



**PLAN DE MEJORAMIENTO DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL
FUNDAMENTADO EN LA BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS
INTERNACIONALES DE LA EMPRESA AVE LOGISTIC SAS**

ANA MARIA GUTIERREZ MAIGUEL

20701926848

DIRECTOR DE PRÁCTICA

Mg. JUAN JOSÉ LÓPEZ

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

BOGOTÁ D.C.

4 DE JUNIO 2023



TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	8
2. Justificación	9
3. Antecedentes de la organización	11
3.1 Descripción de la empresa	15
3.1.1 Misión	16
3.1.2 Visión	16
3.1.3 Valor agregado de la compañía	17
3.1.4 Servicios	17
4. Objetivos	19
4.1 Objetivo General	19
4.2 Objetivos Específicos	19
5. Descripción de actividades desempeñadas	20
5.1 Propuesta Comercial	22
5.2 Organigrama AVE LOGISTICS	32
5.3 Cadena de valor AVE LOGISTICS	34
6. Análisis DOFA	35
7. Plan operativo	38
8. Conclusiones y logros	39
9. Bibliografía citada	42



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Principales Productos de Exportación.	14
Figura 2. Principales Productos de Importación.	14
Figura 3. Cuotas de Afiliación y Sostenimiento 2023	28
Figura 4. Organigrama AVE LOGISTICS	33



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cadena de Valor AVE LOGISTICS	34
Tabla 2. Matriz DOFA de AVE LOGISTICS	37
Tabla 3. Cronograma Operativo	38



Agradecimientos

En primer lugar, le agradezco a Dios que siempre ha estado durante este proceso conmigo y él es el primer merecedor de esta etapa ya que sin su dirección no hubiera llegado hasta este punto de mi vida. Agradezco a mis padres y mis abuelos que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos, ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las diferentes adversidades, en ser siempre persistente, a nunca rendirme, a aprender cada día más y nunca dejar de trabajar por los sueños, que al final con esfuerzo y empeño se cumplen. Aquellos amigos que me acompañaron durante este camino, les doy las gracias por su paciencia, su forma de alentar, por ayudarme a creer que, si se podía, y al final sí se pudo. Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos y saberes necesarios para hoy poder estar aquí en este punto tan valiosos para mí, por guiarme dentro de esta fase de mi existencia para ser una ciudadana ejemplar, un profesional excelente y una futura emprendedora.



RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

Durante el 2021, la producción de aceite de palma fue de 1,75 millones de toneladas, creciendo el 12% frente al 2020. Las ventas en el mercado nacional aumentaron 42%. Las ventas al mercado local alcanzaron 1,2 millones de toneladas, además, de una participación en ventas del 71% en los mercados de alimentos y biodiésel. (Fedepalma, 2023)

La empresa A.V.E LOGISTIC S.A.S, nace de la iniciativa de romper las barreras comerciales que hoy en día se encuentra en los principales sectores de la economía, para el interés de la compañía, el sector agroindustrial de aceites y grasas vegetales el cual se encuentra dividido entre la informalidad de intermediarios, y las grandes extractoras, refinerías, demás compradores y vendedores dentro de la cadena de valor. El propósito consiste en primera medida, dinamizar los canales de distribución entre los consumidores de Aceite y grasas directamente con el fabricante en Colombia, o cualquier parte del mundo, ofreciendo precios competitivos de los productos requeridos; adicionalmente, la propuesta de valor es ofrecer los servicios logísticos que se deriva desde la recogida del producto en la Fábrica hasta su consumidor final o exportación hacia el país de destino.

PALABRAS CLAVES

Barreras comerciales, canales de distribución, diversificación, impacto, intermediación, internacionalización, Joint Venture, negociación, oleaginosas, aceite de palma.



ABSTRACT

During 2021, palm oil production was 1.75 million tons, growing 12% compared to 2020. Domestic sales increased 42%. Sales to the local market reached 1.2 million tons, in addition to a 71% share of sales in the food and biodiesel markets. (Fedepalma, 2023)

The company A.V.E LOGISTIC S.A.S, born of the initiative to break down the commercial barriers that today is in the main sectors of the economy, for the interest of the company, the agroindustrial sector of vegetable oils and fats which is divided between the informality of intermediaries, and the palm oil mills, refineries, other buyers and sellers within the supply chain. The purpose consists in first measure, to dynamize the distribution channels among the consumers of oil and fats directly with the manufacturer in Colombia, or any part of the world, offering competitive prices of the products required; in addition, the value proposition is to offer the logistic services derived from the collection of the product in the Factory to the destination country.

KEY WORDS

Trade barriers, distribution channels, diversification, impact, intermediation, internationalization, Joint Venture, negotiation, oilseeds, palm oil.



1. Introducción

La palma de aceite es la oleaginosa más productiva del planeta; una hectárea sembrada produce aproximadamente entre 6 y 10 veces más aceite que las demás.

Colombia es el cuarto productor de aceite de palma en el mundo y el primero en América teniendo altos rendimientos de producción, calidad y un alto potencial de expansión de una forma sostenible. Actualmente, el cultivo de la palma de aceite se encuentra en 161 municipios de 21 departamentos. (Fedepalma, 2023)

En el presente documento se presentará un informe de la empresa AVE LOGISTIC S.A.S

Legalmente constituida en la ciudad de Santa Marta en donde se busca generar nuevas alianzas estratégicas y comerciales y fortalecer los diferentes procesos operativos que se llevan a cabo hoy en día dentro de la organización, con un grupo de emprendedores en sus diferentes ramas de intermediación de su portafolio de bienes y servicios, en la cual se busca brindar y generar un impacto de valor para el fortalecimiento de su talento humano teniendo un progreso continuo. La empresa actualmente se encuentra en una fase de intermediación, pero el objetivo principal es la exportación de productos derivados de la Palma, para esto, se necesitan joint venture para la obtención de la materia prima para posteriormente realizar su proceso de internacionalización, con esto se busca buscar nuevos mercados tanto en productos como en clientes.



2. Justificación

La práctica comercial es la oportunidad de adquirir experiencia laboral, permite ejercitar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica en un ambiente propicio para demostrar las habilidades adquiridas, identificar problemas y aumentar la utilidad de la empresa desde un punto de vista gerencial. Con el trabajo realizado en la práctica, se referencia un ambiente que fortalece los aspectos personales y profesionales, con el objetivo de implementar y mejorar procesos en el departamento comercial de la empresa AVE LOGISTICS S.A.S en su proceso de internacionalización. Se desarrollaron competencias de trabajo en equipo interdisciplinario con experiencia en el mercado, que son indispensables para suplir la demanda de los productos derivados y residuos de la palma actual del entorno. Es gratificante culminar esta etapa de preparación, la estadía en la empresa fue muy provechosa y supuso un aporte integral a la vida.

