

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 del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-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.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Informe Práctica Empresarial ROSDEL S.A.S.

Andrea Carolina Rodríguez Burgos

**Informe de Práctica Empresarial requisito para optar al Título Profesional en
Negocios Internacionales**

Tutor

Osmán Antonio Franco Ospina

**Ingeniero Industrial y Máster of Science en Investigación de Operaciones en Ingeniería
Industrial**

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Dedicatoria

A mi mamá Ana Ligia Burgos, por ser una madre incondicional que me hizo en gran parte la persona que soy ahora y por sus palabras y su apoyo constante. A mi papá, Fernando Rodríguez, por ser un hombre dedicado a sus hijas, un papá excepcional y la persona que me ha dado las herramientas para lograr mis metas. A Mayerly Esteban, por ser una persona incondicional que con apoyo y amor cree en mí cuando yo no lo hago. A Don Jorge Jaramillo que con su fe en mi como profesional me brindó oportunidades para culminar con mi proceso académico.

Agradecimientos

Le doy gracias a mis padres por su apoyo incondicional, por la educación y los valores que me brindaron y por su fe en mí para lograr mis sueños. Le agradezco a la vida por poner personas en mi camino que han sido parte de este proceso y me han apoyado constantemente, y finalmente le doy gracias a la empresa Rosdel S.A.S por brindarme la oportunidad de aprender y tener una experiencia laboral y a la Universidad Santo Tomás por los conocimientos y la experiencia adquirida y por su compromiso con los estudiantes para hacerlos grandes profesionales.

Andrea Carolina Rodríguez Burgos

Contenido

	Pág.
Introducción	11
1. Justificación	12
2. Objetivos	13
2.1 Objetivo General	13
2.2 Objetivos Específicos	13
3. Descripción de la Organización	13
3.1 Razón Social.....	13
3.2 Objeto Social	14
3.3 Contacto	14
3.4 Misión.....	15
3.5 Visión	15
3.6 Organigrama.....	16
3.7 Portafolio de Productos ROSDEL S.A.S.	16
3.8 Aspectos del Mercado – Limón Tahití.....	17
4. Descripción del Cargo y Funciones	19
4.1 Cargo	19
4.2 Funciones Asignadas.....	19
5. Marco de Referencia	21
5.1 Marco Conceptual	21
5.2 Marco Normativo	24
6. Aportes del Estudiante a ROSDEL S.A.S.....	24

6.1 Investigación de Limón Tahití, Región Caribe, América y Europa.....	25
6.2 Actualización Portafolio.....	25
6.3 Familiarización con Documentación de ICA y Requisitos de Exportación.....	26
6.4 Crear Base de Datos con Clientes Potenciales.....	27
6.5 Análisis Comparativo de Compras en Cantidades, Precios, Valores y Proveedores de Limón por Contenedor, de los Años 2019 y 2020.....	28
6.6 Análisis Comparativo de Salida de Contenedores, Horas Trabajadas de Empleados y Consumo de Energía de Luz de los Años 2019 y 2020.	28
6.7 Matriz de Costos.....	28
7. Aportes de ROSDEL S.A.S. al Estudiante.....	29
8. Conclusiones	29
9. Recomendaciones.....	30
Referencias.....	31
Apéndices.....	32

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Logo ROSDEL S.A.S.</i>	13
Figura 2. <i>Localización ROSDEL S.A.S.</i>	15
Figura 3. <i>Organigrama ROSDEL S.A.S.</i>	16
Figura 4. <i>Portafolio de productos ROSDEL S.A.S.</i>	17
Figura 5. <i>Principales productos cítricos Exportados de Colombia 2017 (USD)</i>	18
Figura 6. <i>Caracterización Zonas de Producción</i>	19
Figura 7. <i>Desarrollo de actividades ROSDEL S.A.S.</i>	24
Figura 8. <i>Familiarización con Documentación de ICA y Requisitos de Exportación</i>	26

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. <i>Investigación de Limón Tahití, región Caribe, América y Europa</i>	32
Apéndice B. <i>Actualización del Portafolio de Productos</i>	48
Apéndice C. <i>Identificación de Clientes Potenciales</i>	54
Apéndice D. <i>Gráficas comparativas de Compras en Cantidades, Precios, Valores y Proveedores de limón por contenedor, de los años 2019 y 2020</i>	61
Apéndice E. <i>Análisis Comparativo de Salida de Contenedores, Horas trabajadas de empleados y consumo de Energía de luz de los años 2019 y 2020</i>	77
Apéndice F. <i>Matriz de Costos – ROSDEL S.A.S.</i>	79

Resumen

Durante el desarrollo de las prácticas empresariales como profesional en negocios internacionales en la ROSDEL S.A.S., fue posible desarrollar actividades que fortalecieron la organización, iniciando con una investigación del mercado para el Limón Tahití, en la región Caribe, América y Europa, igualmente se identificó la necesidad de actualizar el portafolio de productos de la organización y posteriormente el estudiante requirió de una familiarización con documentación del ICA y los demás requisitos para el proceso de exportación, posteriormente se diseñó y construyó la base de datos con clientes potenciales para futuras exportaciones.

Continuando con el desarrollo de las practicas se realizó un análisis comparativo de compras en cantidades, precios, valores y proveedores de limón por contenedor, de los años 2019 y 2020, al igual que un análisis comparativo de salida de contenedores, horas trabajadas de empleados y consumo de energía de luz de los años 2019 y 2020, finalmente se logró construir una matriz de Costos, que permitirá a la gerencia tomar decisiones al respecto de modificaciones en las instalaciones o procesos productivos que aporten al mejoramiento de las ganancias generadas por la organización.

Palabras clave: conocimientos, exportación, análisis comparativo, actividades, investigación, organización, prácticas.

Abstract

During the development of business practices as a professional in international business at ROSDEL SAS, it was possible to develop activities that strengthened the organization, starting with a market research for Tahiti Lemon, in the Caribbean, America and Europe region, the The need to update the organization's product portfolio and later the student required familiarization with ICA documentation and the other requirements for the export process, later the database with potential clients for future exports was designed and built.

Continuing with the development of the practices, a comparative analysis of purchases in quantities, prices, values and suppliers of lemon per container, for the years 2019 and 2020, was carried out, as well as a comparative analysis of container output, employee hours worked and light energy consumption for the years 2019 and 2020, it was finally possible to build a Costs matrix, which will allow management to make decisions regarding modifications in the facilities or production processes that contribute to the improvement of the profits generated by the organization.

Keywords: knowledge, export, comparative analysis, activities, research, organization, practices.

Introducción

La práctica empresarial es una opción de grado que le permite al estudiante en su fase final de la carrera tener un abrebocas al campo laboral implementando los conocimientos y herramientas adquiridas en el transcurso de la formación académica en la Universidad Santo Tomás – seccional Bucaramanga para adquirir una experiencia real y de esta manera afrontar los nuevos retos que se presenten al culminar los estudios. Con una empresa real como ROSDEL que tiene fuerte presencia en el sector y en el mercado agrícola, se puede tener una visión amplia en cuestión de exportaciones y procesos, permitiéndole una familiarización con las líneas de estudio al profesional de Negocios Internacionales.

1. Justificación

La experiencia laboral para cualquier estudiante es primordial para aplicar sus conocimientos previos adquiridos que le ayudan a desarrollar aptitudes esenciales y necesarias para desenvolverse en cualquier campo que se le presente. Las prácticas empresariales del negociante internacional le permiten tener una visión más amplia de los desafíos que debe enfrentar en el campo laboral al que aplique, tanto nacional como internacional, además de lograr identificar los sectores con más fuerza en el mercado. El negociador internacional en su experiencia laboral adquiere un aprendizaje que le suma a su previo conocimiento para afrontar los retos y metas que tanto el empresario como el sector en el que labora le presenten y debe tener la habilidad para encontrar estrategias y soluciones que le permitan cumplir los objetivos y metas propuestos.

La práctica empresarial es una opción de grado que la Universidad Santo Tomás le brinda al estudiante para reforzar sus conocimientos y habilidades previamente adquiridos y lo preparan para una nueva etapa al culminar los estudios.

Con la empresa Rosdel S.A. se tiene la oportunidad de adquirir experiencia en el sector Agrícola con la exportación de Lima Tahití y su evolución en el mercado colombiano y en el mundo, además Santander brinda un escenario prometedor para el producto, debido a su crecimiento en producción y comercialización, brindándole así al estudiante unas aptitudes y habilidades para desenvolverse de manera óptima en sus tareas asignadas.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Fortalecer y ampliar los conocimientos adquiridos en la academia, planteando estrategias e ideas con el enfoque internacional en pro del mejoramiento de la empresa y su calidad.

2.2 Objetivos Específicos

Estar a la vanguardia de lo que pasa en los mercados nacional e internacionales en cuestiones de agricultura, para determinar las oportunidades y amenazas que se presentan en el sector.

Adquirir un conocimiento profundo en certificaciones, procesos, requerimientos y gestión de calidad solicitados en mercados internacionales, también el aprendizaje en planta desde su producción, hasta su comercialización.

3. Descripción de la Organización

3.1 Razón Social

ROSDEL S.A.S.

NIT: 900.768.978–

Figura 1. Logo ROSDEL S.A.S.



Adaptado de ROSDEL S.A.S.

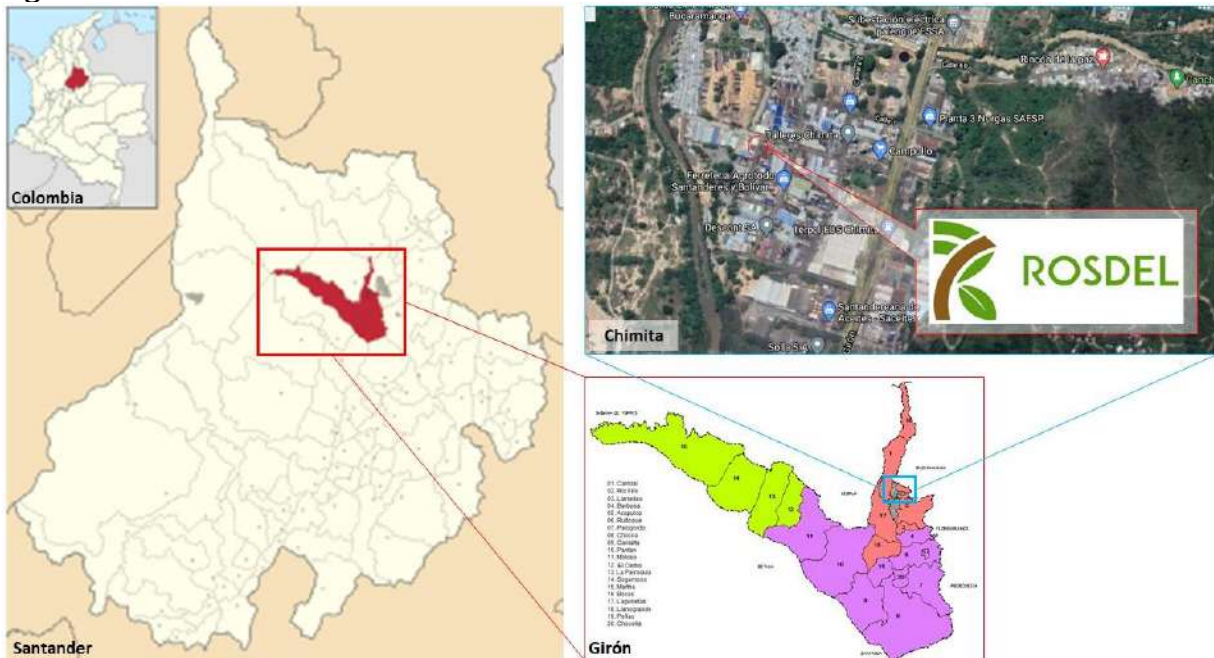
Adicionalmente en el Anexo A, se puede encontrar el certificado de Cámara de Comercio de la empresa ROSDEL S.A.S.

3.2 Objeto Social

El objeto social principal, es la comercialización y venta de productos industriales y comerciales en general, repuestos, vehículos y maquinaria pesada, en el mercado nacional e internacional adquiridos en el mercado interno o el exterior, la comercialización y exportación de productos agrícolas, para el mercado nacional e internacional y todo lo relacionado a Importación y Exportación de productos agropecuarios perecederos, tales como ñame, yuca, plátano, limón, pepino, etc., vegetales y frutas frescas en general, carbón mineral y vegetal y todos sus derivados, con el lleno de los requisitos y condiciones establecidas dentro del marco legal de las C.I.

3.3 Contacto

- Dirección: Carrera 0 No. 3 – 61, Vía Chimitá.
- Ciudad: Girón
- Departamento: Santander
- Teléfono: (7) 6156636/ 3145966061
- Correo electrónico: nestor.rosales@rosdel.com.co
- Página Web: <https://rosdel.co/>

Figura 2. Localización ROSDEL S.A.S.

Adaptado de Mapas Web

3.4 Misión

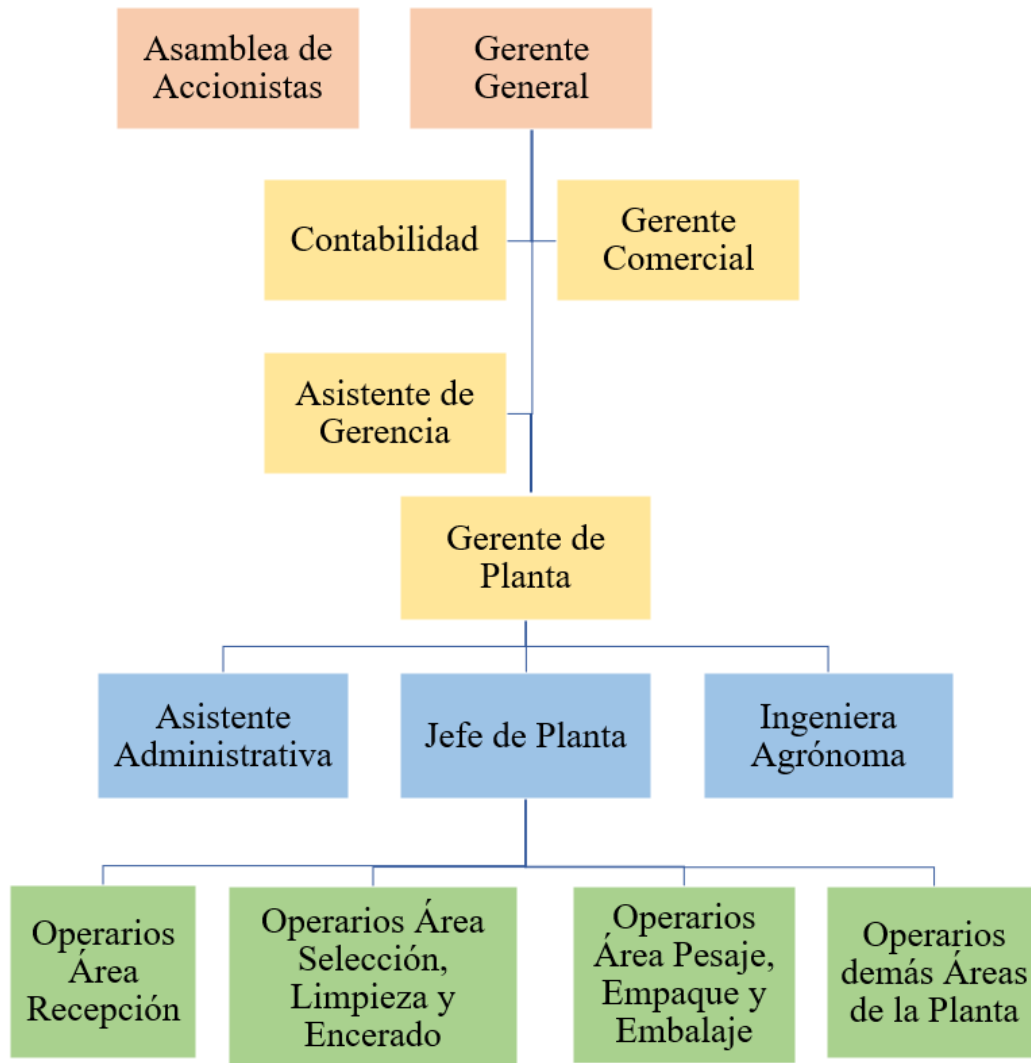
Proveer a nuestros clientes nacionales e internacionales de manera regular y confiable frutas, frescas, basando nuestros estándares de producción y comercialización en la calidad y la satisfacción de las expectativas de nuestros clientes, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico del país, el bienestar de nuestros trabajadores, campesinos y el medio ambiente.

