

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

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Informe final práctica empresarial en el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones de Bucaramanga CENFER S.A

Jennifer Katherine Saavedra Bolívar

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

Director

Oscar Julián Sanabria

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga
División de ciencias económicas y administrativas
Facultad de negocios internacionales

2015

Dedicatoria

A Mis padres por el esfuerzo y dedicación en cada paso de mi carrera, por ser mi apoyo incondicional en cada decisión de mi vida.

A los docentes que estuvieron en mi proceso de formación como profesional, por cada uno de sus conocimientos aportados.

A mis familiares, compañeros de estudio, que han hecho parte de esta formación como profesionales.

A Dios principalmente porque sin el nada de esto hubiera sido posible.

Agradecimientos

Al finalizar una etapa de mi vida la cual me llena de mucha nostalgia y de orgullo por que es una meta que me propuse en la vida conseguir y sé que para mis padres es una gran alegría ver hasta donde he llegado, y sé que esta aventura apenas comienza.

A mis padres y hermano porque son mi motor de vida y por los cuales lucho cada día de mi vida por ser mejor persona, porque estuvieron presentes en este proceso que con sacrificios en muchos sentidos ya pronto culmina.

A mis amigas y colegas, Carolina Rey, Sheyla Duarte y Juliana Camargo, a las cuales les debo mucho por su aporte en esta formación que no solo fue académica si no como persona y de las cuales queda una muy bonita amistad.

A Yesenia Neira una excelente persona y amiga que ha sido participe de este proceso y ha sido un apoyo para no decaer en muchos momentos de este proceso que sentí que no podía continuar

A Pablo Gómez que fue mi apoyo y compañía, que a pesar de las dificultades formo para importante de esta formación, por su voz de aliento y por siempre animarme a continuar con mis proyectos.

Y a todas aquellas personas que han estado en mi vida y que de una u otra manera estuvieron ahí presentes apoyándome.

Tabla de contenido

Informe final práctica empresarial en el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones de Bucaramanga CENFER S.A.....	2
Introducción.....	12
Justificación.....	13
1. Objetivos.....	14
1.1 Objetivo general.....	14
1.2Objetivos específicos.....	14
2. Perfil de la empresa.....	15
2.1 Información general.....	16
2.2 Misión.....	16
2.3 Visión.....	16
2.4 Organigrama de la empresa.....	18
2.5 Reseña Histórica.....	19
2.6 Portafolio de productos y servicios.....	20
3. Cargo y Funciones.....	25

	6
PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES	
3.1 Cargo a desempeñar	25
3.2 Funciones	25
4. Marco conceptual	29
5. Aportes	31
5.1 Aportes de la empresa al practicante.	31
5.2 Aportes del practicante a la empresa.	31
Eventos apoyados como practicante empresarial en la UEN de congresos y convenciones	32
6. Conclusiones.....	37
7. Recomendaciones	38
Referencias Bibliográficas.....	39
Apéndices	40

Lista de tablas

Tabla 1. Información General de CENFER SA.....	16
--	----

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama de CENFER S.A.....	18
Figura 2. Escogencias Iníciales UEN Ferias para la Competitividad.....	21
Figura 3. Escogencias Iníciales UEN Ferias Comerciales de Entretenimiento.....	22
Figura 4. Escogencias Iníciales UEN Congresos y Convenciones.....	23

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lista de Apéndices

Apéndice 1. Catálogo Elementos Adicionales CENFER S.A.....	39
Apéndice 2. Catálogo Proveedores.....	42

Glosario

Coaching. Proceso interactivo y transparente mediante el cual el coach o entrenador y la persona o grupo implicados en dicho proceso buscan el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados usando sus propios recursos y habilidades. Hay muchos métodos y tipos de coaching. Entre sus técnicas puede incluir charlas motivacionales, seminarios, talleres y practicas supervisadas.

Competitividad. Capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico. (Pareja Ramos, 2011)

Congreso. Reunión o conferencia, generalmente periódica, donde los miembros de un cuerpo u organismo se reúnen para debatir cuestiones de diversa índole.

Convenciones. Es un evento de vocación privada, generalmente organizado por una sola empresa, con una duración mínima de dos días y al menos cincuenta participantes.

Unidad estratégica de negocio. Es una unidad operativa, que agrupa productos o servicios diferenciados, vendidos a un conjunto definido de clientes y que al mismo tiempo enfrenta un grupo determinado de competidores.

Resumen

Autor: Jennifer K. Saavedra Bolívar

Descripción

En este informe se encuentran los aspectos básicos de CENFER, la misión y visión que la rigen, los servicios que presta y su estructura organizacional brindando una visión más detallada del objeto social de la empresa. Luego se describe detalladamente las funciones asignadas específicamente en la Unidad Estratégica de Eventos y Entretenimiento con las respectivas actividades que permitieron el cumplimiento de cada una de las funciones, lo cual me permitió articular los conocimientos académicos adquiridos en el transcurso de la carrera con los conocimientos del cargo desempeñado.