La elaboración de dicho estudio es importante para la compañía y el sector palmero, debido a que en el mismo se ha venido desarrollando un auge de encadenamiento productivo bajo una premisa de sostenibilidad ambiental en el procesamiento de la biomasa como fuente de energía y responsabilidad social hacia los campesinos teniendo como base el desarrollo en las zonas rurales, puesto que es uno de los subsectores que más aporta al PIB en Colombia.



Este trabajo supone dentro del marco de investigación de la universidad, una oportunidad de aprovechamiento y exploración de nuevos mercados, ferias internacionales en las cuales se pueden implementar procesos creativos de las diferentes empresas que manejan palma dentro de la región del Magdalena, lo cual supone un aprovechamiento al área de las ciencias sociales en la línea de investigación de economía internacional y creativa.



3. Antecedentes de la organización

Colombia actualmente tiene 23,1 millones de hectáreas con alta aptitud para el cultivo de palma, lo que muestra un alto potencial de crecimiento, de las cuales solo el 2,4% se encuentran en uso según la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria – UPRA. En el año 2019 se generaron aproximadamente 177.400 empleos. (Invierta en Colombia, 2023)

El grupo palmero colombiano forma parte de la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas, en la cual confluyen un sinnúmero de agentes: proveedores de insumos, productores de fruto, y plantas de beneficio, industriales procesadores de aceites y grasas para usos comestibles como aceites refinados y no comestibles tales como biodiesel, comercializadoras internacionales y, finalmente, los consumidores de productos elaborados a partir de los aceites de palma y de otros aceites y grasas, que adquieren los productos en tiendas, supermercados, grandes superficies, plazas de mercado y mayoristas, entre otros. Los aceites derivados de la palma tienen una alta versatilidad, esto quiere decir, que por sus condiciones físicas y químicas tienen múltiples usos comestibles y no comestibles. Por tanto, dichos productos cuentan con un número importante de mercados para su colocación y comercialización, tanto dentro del país como en el exterior (Mercados Fedepalma, 2023).



La estrategia para consolidar la presencia del aceite de palma en el mercado local tiene dos componentes, de acuerdo con los principales segmentos en donde es utilizado. Frente al mercado local de aceites y grasas comestibles, el aceite de palma participa con 35 %. (Arias Cruz, J. M, 2018). Para aumentar esta proporción se viene desarrollando una campaña integral de promoción de la agroindustria palmera y del aceite de palma como un producto natural, saludable y versátil para el consumidor, de tal forma que su consumo a nivel local incremente. Lo anterior viene acompañado necesariamente de un instrumento sectorial vigente y eficaz como el Fep Palmero, que permita optimizar el ingreso de los productores y ser la base de la consolidación de los productos del aceite de palma en el mercado doméstico e internacional. (Arias Cruz, J. M, 2018)

Durante el 2021, la producción de aceite de palma fue de 1,75 millones de toneladas, creciendo el 12% frente al 2020. Las ventas en el mercado nacional aumentaron 42%. Las ventas al mercado local alcanzaron 1,2 millones de toneladas, además, de una participación en ventas del 71% en los mercados de alimentos y biodiésel. (Fedepalma, 2023).

Hay que destacar que el sector palmero aporta aproximadamente el 16% del PIB agrícola de Colombia. Con las cifras de este año en cuanto a producción y precios estimamos que podría aumentar esta participación. (El Nuevo Siglo, 2022).

Según la federación, estos resultados benefician a 160 municipios palmeros del país, “consolidando a la agroindustria de la palma de aceite como un motor de desarrollo rural y



gran generador de empleo formal y actividad económica legal”, indicó el dirigente gremial.

En el Departamento del Magdalena La Federación desarrolló el Campo Experimental Palmar de La Sierra, ubicado en el municipio de Zona Bananera, como eje para la Zona Norte, con el fin de acercar la investigación y extensión a los productores de la región. En el año 2020, se generaron 15.442 empleos de los cuales 6.177 son empleos directos y 9.265 son indirectos. Se sostuvo una productividad de 3,4 Toneladas de Aceite de palma crudo por hectárea; dentro del mismo año hubo 45.838 hectáreas en producción lo que significó que el departamento produjo alrededor de 155.850 Toneladas lo que representó casi el 10% de la producción nacional. (Fedepalma, 2023)

Realizando una validación dentro de las diferentes empresas que están legalmente constituidas que operan realizando negocios en el departamento del Magdalena y generando el respectivo análisis de estudio de mercado para procesos de intermediación, se evidenció que hay alrededor de 6 empresas que realiza este tipo de actividades, y solo 2 incluyendo a AVE, toman el enfoque de la negociación a nivel internacional.

En el departamento del Magdalena el PIB en el sector de agricultura, ganadería y pesca representa el 16,9 % de los ingresos del departamento. Dentro del mismo el mercado laboral agropecuario simboliza el 2% de esta zona. Para la producción industrial del departamento la elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal figura con el 45% siendo la principal dentro de este, al igual que el personal ocupado en esta rama industrial que equivale al 47%. El cultivo de palma de aceite dentro del departamento del



Magdalena corresponde al 13,8%, ocupando el segundo puesto de cultivos permanentes por debajo del banano que ocupa el primer puesto con un 66,9%. El aceite de palma figura en las exportaciones como el segundo producto (por debajo del banano) de mayor importancia dentro de esta zona con un 40,2% y su principal destino es Países Bajos con un 15,2%. Para las importaciones ocupa de igual manera el segundo puesto (por debajo de los automóviles de turismo) con un porcentaje de 19,1 % y el país de donde más importamos el aceite de palma es de Indonesia con un 18%. (DANE- DIAN, 2023)

Figura 1. Principales Productos de Exportación.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
República de Colombia

Departamento de Magdalena

Principales productos de exportación Miles de dólares FOB

Partida	Descripción	Año completo			Año acumulado*		
		2019	2020	2021	2020C	2021C	2022C
0803	Bananas	318.004	317.835	351.451	317.835	351.451	418.920
1511	Aceite de palma	232.985	267.049	251.375	267.049	251.375	404.397
1513	Aceites de coco	39.068	32.135	62.962	32.135	62.962	98.332
0901	Café	44.349	45.311	51.205	45.311	51.205	42.376
1605	Crustáceos, moluscos	4.714	4.490	6.537	4.490	6.537	6.777
1520	Glicerol en bruto; a	2.557	2.551	6.116	2.551	6.116	9.444
1101	Harina de trigo o de	490	2.344	4.322	2.344	4.322	2.739
7108	Oro	0	16.584	3.810	16.584	3.810	0
1517	Margarina; mezclas	1.804	2.814	2.979	2.814	2.979	4.470
2008	Frutas preparadas	944	1.067	2.050	1.067	2.050	2.370
1507	Aceite de soya	1.899	373	1.992	373	1.992	1.612
4403	Madera en bruto	880	1.270	1.599	1.270	1.599	1.324
0805	Cítricos frescos	126	66	1.274	66	1.274	2.420
4402	Carbón vegetal (comp)	85	738	1.049	738	1.049	786
2306	Residuos de aceite vegetal	1.106	647	986	647	986	446
	Subtotal	649.008	695.274	749.707	695.274	749.707	996.413
	Participación %	91	98	99	98	99	99
	Exportaciones del Departamento de Magdalena	712.124	709.253	756.995	709.253	756.995	1.005.910

Nota: Descripción modificada por OEE - MinCIT.