3.5 Visión

Para el 2023 ser el mayor comercializador y exportador de fruta, comprometidos con proporcionar la mejor calidad y servicio, basado en la experiencia, la solidez, la honestidad y la frescura de nuestros productos, todo esto a través de nuestro personal altamente capacitado y con los recursos tecnológicos necesarios para el correcto funcionamiento de la organización.

3.6 Organigrama

Figura 3. *Organigrama ROSDEL S.A.S.*



Adaptado de información ROSDEL S.A.S.

3.7 Portafolio de Productos ROSDEL S.A.S.

En la Tabla 1 se presentan los productos que comercializa la empresa ROSDEL S.A.S., sin embargo, en la sede instalada en el municipio de Girón, donde la autora del presente documento

realizo sus prácticas empresariales, actualmente solo se realizan los procesos de comercialización del Limón Tahití.

Figura 4. *Portafolio de productos ROSDEL S.A.S.*

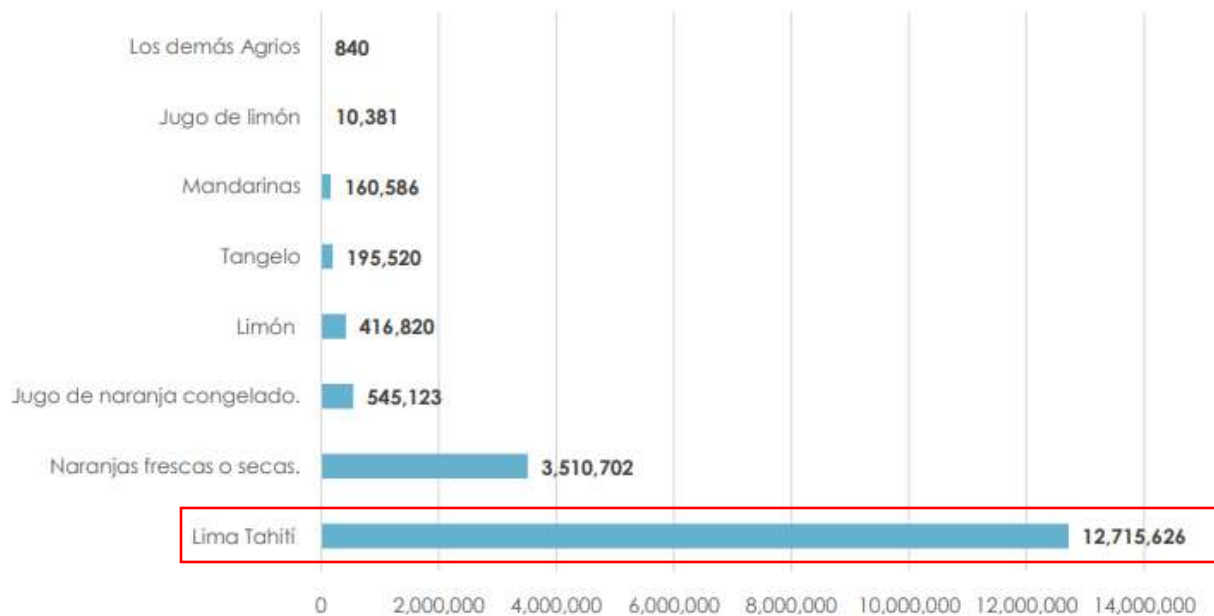


3.8 Aspectos del Mercado – Limón Tahití

Los Limones Tahití se cosechan de 8 a 12 veces al año, una vez al mes en el invierno, pero el 70% de la cosecha madura desde mayo al otoño. El pico productivo es de julio a septiembre. La demanda del mercado persiste durante todo el año y las frutas fuera de temporada se venden a precios superiores. La mayoría de la cosecha se hace a mano. Si se cosechan demasiado inmaduros, los frutos serán poco jugosos. Si se dejan demasiado tiempo en el árbol, los frutos pueden desarrollar lo que en inglés se conoce como "stilar-end-breakdown" y además pueden ponerse amarillos antes de llegar a mercados distantes. Los limones son recogidos en cajas de madera en el campo y llevados en camiones a las plantas empacadoras donde se califican, lavan, enceran y envasan en cajas de cartón corrugado de 10, 20, 40, o hasta de 55 libras (4.5, 9, 18, o 25-kg) para su envío a los minoristas. El rendimiento de los árboles de 7 pies (2.13 m) injertados sobre porta injertos alemow tienen un promedio de 90 libras (41 kg), mientras que los árboles del mismo tamaño sobre "rough lemon" dan 63 libras (29 kg). Usando métodos avanzados de gestión, las

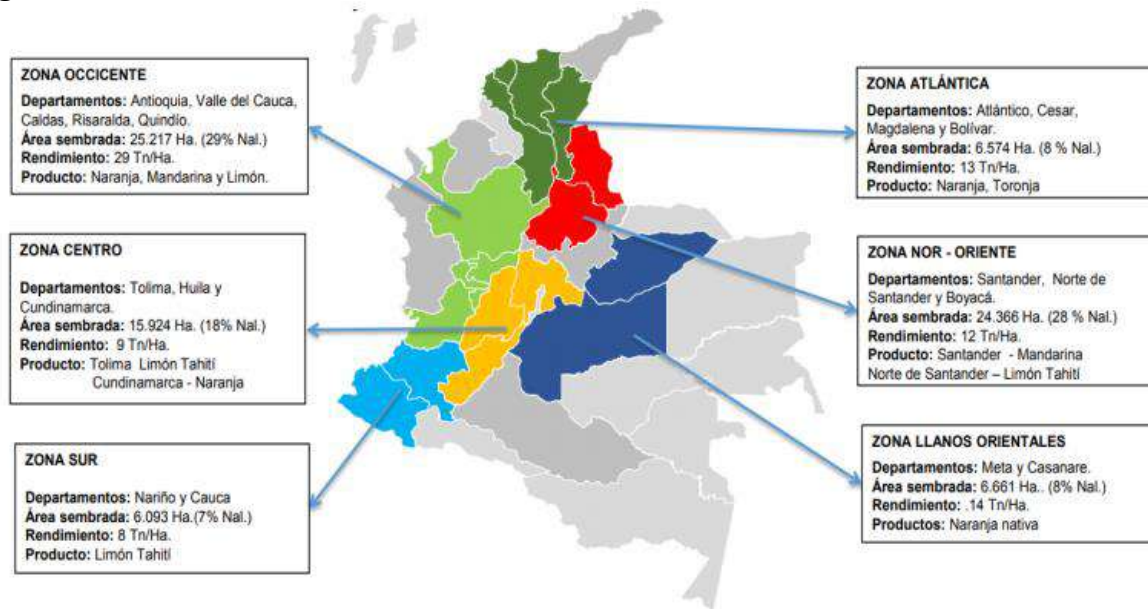
plantaciones de limón en la Florida producen 600 bushels por acre (243 bu/ha) cada año (Mulford, 2010).

Figura 5. *Principales productos cítricos Exportados de Colombia 2017 (USD)*



Adaptado de DANE (2018)

Según la Encuesta Nacional Agropecuaria, ENA (DANE, 2015), durante el año 2014 en Colombia se obtuvo una producción de 360.836 toneladas de limón (común, pajarito o de Castilla y Tahití), con rendimientos promedios de 16 toneladas por hectárea al año. El departamento de Nariño es el principal productor con 254.404 toneladas que corresponden al 70,5 % de la producción total, seguido por los departamentos de Tolima, Cauca y Santander. Es de anotar que Nariño presenta rendimientos de 22 toneladas por hectárea al año, superando el promedio nacional (DANE, 2015).

Figura 6. Caracterización Zonas de Producción

Adaptado de MADR (2018)

4. Descripción del Cargo y Funciones

4.1 Cargo

Gestora de ventas y mercadeo.

4.2 Funciones Asignadas

1. Contacto con Clientes Nacionales e Internacionales. Se hacen unas encuestas para mejorar la calidad del servicio ofrecido por la empresa ROSDEL S.A.S a sus clientes actuales, tanto nacionales como internacionales.
2. Búsqueda de Nuevos Potenciales para la Exportación de Limón Tahití. Para la búsqueda de nuevos clientes, se tienen en cuenta los siguientes pasos:
3. Base de Clientes. búsqueda rigurosa de empresas importadoras y comercializadoras de frutas y verduras en Estados Unidos, el Caribe y Cono Sur, creando así una base

de datos como Legis Comex o en Google, con información de contacto como e-mail, teléfono, dirección, país, razón social etc.)

4. Clientes Potenciales. A partir de la base de clientes, se comienzan a filtrar los clientes potenciales para la empresa, los criterios para este numeral a considerar son:

- Que sean importadores de frutas y verduras y que las comercialicen.
- Que entre sus productos se encuentren el limón y el ñame.
- Que no sean clientes actuales de la empresa.

5. Caracterización de Clientes. Se tienen en cuenta 3 factores:

- El volumen que maneja la empresa de producto: para analizar si la empresa tiene la capacidad de suplir la demanda de los clientes potenciales.
- Qué uso le dan al producto, si se utiliza natural o si se necesita para industrialización: el uso que le dan al producto es importante para la negociación de las condiciones de entrega de las frutas que difieren en mercado natural o jurídico.
- Si son supermercados o distribuidores: el análisis de clientes potenciales como supermercados o distribuidores permite que en el caso de los distribuidores se puedan ampliar las ventas a minoristas y en el caso de los supermercados, el volumen de la demanda es alto.

6. Análisis del Producto que Maneja la Empresa. para verificar que el producto cumpla con todos los requisitos solicitados para su exportación se hace una ficha técnica enfocada en el limón Tahití, siendo este el producto que se está tratando en la práctica empresarial. Los criterios de selección para el desarrollo de la ficha técnica son:

- Color
- Contenido de jugo
- Enfermedades y daños
- Calibres

- Acidez
7. Contacto con clientes potenciales. Una vez se cumplan los numerales anteriores, se procede al contacto con los clientes potenciales a través de correos electrónicos, seguido de llamadas para intentar organizar una cita para posible negociación.
 8. Verificar el cumplimiento de los protocolos y los programas implementados en planta. Se hace una revisión de los protocolos y programas que hay en la planta para proceder a una verificación física, con el fin de determinar si se cumplen los protocolos y qué funciones se pueden mejorar. Estos protocolos se verifican de la mano de una ingeniera que hace parte de la empresa.
 9. Complementación del portafolio de la empresa. La empresa requiere una actualización de su portafolio debido a reciente cambio de logo. Se hace una presentación digital con la actualización de logo, información de la empresa y diseño.
 10. Familiarización de la planta, practicando algunos procesos de la fruta para su comercialización. Se programan algunas funciones que se hacen a diario para la recepción, selección y despacho de la fruta, tanto a nivel nacional como internacional.

5. Marco de Referencia

5.1 Marco Conceptual

5.1.1 Modelo Heckscher-Ohlin.

El modelo Heckscher-Ohlin fue elaborado por el economista sueco Bertil Ohlin modificando un teorema inicial de su maestro Eli Heckscher. Dicho modelo afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos. El modelo parte de la teoría de David Ricardo de la ventaja comparativa. Si el trabajo fuese el único factor de producción,

como suponía el modelo ricardiano, la ventaja comparativa podría surgir únicamente de las diferencias internacionales en la productividad del trabajo.

El modelo Heckscher-Ohlin predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, es decir que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados (Krugman, 2001). Al mencionado modelo también se le conoce como la teoría de las proporciones factoriales.

La teoría Heckscher-Ohlin se basa en los siguientes supuestos (Salvatore, 1999):

- Hay dos naciones (la nación 1 y la nación 2), dos mercancías (la “X” y la “Y”) y dos factores de producción (trabajo y capital).
- Ambas naciones se sirven de la misma tecnología en la producción.
- La mercancía “X” es intensiva en trabajo y la mercancía “Y” es intensiva en capital, en ambas naciones.
- Ambas mercancías se producen con rendimientos constantes a escala en ambas naciones.
- Hay especialización incompleta de la producción en ambas naciones.
- Las preferencias son iguales en ambas naciones.
- Hay competencia perfecta en los mercados de mercancías y de factores en las dos naciones.
- Hay movilidad perfecta de factores dentro de cada nación, más no hay movilidad internacional de factores.
- No hay costos de transporte, aranceles ni otras obstrucciones al libre flujo del comercio internacional.
- Todos los recursos se emplean por completo en ambas naciones.
- El comercio internacional entre las dos naciones está equilibrado.

La teoría Heckscher-Ohlin (H-O) usualmente se presenta en forma de dos teoremas (Salvatore, 1999):

- Teorema H-O (que trata y predice el patrón de comercio).
- Teorema de igualación en los precios de los factores que aborda el efecto del comercio internacional sobre los precios de los factores.

5.1.2 Investigación de Mercados según Schoell y Guiltinan.

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y el público con el mercadólogo a través, de la información:

Información utilizada para identificar y definir las oportunidades y problemas de la mercadotecnia; generar, refinar y evaluar sus acciones; monitorear las actividades o desempeño y mejorar el entendimiento de la mercadotecnia como un proceso. La investigación de mercados: Especifica la información requerida para dirigirse a estos temas, diseña el método para la recolección de información, administra e implanta el proceso de recolección de datos y comunica los resultados y sus efectos.

5.1.3 Exportación Definitiva.

La exportación definitiva en adelante exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno. Existen dos clasificaciones para este tipo de exportaciones: las Exportaciones por trámite regular: Cuando el monto de lo exportado supera los US\$ 5,000, requiere contratar los servicios de una Agencia de Aduana. Y las Exportaciones

por trámites simplificado: Cuando el monto de lo exportado no exceda de US\$ 5,000, lo pueden realizar los mismos exportadores (US\$5,000.00).

5.2 Marco Normativo

1. Normatividad Negocios Internacionales
2. Normatividad de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás
3. Normatividad legal Rosdel S.A.S

6. Aportes del Estudiante a ROSDEL S.A.S.

Figura 7. *Desarrollo de actividades ROSDEL S.A.S.*





6.1 Investigación de Limón Tahití, Región Caribe, América y Europa

Se realizó una investigación de limón Tahití con partida 0805.502200. En esta investigación se analizaron las exportaciones de limón de Colombia y las del mundo, y se pudo determinar que el principal mercado exportador es México y Brasil, Colombia tiene un auge al crecimiento de exportación de lima Tahití y los principales países destino son: Estados Unidos, Curazao, Aruba, y algunos países de la unión Europea, como dato interesante en Europa es más deseado el limón orgánico de lima Tahití, por su calidad, su baja utilización de químicos y fertilizantes y además el precio para los exportadores es más rentable.

Los resultados obtenidos de la investigación desarrollada se presentan de manera detallada en el Apéndice A del presente documento.

6.2 Actualización Portafolio

Al comienzo de la práctica la empresa recientemente había cambiado el logo y había ampliado su portafolio, razón por la cual, solicitaron una actualización de la presentación digital. Por tal motivo se procedió a realizar una presentación en Microsoft PowerPoint en donde se

presentaron los cambios en los colores, la presentación de los productos y se agregaron algunos ítems como la misión y la visión.

Esta actualización del portafolio de servicios se presenta en el Anexo 2 del presente documento, en esta se tuvieron en cuenta los colores empresariales, rediseño del logotipo y de igual manera se propendió por el uso de material fotográfico que evidencia la calidad de cada uno de los productos, haciéndola llamativa y atractiva ante los ojos de los clientes potenciales.