Introducción

El presente trabajo se deriva de la realización de las prácticas empresariales en CENFER S.A, a través de las funciones desarrolladas en la UEN de eventos y entretenimiento, empresa encargada de la organización de ferias, exposiciones, eventos, congresos y convenciones.

En el transcurso de la práctica empresarial se realizó propuestas económicas a los diferentes gremios, asociaciones y empresas que estaban interesados en realizar sus eventos en CENFER; brindando soporte a las diferentes Unidades Estratégicas de Negocios de la empresa a través del servicio de atención al cliente.

En CENFER S.A. la práctica empresarial es un proceso de continuo aprendizaje que permite conocer y profundizar temas relacionados con: cuero y calzado, confecciones, artesanías, automotriz, ganadería, hogar, etc. sectores que año tras año atraen más la atención de las personas logrando así gran número de visitantes y compradores en cada versión de los eventos realizados en la empresa.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Justificación

La práctica empresarial tiene como finalidad afianzar las competencias profesionales, para desarrollar todas aquellas competencias vistas en la parte teórica ya estudiada en el ámbito universitario, para de esta manera poner en práctica todos aquellos conocimientos aprendidos y por medio de este desarrollar destrezas y competencias laborales.

El desarrollo en la unidad a la cual prestare apoyo como practicante en la unidad de FERIAS COMERCIALES Y ENTRETENIMIENTO, espero adquirir destrezas y experiencia en el área comercial y administrativa con el fin de fortalecer conocimientos adquiridos en la formación académica que puedan ser utilizados en el ejercicio profesional.

Este tipo de práctica también me puede servir como motivación para generar mi propia fuente de trabajo a partir de la creación o generación de ideas empresariales.

El contacto con empresarios y profesionales expertos en el área administrativa y de negocios son una fuente de nuevas experiencias que van a aportar para mi futuro profesional.

Las razones anteriores fueron las que tuve en consideración para escoger el CENRO DE FERIAS Y EXPOSICIONES, CENFER S.A para la realización de mi práctica.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Desarrollar en la práctica los conocimientos adquiridos durante la formación académica en el campo administrativo organizacional con el fin de fortalecer las competencias específicas en el campo de los negocios internacionales.

1.2 Objetivos específicos

- Adquirir habilidades en la organización de eventos a partir de la planeación promoción y evaluación de los mismos.
- Fortalecer a partir del ejercicio de la práctica las competencias profesionales en el campo administrativo.
- Desarrollar habilidades de negocio a partir de identificación contacto y seguimiento de clientes.
- Fomentar valores empresariales a partir de la experiencia directa en el proceso organizativo de eventos feriales.
- Afianzar el desarrollo integral inculcado desde el ámbito universitario y proyectado al campo empresarial.

2. Perfil de la empresa

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, expo hogar y 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 arquitectónico de Rafael Maldonado Tapias, y en Abril 27 de 1995 se abrió el recinto con el I salón de automóviles 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

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

2.1 Información general**Tabla 1. Información general**

Razón Social	CENFER S.A. 
Objeto Social	<i>Organizar, promover y facilitar la realización de eventos, ferias y convenciones</i>
Dirección	Km 6 vía a Girón-Bucaramanga
Teléfono	6822222
Jefe Inmediato	Karina Pereira

2.2 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.

2.3 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,

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

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.