Nota: Descripción modificada por OEE - MinCIT

Fuente: DANE - DIAN. Fecha de publicación: 31 de enero de 2023.



Figura 2. Principales Productos de Importación.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

República de Colombia

Departamento de Magdalena

Principales productos de importación Miles de dólares CIF

Partida	Descripción	Año completo			Año acumulado*		
		2019	2020	2021	2020C	2021C	2022C
8703	Automóviles de turismo	181.187	77.573	170.138	77.573	170.138	178.473
1511	Aceite de palma	41.800	78.133	77.438	78.133	77.438	95.612
1507	Aceite de soya	39.246	43.919	58.860	43.919	58.860	17.657
4804	Papel y cartón Kraft	13.375	13.070	17.136	13.070	17.136	36.062
2207	Alcohol etílico sin desnat. grado alcohol>80 %	3.305	5.701	13.444	5.701	13.444	7.280
4805	Demás papeles y cartones	6.597	6.722	8.695	6.722	8.695	16.557
2709	Petróleo crudo	0	67	5.927	67	5.927	0
4407	Madera aserrada	1.759	2.250	5.219	2.250	5.219	2.986
2710	Petróleo refinado	4.859	3.617	4.346	3.617	4.346	7.839
8708	Partes de vehículos	5.752	2.839	4.175	2.839	4.175	5.986
8414	Bombas de aire o de	2.881	2.486	2.760	2.486	2.760	3.707
1001	Trigo y morcajo	0	0	2.452	0	2.452	2.109
4819	Cajas, sacos (bolsas)	4	19	2.222	19	2.222	9
8701	Tractores	147	2.723	2.123	2.723	2.123	580
6404	Calzado, con parte superior textil	139	477	2.038	477	2.038	2.063
	Subtotal	301.051	239.597	376.973	239.597	376.973	376.920
	Participación %	78	84	90	84	90	75
	Importaciones del Departamento de Magdalena	385.359	286.403	419.878	286.403	419.878	501.567

Nota: Descripción modificada por OEE - MinCIT.

Nota: Descripción modificada por OEE - MinCIT

Fuente: DANE - DIAN. Fecha de publicación: 14 de febrero de 2023.

Dentro del análisis que podemos evidenciar de los datos presentados por el DANE a través del MINCIT es que el aceite de palma tanto para importación como para exportación es un mercado potencial de gran aprovechamiento dentro del departamento del Magdalena y es un impulsor de la economía dentro de esta región, por lo que es viable que la empresa pueda obtener un crecimiento en el sector de la industria palmera. (DANE- DIAN, 2023)



3.1 Descripción de la empresa

Razón Social: A.V.E LOGISTICS S.A.S.

Nit : 901541745-8

En el 2021, los fundadores de AVE LOGISTIC S.A.S que trabajaban dentro de los Diferentes procesos de la cadena de distribución de la palma en la Zona Norte del país. Evidenciaron la oportunidad de ofrecer servicios de intermediación de obtención de producto a nivel nacional e internacional brindando un excelente asesoramiento dentro de la compra y venta de las diferentes mercancías brindando confianza, simplicidad, experiencia y ahorro a la medida de cada uno de los clientes. Teniendo como punto de referencia los valores corporativos de la empresa que son transparencia, responsabilidad, equidad, compromiso y respeto. (AVE, 2022)

3.1.1 Misión

“Creamos alianzas estratégicas a través de la prestación de servicios logísticos competitivos para la comercialización nacional e internacional de aceites y grasas vegetales” (AVE, 2022)



3.1.2 Visión

“Tener un crecimiento rentable y una cobertura a más clientes, siendo la primera opción para el suministro y comercialización de aceites y grasas vegetales a nivel mundial”

(AVE, 2022)

3.1.3 Valor agregado de la compañía

- Optimización de costos logísticos
- Mayor control y seguimiento de la carga
- Tiempo de respuesta
- Conocimiento del mercado
- Ubicación geográfica
- Experiencia del equipo
- Mayores ingresos para el productor a través de la comercialización directa con cliente final.
- Pagos anticipados al productor y/o fabricante.
- Trazabilidad y Seguridad en la cadena de suministro.

(AVE, 2022)



3.1.4 Servicios

- Servicios logísticos para productos con fines de exportación para negociaciones Ex work FCA, FOB y CIF en contenedores.
- Servicios de intermediación trader (Broker) en el mercado internacional de aceites y grasas vegetales.
- Consecución de materia prima con proveedores, permitiéndoles la exportación de sus productos.
- Contratación de empresas de transporte, puertos, agencia de aduana, agente de carga y surveyor.
- Entrega de los documentos de exportación BL, DEX, trazabilidad de la operación, póliza de seguro internacional (si aplica).
- Intermediación en la consecución de productos a nivel mundial.
- Logística para la realización de maquila (Aceite crudo de palma- CPO y aceite crudo de palmiste- PKO) y venta del producto refinado.
- Organización de productores independientes para la maquila y venta del Aceite crudo de palma.

(AVE, 2022)



4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Elaborar un plan de mejoramiento del área comercial buscando por medio de ello posicionamiento nacional e internacional para la empresa AVE LOGISTICS SAS.

4.2 Objetivos Específicos

- Definir un proceso documental de posicionamiento en el mercado de la empresa para ser pioneros en la región con el servicio de intermediación y asesoramientos a la exportación.
- Diseñar modelo de propuesta comercial a los diferentes productores de corozo de palma con la finalidad de crear una joint venture.
- Examinar a través de la matriz DOFA el funcionamiento empresarial de la compañía AVE LOGISTICS S.A.S.