6.3 Familiarización con Documentación de ICA y Requisitos de Exportación

Con el ánimo de tener los conocimiento requeridos para la continuación de las funciones asignadas por la empresa, fue necesario realizar el estudio y análisis de la documentación con la cual contaba la organización, para la constitución de esta planta exportadora de Limón en Girón y los permisos requeridos para ser exportadores; identificando el cumplimiento total de los requisitos y requerimientos solicitados, dicha actividad fue realizada en las oficinas de la empresa, tal y como se muestra en las siguientes imágenes (Ver Figura 6).

Figura 8. *Familiarización con Documentación de ICA y Requisitos de Exportación*



6.4 Crear Base de Datos con Clientes Potenciales

Se hizo una búsqueda en internet para encontrar nuevos posibles clientes, la empresa tenía como objetivo Estados Unidos, Caribe y Latinoamérica. Se buscaron empresas según su actividad comercial, especialmente Importadores de Fruta. Se recolectaron datos de cada empresa como: teléfono, e-mail, página web, dirección y ciudad del país potencial. Se hizo una recolección de aproximadamente 48 empresas. Se hizo un filtro teniendo en cuenta que aparte de ser importadores, también fuesen distribuidores Mayoristas y Minoristas, dándole así una escala un poco más larga al producto que la empresa ofrece, además los jefes de la empresa revisaron una a una las empresas que se recolectaron en la base de datos y se descartaron algunas con los que ellos ya habían hecho negociaciones antes.

Finalizado el filtro de las 48 empresas, el resultado final fueron 27 empresas que estaban dentro de los requerimientos (Importadores, distribuidores mayoristas y minoristas de Fruta) y que no habían tenido negociaciones anteriormente con la empresa.

Terminada la búsqueda y el filtro de las empresas potenciales se tuvo como objetivo contactar a las empresas vía e-mail debido a la dificultad para contactar por medio de llamadas. Se enviaron los correos con unas especificaciones de los Pallets X contenedor que suele comercializar la empresa tanto de limón como de Naranja que es el producto principal. Finalmente se esperó aproximadamente un mes para recibir respuesta. La identificación de clientes potenciales desarrollada se presenta en el Anexo 3, del presente documento.

6.5 Análisis Comparativo de Compras en Cantidades, Precios, Valores y Proveedores de Limón por Contenedor, de los Años 2019 y 2020

Se realizó un filtro teniendo en cuenta las compras de limón por contenedor de los años 2019 y lo que va de 2020, en donde se tomaron las cantidades y valores compradas, los proveedores y los precios. Una vez realizado el filtro, se representó una comparativa mensual, trimestral y semestral con datos estadísticos y gráficas para evaluar en qué temporadas la empresa presenta más rentabilidad. Actividad que se presenta en el Anexo No. 4 del presente documento.

6.6 Análisis Comparativo de Salida de Contenedores, Horas Trabajadas de Empleados y Consumo de Energía de Luz de los Años 2019 y 2020.

Se realizó otro filtro teniendo en cuenta la salida de contenedores de limón para exportación, las horas trabajadas y el consumo de luz, estas comparaciones se hicieron para determinar en qué época del año se exportaba más, cuanto personal se requiere para despachar cada contenedor y el consumo de luz requerido en todo el proceso de maquila. Actividad que se presenta en el Anexo No. 5 del presente documento.

6.7 Matriz de Costos

Se realizó un inventario de todos los productos necesarios para el proceso de maquila y exportación del limón Tahití y se hizo una matriz de costos para calcular cantidades y valores por cada contenedor despachado.

7. Aportes de ROSDEL S.A.S. al Estudiante

1. La empresa aporta una experiencia real y una profundización sobre los procesos requeridos para la exportación, en este caso se aprende el proceso de maquila y empaque para la exportación de Lima Tahití a países del caribe y Estados Unidos.
2. Aporte de conocimiento sobre el sector agrícola y sus movimientos de acuerdo con la oferta y la demanda.
3. Conocimiento de la rentabilidad de la empresa para realizar las respectivas estadísticas para determinar en qué época del año la empresa es más rentable y detectar en qué aspectos se pueden reducir los gastos.
4. Participación en las capacitaciones de bioseguridad para adaptar la empresa y afrontar la emergencia sanitaria por el virus COVID-19.

8. Conclusiones

1. La empresa al ser una procesadora y exportadora de limón Tahití, le brindó al estudiante un conocimiento sobre los procesos de exportación de frutas, la maquila, el empaque y todos los requisitos que deben cumplirse.

2. El estudiante obtuvo conocimiento sobre el sector agrícola, rendimiento de la empresa y clientes potenciales y emergentes. Esto le permite al estudiante profundizar en áreas de mercadeo.
3. La empresa le proporcionó al estudiante sus rendimientos y resultados financieros para tener un panorama del funcionamiento real de una empresa exportadora en Santander, con esto el estudiante profundiza en áreas como finanzas y logística esenciales para el buen funcionamiento.

9. Recomendaciones

1. Con una base de datos amplia de clientes potenciales, la empresa puede aumentar sus ventas y crear nuevas negociaciones para la exportación de su producto.
2. Al detectar las épocas del año donde la demanda es mayor, la empresa puede programar su producción y procesamiento para un mejor rendimiento.

Referencias

DANE (2015). Boletín mensual Insumos y Factores Asociados a la Producción Agropecuaria.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol_Insumos_nov_2015.pdf

DANE (2018). Análisis PTP. Recuperado de:

http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/CongresoInternacionalCitricola/Comportamiento_Mercado_Nacional_Internacional_c%C3%ADtricos_frescos.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2018). Cadena de los Cítricos. Recuperado de:

http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/CongresoInternacionalCitricola/Comportamiento_Mercado_Nacional_Internacional_c%C3%ADtricos_frescos.pdf

Mulford, Randy (2010). Caracterización del Proceso de Exportación del Limón Tahití desde el

Departamento del Magdalena hacia el Mercado de Chile. Recuperado de:

<http://repositorio.unimagdalena.edu.co/jspui/bitstream/123456789/1292/1/EN-00011.pdf>

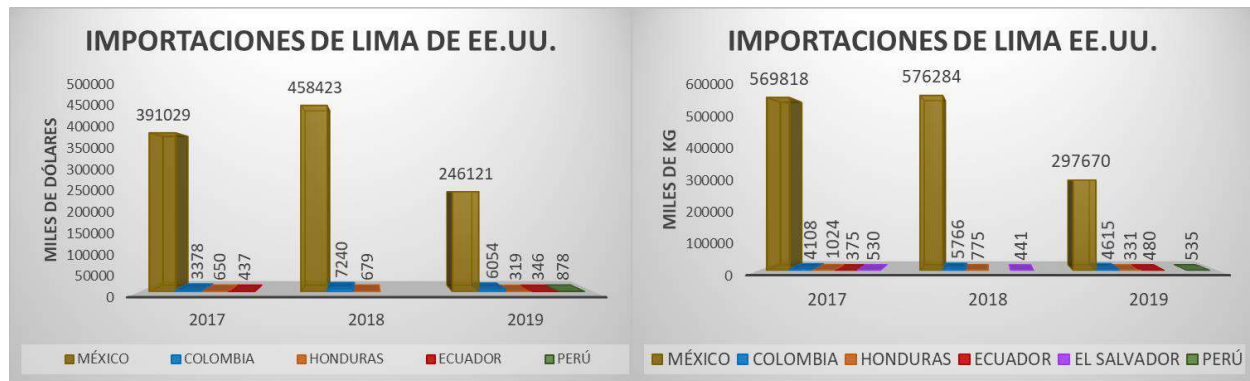
Apéndices

Cada uno de los siguientes anexos también se adjunta en digital en formatos formato Microsoft Excel y PDF. Cada gráfica y tabla demuestran los distintos estudios realizados para la empresa que le propician una visión de clientes potenciales, reducción de gastos y aumento de rendimiento en distintas épocas del año.

Apéndice A. Investigación de Limón Tahití, Región Caribe, América y Europa

Revisión Demanda

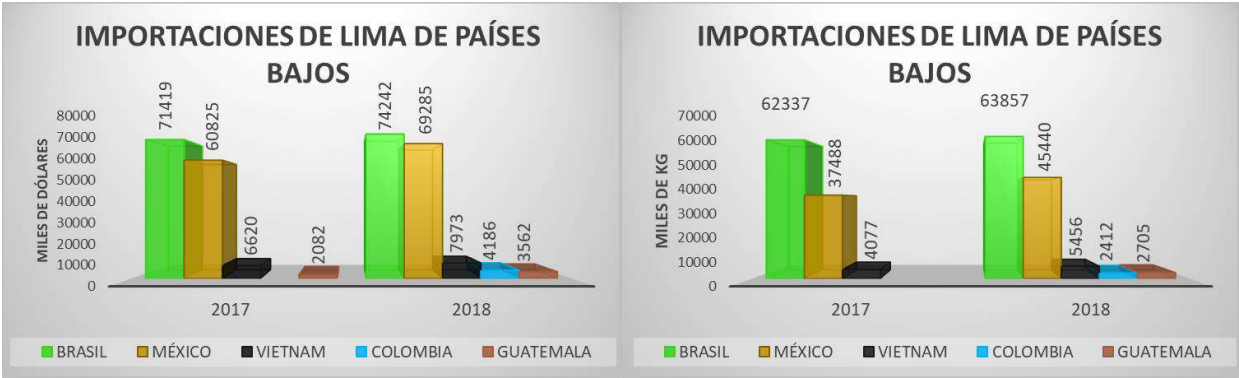
	ESTADOS UNIDOS					
	VALOR US\$					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
MÉXICO	391.029	458.423	17,2%	246.121	-46%	98,30%
COLOMBIA	3.378	7.240	114,3%	6.054	-16%	1,55%
HONDURAS	650	679	4,5%	319	-53%	0,15%
ECUADOR	437			346		0,00%
PERÚ				878		0,00%
TOTAL	395.494	466.342	17,9%	253.718	-46%	
	CANTIDAD KG					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
MÉXICO	569.818	576.284	1,1%	297.670	-48%	98,80%
COLOMBIA	4.108	5.766	40,4%	4.615	-20%	0,99%
HONDURAS	1.024	775	-24,3%	331	-57%	0,13%
ECUADOR	375		-100,0%	480		0,00%
EL SALVADOR	530	441	-16,8%		-100%	0,08%
PERÚ				535		0,00%
TOTAL	575.855	583.266	1,3%	303.631	-48%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX					



UNIÓN EUROPEA				
VALOR US\$				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	94.665	99.771	5,4%	45,91%
MÉXICO	76.794	86.303	12,4%	39,71%
COLOMBIA	7.246	16.334	125,4%	7,52%
VIETNAM	6.620	8.725	31,8%	4,01%
GUATEMALA	3.389	6.185	82,5%	2,85%
TOTAL	188.714	217.318	15,2%	
CANTIDAD KG				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	80.088	83.145	3,82%	51,71%
MÉXICO	50.599	58.430	15,48%	36,34%
COLOMBIA	4.612	9.108	97,48%	5,66%
VIETNAM	4.077	5.606	37,50%	3,49%
GUATEMALA	2.586	4.495	73,82%	2,80%
TOTAL	141.962	160.784	13,26%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX			



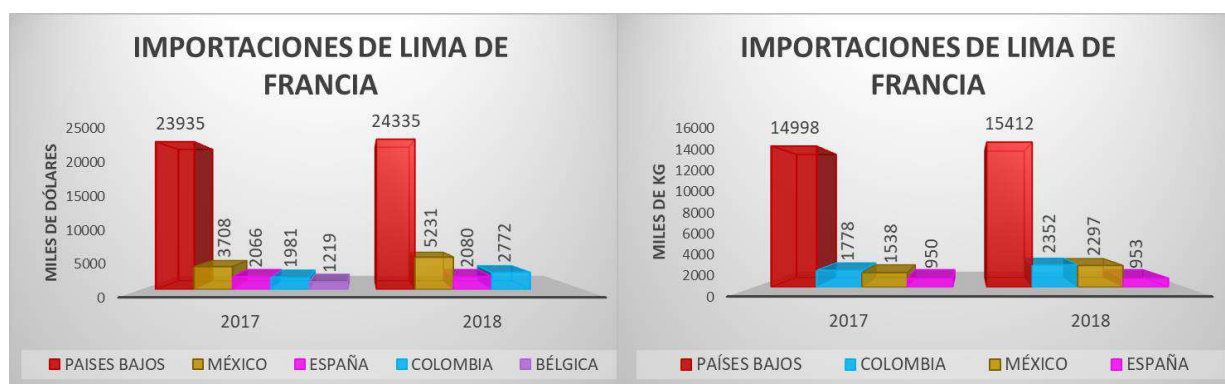
PAÍSES BAJOS				
VALOR US\$				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	71.419	74.242	3,95%	46,62%
MÉXICO	60.825	69.285	13,91%	43,51%
VIETNAM	6.620	7.973	20,44%	5,01%
COLOMBIA		4.186		2,63%
GUATEMALA	2.082	3.562	71,09%	2,24%
TOTAL	140.946	159.248	12,99%	
CANTIDAD KG				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	62.337	63.857	2,44%	53,27%
MÉXICO	37.488	45.440	21,21%	37,91%
VIETNAM	4.077	5.456	33,82%	4,55%
COLOMBIA		2.412		2,01%
GUATEMALA		2.705		2,26%
TOTAL	103.902	119.870	15,37%	
BASE DE DATOS LEGISCOMEX				



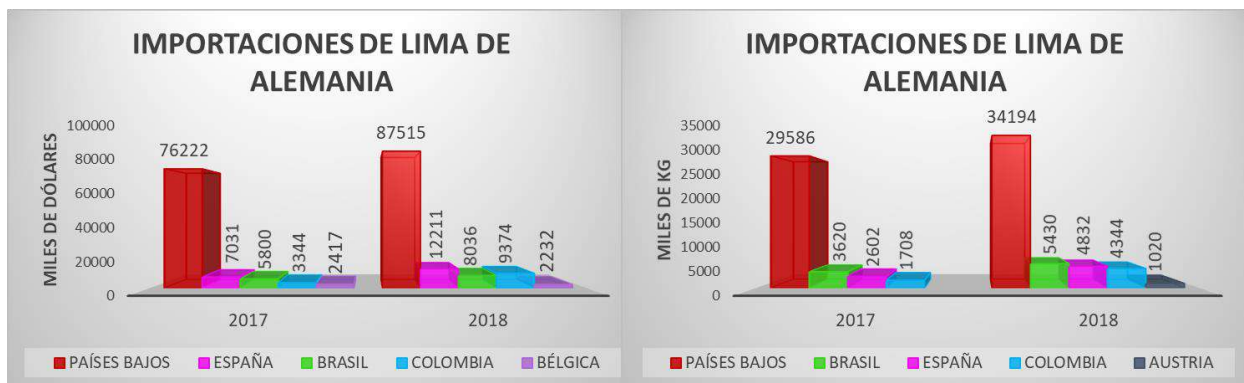
	REINO UNIDO			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	17.445	17.492	0,27%	45,76%
MÉXICO	12.259	11.397	-7,03%	29,81%
PAÍSES BAJOS	2.689	4.307	60,17%	11,27%
ALEMANIA	2.119	2.408	13,64%	6,30%
GUATEMALA		2.623		6,86%
TOTAL	34.512	38.227	10,76%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
BRASIL	14.131	13.858	-1,93%	39,03%
MÉXICO	11.573	10.417	-9,99%	29,34%
ALEMANIA	5.292	6.029	13,93%	16,98%
PAÍSES BAJOS	2.700	3.410	26,30%	9,60%
GUATEMALA		1.790		5,04%
TOTAL	33.696	35.504	5,37%	
BASE DE DATOS LEGISCOMEX				