2.4 Organigrama de la empresa

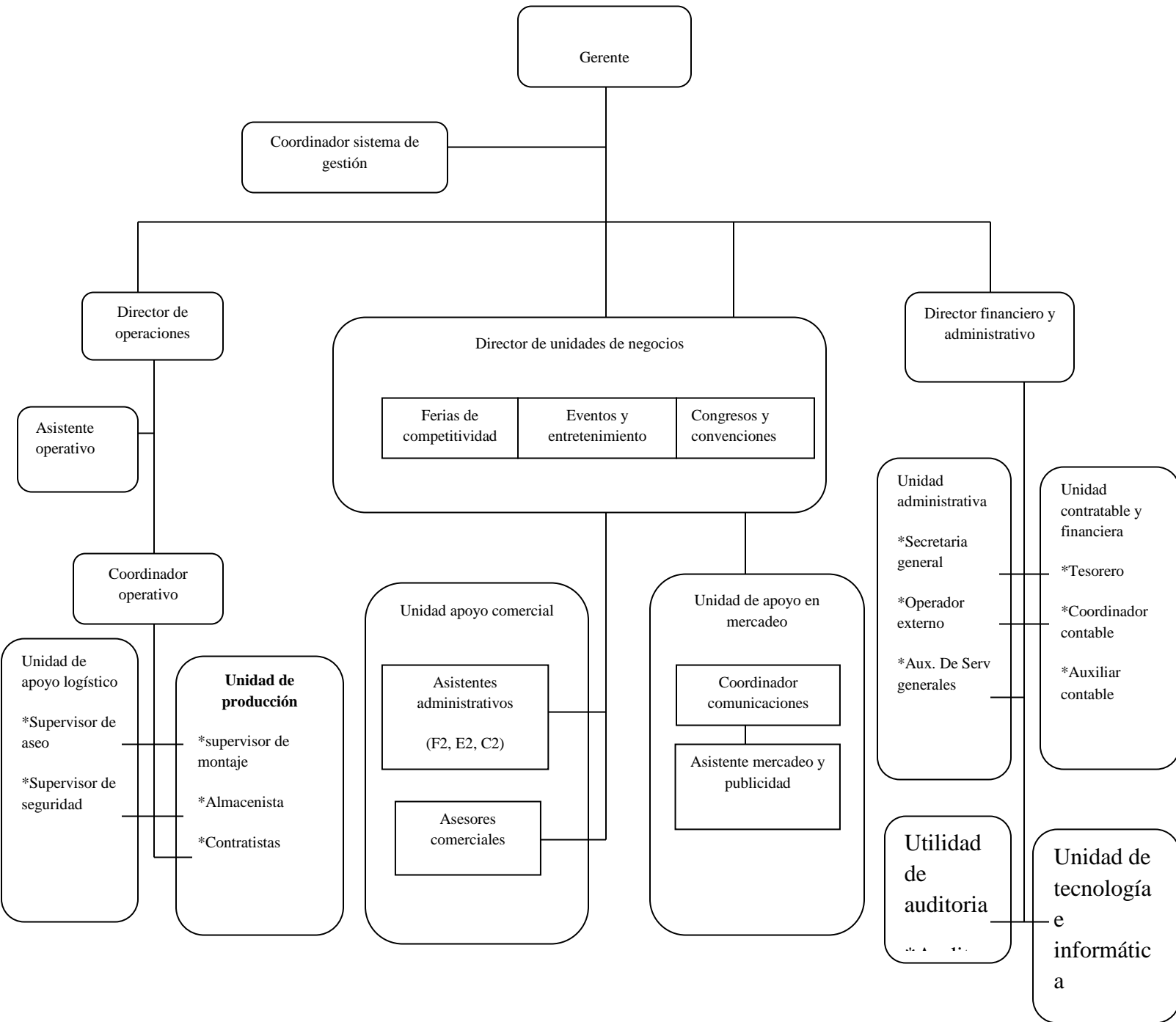


Figura 1. Organigrama CENFER SA

Fuente. CENFER S.A

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

2.5 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, Expo-hogar y la Feria Artesanal, entre otros.

Es así como a principios de los 90 se iniciaron la 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 arquitectónico de Rafael Maldonado Tapias, y en abril 27 de 1995 se abrió el recinto con el I 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 tradición ferial 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 su más importante expresión en las distintas ferias programadas, que año a año atraen un mayor número de visitantes y compradores del país y del exterior. (BUCARAMANGA, 2014)

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

2.6 Portafolio de productos y servicios

LÍNEAS DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

CENFER S.A. tiene un conjunto de unidades estratégicas de negocios, las cuales construyen líneas de productos y servicios independientes pero con un mismo objetivo el cual es hacer de CENFER una plataforma de contactos efectivos en todas sus versiones.

CENFER S.A. cuenta con tres UEN (Unidades Estratégicas de Negocio):

Estas UEN se encargan del funcionamiento de los productos y servicios de la empresa:

Ferias y Formatos.

Las Ferias para la competitividad son clúster fuertes y emergentes de la región los cuales buscan generar espacios pensados para hacer negocios con formatos que sorprendan al expositor y que atraigan audiencia.