5. Descripción de actividades desempeñadas

En la presente pasantía realizada a la empresa AVE LOGISTICS S.A.S se realizó el diseño de los esquemas organizacionales para el correcto funcionamiento de la empresa tales como el organigrama y la cadena de valor, el formato de propuesta comercial para la obtención de fruta de palma con visión a maquila; con el fin de apoyar a pequeños productores a vender su materia prima para la obtención de crudo de Palma, esto a su vez lleva consigo la implementación de exportación por parte de la compañía y el correspondiente análisis de la matriz DOFA para verificar los diferentes entornos con el objetivo de encontrar nuevos mercados y mejorar los diferentes puntos a optimizar encontrados.

Las funciones por realizar durante la pasantía fueron:

- Elaboración de documentos comerciales y organizacionales para la empresa AVE LOGISTICS S.A.S.
- Búsqueda de nuevos nichos de mercado a nivel local e internacional
- Acompañamiento y apoyo para la formalización y ejecución de negocios de aceite de palma.
- Verificación de costos según los precios establecidos por Fedepalma.
- Búsqueda de nuevos proveedores y clientes del sector palmero.

Dentro del proceso de posicionamiento del sector palmero podemos encontrar las diferentes ferias y eventos a nivel nacional e internacional que ayudan a un mayor



reconocimiento dentro de la industria para una mayor expansión dentro del negocio. Es por lo que AVE LOGISTICS S.A.S deberá realizar una inversión para la asistencia de dichas ferias tomando como base el esquema de una de las importantes empresas del sector y de la región como es el grupo Daabon a las cuales asiste, eventos tales como:

- ✓ **51° CONGRESO NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE 2023**- 7 al 9 de Junio del 2023, que se llevará a cabo en la ciudad de Barranquilla, Colombia.
- ✓ **IV CONFERENCIA INTERNACIONAL DE BIOCOMBUSTIBLES** – 26 al 28 de abril del 2023 realizada en la ciudad de Cali, Colombia.
- ✓ **NATURAL & ORGANIC PRODUCTS EUROPE** - 16 al 17 de abril del 2023 celebrada en la ciudad de Londres, Reino Unido.

Natural and Organic Products Europe es un punto de encuentro para cualquier persona involucrada o interesada en el negocio de la venta de productos de estilo de vida naturales, orgánicos y saludables; desde distribuidores de productos para grandes supermercados hasta propietarios de tiendas de salud independientes. (ntradeshows, 2023)

- ✓ **BIOFACH 2023** - 14 al 17 de febrero del 2023 organizada en la ciudad de Nuremberg, Alemania.

BioFach es la feria comercial más grande del mundo para alimentos y agricultura orgánicos. Se lleva a cabo cada año en el mes de febrero, en Nuremberg, Alemania. Reúne a 2774 expositores y aproximadamente 46700 visitantes profesionales de alrededor de 130 países. (Biofach, 2023).



5.1 Propuesta Comercial

Código o numeración interna de la empresa

Santa Marta, 27 de febrero 2023

Señores,

A QUIEN INTERESE.

Ciudad

REF: PROPUESTA COMERCIAL PARA COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE DE PALMA CON FINES DE EXPORTACIÓN.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente en Colombia, hay cultivos de palma de aceite en 161 municipios de 21 departamentos del país, lo que convierte a Colombia en el cuarto productor de aceite de palma en el mundo y el primero en América, de acuerdo con cifras de Fedepalma.



El cultivo del aceite de palma ha sido bien acogido debido a sus altos rendimientos y ganancias, en comparación con otros cultivos nativos como el chontaduro y el ñame. Además, hay una gran demanda, por parte de los países desarrollados, de biocombustibles, lubricantes, cosméticos y alimentos derivados de la palma de cera, esto la convierte en el producto de más rápido crecimiento en el mundo.

Vender toda la producción significa un gran reto para la industria colombiana, pero hasta ahora ha sido exitoso. El éxito se atribuye a los esfuerzos de la industria que ha venido creciendo en nuestro país, del gobierno y de las agencias en asociación con la industria palmera para estimular el crecimiento, desarrollo y la intensa promoción del aceite de palma en el extranjero sobre todo por su calidad y responsabilidad social.

Puede afiliarse a Fedepalma toda persona natural o jurídica que se dedique al cultivo de la palma de aceite o a su beneficio en Colombia, que esté debidamente inscrita en el Registro Nacional de Palmicultores, cumpla con los requisitos establecidos, sea aceptada por la Junta Directiva y se acoja a los Estatutos y al Código de Ética y Buen Gobierno de la Federación. (Fedepalma, 2023)

Es por ello que, nosotros AVE LOGISTICS S.A.S queremos darle a conocer a través de una forma detallada los elementos que enmarcan nuestra propuesta comercial y modelo de gestión, para construir con usted, una buena experiencia de servicio basada en sus necesidades.



2. OBJETIVOS

- Cumplir y formalizar los documentos legales de la empresa exigidos por las autoridades correspondientes para su correcto funcionamiento en el mercado de la industria palmera.
- Inscribir la empresa ante el Fondo de Estabilización de Precios- FEP Palmero para la comercialización de aceite de palma y sus derivados a nivel nacional y a su vez, darle el enfoque de exportación.

Normatividad:

Decreto 2354 de 1996, por el cual se organiza el Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, el cual operará conforme a los términos establecidos en el capítulo VI de la Ley 101 de 1993. (Fedepalma, 2023)

Decreto 130 de 1998, Por el cual se modifica el Decreto 2354 de 1996. (Fedepalma, 2023)

Decreto 2424 de 2011, Por el cual se modifica el artículo 6 del Decreto 2354 de 1996, modificado por el artículo 2 del Decreto 130 de 1998. (Fedepalma, 2023)



Resolución 031 de 2016. Por la cual se establecen términos, procedimientos y requisitos para la elección de miembros de órganos directivos de los fondos parafiscales. (Fedepalma, 2023)

Acuerdo 218 de 2012. Por el cual se establece la metodología expost para el cálculo de las operaciones de estabilización. (Fedepalma, 2023)

Acuerdo 219 de 2012. Por el cual se establece el reglamento para las operaciones de estabilización en aplicación de una metodología expost (Fedepalma, 2023)

3. ALCANCE

La presente propuesta técnica y económica tiene como alcance la comercialización del aceite de Palma, sea para mercado nacional y/o de exportación, teniendo en cuenta la correcta inscripción ante Fedepalma para la presentación de las declaraciones correspondientes.