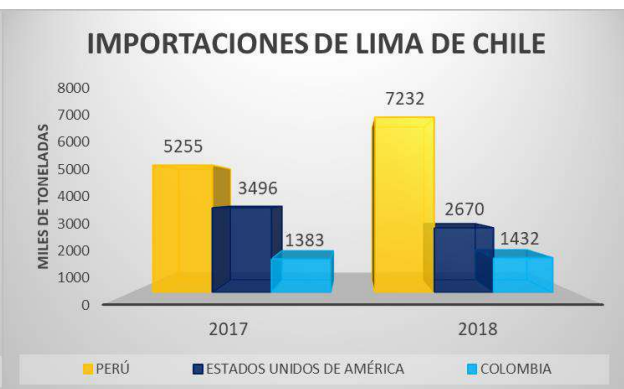
	FRANCIA			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAISES BAJOS	23.935	24.335	1,67%	70,70%
MÉXICO	3.708	5.231	41,07%	15,20%
ESPAÑA	2.066	2.080	0,68%	6,04%
COLOMBIA	1.981	2.772	39,93%	8,05%
BÉLGICA	1.219		-100,00%	0,00%
TOTAL	32.909	34.418	4,59%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS	14.998	15.412	2,76%	73,34%
COLOMBIA	1.778	2.352	32,28%	11,19%
MÉXICO	1.538	2.297	49,35%	10,93%
ESPAÑA	950	953	0,32%	4,54%
TOTAL	19.264	21.014	9,08%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX			



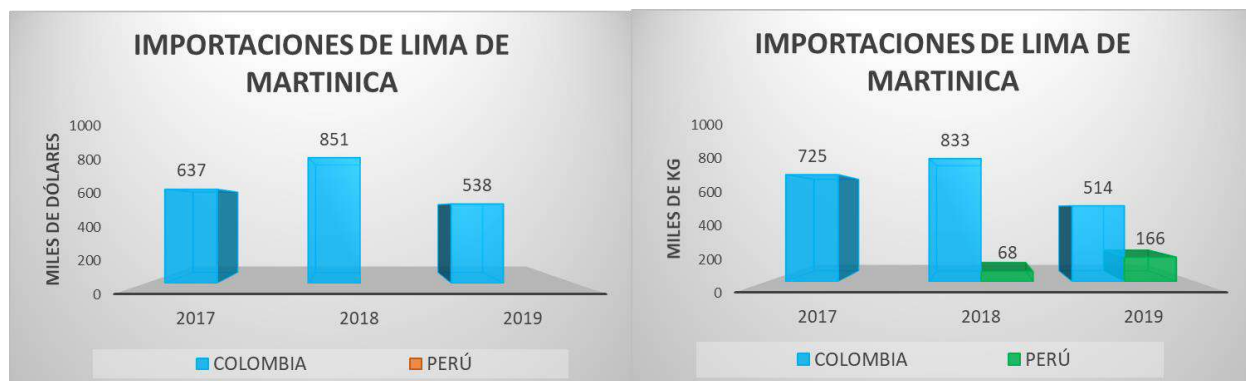
	ALEMANIA			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS	76.222	87.515	14,82%	73,32%
ESPAÑA	7.031	12.211	73,67%	10,23%
BRASIL	5.800	8.036	38,55%	6,73%
COLOMBIA	3.344	9.374	180,32%	7,85%
BÉLGICA	2.417	2.232	-7,65%	1,87%
TOTAL	94.814	119.368	25,90%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS	29.586	34.194	15,57%	68,64%
BRASIL	3.620	5.430	50,00%	10,90%
ESPAÑA	2.602	4.832	85,70%	9,70%
COLOMBIA	1.708	4.344	154,33%	8,72%
AUSTRIA		1.020		2,05%
TOTAL	37.516	49.820	32,80%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX			



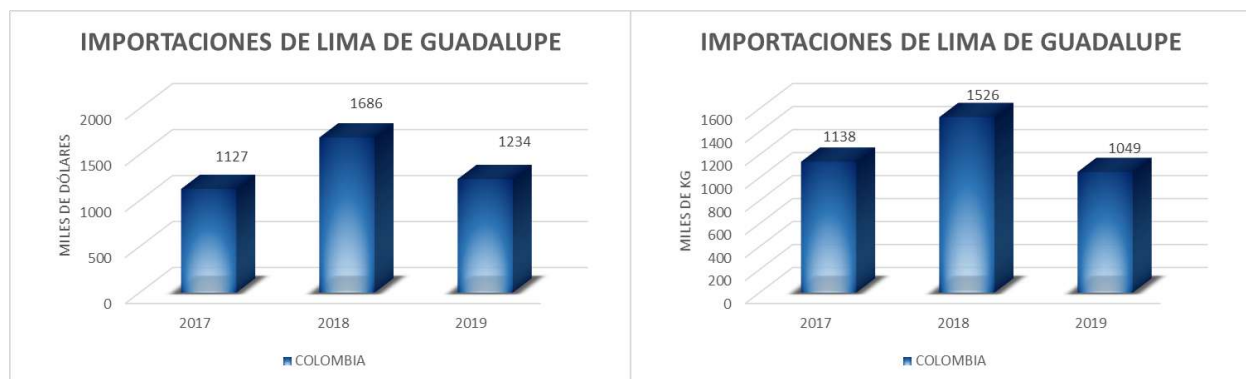
	CHILE			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PERÚ	5.132	6.038	17,65%	48,30%
ESTADOS UNIDOS	5.698	5.026	-11,79%	40,21%
COLOMBIA	1.266	1.436	13,43%	11,49%
TOTAL	12.096	12.500	3,34%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PERÚ	5.255	7.232	37,62%	63,81%
ESTADOS UNIDOS	3.496	2.670	-23,63%	23,56%
COLOMBIA	1.383	1.432	3,54%	12,63%
TOTAL	10.134	11.334	11,84%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			



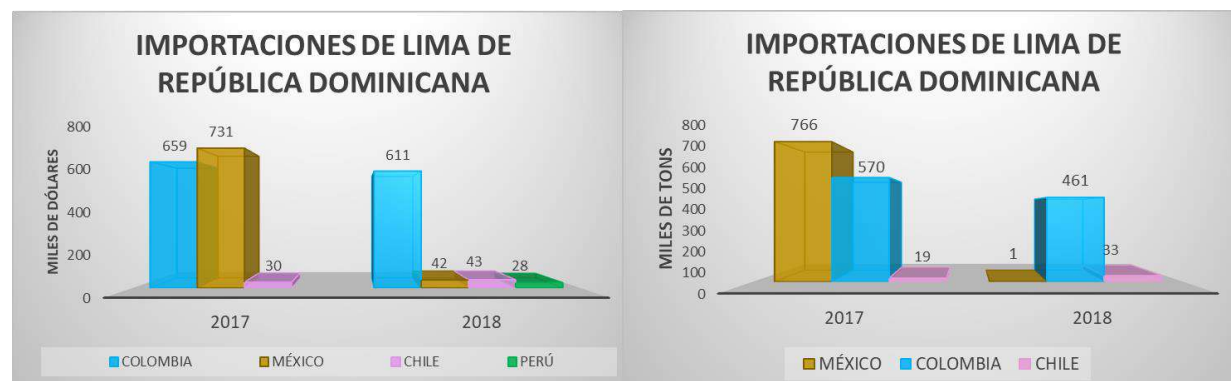
MARTINICA						
VALOR US\$						
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA	637	851	33,6%	538	-36,78%	100,0%
PERÚ						
TOTAL	637	851	33,6%	538	-36,78%	
CANTIDAD KG						
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA	725	833	14,90%	514	-38,30%	75,6%
PERÚ		68		166	144,12%	24,4%
TOTAL	725	901	24,28%	680	-24,53%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX					



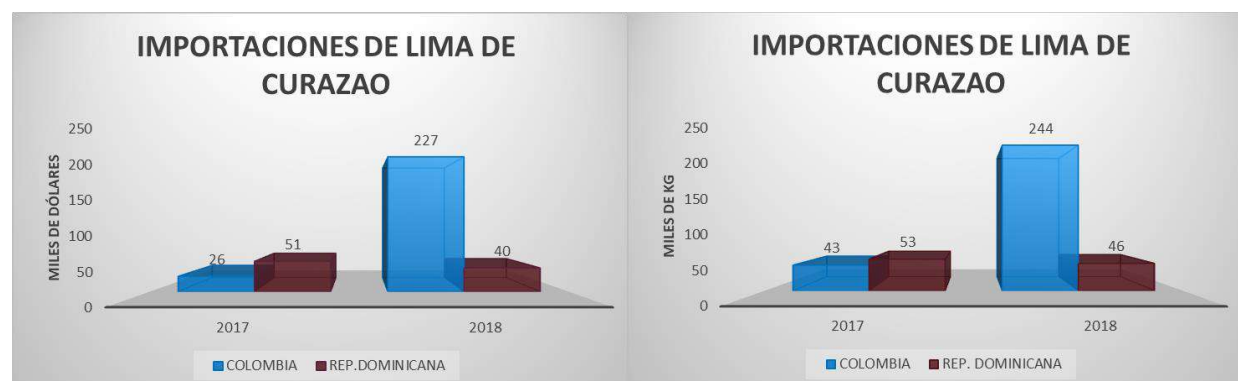
GUADALUPE					
VALOR US\$					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %
COLOMBIA	1.127	1.686	49,60%	1.234	-26,81%
CANTIDADES KG					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %
COLOMBIA	1.138	1.526	34,09%	1.049	-31,26%
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX				



	REPÚBLICA DOMINICANA			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA	659	611	-7,28%	84,39%
MÉXICO	731	42	-94,25%	5,80%
CHILE	30	43	43,33%	5,94%
PERÚ		28		3,87%
TOTAL	1.420	724	-49,01%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
MÉXICO	766	1	-99,87%	0,20%
COLOMBIA	570	461	-19,12%	93,13%
CHILE	19	33	73,68%	6,67%
TOTAL	1.355	495	-63,47%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			



	CURAZAO			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA	26	227	773,08%	85,02%
REP. DOMINICA	51	40	-21,57%	14,98%
TOTAL	77	267	246,75%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA	43	244	467,44%	84,14%
REP. DOMINICA	53	46	-13,21%	15,86%
TOTAL	96	290	202,08%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			

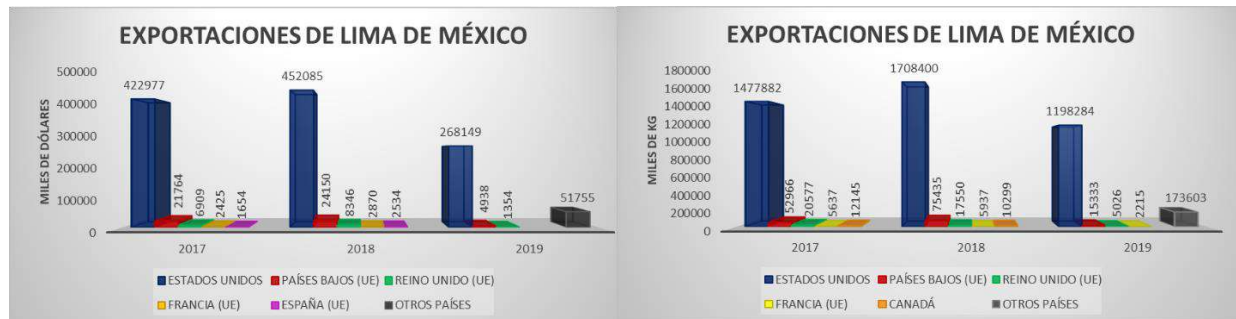


	ARUBA			
	VALOR US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA		70		41,92%
VENEZUELA	128	97	-24,22%	58,08%
TOTAL	128	167	30,47%	
	CANTIDAD KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
COLOMBIA		59		22,69%
VENEZUELA	370	201	-45,7%	77,31%
TOTAL	370	260	-29,7%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			

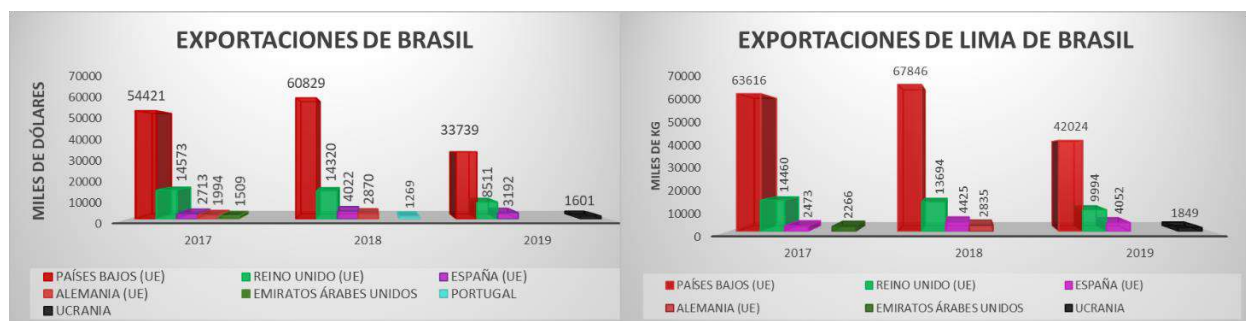


REVISIÓN OFERTA

	MÉXICO					
	VALOR US\$					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
ESTADOS UNIDOS	422.977	452.085	6,88%	268.149	-40,69%	92,27%
PAÍSES BAJOS (UE)	21.764	24.150	10,96%	4.938	-79,55%	4,93%
REINO UNIDO (UE)	6.909	8.346	20,80%	1.354	-83,78%	1,70%
FRANCIA (UE)	2.425	2.870	18,35%		-100,00%	0,59%
ESPAÑA (UE)	1.654	2.534	53,20%		-100,00%	0,52%
OTROS PAÍSES				51.755		0,00%
TOTAL	455.729	489.985	7,52%	326.196	-33,43%	
	CANTIDADES KG					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
ESTADOS UNIDOS	1.477.882	1.708.400	15,60%	1.198.284	-29,86%	93,99%
PAÍSES BAJOS (UE)	52.966	75.435	42,42%	15.333	-79,67%	4,15%
REINO UNIDO (UE)	20.577	17.550	-14,71%	5.026	-71,36%	0,97%
FRANCIA (UE)	5.637	5.937	5,32%	2.215	-62,69%	0,33%
CANADÁ	12.145	10.299	-15,20%		-100,00%	0,57%
OTROS PAÍSES				173.603		0,00%
TOTAL	1.569.207	1.817.621	15,83%	1.394.461	-23,28%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX					



BRASIL						
VALOR US\$						
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS (UE)	54.421	60.829	11,77%	33.739	-44,53%	73,02%
REINO UNIDO (UE)	14.573	14.320	-1,74%	8.511	-40,57%	17,19%
ESPAÑA (UE)	2.713	4.022	48,25%	3.192	-20,64%	4,83%
ALEMANIA (UE)	1.994	2.870	43,93%		-100,00%	3,44%
EMIRATOS ÁRABES UNIDO	1.509		-100,00%			0,00%
PORTUGAL		1.269			-100,00%	1,52%
UCRANIA				1.601		0,00%
TOTAL	75.210	83.310	10,77%	47.043	-43,53%	
CANTIDADES KG						
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS (UE)	63.616	67.846	6,65%	42.024	-38,06%	76,40%
REINO UNIDO (UE)	14.460	13.694	-5,30%	9.994	-27,02%	15,42%
ESPAÑA (UE)	2.473	4.425	78,93%	4.052	-8,43%	4,98%
ALEMANIA (UE)		2.835			-100,00%	3,19%
EMIRATOS ÁRABES UNIDO	2.266		-100,00%			0,00%
UCRANIA				1.849		0,00%
TOTAL	82.815	88.800	7,23%	57.919	-34,78%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX					