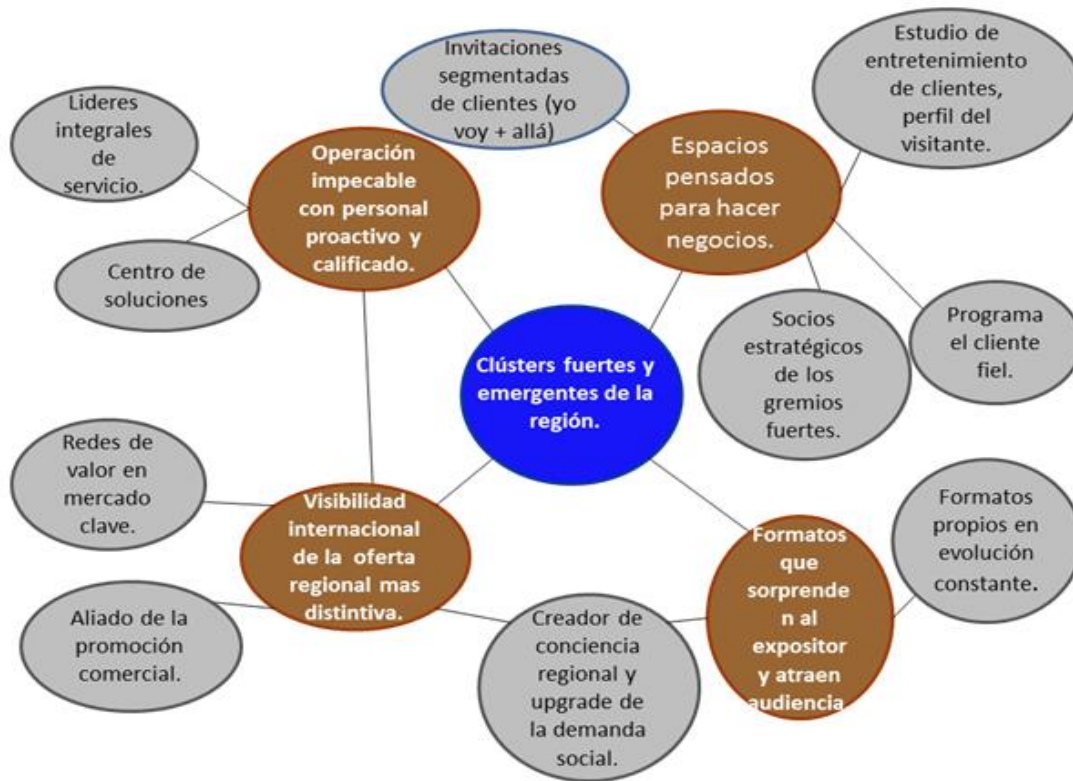
FERIAS PARA LA COMPETITIVIDAD

Figura 2. Escogencias Iniciales UEN Ferias para la Competitividad.

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga

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 (ver Figura 2).

Tiene como característica además, reclutar instituciones o países invitados que le den oportunidades de negocios a los sectores característicos y brindar como tal la asesoría y acompañamiento para cerrar además de negocios concretos y representativos, alianzas duraderas.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Eventos y Entretenimiento: Son eventos innovadores para la región, donde se busca que las familias tengan un momento de integración para recreación, la cultura y el esparcimiento brindando espectáculos con esquemas innovadores.

FERIAS COMERCIALES DE ENTRETENIMIENTO



Figura 3. Escogencias Iniciales UEN Ferias Comerciales de Entretenimiento

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga

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. Antes de la ejecución de la feria se **realiza una** investigación de mercados previa con la finalidad de evaluar la viabilidad del evento.

En estas ferias y eventos se realizan muestras comerciales innovadoras, se captura parte de las utilidades en distintos servicios y es un espacio seguro para hacer negocios y establecer relaciones comerciales (ver figura 3).

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Congresos y Convenciones: Son eventos que reúnen entre 400 a 1000 personas y desarrolla para fines específicos como congresos, seminarios, conferencias. Esta unidad es la encargada de prestar el servicio de las instalaciones con las que cuenta CENFER.

CONGRESOS Y CONVENCIONES

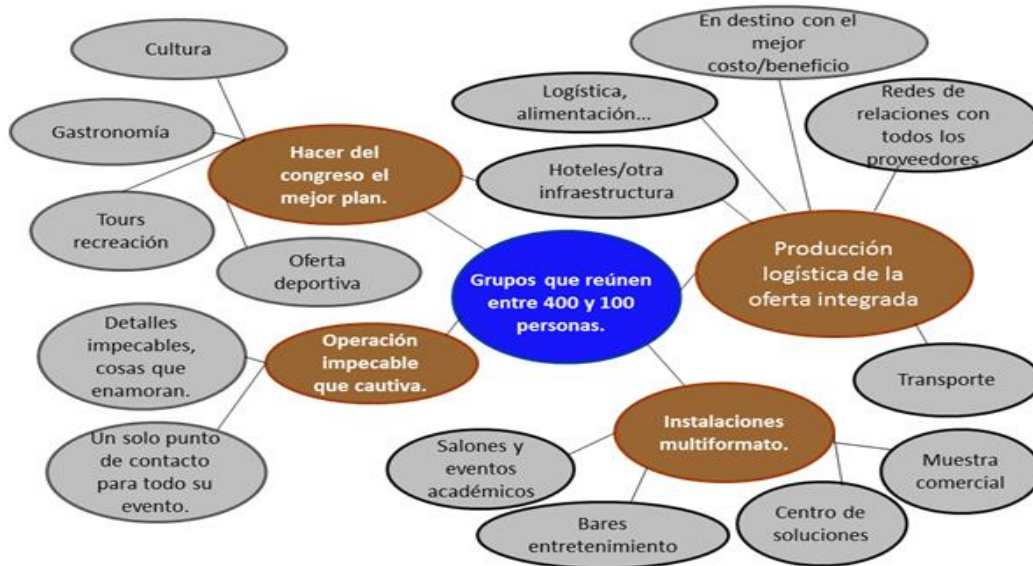


Figura 4. Escogencias Iniciales UEN Congresos y Convenciones

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga

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. La UEN Congresos y Convenciones 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.

Tiene contacto directo con los gremios, asociaciones, empresas, que ven a CENFER como la mejor alternativa para operar sus eventos. Detrás de cada evento hay una producción

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

logística de la oferta integrada que se basa principalmente en una red de relaciones con todos los proveedores con la finalidad de obtener excelentes resultados que se ven reflejados en la satisfacción del cliente. Esta unidad convierte las instalaciones de CENFER en multiformato es decir, que se pueden adaptar las instalaciones dependiendo los requerimientos y necesidades de cada cliente (Ver figura 4).