4. PROPUESTA TÉCNICA

Para comercializar el aceite de palma y sus derivados es necesario realizar una evaluación situacional de la empresa. Y después, definir procesos a realizar en lo referente a la toma de decisiones y su ejecución. Para ello, hemos establecidos las siguientes fases:



Fase 1. Constitución

Se realizará etapa de conocimiento de la documentación legal de la empresa (Si tiene), y con base en una lista de chequeo, se realizará evaluación inicial para determinar requisitos necesarios para la inscripción a Fedepalma y si su actividad económica va encaminada a la propuesta comercial.

Fase 2. Afiliación al fondo Palmero

De conformidad con el Decreto 2354 de 1996, por el cual se organiza el Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, son sujetos de las operaciones de estabilización (Cesiones y Compensaciones) todos los productores, vendedores o exportadores que realicen primeras ventas de aceite de palma crudo y de aceite de palmiste crudo. (Afiliaciones Fedepalma, 2023)

En esta fase se realizará la inscripción a Fedepalma para la comercialización del aceite de Palma y sus derivados, esta es de crucial importancia ya que por medio de ella se realizará la fase 3 de maquila y mediante esta se presentan las debidas declaraciones para las compensaciones y cesiones.

Es necesario revisar la documentación de la fase 1, ya que la misma nos indicará las pautas para poder lograr la presentación ante el Fondo, la empresa AVE LOGISTICS S.A.S realizará el debido acompañamiento durante este proceso.



Para suscribir los convenios debe remitir los siguientes documentos (Fedepalma, 2023):

- Certificado de Cámara de Comercio o Matrícula Mercantil del establecimiento de comercio no mayor a 2 meses con registro mercantil actualizado en el último año.
- Solicitud escrita de la suscripción de dicho Convenio.
- Referencia comercial de cualquier empresa que tenga suscrito Convenio Marco con el FEP palmero.
- Copia del registro único tributario- RUT
- Certificación expedida por el revisor fiscal sobre los accionistas o socios de la empresa.
- Resultados de situación Financiera o Estados Financieros del último periodo contable debidamente firmado por contador y Representante Legal.
- Anexe una copia del(los) certificado(s) de tradición y libertad, correspondiente(s) al (los) predio(s) donde se ubica(n) el(los) cultivos. Para aquellos productores cuyas áreas sean inferiores a 50 hectáreas y no cuenten con el certificado de tradición y libertad, deberán anexar una certificación, emitida por autoridad competente, en donde se acredite la posesión, tenencia o adjudicación del predio.
- Incluya el Formulario del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo - SAGRLAFT, debidamente diligenciado en su formato original. (Fedepalma, 2023)



La afiliación ante el Fondo tiene un costo la cual deberá ser asumida por la empresa, todo valor adicional será validado con Fedepalma y corresponderá al trámite de inscripción y registro.

Figura 3. Cuotas de Afiliación y Sostenimiento 2023

CUOTAS DE AFILIACIÓN Y SOSTENIMIENTO AÑO 2023:

Concepto	Valor
Plantación	
Cuota de afiliación	
Por hectárea sembrada (pago por una sola vez)	\$ 13.147 (una sola vez)
Cuota de Sostenimiento	
Por hectárea en producción	\$3.287 (trimestral)
Por hectárea en desarrollo	\$677 (trimestral)
Cobros anticipados:	
<ul style="list-style-type: none"> • Trimestral (mayor a 50 hectáreas) • Semestral (entre 26 y 50 hectáreas) • Anual (menor o igual a 25 hectáreas) 	

Nota: Detalles por la dirección de asuntos institucionales o la secretaría general de Fedepalma.

Fuente: Afiliaciones Fedepalma, 2023.

De esto proceso de afiliación, la empresa obtendrá los siguientes beneficios por parte de Fedepalma:

- Poder acreditar su condición de afiliado a la Federación, única entidad gremial nacional del sector palmero colombiano.
- Tener representación ante diversas instancias públicas y privadas de orden territorial, nacional e internacional.
- Incidir en las políticas de desarrollo sectorial y en otras decisiones estratégicas del sector.



- Asistir, con voz y voto, a todos los eventos estatutarios de la Federación y participar en la elección de los órganos directivos correspondientes.
- Ser miembro activo del Centro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma).
- Participar en congresos, seminarios, cursos, tertulias y días de campo, que le permitirán no solo estar actualizado en temas relevantes de su actividad, sino también aprovechar los espacios para socializar experiencias, intercambiar opiniones y construir consensos con sus colegas.
- Disponer de información oportuna, amplia y pertinente, resultado de los análisis y estudios elaborados por la Federación u otras entidades.
- Acompañamiento y defensa en aquellos temas de orden particular que no afecten a otro palmicultor o contravengan el interés gremial del sector.
- Suscripción inmediata a todas las publicaciones periódicas y anuales de la Federación, como son: Folleto Institucional y de la organización gremial, boletín El Palmicultor (mensual), revista Palmas (trimestral), Anuario Estadístico (anual), Informes de labores y de gestión (anual), boletines diarios, semanales y mensuales de precios y mercados, boletines técnicos, entre otras.
- Obtener descuentos adicionales, y en algunos casos condiciones favorables de pago, por la compra de las publicaciones disponibles en el Centro de Documentación e Información Palmero, en los eventos de la Federación y en servicios de Cenipalma. (Fedepalma, 2023).



Fase 3. Capacitación

Luego del envío de los documentos al Fondo para su revisión, el personal de AVE LOGISTICS S.A.S junto con Fedepalma realizará capacitación para la presentación de declaraciones y plazos para presentar las mismas, uso de la plataforma y demás indicaciones de ejecución de operaciones con el Fondo.

El interesado tendrá las dos primeras declaraciones con acompañamiento totalmente gratis.

Fase 4. Proceso de Maquila y Negociaciones

Se propondrá las diferentes opciones de maquila de la fruta de palma dependiendo de los tipos de porcentajes ofertados por las diferentes extractoras y grupos de negocios, el cual sea de mayor beneficio para la empresa.

Para este esquema de negocio se validarán las siguientes dos opciones:

- Cobro por la extracción del aceite
- Entrega de subproductos como método de pago

Esto será sometido a estudio teniendo en cuenta que ya se encuentren los registros en el Fondo y los diferentes estudios de mercado que se hayan realizado para la venta del aceite de palma y sus derivados.

En este punto contamos con diferentes asociados de negocio tales como ACEITES S.A, PALMACEITE S.A, entre otros; esto para tener diversificación de opciones para negociar, estas propuestas serán revisadas con la empresa y el equipo de AVE LOGISTICS para el mayor beneficio.

Fase 5. Ventas del aceite de palma y sus derivados



Se garantiza la venta del producto con fines de exportación por las siguientes dos formas de negociación:

- Venta del producto(s) directamente a la empresa AVE LOGISTICS S.A.S.
- Intermediación de la venta del aceite por medio de una comercializadora

Internacional (en este proceso se tendrán en cuenta acuerdos de intermediación y de confidencialidad)

Estos puntos serán revisados considerando la resolución del Fondo de Estabilización de precios a la Palma- FEP para el mejor beneficio de la empresa.