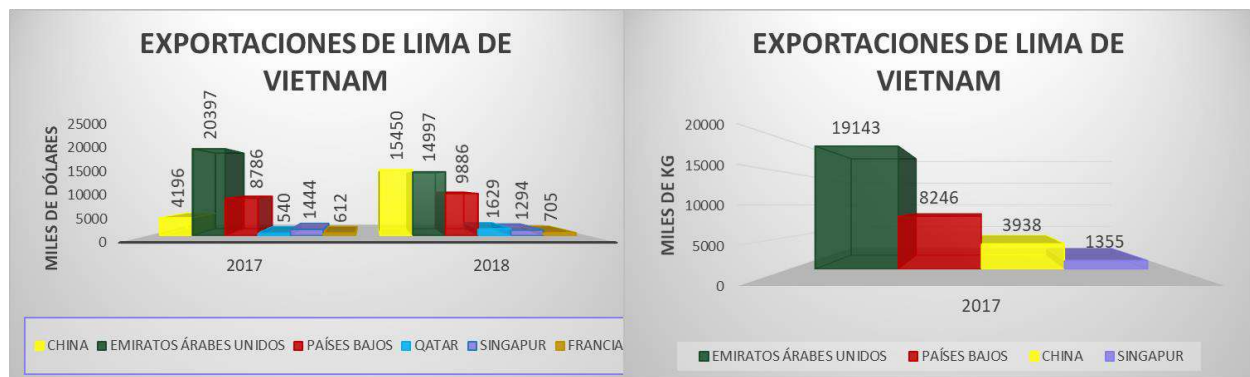
GUATEMALA				
VALOR US\$				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
IRAQ	527	3.643	591,27%	44,46%
PAÍSES BAJOS	1.028	2.150	109,14%	26,24%
REINO UNIDO	628	1.174	86,94%	14,33%
ESTADOS UNIDOS	1.317	760	-42,29%	9,28%
ARABIA SAUDITA	979	466	-52,40%	5,69%
TOTAL	4.479	8.193	82,92%	
CANTIDAD KG				
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
PAÍSES BAJOS	1.922	3.206	66,81%	37,34%
IRAQ	247	2.096	748,58%	24,41%
REINO UNIDO	1.153	2.012	74,50%	23,44%
ESTADOS UNIDOS	2.103	1.099	-47,74%	12,80%
ARABIA SAUDITA	312	172	-44,87%	2,00%
TOTAL	5.737	8.585	49,64%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			



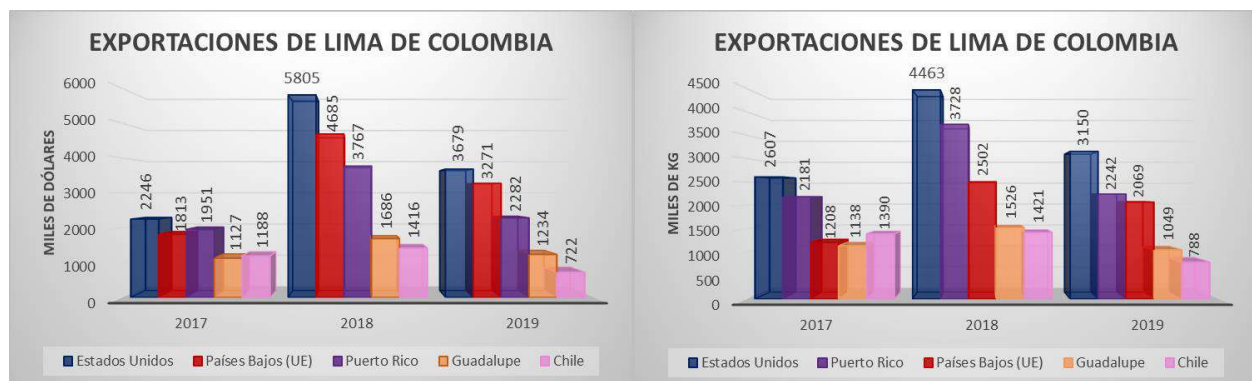
	PERÚ			
	VALORES US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
CHILE	4.663	5.962	27,86%	64,57%
PANAMÁ	461	1.238	168,55%	13,41%
REINO UNIDO	694	1.021	47,12%	11,06%
PAÍSES BAJOS	605	554	-8,43%	6,00%
ESTADOS UNIDOS	102	372	264,71%	4,03%
BÉLGICA	137	87	-36,50%	0,94%
TOTAL	6.662	9.234	38,61%	
	CANTIDADES KG			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
CHILE	5.216	8.037	54,08%	74,15%
PANAMÁ	441	1.243	181,86%	11,47%
REINO UNIDO	473	886	87,32%	8,17%
PAÍSES BAJOS	353	390	10,48%	3,60%
ESTADOS UNIDOS	85	233	174,12%	2,15%
BÉLGICA	93	50	-46,24%	0,46%
TOTAL	6.661	10.839	62,72%	
BASE DE DATOS	TRADEMAP			
NOTA	Los datos en las cantidades los cambié. Tenía datos de Trademap en valores y de Legiscomex en cantidades, descarté legiscomex y tomé las cantidades de Trademap para que la fuente fuera una sola.			

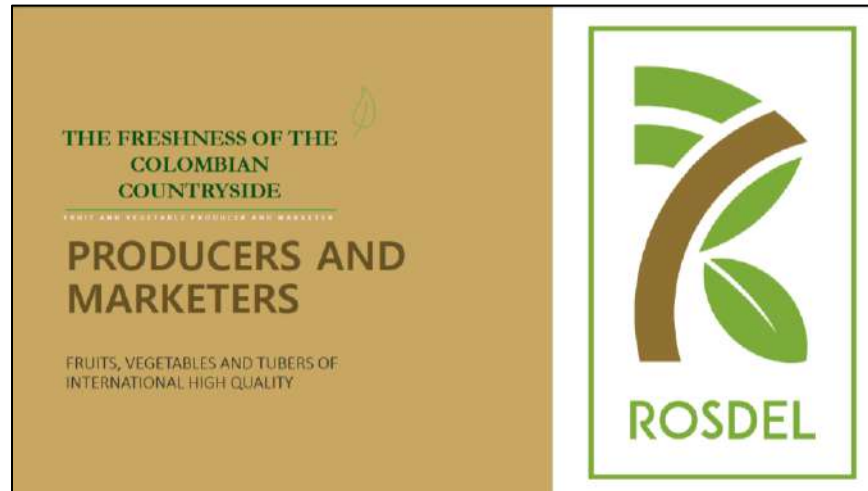


	VIETNAM			
	VALORES US\$			
	2017	2018	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
CHINA	4.196	15.450	268,21%	35,14%
EMIRATOS ÁRABES UNIDO	20.397	14.997	-26,47%	34,11%
PAÍSES BAJOS	8.786	9.886	12,52%	22,49%
QATAR	540	1.629	201,67%	3,71%
SINGAPUR	1.444	1.294	-10,39%	2,94%
FRANCIA	612	705	15,20%	1,60%
TOTAL	35.975	43.961	22,20%	
	CANTIDADES KG			
	2017	%PARTICIPACIÓN 2017		
EMIRATOS ÁRABES UNIDO	19.143	58,57%		
PAÍSES BAJOS	8.246	25,23%		
CHINA	3.938	12,05%		
SINGAPUR	1.355	4,15%		
TOTAL	32.682			
BASE DE DATOS	TRADEMAP			

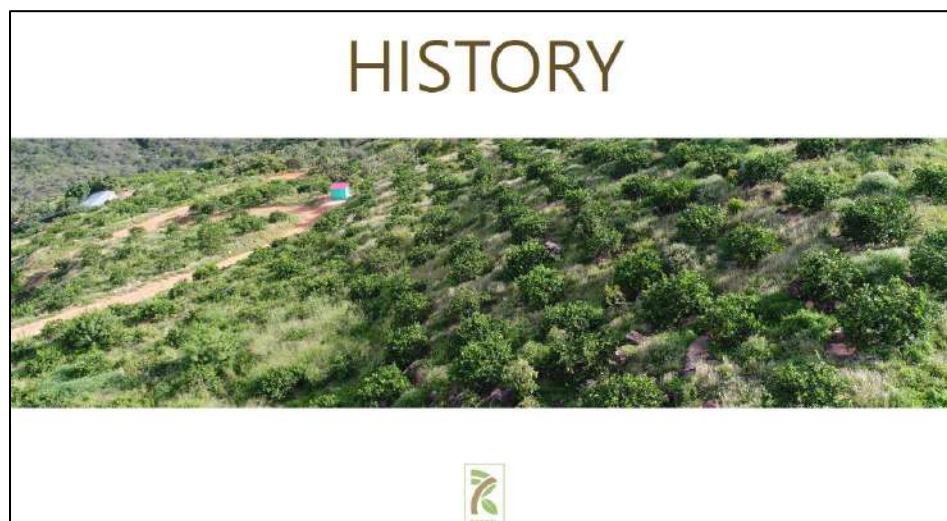


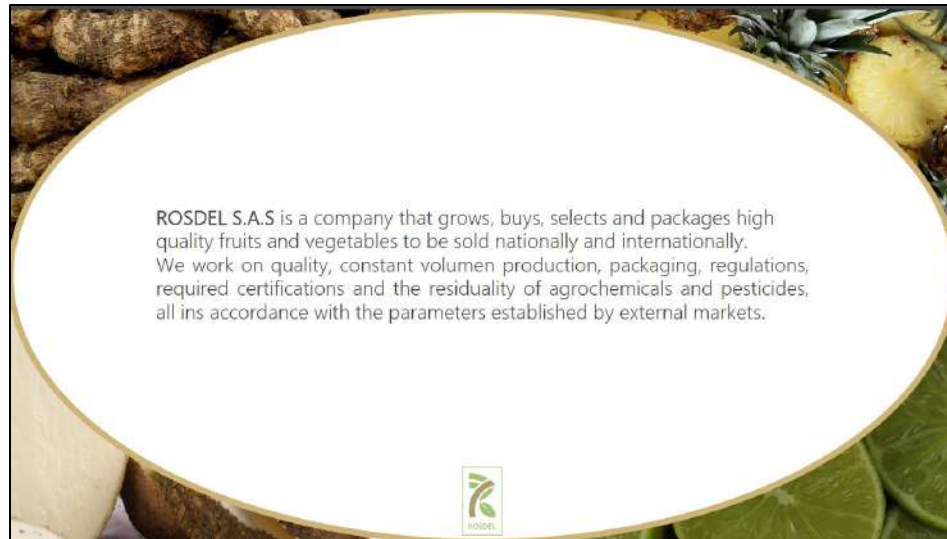
	COLOMBIA					
	VALOR US\$					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
ESTADOS UNIDOS	2.246	5.805	158,46%	3.679	-36,62%	31,88%
PUERTO RICO	1.951	3.767	93,08%	2.282	-39,42%	20,69%
GUADALUPE	1.127	1.686	49,60%	1.234	-26,81%	9,26%
PAÍSES BAJOS (EU)	1.813	4.685	158,41%	3.271	-30,18%	25,73%
CHILE	1.188	1.416	19,19%	722	-49,01%	7,78%
MARTINICA	637	851	33,59%	538	-36,78%	4,67%
TOTAL	8.962	18.210	103,19%	11.726	-35,61%	
	CANTIDADES KG					
	2017	2018	VARIAC %	2019	VARIAC %	%PARTICIPACIÓN 2018
ESTADOS UNIDOS	2.607	4.463	71,19%	3.150	-29,42%	30,84%
PUERTO RICO	2.181	3.728	70,93%	2.242	-39,86%	25,76%
GUADALUPE	1.138	1.526	34,09%	1.049	-31,26%	10,54%
PAÍSES BAJOS (EU)	1.208	2.502	107,12%	2.069	-17,31%	17,29%
CHILE	1.390	1.421	2,23%	788	-44,55%	9,82%
MARTINICA	725	833	14,90%	514	-38,30%	5,76%
TOTAL	9.249	14.473	56,48%	9.812	-32,20%	
BASE DE DATOS	LEGISCOMEX					



Apéndice B. Actualización del Portafolio de Productos

PRODUCERS AND MARKETERS  NIT 900.768.978 – 9 Registry FDA # 14969072484  (057) 5 3443340  Nestor.rosales@rosdel.com.co  www.rosdelsas.com  Calle 64 No. 65 - 48  BARRANQUILLA - COLOMBIA 	 	 
--	--	--





ACKNOWLEDGMENTS

ROSDEL S.A.S was part of a report made by the magazine TOP MAGAZINE Colombia (Barranquilla 2019-2020), a magazine that focuses on the exclusive report with market information, the profile of the main companies and interviews with the most important leaders in Barranquilla and the Colombian Caribbean. ROSDEL stands out for its growth in exports of Yam and Tahiti Lemon, positioning itself as leaders in the agricultural sector in addition to its good manufacturing practices and good agricultural practices.



TOP Magazine

En un mercado saturado por grandes empresas, Rosdel ha logrado destacar y mantener sus tasas de crecimiento gracias a su visión única del panorama agropecuario en Colombia.

En un mercado saturado por grandes empresas, Rosdel ha logrado destacar y mantener sus tasas de crecimiento gracias a su visión única del panorama agropecuario en Colombia.

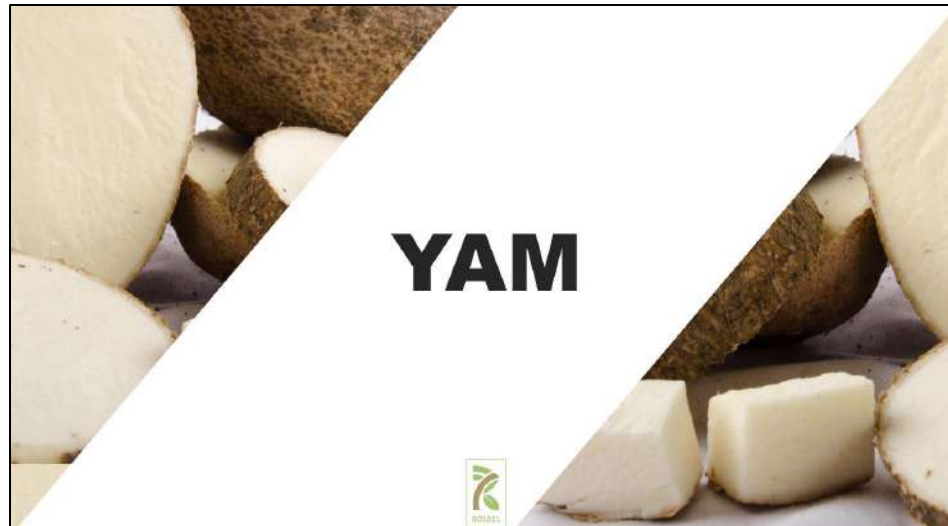
"Lo que nos diferencia de otras empresas es nuestro compromiso social. Esto nos ha llevado a trabajar con campesinos de zonas fuertemente golpeadas por el conflicto armado, en su mayoría productores pequeños que tienen una o dos hectáreas. A ellos, les facilitamos asistencia para que mejoren sus cultivos y aumenten la calidad del mismo", afirma Rosdel.

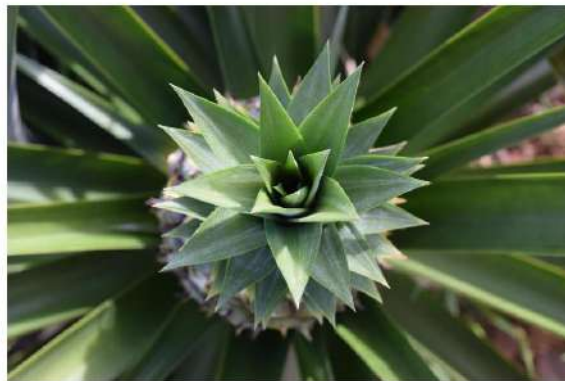
En un mercado saturado por grandes empresas, Rosdel ha logrado destacar y mantener sus tasas de crecimiento gracias a su visión única del panorama agropecuario en Colombia.