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

3. Cargo y Funciones

3.1 Cargo a desempeñar

Practicante de la unidad estratégica de Negocios Eventos y Entretenimiento

3.2 Funciones

Gestión administrativa

- Actualización y alimentación de bases de datos correspondientes al centro de soluciones.
- Enviar a los clientes por correo electrónico o a través de los asesores comerciales el catálogo de los elementos disponibles para el evento.
- Promocionar anticipadamente los elementos del centro de soluciones de CENFER a través de los organizadores y dar trámite a las solicitudes de los expositores desde el proceso de cotización hasta la entrega a satisfacción de los mismos
- Apoyar los procesos administrativos de la organización tales como legalización de facturas, inscripción de proveedores, solicitud de servicios a proveedores, entre otros.
- Legalización de las facturas que se generaban por la compra de elementos que se ofrecen durante los eventos a los diferentes expositores o facturas que se generaban en la UEN de congresos y convenciones por diferentes motivos.
- Participar en las reuniones pre-evento con todo el personal de CENFER, con el objetivo de conocer sobre cada evento; metas que se esperaban alcanzar, funciones específicas a todo el personal involucrado y de igual forma la reunión pos-evento para conocer los resultados obtenidos de cada evento.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Revisión, modificación y actualización catálogo de elementos adicionales, este catálogo integra todo el mobiliario y demás servicios que puede obtener el cliente o expositor que quiera realizar un evento en CENFER o adquirir un mobiliario en alquiler ya sea interno o externo.
- Alimentar y realizar bases de datos de clientes, de expositores de los diferentes eventos con el fin de promociones a CENFER como operador externo.

Gestión inventario

- El inventario de almacén, esto con el fin de confirmar que los elementos ofrecidos
- Antes de cada evento se realizaba en el “centro de soluciones” estén disponibles para los expositores.
- Para los elementos no disponibles en la organización, enviar al proveedor externo el listado de los mismos que serían administrados en consignación.
- Revisar el inventario disponible en el almacén y gestionar compras cuando no existan disponibilidad de elementos.
- Elaboración de las órdenes de compra y/o servicio correspondiente a cada evento, esta función se realizaba al adquirir los elementos que estuvieran agotados en el almacén y que se ofrecen a los expositores en el “centro de soluciones”.
- Fortalecimiento en la relación con los proveedores con el fin de garantizar la disponibilidad de los elementos cuando estos son necesarios.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

Gestión atención, satisfacción y fidelización del cliente

- Atender la solicitud del cliente, verificar precios y disponibilidad del producto, y enviar por correo electrónico la liquidación del servicio para la aprobación definitiva por parte del cliente.
- Apoyar las actividades logísticas en el pre evento de los expositores facilitando información de almacenamiento y bodegaje de elementos a utilizar durante un evento. Identificar nuevas oportunidades de negocio fuera de las instalaciones de CENFER promoviendo su función de Operador de Eventos.
- Prestar apoyo en los diferentes eventos brindando asesoría e información oportuna a los expositores y/o visitantes.
- Asesoramiento a las diferentes empresas participantes en los eventos para el alquiler de servicios adicionales suministrados en el “centro de soluciones” para la adecuación de sus stands logrando que estos tuvieran una imagen más agradable hacia los visitantes de las ferias.
- Promocionar el catalogo entre los expositores y comunicar a las otras UEN la disponibilidad de los elementos y servicios para cada evento.
- CENFER presta el servicio de alquiler de mobiliario y paneleria para muestras comerciales externamente, en este punto se realizaron otras funciones dentro del centro de ferias y exposiciones.
- Revisar solicitudes de alquiler mobiliario para realizar muestras comerciales fuera de CENFER.
- Realizar las cotizaciones según los elementos solicitados y el plano para la muestra.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Hacer seguimiento a las propuestas comerciales que se envía a cada cliente referente al alquiler externo de elementos con el fin de generar la aprobación de las mismas.
- Una vez aprobada la propuesta por parte del cliente, generar el contrato de arrendamiento de los elementos solicitados.
- Hacer seguimiento de pagos correspondientes a los alquileres externos.
- Generar la solicitud de requerimientos técnicos a las unidades involucradas, con el fin de hacer la entrega de los elementos según lo establecido por el cliente.

4. Marco conceptual

Según José Luis Munera Alemán las ferias comerciales tienen su origen en la Edad Media para favorecer el desarrollo del comercio entre unos territorios separados geográficas, cultural y políticamente. Estos eventos fueron adquiriendo una mayor complejidad es su organización y un mayor dinamismo hasta que en el siglo XX alcanzan su consolidación. Es por esto que las ferias comerciales son de gran importancia a nivel mundial y logrando que el número de visitantes y expositores aumente evento tras evento.

