verificación de datos de contacto de los clientes prospectos.
- Actualización de las bases de datos que serán utilizadas para la comercialización de los eventos.

2. Realizar investigaciones de acuerdo a temas específicos y convertirlos en proyectos para eventos existentes.

- Interpretación de la idea a investigar, partiendo de un evento existente.
- Planteamiento del problema, estableciendo objetivos, desarrollando preguntas, justificando la investigación y viabilidad.
- Elaboración y construcción del marco teórico.
- Definición de hipótesis, detectar variables, definir las conceptual y operacionalmente.
- Seleccionar el diseño apropiado de la investigación.
- Recolectar los datos para lo cual se debe, a través de elaborar y aplicar un instrumento de medición.
- Analizar datos y diseñar resultados.

- Presentación de conclusiones y el reporte final de investigación.
3. Prestar soporte comercial en actividades relacionadas con los requisitos para la participación y vinculación de las empresas en los eventos organizados.
- Identificación del sector objetivo del evento que se va a realizar.
 - Focalizar la atención y los esfuerzos en alguna estrategia concreta para dar una solución específica a un problema.
 - Capacitación estratégica que se ha elegido, dedicando los recursos necesarios para ponerla en práctica.
 - Implantación de la innovación, partiendo de la idea y siguiendo las distintas fases de su desarrollo.
 - Prestación del soporte comercial en las actividades de las empresas en los eventos organizados.
4. Apoyar la logística y entrega de material en las reuniones con los expositores antes de iniciar el evento.
- Gestión de los recursos apropiados.
 - Apoyo en logística en las reuniones con los expositores.
 - Disposición de los materiales necesarios en un sitio determinado antes de cada exposición.
5. Coordinar las funciones del personal temporal y brindar acompañamiento a los expositores durante el evento.
- Desarrollar procesos de contratación de personal temporal para Organizar y distribuir funciones de apoyo como taquilla, guía de pabellón y encuestar y para cumplir con las expectativas del público.
 - Planificar actividades y material de trabajo para una buena exposición
 - Enseñar y orientar al personal temporal para Recibir y acreditar a los expositores, invitados especiales y público en general.

- Brindarle información del recinto a los expositores y orientarlos en el uso de los materiales que tienen disponible para su presentación, así como también hacerles acompañamiento durante toda su estadía en CENFER.

6. Prestar apoyo a la solución de requerimientos adicionales por parte de los expositores y coordinar su realización con los diferentes responsables de la producción y operación del evento.

- Establecer estrategias para coordinar a los expositores.
- Desarrollar planes para coordinar actividades.
- Determinar qué actividades deben realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar y que decisiones tienen que tomarse.
- Motivar a los expositores a través de las diferentes ayudas ofrecidas durante el evento.

7. Realizar labores administrativas relacionadas con: Cotización de los servicios requeridos por la unidad, relacionarse con los proveedores de la unidad, elaboración de órdenes de compra y legalizar facturas de acuerdo a las directrices de la UEN.

- Organizar los recursos necesarios para la elaboración de las diferentes cotizaciones de los servicios requeridos.
- Dirigir y Asegurar Recursos para el cumplimiento de los objetivos.
- Elaboración de las órdenes de compras.

Las actividades antes mencionadas fueron ejecutadas durante los siguientes eventos:

- Expo pesados2014 (27 de Febrero al 2 de marzo
- Expoficinas y 1er Encuentro de Logística y Gestión de Activos (27 al 29 de Marzo)
- Agro feria 2014 (3 al 6 de Abril)

- Equina Grado B (26 al 27 de Abril)
- Car audio 2014 (30 de Mayo al 2 de Junio)

5.3 Aportes

La práctica empresarial realizada en Cenfer S.A., proporcionó los siguientes aportes:

- El contacto directo con el cliente para tener la posibilidad de desarrollar diferentes habilidades dependiendo de las situaciones que se presenten con éste.
- Adquisición de habilidades para dirigirme a los empresarios y personas en general con una mayor seguridad en el ámbito de los negocios, según los principios y valores inculcados en mi formación.
- Tener la destreza de realizar actividades promocionales de tele-mercadeo, con el fin de atraer clientes y/o visitantes.
- Aprender a mantener la calma y la serenidad en situaciones adversas para poder tomar decisiones acertadas y lograr que el evento siga su curso sin ningún inconveniente
- La oportunidad de dirigir la agenda académica de un evento y así mismo tener contacto directo con los conferencistas.
- La oportunidad de trabajar en equipo e interactuar con el personal interno, todos en pro de un objetivo en común, donde el aporte de todos los miembros es indispensable para el éxito

6. Conclusiones

La práctica empresarial es la primera experiencia real de trabajar para conseguir resultados importantes, y demostrarnos a nosotros mismos que podemos asumir responsabilidades de cualquier índole y cumplir con cada actividad asignada, Es gratificante el aprendizaje que se adquiere en el tiempo de práctica, ya que aumentan los conocimientos adquiridos en la época de estudio en la universidad y desarrolla habilidades que en el futuro servirán de base para el mundo laboral.