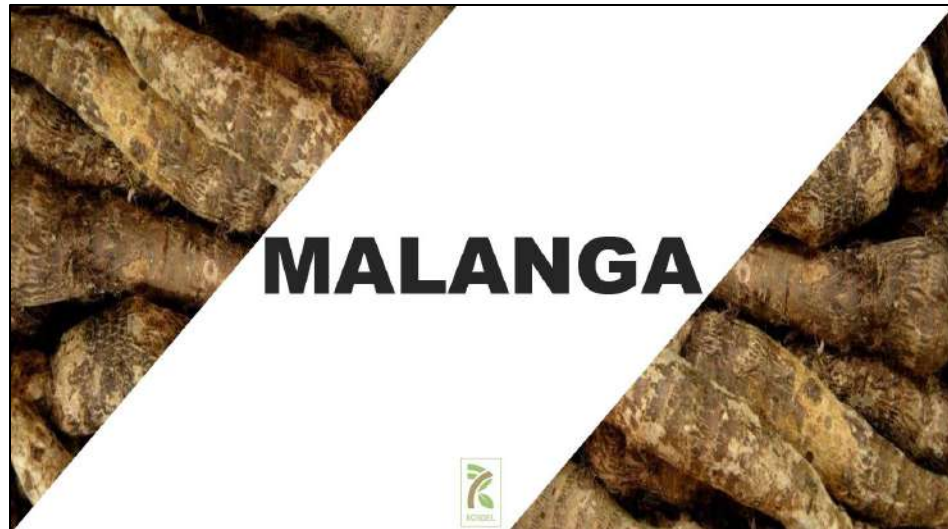
"Lo que nos diferencia de otras empresas es nuestro compromiso social. Esto nos ha llevado a trabajar con campesinos de zonas fuertemente golpeadas por el conflicto armado, en su mayoría productores pequeños que tienen una o dos hectáreas. A ellos, les facilitamos asistencia para que mejoren sus cultivos y aumenten la calidad del mismo", afirma Rosdel.

P R O D U C T I O N









Apéndice C. Identificación de Clientes Potenciales

 CLIENTES LIMA	ECOPACIFIC EMPRESA COMERCIAL DEL PACIFICO S.A. Fabricantes de Jugos de frutas y verduras  ☎ (+593 2) 209-3171 ✉ info@ecopacific.com.ec 🌐 https://ecopacific.com.ec/ 🏠 Parque Industrial El Carmen Km 2 1/2 vía Sangolquí - Amagualá - Calle H 📍 Quito - Ecuador
Tropic Fruits Always Fresh...  TROPIC FRUITS Comercializador de Frutas ☎ (+5934) 283 - 6964 ✉ contact@tropicfruits.com.ec 🌐 http://tropicfruits.com.ec/ 🏠 Vía Samborandón km 1.5, 38C Office Center, 1 - 8 📍 Samborandón - Ecuador	FRASA ARUBA  FRASA ARUBA Distribuidores Mayoristas ☎ +297 582-9704 +297 583-1035 ✉ contact@frasaaruba.com 🌐 http://frasaonline.com/ 🏠 Gutenbergstraat 2 P.O. Box 580 📍 Oranjestad - Aruba
Dani's Fruits Center  DANI'S FRUITS CENTER Vendedores de frutas y vegetales ☎ + 599 9 886 8033 ✉ No tiene correo 🌐 https://dani's-fruits-center.business.site/ 🏠 SCHONEGEVELSTRAAT # 36 A NST 📍 Willemstad - Curazao	BEST BUY SUPERMARKET Super mercado  ☎ + 599 9 461 2200 ✉ online@bestbuy-curaçao.com 🌐 www.bestbuy-curaçao.com 🏠 Juno Straat 2/N, Caracasbaaiweg 📍 Willemstad - Curazao
MIDI CARAIBES  MIDI CARAIBES Distribuidores Mayoristas ☎ +297 582-9704 +297 583-1035 ✉ contact@midicaraibes.com 🌐 http://www.fruits-legumes-caraibes.com/ 🏠 Moudong, Il De Jarry/Baie Mahault, Guadeloupe 97122, GP 📍 Baie Mahault - Guadalupe	ANTILLES FRAIS S.A.S Importadores y Exportadores  ☎ + 590 590 26-9415 ✉ antillesfrais@gmail.com 🌐 http://antillesfrais.com/ 🏠 530 Rue Alfred Lumiere, Baie-Mahault 📍 Baie, Mahault - Guadalupe



EXALI DISTRIBUTION
Distribuidor de Frutas y Verduras

☎ +566 886 973 533
✉ p.hfmei@exalidistribution.com
l.terenne@exalidistribution.com
🌐 <http://www.exalidistribution.com/>

🏠 530 Rue Alfred Lumiere, Baie-Mahault
📍 Baie, Mahault - MARTINICA



FRESH DIRECT PRODUCE

☎ 604-255-1330
604-255-1304
✉ Info@freshdirectproduce.com
🌐 <https://www.freshdirectproduce.com/>

🏠 127 East Kent Avenue North
📍 Vancouver - Canadá



BURNAC PRODUCE LTD.

☎ 1-905-856-9064
✉ Info@burnacproduce.com
🌐 <https://burnacproduce.com/>

🏠 80 Zentway Blvd., Vaughan, Ontario L4H 3H1, Canada
📍 Ontario - Canadá



CANADIAN FRUIT & PRODUCE CO INC

☎ 905-409-0023
✉ distribution@canadianfruit.com
🌐 <http://www.canadianfruit.com/>

🏠 885 Avonhead Road, Mississauga, ON, L5J 4B1
📍 Toronto - Canadá



GIUMARRA COMPANIES
Produce Marketing Company

☎ (213) 627-2900
(213) 627-0230
✉ Desde la página web
🌐 <https://www.giumarra.com/>

🏠 Los Angeles, CA 90006
📍 California - Estados Unidos



SUNFED®
Perfect Produce®

☎ 520 225 2961 - Frank Camera
✉ fcamera@sunfed.net
🌐 <http://www.sunfed.net/>

🏠 51 Kipper St Nogales, AZ, United States, 85629
📍 Nogales, Arizona - Estados Unidos



ALL SEASONS FRESH PRODUCE
Importador y Mayorista

☎ (404) 400-3676
✉ allseasonsfreshproduce@gmail.com
🌐 <https://www.allseasonsfreshpro.com/>

🏠 16 Forest Parkway, Building 8, Forest Park, GA 30297
📍 Oakland, California - Estados Unidos



AMAZON PRODUCE NETWORK
Importador y Distribuidor

☎ 213-457-3999
856-690-9000
✉ greg@amazonprod.com (Greg Cokori)
sal@amazonprod.com (Sal Buzza)
🌐 <https://www.amazonprod.com/>

🏠 1700 Bay Street Los Angeles, CA 90021
📍 Los Angeles, California - Estados Unidos

 	M. LEVIN & CO. INC. Mayoristas ☎ 215-336-2900 ✉ sales@mlevinco.com 🌐 https://www.mlevinco.com/ 🏠 6700 Essington Avenue Units H-2 - H-7 Philadelphia, PA 19153 📍 Philadelphia, Pennsylvania - Estados Unidos
 	COLLAZO PRODUCE, INC. Importadores, Mayoristas ☎ (919) 896-8633 ✉ info@collazoproduce.com 🌐 http://www.collazoproduce.com/ 🏠 1117 Agriculture Street, Raleigh, NC 27603 📍 Raleigh, North Carolina - Estados Unidos
 	ROCKY PRODUCE Mayorista ☎ 313-841-7780 ✉ info@rockyproduce.com 🌐 http://www.rockyproduce.com/ 🏠 7201 W. Fort Street, Detroit, MI 48209 📍 Detroit, Michigan - Estados Unidos
 	PARADISE PRODUCE Importador, Mayorista ☎ (214) 741-8103 ✉ sales.service@paradiseproduce.net 🌐 http://paradiseproduce.net/ 🏠 2500 S. Good Latimer Dallas, Texas 75215 📍 Dallas, Texas - Estados Unidos

 EXOTIC TROPICAL FRUITS LLC Importador ☎ +1 305 4323031 +1 305 4206822 +57 318 8194404 ✉ info@exotic-fruit.com 🌐 https://exotictropicalfruits.us/ 🏠 - 18319 W Dixie Hwy, North Miami Beach, Florida, EE.UU. - Av. Ciro 45 # 103 40 Oficina 610, Bogotá DC, Colombia. 📍 North Miami Beach, Florida – Estados Unidos	 JVI ESPECIAL PRODUCE Importador y Mayorista ☎ (215) 336-0766 ✉ En la página Web 🌐 http://www.johnvenaproduce.com/ 🏠 6700 Essington Avenue Units F1 – F6 Philadelphia, PA 19153 📍 Philadelphia, Pennsylvania – Estados Unidos
 CATLEYA IMPORTS Importador y Mayorista ☎ (832) 363-1905 (713) 933-8270 ✉ dana.morales@cattleyaimports.com 🌐 https://cattleyaimports.com/ 🏠 22006 Juniper Berry Dr Richmond, TX, United States, 77407 📍 Richmond, Texas – Estados Unidos	 GLOBAL AGRICULTURAL TRADING Importador, Exportador y Mayorista ☎ 1 877-609-6006 304-362-0577 ✉ sales@gat-global.com 🌐 https://www.gat-global.com/ 🏠 3345 Culvercity, CA 90230 📍 Encino, California – Estados Unidos
THE HORTON FRUIT COMPANY ☎ 502.969.1371 ✉ info@hortonfruit.com 🌐 http://www.hortonfruit.com/ 🏠 4701 Jennings Lane/Louisville, KY 40218 📍 Louisville, Kentucky – Estados Unidos	WARD'S SUPERMARKET ☎ (352) 372-1741 ✉ Desde la página 🌐 https://wards-gainesville.com/ 🏠 515 NW 23rd Ave, Gainesville, FL 32609 📍 Gainesville, Florida – Estados Unidos
MACÉO TRADITION ☎ +33 (0)1 56 70 10 30 ✉ contact@macéo-groupe.fr 🌐 https://www.maceo-tradition.fr/ 🏠 2 rue de Provence 94619 RUNGIS CEDEX 📍 Rungis - Francia	CULTIVAR S.A ☎ 93 261 87 00 ✉ Desde la página 🌐 https://www.cultivar.net/ 🏠 Longitudinal 9, nº 39, 08040 Barcelona 📍 Barcelona - España

 DELI CARIBBEAN ARUBA Mayoristas de frutas y hortalizas +297 583 2373 En la página Web http://delicaribbean.net/ Schotlandstraat 51 Suite B-E Oranjestad - Aruba	 FRUTERIA VIRGILIO Tienda de ultramarinos +297 582 1056 fruteria_virgilio@hotmail.com No tiene página web Bolvlastraat 16 (995.31 km) Oranjestad - Aruba
 R.H. MEJÍA & CO. Frutería +1 809-532-5061 rhin.vicente@rhmejia.com No tiene página Web José Contreras No 66 Zona Universitaria Santo Domingo - Rep. Dominicana	 CARIBBEAN PRODUCE Distribuidor de Frutas 787-793-0750 info@caribbeanproduce.com http://www.caribbeanproduce.com/ Car. 569, KM 2.6 Interior Las Palmas Industrial Park / Cataño, PR 00962 Cataño - Puerto Rico
 SUPERSTITION RANCH FARMERS MARKET Detallista 480-832-3421 480-984-3568 Desde la página web https://www.superstitionranchmarket.com/ 4755 E Main St, Mesa, AZ 85205 7 N 114th St, Apache Junction, AZ 85120 Arizona - Estados Unidos	 PAPALOTE FRESH PRODUCE Importador y mayorista (954) 588-5891 sales@delinainc.com https://papalotefresh.com/ 11 N Birch St, Pharr, TX 78577, US Texas - Estados Unidos
 SUNNY PRODUCE AND +1 956-971-9393 En la página web http://www.sunnyproduce.com/ 6500 S 23rd St STE 10, McAllen, TX 78503 McAllen, Texas - Estados Unidos	 ALAMO PRODUCE LLC Importadores (951)-961-1295 En la página web http://www.alamoproduce.com/ 780 S Alameda St Unit # 2 Los Angeles, CA Los Ángeles, California - Estados Unidos

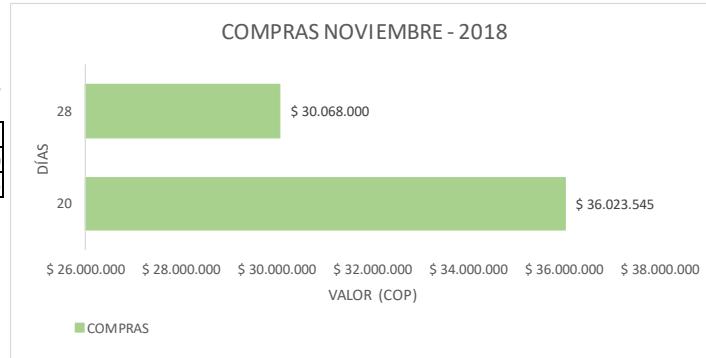
 LIMONEIRA COMPANY Distribuidores ☎ 1 (805) 525-5541 ✉ info@limoneira.com 🌐 https://limoneira.com/ 🏠 1141 Cummings Road Santa Paula 📍 Santa Paula, California – Estados Unidos	 DELINA INC Mayorista ☎ (954) 306-0628 ✉ sales@delinainc.com 🌐 https://delinainc.com/ 🏠 Weston, FL 33326 📍 Florida – Estados Unidos
 AGRITRADER FARMS ☎ (954) 324-8577 ✉ paul@agritraderfarms.com ayal@agritraderfarms.com 🌐 http://www.agritraderfarms.com/ 🏠 1100 S. Powerline Rd., Suite 215 Deerfield Beach, Florida 33442 📍 Florida – Estados Unidos	 NORTHWESTERN FRUIT COMPANY Mayorista ☎ 651.224.4373 +1 651-224-4373 ✉ No hay correo 🌐 http://www.northwesternfruit.com/ 🏠 616 Pine Street - Saint Paul, MN 55130 📍 Minnesota – Estados Unidos
 GARLAND FOOD Importador, Mayorista ☎ (305) 636 1607 (305) 636 2660 ✉ info@garlandfood.net 🌐 http://www.garlandfood.net/ 🏠 3330 NW 40 Street, Miami FL 33142 📍 Miami, Florida – Estados Unidos	 TRUCCO INC Importador, Mayorista ☎ 1-866-258-7822 ✉ info@truccodirect.com 🌐 https://truccodirect.com/ 🏠 343-344 NYC Terminal Market Bronx, NY 10474 📍 Bronx, New York – Estados Unidos
 CLIENTES ÑAME	ALK TRADING CORP Exportadores, Importadores y Comercializadores ☎ +1 (504) 493 0846 +1 (702) 970 0157 ✉ sales@alktradingcorp.com 🌐 http://alktradingcorp.com/ 🏠 8510 Sunrise Lakes Blvd. 304 Sunrise, FL 33322 📍 Sunrise, Florida – Estados Unidos 

US FRESH CORP Importadora y Distribuidora de Frutas y Vegetales 718 554 0716 1 854 703 7374 sales@ustfresh.com https://www.ustfresh.com/ 601 Drake St. Bronx NY 10474 Bronx, New York – Estados Unidos   	J & C TROPICALS (J & C ENTERPRISES INC) Importadores y Mayoristas 305.255.5100 Desde la página https://www.jctropicals.us/ 10200 NW 21 Street, Suite 112/Doral FL 33172 Miami, Florida – Estados Unidos   
LATIN SPECIALTIES LLC Importador, Mayorista 713-861-6107 No tiene correo https://www.latinspecialties.com/ 4132 Airline Dr Houston, TX, United States, 77022 Houston, Texas – Estados Unidos   	MIAMI TROPICAL WHOLESALER, INC Distribuidores de Frutas y Vegetales (305) 909-7109 Desde la página http://www.miamitropicalwh.com/ 7005 NW 46th St Miami, Florida 33166 Miami, Florida – Estados Unidos   
FRESHWAY PRODUCE INC Importadores, Mayoristas (786) 300-4465 sales@freshwayusa.com https://freshwayusa.com/ 7186 NW 12th St. Miami, FL 33126 Miami, Florida – Estados Unidos   	BROOKS TROPICALS INC Exportadores, Importadores, Mayoristas 305 247 3544 marketing@brookstropicals.com https://www.brookstropicals.com/ 18400 SW 256th St Homestead, FL, United States, 33081-1892 Homestead, Florida – Estados Unidos   