Las proyecciones del cultivo para el año 2023 contando con fruta propia y de terceros da 46 Toneladas de CPO/ mes y 552 Toneladas de CPO/año según la información suministrada para maquila.

5. DURACIÓN

Se tendrán listas las ejecuciones de las fases de la siguiente manera, toda vez la compañía suministre la información en los tiempos requeridos, y se evidencie el compromiso de las partes.

Tiempo de ejecución: 3 Meses a 1 año.

6. EQUIPO TÉCNICO

Contamos con un excelente equipo con más de 10 años en el sector de la Palma, altamente capacitado para las negociaciones, entre grupo de trabajo contamos con directores comerciales y profesionales en comercio internacional para la ejecución de esta propuesta.



7. PROPUESTA ECONÓMICA

La presente propuesta económica tiene un diseño e implementación representa una inversión de (suma de dinero).

Se deben realizar pagos de la siguiente forma (especificar tipo de pago).

No incluye: Gastos de papelería, todos estos costos deben ser asumidos por la empresa. Cualquier tipo de trámite adicional que no se encuentre descrito dentro de la presente oferta será facturado adicional previa negociación de las condiciones que se establezcan.

Se entrega la presente propuesta a solicitud del interesado.

La presente proposición tiene una vigencia de 30 días.

Agradecemos la confianza depositada en nosotros y quedamos atentos a su valiosa respuesta.

Cordialmente,

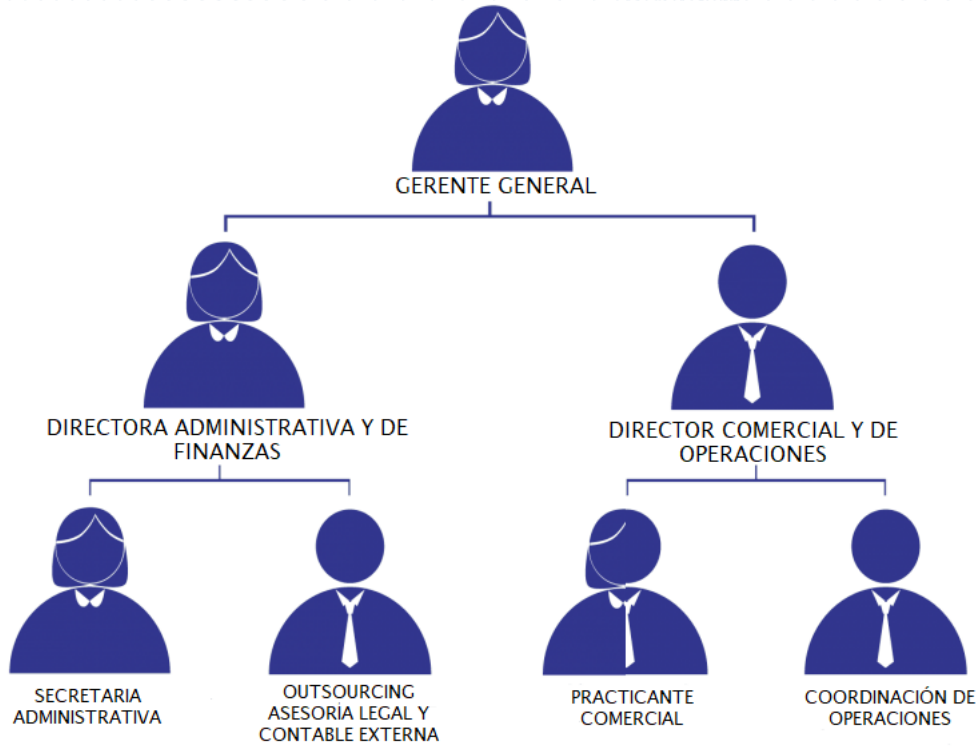
Viviana López

Representante Legal

5.2 Organigrama AVE LOGISTICS



Figura 4. Organigrama AVE LOGISTICS

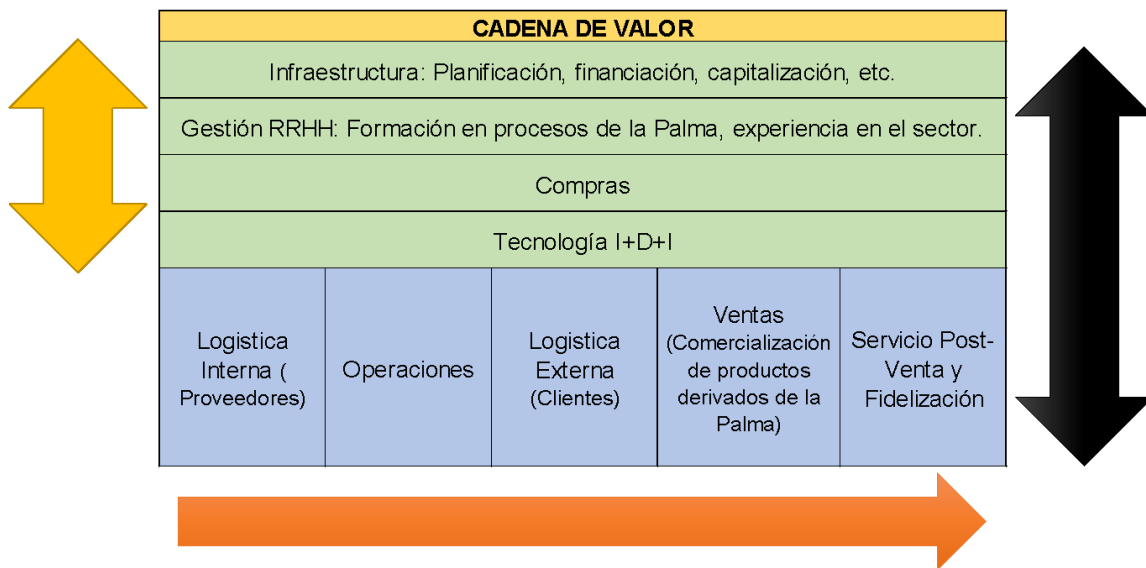


Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por AVE LOGISTICS.



5.3 Cadena de valor AVE LOGISTICS

Tabla 1. Cadena de Valor AVE LOGISTICS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por AVE LOGISTICS.