La experiencia es invaluable, Tener la posibilidad de compartir, experimentar y hacer parte de las vivencias del día a día de una empresa es algo enriquecedor, el Centro de Ferias, Exposiciones y Convenciones de Bucaramanga- CENFER es una entidad que transmite de manera directa confianza en el manejo laboral y la plena disponibilidad para el manejo de la información, investigación y contactos.

Fue una experiencia única en la cual tuve la oportunidad de interactuar en diferentes ámbitos y destacarme en el área que me correspondía.

Bibliografía

Gómez D. (2014). *Ferias y exposiciones [Centro de exposiciones y eventos de Santander]*.

Recuperado el 8 de julio de 2014, de: <http://www.cenfer.com.co>

León, G. (2014). *Recursos electrónicos. [Catálogos en línea]*. Recuperado el 19 de julio de

2014, de <http://bibliotecabmanga.ustabuca.edu.co/>

Muñiz R. (2014, Enero). *Marketing XXI [Concepto de investigación de mercados]*.

Recuperado el 23 de julio de 2014, de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

RIES (1986). *Mercadotecnia*. Universidad de las Américas de Puebla, México.

Apéndice A. Eventos Feriales Realizados en CENFER Durante 2014

- **Ferias para la Competitividad.**

Identifica los clúster grandes y emergentes de la región con ayuda de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, para crear nuevos formatos alrededor de áreas sensibles para la competitividad regional.



Figura 1. Expo Oficina

Fuente: CENFER

Es el evento que reúne a empresas regionales y nacionales, proveedoras de equipos y soluciones integrales para las necesidades de las oficinas, facilitando su operación y mantenimiento diario. (Eliminar fuente negrita).



Figura 2. Evento

Fuente: CENFER

Es el evento técnico, académico comercial, que reúne durante 3 días a expertos en temas de Logística y Optimización de Activos. Con una muestra comercial de más de 1000 m2 en áreas de exposición y la Presencia de más de 50 Expositores Regionales y Nacionales



Figura 3. Agro Feria

Fuente: CENFER

Evento 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



Figura 4. Asoinducals

Fuente: CENFER

Es la Feria Internacional del Cuero, el calzado y la manufactura, esta feria ha servido de plataforma para el crecimiento del sector del cuero y calzado en nuestra región, con empresas santandereanas exportando a diversos países de Europa y América



Figura 5. Logo

Fuente: CENFER

Es el único SHOW ROOM en América Latina especializado en Moda Infantil y Juvenil con 17 versiones de exposición. A este evento asistieron compradores de Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico, Panamá, Costa Rica, República Dominicana, Antillas Holandesas, Aruba.

- **Ferias Comerciales y de Entretenimiento**

Entiende lo que el cliente realmente desea y hace eventos que sobrepasen sus expectativas, por esto promueve un ambiente multifuncional en las ferias, que permite recrearse y al mismo tiempo que se promueva el comercio.

Se interesa en las ferias dirigidas a todos los miembros de la familia y ofrece actividades para todos, por atraer flujos culturales, turísticos y comerciales con el fin de sofisticar la demanda interna.

Es sin duda la vitrina de moda más importante del oriente colombiano. Asistieron compradores de 19 países: Chile, México, Aruba, Costa Rica, Curazao, Perú, Panamá, El Salvador, Guatemala, República Dominicana, Argentina, Uruguay, Nicaragua, Ecuador, Estados Unidos, Bolivia, Puerto Rico, Venezuela, España.



Figura 6. Expo Pesado

Fuente: CENFER



Figura 7. Car Audio

Fuente: CENFER

CAR AUDIO es el evento juvenil más representativo de la región y el punto de encuentro para los entusiastas del entretenimiento alrededor de los autos, el sonido, el *tuning*, las motos, la música y los deportes extremos.



Figura 8. Motor Show

Fuente: CENFER

Es el evento que se convierte en la vitrina comercial 100% especializada en el sector automotriz en Santander, reúne durante 5 días la mayor oferta de reconocidas marcas de automóviles a nivel mundial y concesionarios a nivel nacional, convirtiéndose en el evento más reconocido del oriente colombiano, con una trayectoria de 19 años.

Es el evento más tradicional de la región. Con 65 años de experiencia. Realiza una exhibición y juzgamiento de ganado y equinos, caprinos y ovinos. De igual forma se complementa con una programación variada musical con los mejores artistas del momento.



Figura 9. Feria Ganadera

Fuente: CENFER



Figura 10. Feria del Hogar

Fuente: CENFER

Es un evento que se creó con el fin de abrir un espacio comercial en donde la familia puede encontrar todo lo necesario para el hogar en un solo lugar.