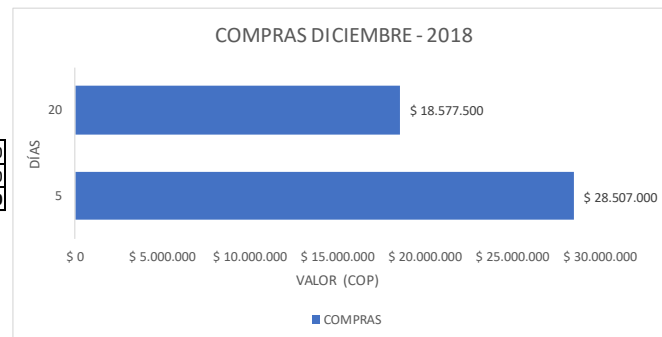
Apéndice D. Gráficas comparativas de Compras en Cantidades, Precios, Valores y Proveedores de limón por contenedor, de los años 2019 y 2020

**GRÁFICOS COMPARATIVOS DE COMPRAS DIARIAS DE LIMÓN MES A MES
(NOVIEMBRE DE 2018 A MARZO DE 2020)**

NOVIEMBRE 2018	
COMPRAS	
20	\$ 36.023.545
28	\$ 30.068.000
TOTAL	\$ 66.091.545

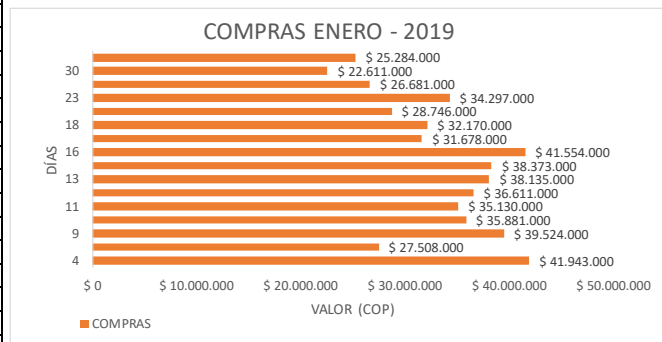


DICIEMBRE	
COMPRAS	
5	\$ 28.507.000
20	\$ 18.577.500
TOTAL	\$ 47.084.500



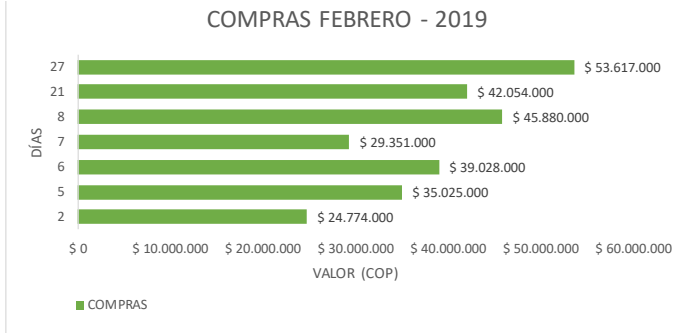
ENERO

COMPRAS	
4	\$ 41.943.000
8	\$ 27.508.000
9	\$ 39.524.000
10	\$ 35.881.000
11	\$ 35.130.000
12	\$ 36.611.000
13	\$ 38.135.000
15	\$ 38.373.000
16	\$ 41.554.000
17	\$ 31.678.000
18	\$ 32.170.000
19	\$ 28.746.000
23	\$ 34.297.000
29	\$ 26.681.000
30	\$ 22.611.000
31	\$ 25.284.000
TOTAL	\$ 536.126.000



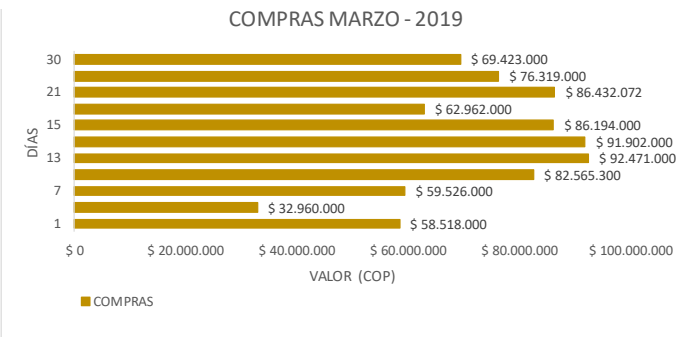
FEBRERO

COMPRAS	
2	\$ 24.774.000
5	\$ 35.025.000
6	\$ 39.028.000
7	\$ 29.351.000
8	\$ 45.880.000
21	\$ 42.054.000
27	\$ 53.617.000
TOTAL	\$ 269.729.000



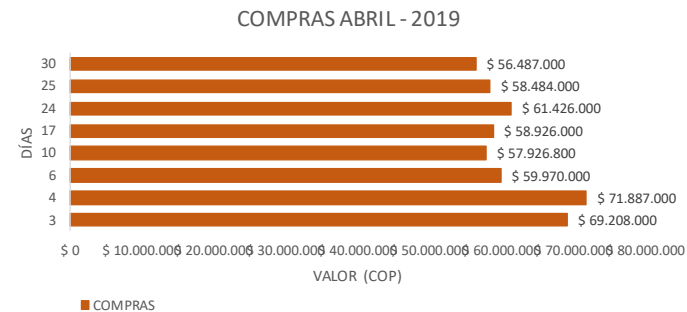
MARZO

COMPRAS	
1	\$ 58.518.000
3	\$ 32.960.000
7	\$ 59.526.000
9	\$ 82.565.300
13	\$ 92.471.000
14	\$ 91.902.000
15	\$ 86.194.000
16	\$ 62.962.000
21	\$ 86.432.072
27	\$ 76.319.000
30	\$ 69.423.000
TOTAL	\$ 799.272.372



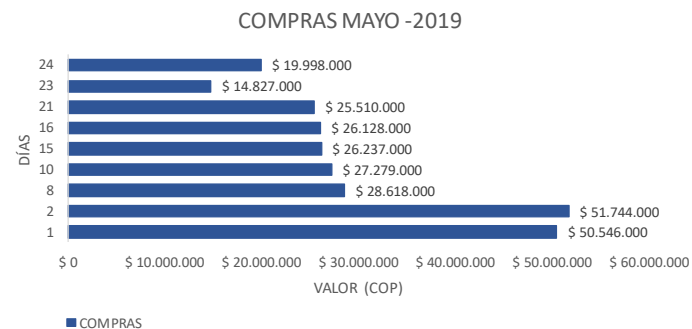
ABRIL

COMPRAS	
3	\$ 69.208.000
4	\$ 71.887.000
6	\$ 59.970.000
10	\$ 57.926.800
17	\$ 58.926.000
24	\$ 61.426.000
25	\$ 58.484.000
30	\$ 56.487.000
TOTAL	\$ 494.314.800

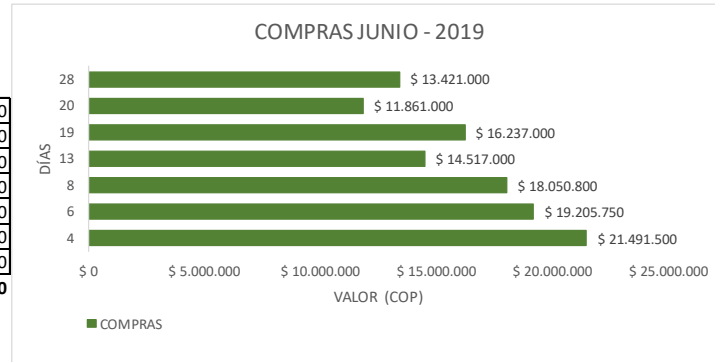


MAYO

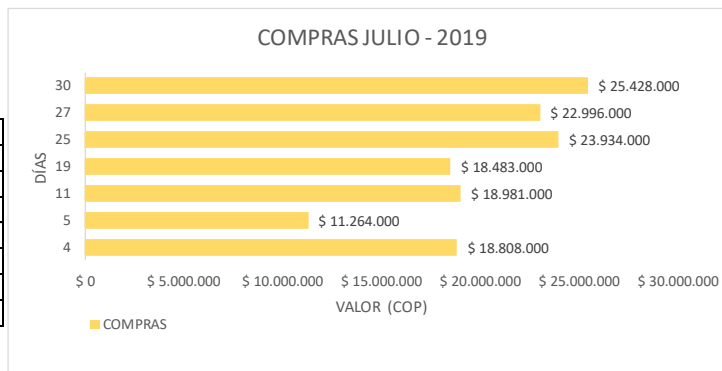
COMPRAS	
1	\$ 50.546.000
2	\$ 51.744.000
8	\$ 28.618.000
10	\$ 27.279.000
15	\$ 26.237.000
16	\$ 26.128.000
21	\$ 25.510.000
23	\$ 14.827.000
24	\$ 19.998.000
TOTAL	\$ 270.887.000



JUNIO	
COMPRAS	
4	\$ 21.491.500
6	\$ 19.205.750
8	\$ 18.050.800
13	\$ 14.517.000
19	\$ 16.237.000
20	\$ 11.861.000
28	\$ 13.421.000
TOTAL	\$ 114.784.050



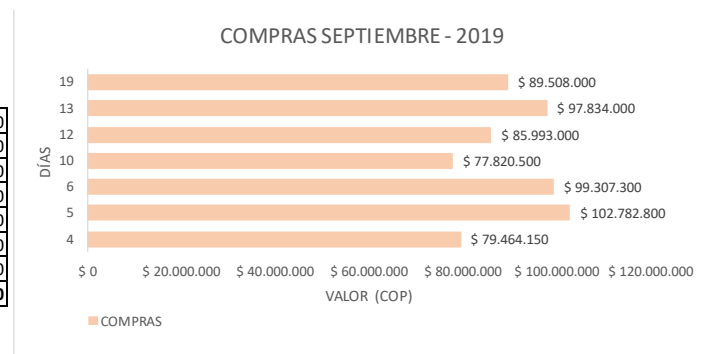
JULIO	
COMPRAS	
4	\$ 18.808.000
5	\$ 11.264.000
11	\$ 18.981.000
19	\$ 18.483.000
25	\$ 23.934.000
27	\$ 22.996.000
30	\$ 25.428.000
TOTAL	\$ 139.894.000



AGOSTO	
COMPRAS	
1	\$ 26.881.300
14	\$ 33.366.000
15	\$ 29.697.650
17	\$ 38.194.500
21	\$ 41.802.000
24	\$ 41.146.000
29	\$ 65.213.000
31	\$ 52.139.000
TOTAL	\$ 328.439.450



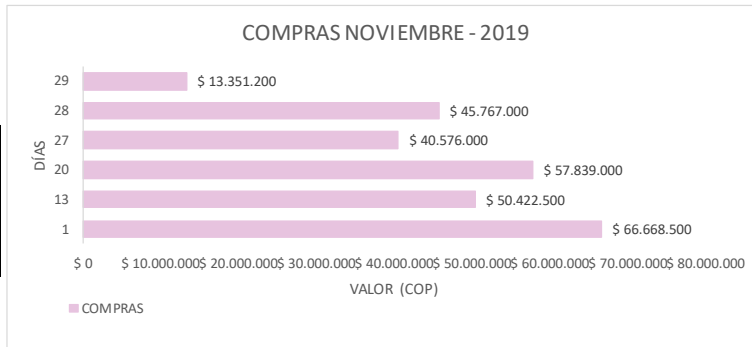
SEPTIEMBRE	
COMPRAS	
4	\$ 79.464.150
5	\$ 102.782.800
6	\$ 99.307.300
10	\$ 77.820.500
12	\$ 85.993.000
13	\$ 97.834.000
19	\$ 89.508.000
TOTAL	\$ 632.709.750



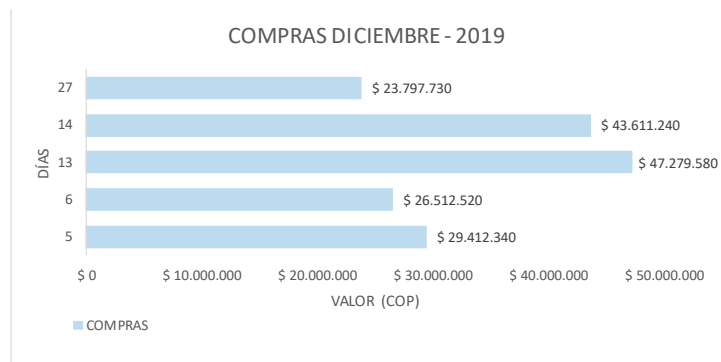
OCTUBRE	2019
COMPRAS	
4	\$ 42.255.088
11	\$ 74.302.000
17	\$ 137.789.500
23	\$ 70.939.000
30	\$ 66.433.000
TOTAL	\$ 391.718.588



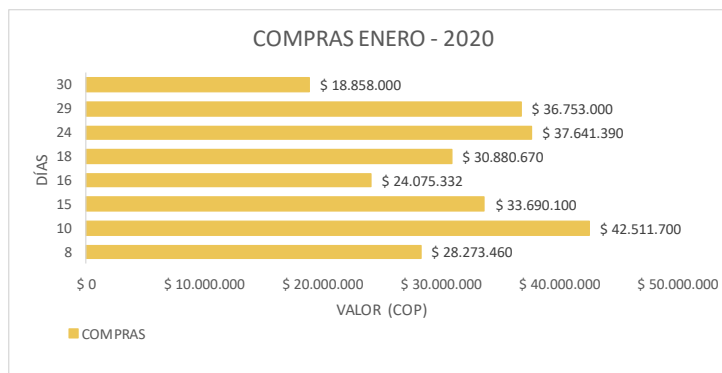
NOVIEMBRE	2019
COMPRAS	
1	\$ 66.668.500
13	\$ 50.422.500
20	\$ 57.839.000
27	\$ 40.576.000
28	\$ 45.767.000
29	\$ 13.351.200
TOTAL	\$ 274.624.200



DICIEMBRE	2019
COMPRAS	
5	\$ 29.412.340
6	\$ 26.512.520
13	\$ 47.279.580
14	\$ 43.611.240
27	\$ 23.797.730
TOTAL	\$ 170.613.410



ENERO	2020
COMPRAS	
8	\$ 28.273.460
10	\$ 42.511.700
15	\$ 33.690.100
16	\$ 24.075.332
18	\$ 30.880.670
24	\$ 37.641.390
29	\$ 36.753.000
30	\$ 18.858.000
TOTAL	\$ 252.683.652



FEBRERO 2020	
COMPRAS	
5	\$ 29.620.140
11	\$ 36.569.000
13	\$ 21.329.970
20	\$ 35.039.800
26	\$ 49.893.970
27	\$ 44.194.030
TOTAL	\$ 216.646.910



MARZO 2020	
COMPRAS	
3	\$ 58.450.000
6	\$ 139.076.198
11	\$ 55.753.080
13	\$ 60.685.260
18	\$ 82.598.125
19	\$ 54.564.000
20	\$ 69.344.000
21	\$ 40.018.560
24	\$ 124.858.500
25	\$ 39.920.960
26	-\$ 10.162.893
TOTAL	\$ 715.105.790



ABRIL 2020	
COMPRAS	
1	\$ 66.984.770
6	\$ 37.869.300
8	\$ 99.786.700
14	\$ 68.614.050
15	\$ 59.939.790
17	\$ 3.335.200
22	\$ 72.939.040
24	\$ 64.414.040
28	\$ 58.683.850
30	\$ 18.015.000
TOTAL	\$ 550.581.740