6. Análisis DOFA

FORTALEZAS

1. Tiempo de experiencia en el mercado ya que los dos socios principales de la compañía suman más de 10 años de experiencia en el sector de la Palma.
2. Personal capacitado en las negociaciones del entorno palmero.
3. Buena Atención (Protocolo de visita de la empresa), ya que se hacen visitas presenciales a proveedores y clientes.

DEBILIDADES

1. Diversificación de los productos, ya que solo hay ventas fuertes durante los picos de la palma.
2. Poca publicidad en el medio de la negociación, no se cuenta con canales de información electrónicos.
3. Dependencia de varios proveedores pero pocos clientes dentro de su proceso comercial.
4. Falta de recursos tecnológicos, no cuentan con correos corporativos ni páginas Web.



OPORTUNIDADES

1. Políticas económicas del gobierno respecto a los beneficios del emprendimiento y la exportación.
2. Demanda creciente de la producción a nivel mundial del Biodiesel.
3. Capacitaciones y eventos organizados por Fedepalma.

AMENAZAS

1. Fácil entrada a nuevos competidores con nuevos y mejores modelos de negocio.
2. Nuevos cultivos contaminados con la enfermedad PC (Pudrición del cogollo) el cual quema la planta de palma por lo que su producción baja.
3. Mejor posicionamiento de los competidores frente a las relaciones comerciales con las extractoras de aceite y refinerías.



Tabla 2. Matriz DOFA de AVE LOGISTICS

Factores Externos	Oportunidades (Aprovechamiento)	Amenazas (Superación)
Factores Internos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas económicas del gobierno 2. Demanda creciente 3. Capacitaciones y eventos organizados por Fedepalma 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fácil entrada a nuevos competidores. 2. Nuevos cultivos contaminados con la enfermedad PC. 3. Mejor posicionamiento de los competidores
Fortalezas (Mejoras)	Estrategia FO – Desarrollo	Estrategia FA - Defensivas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de experiencia del personal en el mercado 2. Personal capacitado en negociaciones 3. Buena Atención (Protocolo de visita de la empresa) 	<p>F1, O1 Aprovechar las políticas y ayudas del gobierno para penetrar en nuevos mercados nacionales e internacionales.</p> <p>F3, O2 Fortalecer la buena atención en la búsqueda de nuevos clientes con la demanda creciente.</p>	<p>F3,A1 Mejorar políticas internas para el fortalecimiento de las relaciones comerciales.</p> <p>F2, A2 Capacitar a los productores con nuevas técnicas de cultivos para el manejo de la enfermedad PC.</p> <p>F1, A1 Preparar estrategias de mercado para impulsar la empresa tomando como base la experiencia en el mercado.</p>
Debilidades (Minimización)	Estrategia DO- Reorientación	Estrategia DA- Supervivencia
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversificación de los productos 2. Poca publicidad en el medio de la negociación 3. Dependencia de un solo proveedor 4. Falta de recursos tecnológicos 	<p>D1,O1 Explotar las políticas económicas del gobierno para diversificar los productos y servicios ofrecidos a los clientes.</p> <p>D2, D3, O3 Asistir a capacitaciones y eventos de Fedepalma para reforzar y crear las relaciones con clientes y proveedores.</p>	<p>D2,D4,A1, A4 Utilizar un buen recurso tecnológico de forma tal de brindar confiabilidad al cliente dentro de sus negociaciones para que los competidores ni los nuevos puedan copiar dichos avances.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por AVE LOGISTICS.



7. Plan operativo

Cronograma de las actividades planeadas y logradas en la pasantía

Tabla 3. Cronograma Operativo

It	Etapas / actividades	Semanas																											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1	Inducción a la pasantía	→																											
2	Propuesta de la pasantía		→																										
3	Búsqueda de información y antecedentes de la organización			→																									
4	Entrega de información para revisión				→																								
5	Corrección de observaciones de la entrega					→																							
6	Continuación de análisis del entorno						→																						
7	Ejecución de visitas a la oficina							→																					
8	Elaboración de formato nuevo a la empresa								→																				
9	Elaboración de observaciones al procedimiento existente									→																			
10	Elaboración de análisis comparativo (Matriz Dofa)										→																		
11	Sistematización de la Información											→																	
12	Revisión preliminar (coordinador y otros)												→																
13	Corrección preliminar													→															
14	Entrega para evaluación														→														
15	Evaluación															→													
16	Corrección final																→												
17	Entrega final																	→											
18	Presentación																		→										

Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por AVE LOGISTICS.



8. Conclusiones y logros

Una revolución de pensamiento supone una coyuntura de aprovechamiento de todos los esfuerzos, ideas y planes de negocio por elaborar, trabajar, alcanzar y luego evolucionar en el tiempo para lograr los objetivos propuestos en una búsqueda de realización personal y laboral con el fin de romper paradigmas dentro del comercio internacional.

Se cumplieron a manera satisfactoria los objetivos propuestos dando consigo un mayor conocimiento del estado situacional de la empresa, y a su vez, encontrando oportunidades de mejora dentro de su área procedimental; algo que es de resaltar es que la compañía al ser relativamente nueva, los procesos a implementar son más sencillos en el sentido de que, su talento humano es flexible a las oportunidades de desarrollo halladas en donde se tienen en cuenta las recomendaciones para el progreso de la misma.

Cabe resaltar que la empresa al ser relativamente nueva tiene mucho terreno por avanzar dentro de su posicionamiento frente al mercado, parte de ello, fue la organización de este formato de propuesta comercial para manejar la intermediación de maquila por medio del mismo para una mayor formalización del proceso ante el palmicultor y la llevada a cabo de acuerdos de confidencialidad entre los clientes para un mayor resguardo del proceso.

Habiendo culminado las funciones realizadas dentro de la empresa AVE LOGISTICS S.A.S. se evidenció procesos por mejorar dentro del departamento comercial de la compañía, entre esos la asistencia a eventos referentes al sector palmero, que impulsan el relacionamiento y reconocimiento de la empresa en el medio para la obtención de nuevos



proveedores y clientes tanto nacionales como internacionales, también se evidenció la necesidad de diversificar mercados no sólo con el aceite de palma y sus derivados, sino también con sus residuos teniendo como base los diferentes puntos de inversión en Europa y Estados Unidos hacia el completo aprovechamiento de la Biomasa para el mejoramiento de los ecosistemas mediante el uso sostenible del suelo y subsuelo. Es posible la búsqueda de entornos de cooperación internacional entre empresas para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio y financiación de tecnologías para una mejor optimización de los recursos.