Las ferias comerciales son una estrategia de venta, un medio de presentación con privilegios contando con clientes potenciales en un espacio delimitado. Estos eventos tienen una directa relación con el marketing ya que las empresas en estos espacios dan a conocer a los visitantes sus productos, sus precios, su distribución y demás características importantes que logren concluir una venta. Es necesario tener clara la información de cada evento o feria que se realice para lograr un número significativo de asistentes (clientes o visitantes); ofrecer un buen Stand ya que este es una especie de franquicia de la empresa, introducir nuevos productos, reforzar la imagen de la empresa, construir o ampliar la lista de clientes potenciales, realizar una excelente publicidad, dar a conocer los sectores presentes, de qué regiones o áreas vienen, qué sectores de actividad ejercen, qué vienen a ver y cuáles son los principales expositores que acuden. (Munera Aleman, 2008)

La cantidad y variedad de ferias comerciales realizadas anualmente va creciendo en nuestro país, cada sector o industria obtiene grandes beneficios después de una participación eficaz y planificada en una feria bien organizada. Según Juan Puchalt Sanchís a estas exposiciones se les asigna un papel de promoción institucional, para exhibir los logros y avances de las naciones y para estimular la actividad comercial a nivel

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

internacional. En un estudio de 2001 se resaltaba el enorme impacto que tienen las ferias, pues atraen la audiencia más cualificada que cualquier otro acontecimiento. (Stevens, 2005).

En CENFER Existen dos tipos de ferias o eventos comerciales, las ferias o eventos generales y las ferias o eventos especializados. Las ferias o eventos generales son las que están abiertas al público en general y su objetivo principal es atraer una gran número de visitantes para así crear un mercado lo suficientemente amplio para todos los de productos y servicios que allí se ofrecen. El otro tipo de ferias o eventos de negocios son los especializados.

Estas ferias o eventos son privadas para expositores de un sector determinado y se concentran en categorías especialmente seleccionadas de bienes y servicios encaminadas a hacer ventas al largo plazo. Los visitantes de las ferias o eventos especializados son exclusivamente profesionales del sector, es decir, los visitantes han sido segmentados y en su mayoría son compradores u otras personas quienes tienen parte en las decisiones de compra de una empresa o negocio.

En conclusión las ferias comerciales son eventos periódicos que utilizan lugares específicos y repetitivos para su realización, logrando así reunir una cantidad significativa de expositores, oferentes y observadores. CENFER representa gran importancia en la realización de ferias comerciales o de cualquier tipo pues es un espacio pensado y creado para esto es un aliado para los eventos y un lugar donde se viven grandes experiencias.

5. Aportes

5.1 Aportes de la empresa al practicante.

La práctica empresarial en CENFER S.A colocó a prueba los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional, la se completó gracias a lo que aprendí y viví en una empresa real; en una empresa como esta.

En CENFER adquirí habilidad para dirigirme con mayor seguridad a empresarios, seguridad en el momento de tomar decisiones, en el momento de enfrentar retos, en momentos en que lo que ocurriera bueno o malo solo era mi responsabilidad. Aporto en mi relación con los compañeros de trabajo, en saber dirigirme a todos, en enfrentar correctamente cada una de las situaciones que se presentara y así evitar situaciones incómodas en el ambiente laboral.

5.2 Aportes del practicante a la empresa.

Un aporte importante que le hice a CENFER S.A fue recolectar y organizar las bases de datos de dos eventos específicos como lo fueron EXPOPESADOS 2015 y CAR AUDIO 2015, esto con el fin de llegar con precisión al cliente objetivo y de esta manera concretar su participación en dichos eventos.

Eventos apoyados como practicante empresarial en la UEN de congresos y convenciones

Exposición equina grado B

Este certamen, a su vez, es una especie de termómetro para los criadores de caballos en el país, pues al ser una de las primeras ferias del año, traen los animales para comenzar calibración para afrontar la temporada anual.



EXPOPESADOS

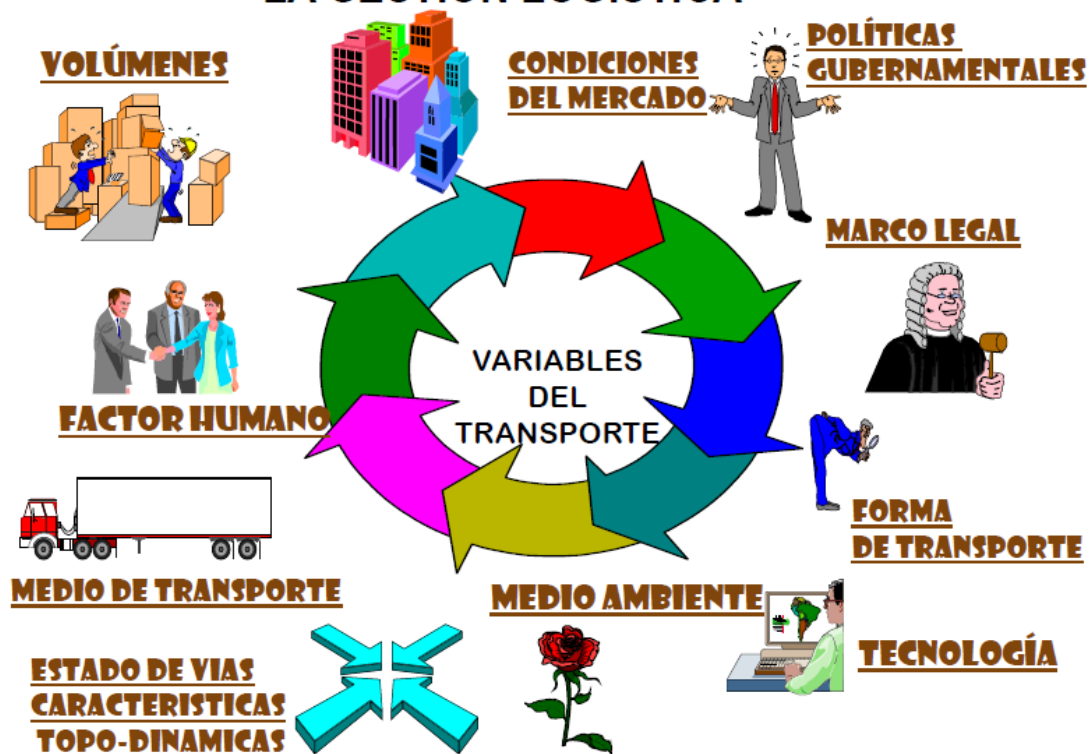
Del 21 al 24 de mayo se realizó el evento EXPOPESADOS 2015 en cual se realizaron unas conferencias de logística y transporte en la cual se llevaron a cabo conferencias como las que mencionare a continuación:



- Talento humano en la gestión logística y transporte de carga , conferencista Ing.

Luis Aníbal mora García director de high logistics group

ESTADO ACTUAL DEL TRANSPORTE EN LA GESTION LOGISTICA



Estos eran algunos de los temas que trataban en esta conferencia para llegar al sector el cual se encontraba en el evento expopesados y al cual queríamos llegar.

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

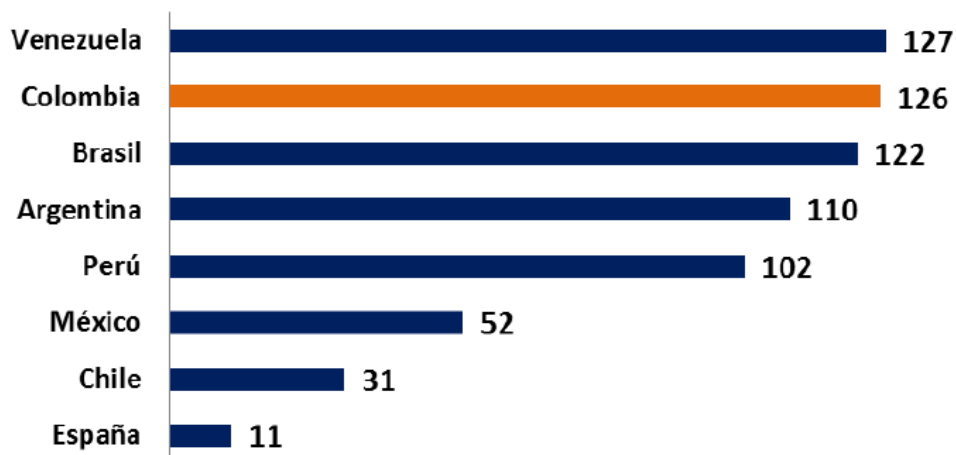
Otra conferencia importante y en la cual no solo asistieron empresarios si no estudiantes con carreras afines entre esos mí incluyo ya que son temas que retroalimentan nuestro conocimiento, la siguiente conferencia es:

- La importancia del sector transporte en la competitividad del mercado internacional por, Javier Díaz Molina Presidente ejecutivo.

ÍNDICE GLOBAL DE COMPETITIVIDAD



Carreteras



Colombia ocupa el lugar 126 en carreteras, entre 144 economías evaluadas.
 "...tan solo el 1.5% de la carga transportada en Colombia se hace bajo un esquema multimodal, cuando en Europa esta cifra alcanza el 60%" (ANIF, 2014)
 De allí la importancia actual de las carreteras en el país.

Fuente: WEF, 2014

AGROFERIA

(16 al 19 de abril)

AGROFERIA es el evento comercial y académico, 100% especializado en el sector agropecuario y agroindustrial, que reúne durante 4 días a las empresas más representativas regionales y nacionales de la oferta pecuaria, agrícola y agroindustrial, convirtiéndose en la plataforma de negocios más exitosa y reconocida del oriente colombiano, con una trayectoria de 13 años.



Car Audio

(6 al 8 junio)

MOTO - SHOW es el salón especializado en el sector de las motos y accesorios, realizado bajo el marco de CAR AUDIO – Sonido Sobre Ruedas; es el evento más reconocido en Santander con una trayectoria de 4 años, potencializando el desarrollo del sector y el comercio en la región.

El evento reúne una oferta de entretenimiento y comercial dirigida a aquellos entusiastas por las motos, la música, los deportes extremos, el tuning y la adrenalina.