Esto último, buscando una mayor captación de inversión y capitalización de la empresa en el sistema financiero para realizar exportaciones de este tipo, las cuales serían innovadoras dentro del sector agroindustrial palmero, es meritorio recalcar que el gremio de la palma ha venido evolucionando e incrementando su nivel de producción y se debe aprovechar la oportunidad del posicionamiento de Colombia como uno de los países, si no es el primero, en tener certificaciones encaminadas a la sostenibilidad de estos cultivos de palma en los cuales se tiene como punto primordial el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social dentro de estas regiones y más en el departamento del Magdalena.

Se debe direccionar a la organización para las certificaciones tanto medioambientales como en calidad y a su vez reestructurar los diferentes canales de marketing tales como páginas Web, presentación empresarial, redes sociales, portafolio de productos, correos corporativos, etc. Que le den mayor seriedad dentro de las próximas negociaciones; esto supone una inversión que se requiere tiempo y capital para la ejecución de estos procesos.



En esta etapa se encontraron varios desafíos tales como informalidad dentro de las negociaciones y poco margen de mercado en el que se pueda realizar mayores contratos a futuro, es indispensable conocer que se deben manejar márgenes de utilidades dentro de la intermediación que permitan dar continuidad al negocio y la captación de mayores aliados estratégicos que den precios competitivos para no salir del mercado en los ciclos de super producción de la palma.

Se evidenció una oportunidad de diversificación hacia otros productos encaminados hacia la producción de alimentos para comida animal y otras plantas oleaginosas que también pueden ser de mayor oportunidad para complementación de la palma.



9. Bibliografía citada

Afiliaciones | Fedepalma. Recuperado 15 de enero de 2023, de.

<https://web.fedepalma.org/afiliaciones>

Arias Cruz, J. M. (2018). El mercado de aceite de palma en Colombia y sus retos a futuro.

Revista Palmas, 39 (3) –118-121.

BIOFACH 2023 | Paving the path. . Recuperado 15 de enero de 2023, de.

<https://www.biofach.de/en/pavingthepath>

Colombia podría tener una palmicultura de dos millones de hectáreas. (2018). El

economista America. Recuperado 15 de enero de 2023, de

[https://www.economista.es/empresas-eAm-](https://www.economista.es/empresas-eAm-colombia/noticias/9195880/06/18/Colombia-podria-tener-una-palmicultura-de-dos-millones-de-hectareas.html)

[colombia/noticias/9195880/06/18/Colombia-podria-tener-una-palmicultura-de-dos-millones-de-hectareas.html](https://www.economista.es/empresas-eAm-colombia/noticias/9195880/06/18/Colombia-podria-tener-una-palmicultura-de-dos-millones-de-hectareas.html)

CONCEPTOS BÁSICOS DE LA COMERCIALIZACIÓN PALMERA COLOMBIANA.

(2011, septiembre). Repositorio Fedepalma. Recuperado 3 de abril de 2023, de

<https://repositorio.fedepalma.org/bitstream/handle/123456789/76968/065.pdf?sequence=1>

De Cultivadores De Palma De Aceite, F. F. N. (1999). Editorial. Visión de la palmicultura

Colombiana al 2020. Revista Palmas, 21(2), 3-6.

Economía Portafolio. (2022, 26 enero). Exportaciones de aceite de palma sumaron US\$551

millones. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/exportaciones-de-aceite-de-palma-sumaron-us-551-millones-560997>



El Nuevo Siglo. Recuperado 2 de abril de 2023.. “Sector palmero representa 16% del PIB agrícola del país”. <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/09-23-2022-el-sector-palmero-representa-el-16-del-pib-agricola-del-pais>

Industria de la palma. Recuperado 15 de enero de 2023. Invierta en Colombia. <https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/industria-de-la-palma>

La palma de aceite en Colombia | Fedepalma. Recuperado 5 de enero de 2023. <https://web.fedepalma.org/la-palma-de-aceite-en-colombia-departamentos>

Mercados | fedepalma. Recuperado 7 de enero de 2023. <https://web.fedepalma.org/mercados-de-la-palma-de-aceite>

NTradeshows. Recuperado 15 de enero de 2023, de. <https://www.ntradeshows.com/natural-organic-products-europe/>

Perfiles Económicos Departamentales: Perfil económico: Departamento de Magdalena. (2023, febrero). Oficina de Estudios Económicos. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/6ac71098-d892-400d-bc36-a20054f7cf79/Magdalena>

Zarate Murillo, C. M. (2016). Informe Final Práctica Empresarial Zona Franca Santander S.A. Bibliotecas Bucaramanga. Recuperado 7 de enero de 2023, de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1756/2016-Zarate%20MurilloChristianMauricio-trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1#:~:text=La%20pr%C3%A1ctica%20empresarial%20es%20la,para%20demostrar%20tales%20competencias%20adquiridas.>

ANEXOS



Foto en donde se evidencia las pautas a realizar proceso comercial y propuesta hacia los palmeros.



Foto en donde se evidencia las pautas a realizar proceso comercial y propuesta hacia los palmeros.



Código: COM-F-04
Fecha: 15-Junio-2022
Versión: 01



Calle 19 No. 32 B 16
Santa Marta, Colombia
Teléfono: +573045232982
e-mail: avelogisticsas@gmail.com

ACUERDO No. AC-07-07

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

ENTRE

A.V.E. LOGISTICS S.A.S

Y

JOHANAN SAS

PARA:

**EL SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN EN LA COMPRA/ DE PRODUCTOS EN
EL MERCADO DE ACEITES, GRASAS VEGETALES Y SUS DERIVADOS**

Foto en donde se evidencia documentos a elaborar junto con los diferentes entes del proceso (clientes y proveedores) para cumplir los requisitos de confidencialidad entre ambas compañías.



AVE LOGISTIC S.A.S., nace de la iniciativa de romper las barreras comerciales que hoy en día encontramos en los principales sectores de la economía, para nuestro interés, el sector agroindustrial de aceites y grasas vegetales. Nuestro propósito consiste en primera medida, anular a los consumidores de Aceite y grasas directamente con el fabricante en Colombia, o cualquier parte del mundo, ofreciendo precios competitivos de los productos requeridos; adicionalmente, nuestra propuesta de valor es ofrecer los servicios logísticos que se deriva desde la recogida del producto en la Fábrica hasta su exportación hacia el destino final.

Es de destacar que contamos con excelentes relaciones con casas navieras, puertos, empresas de transporte, surveyor, cuidando cada proceso y cada detalle para que el cliente esté seguro que recibirá un producto en las condiciones pactadas con el fabricante y en el tiempo requerido. Es así que hacemos parte de un selecto grupo de Brokers a nivel mundial, brindándoles confianza, simplicidad, experiencia y ahorro a la medida.

Fuente: CONÓCENOS | Ave Logistics. . Ave Logistics. <https://www.ave-logistics.com/con%C3%B3cenos>