6. Conclusiones

La práctica empresarial representa un gran desafío para cada estudiante, realizar la práctica en CENFER fue de gran importancia para adquirir experiencia laboral. Desde el primer día hasta el último siempre aprendí algo nuevo, estar rodeada de personas con tantas capacidades y conocimientos fue algo muy interesante de cada uno tome grandes enseñanzas y consejos que serán de gran ayuda en mi crecimiento personal como laboral.

Cuando inicie la práctica estaba llena de temores pues era un reto y eran demasiadas situaciones a las que debía enfrentarme, pero rápidamente logre sacar cada evento adelante; gracias a eso puedo hacerme una idea real de lo que significa ejercer una profesión y a lo que debo enfrentarme en el mundo laboral.

7. Recomendaciones

- Ajustar los procesos operacionales con el fin de que los montajes sean más ágiles y de esa manera lograr que el cliente se sienta realmente satisfecho.
- Incrementar la publicidad en cada evento ya que lo que se hace es poco y es por esto que los expositores no obtienen los resultados que esperan.
- Mejorar las instalaciones logrando que sea el mejor espacio para hacer negocios.
- Brindar un mejor servicio al cliente en cuanto a información, ubicación y demás aspectos importantes para que su permanencia en CENFER sea agradable.
- Realizar eventos innovadores, que no sea más de lo mismo.
- Contar con personal realmente proactivo y calificado ya que cierta cantidad de expositores y/o visitantes no estaban conformes con la atención y los servicios prestados por el personal de CENFER.

Referencias Bibliográficas

BUCARAMANGA, C. D. (2014). *Reseña Historica*. Recuperado el abril de 2015, de <http://www.camaradirecta.com/>

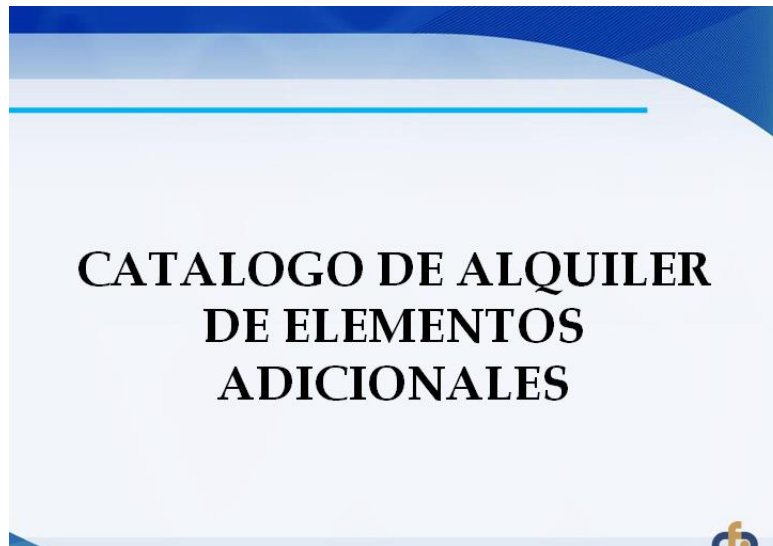
Munera Aleman, J. L. (enero-febrero de 2008). *revistas ICE*. Recuperado el abril de 2015, de www.revistasice.com

Pareja Ramos, C. V. (28 de junio de 2011). *competitividad empresarial*. Recuperado el marzo de 2015, de <http://es.slideshare.net/CarlosParejaRamos/competitividad-empresarial-8453409>

S.A, C. (2015). Recuperado el marzo de 2015, de www.cenfer.com.co

Apéndices

Apéndice 1. Catalogo Elementos Adicionales CENFER S.A



SILLAS



MESAS



VIDEO WALL



PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

LIQUIDACION ELEMENTOS ADICIONALES

EMPRESA:			
CONTACTO:			
NIT:			
DIRECCIÓN:			
TELÉFONO:			
STAND: 77			
E-mail			
MOBILIARIO			
DESCRIPCION	CANT	VLR UNIT	VLR TOTAL
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
SUB TOTAL			\$ -
IVA 16%			\$ -
TOTAL			\$ -
FAVOR CONSIGNAR EN LA CUENTA CORRIENTE N° 600 105 209 DEL BANCO DE BOGOTA			
A NOMBRE DE CENFER S.A Y ENVIAR COPIA DE LA CONSIGNACION AL CORREO			
asistentecongresosyconvenciones@cenfer.com			

Apndice 2. Catalogo proveedores

Nuestros principales proveedores son:

- **PROYECTANDO SOLUCIONES:** Mobiliario.
- **ABACO LTDA:** Equipo de Comunicación y Computación.
- **LA FONDA PAISA:** Alquiler de elementos para eventos (mesones, sillas); proveedor de alimentos (cenas, refrigerios).

PROYECTANDO SOLUCIONES

<p>MONITORES DE 42" CON DVD Y BASE</p>	
<p>COMPUTADORES PORTATILES</p>	
<p>LUCES PAR LED</p>	
<p>STAND</p> <ul style="list-style-type: none"> • MOSTRADOR • TIPO BAR 	
<p>JARDINERAS GRANDE</p>	

PRACTICA EMPRESARIAL NEGOCIOS INTERNACIONALES

SALA TIPO LOUNGE