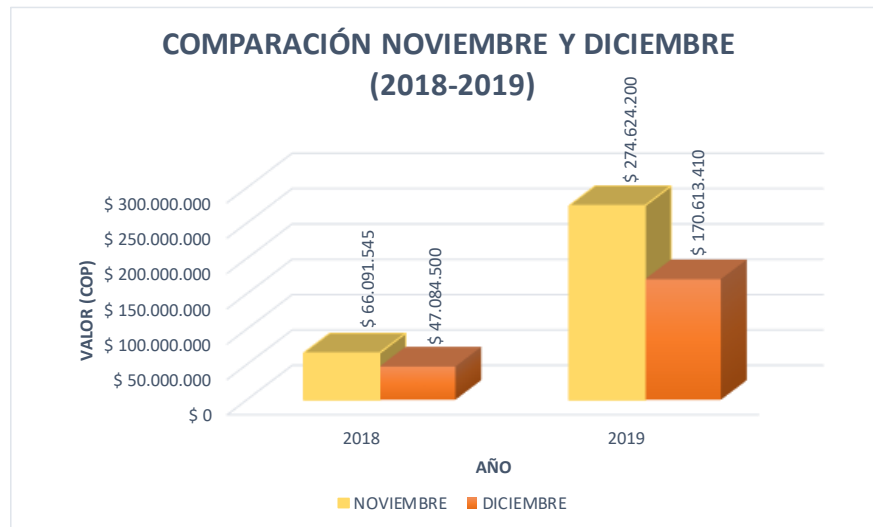
MAYO 2020	
COMPRAS	
1	\$ 81.276.050
7	\$ 52.064.650
9	-\$ 6.394.800
13	-\$ 8.270.000
20	\$ 71.308.070
22	\$ 6.340.872
28	\$ 21.570.990
TOTAL	\$ 217.895.832



**CUADRO COMPARATIVO COMPRAS DE LIMÓN ENTRE NOVIEMBRE Y
DICIEMBRE DE 2018 Y 2019**

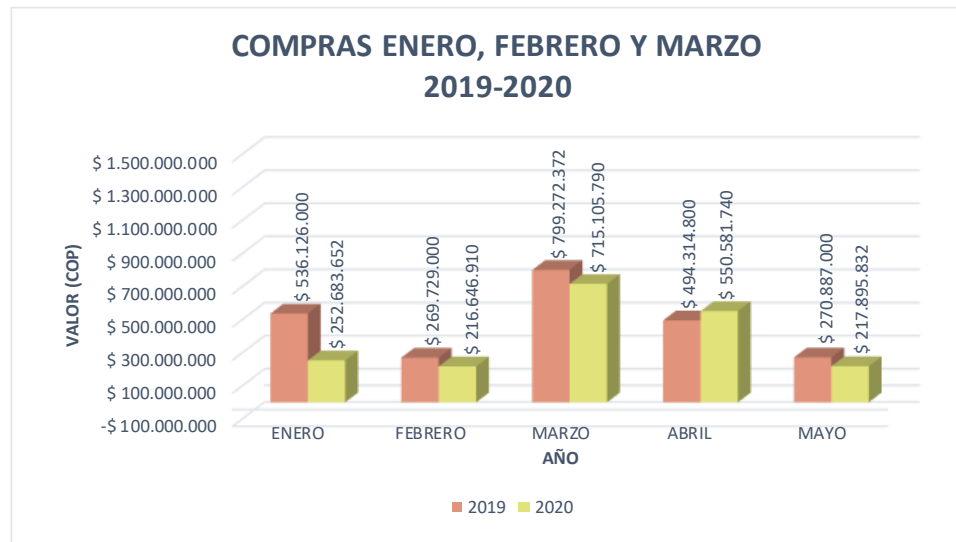
COMPRAS LIMÓN

	2018	2019
NOVIEMBRE	\$ 66.091.545	\$ 274.624.200
DICIEMBRE	\$ 47.084.500	\$ 170.613.410



CUADRO COMPARATIVO COMPRAS DE LIMÓN ENTRE ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2019 Y 2020

	2019	2020
ENERO	\$ 536.126.000	\$ 252.683.652
FEBRERO	\$ 269.729.000	\$ 216.646.910
MARZO	\$ 799.272.372	\$ 715.105.790
ABRIL	\$ 494.314.800	\$ 550.581.740
MAYO	\$ 270.887.000	\$ 217.895.832



COMPARACIÓN MENSUAL DE COMPRAS DE LIMÓN DEL AÑO 2019

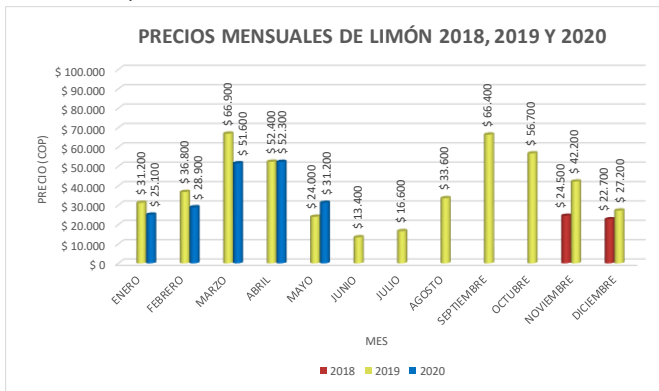
COMPRAS DE LIMÓN

	2019
ENERO	\$ 536.126.000
FEBRERO	\$ 269.729.000
MARZO	\$ 799.272.372
ABRIL	\$ 494.314.800
MAYO	\$ 270.887.000
JUNIO	\$ 114.784.050
JULIO	\$ 139.894.000
AGOSTO	\$ 328.439.450
SEPTIEMBRE	\$ 632.709.750
OCTUBRE	\$ 391.718.588
NOVIEMBRE	\$ 274.624.200
DICIEMBRE	\$ 170.613.410



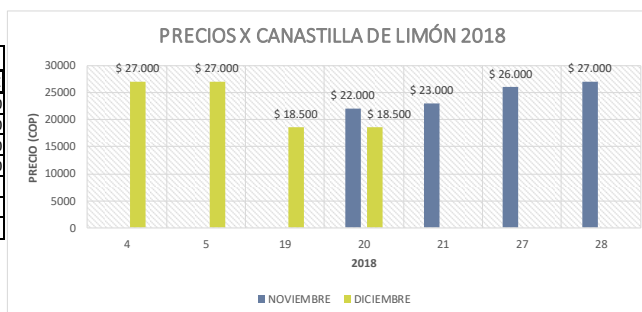
COMPARACIÓN PRECIOS MENSUALES 2018, 2019 Y 2020

PRECIOS			
	2018	2019	2020
ENERO		\$ 31.200	\$ 25.100
FEBRERO		\$ 36.800	\$ 28.900
MARZO		\$ 66.900	\$ 51.600
ABRIL		\$ 52.400	\$ 52.300
MAYO		\$ 24.000	\$ 31.200
JUNIO		\$ 13.400	
JULIO		\$ 16.600	
AGOSTO		\$ 33.600	
SEPTIEMBRE		\$ 66.400	
OCTUBRE		\$ 56.700	
NOVIEMBRE	\$ 24.500	\$ 42.200	
DICIEMBRE	\$ 22.700	\$ 27.200	



CUADROS Y GRÁFICAS DE PRECIOS X CANASTILLA DE LIMÓN AÑOS 2018, 2019 Y 2020

2018		
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
4		\$ 27.000
5		\$ 27.000
19		\$ 18.500
20	\$ 22.000	\$ 18.500
21	\$ 23.000	
27	\$ 26.000	
28	\$ 27.000	



2019	PRECIOS X CANASTILLA											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1		\$ 25.400	\$ 47.300				\$ 20.400				\$ 48.800	
2		\$ 26.200	\$ 48.700	\$ 57.400	\$ 29.200		\$ 20.000	\$ 17.000	\$ 76.900		\$ 52.700	
3				\$ 55.000	\$ 34.100		\$ 14.700	\$ 22.300	\$ 62.700	\$ 64.000		
4	\$ 33.000			\$ 64.400		\$ 15.800	\$ 14.000		\$ 71.500	\$ 61.400		\$ 21.000
5	\$ 33.000	\$ 34.200		\$ 68.000		\$ 15.200	\$ 12.900		\$ 64.900	\$ 55.200		\$ 22.900
6		\$ 33.900	\$ 57.000	\$ 68.000	\$ 22.000	\$ 14.900	\$ 13.000		\$ 62.900		\$ 55.000	\$ 24.000
7			\$ 52.700	\$ 27.000	\$ 15.000				\$ 55.800	\$ 65.000		
8	\$ 35.000		\$ 61.000	\$ 27.500	\$ 14.700		\$ 28.000					
9	\$ 35.000		\$ 69.500	\$ 56.300	\$ 23.200					\$ 65.600		\$ 25.000
10	\$ 34.000			\$ 46.400	\$ 24.700		\$ 20.000		\$ 65.500	\$ 60.300		\$ 30.000
11	\$ 34.300				\$ 25.000		\$ 16.200		\$ 63.300	\$ 52.200		\$ 28.700
12	\$ 33.500		\$ 80.000			\$ 13.400	\$ 16.500		\$ 70.600			\$ 34.300
13	\$ 30.000		\$ 67.200		\$ 25.000	\$ 12.200		\$ 28.000	\$ 65.400		\$ 43.600	\$ 35.000
14			\$ 80.000		\$ 25.000			\$ 26.200	\$ 57.800		\$ 46.100	\$ 34.200
15	\$ 32.200		\$ 68.800	\$ 40.000	\$ 25.600			\$ 27.100		\$ 48.000	\$ 44.500	
16	\$ 32.500		\$ 77.800	\$ 53.400	\$ 26.000		\$ 16.000	\$ 31.300	\$ 78.700	\$ 52.500		
17	\$ 31.500		\$ 100.000	\$ 56.400	\$ 25.000		\$ 15.000	\$ 33.300	\$ 60.400	\$ 56.700	\$ 48.000	
18	\$ 30.000					\$ 14.500	\$ 16.000		\$ 66.400	\$ 57.500		
19	\$ 30.500	\$ 40.000				\$ 12.100	\$ 16.200		\$ 70.300	\$ 56.000	\$ 45.000	
20	\$ 31.000	\$ 37.800	\$ 79.500		\$ 18.000	\$ 12.500	\$ 16.000		\$ 70.000		\$ 45.400	
21		\$ 41.300	\$ 71.300		\$ 19.000	\$ 12.000		\$ 32.900			\$ 48.000	
22	\$ 33.400							\$ 33.800		\$ 53.700		
23	\$ 29.300				\$ 16.000			\$ 38.900		\$ 58.800		\$ 20.000
24				\$ 55.200	\$ 16.400			\$ 36.700		\$ 58.000		\$ 24.000
25				\$ 52.900		\$ 14.000	\$ 18.800				\$ 25.000	
26				\$ 50.100		\$ 11.500	\$ 18.600				\$ 31.700	
27		\$ 44.900	\$ 50.300	\$ 48.200		\$ 12.000	\$ 17.700				\$ 30.600	\$ 25.200
28		\$ 47.100	\$ 64.200			\$ 11.500		\$ 36.000			\$ 30.900	\$ 28.700
29	\$ 30.000		\$ 66.000	\$ 35.000				\$ 52.800		\$ 55.000	\$ 38.000	
30	\$ 21.000		\$ 62.100	\$ 32.100				\$ 19.000	\$ 47.800	\$ 48.700		\$ 25.000
31	\$ 22.900						\$ 18.100	\$ 58.200		\$ 52.300		\$ 30.100

OBSERVACIONES

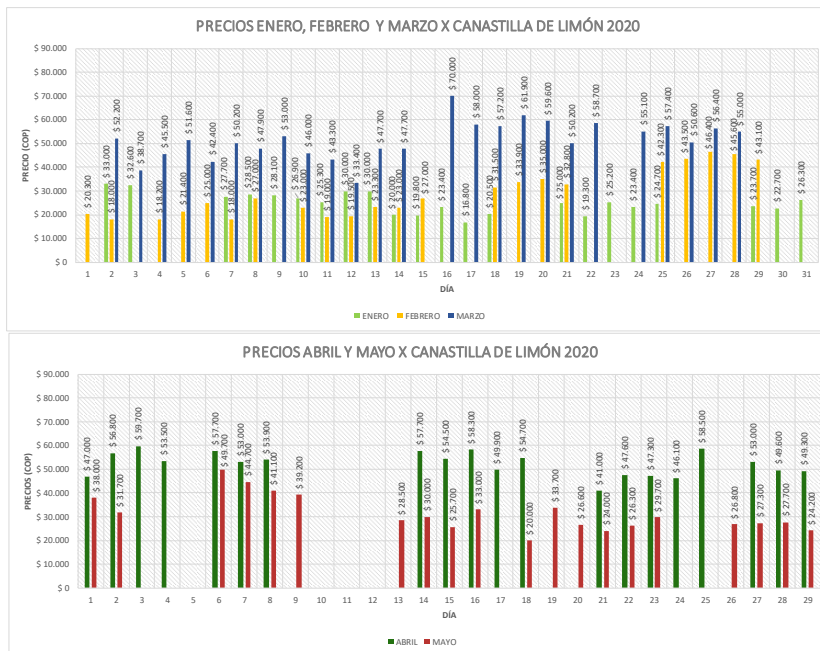
1. Las condiciones climatológicas y el ajuste cíclico de la temporada de producción del cítrico son los factores que han propiciado el aumento en el precio del limón en los meses de Marzo y Abril.

GRÁFICAS BIMESTRALES DE PRECIOS X CANASTILLA DE LIMÓN PARA EL AÑO 2019



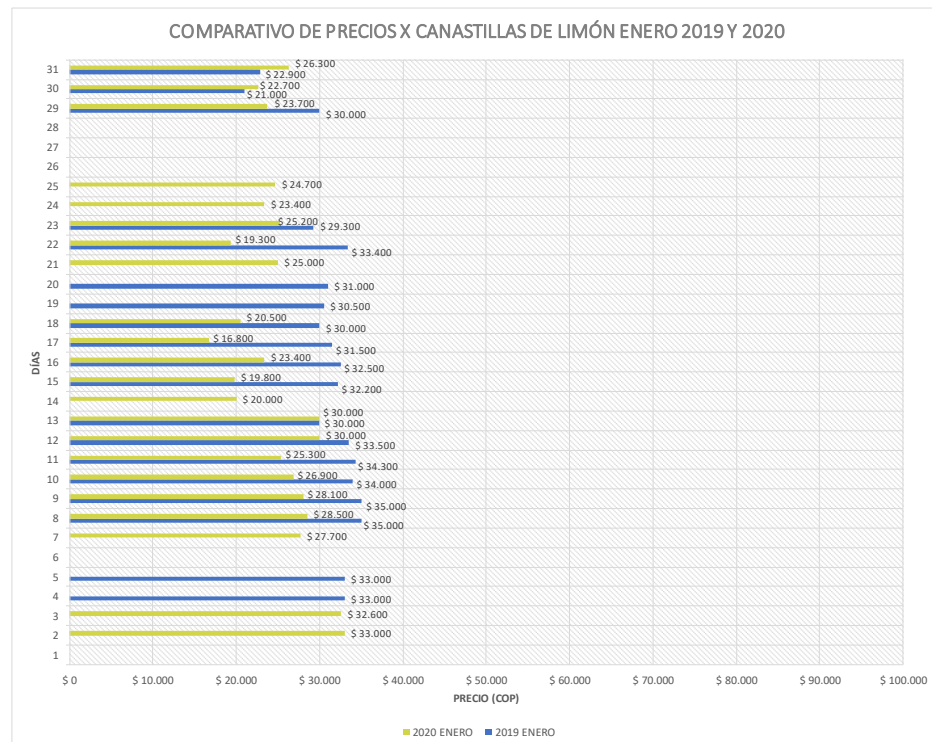
2020	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
1		\$20.300		\$47.000	\$38.000
2	\$33.000	\$18.000	\$52.200	\$56.800	\$31.700
3	\$32.600		\$38.700	\$59.700	
4		\$18.200	\$45.500	\$53.500	
5		\$21.400	\$51.600		
6		\$25.000	\$42.400	\$57.700	\$49.700
7	\$27.700	\$18.000	\$50.200	\$53.000	\$44.700
8	\$28.500	\$27.000	\$47.900	\$53.900	\$41.100
9	\$28.100		\$53.000		\$39.200
10	\$26.900	\$23.000	\$46.000		
11	\$25.300	\$19.000	\$43.300		
12	\$30.000	\$19.500	\$33.400		
13	\$30.000	\$23.300	\$47.700		\$28.500
14	\$20.000	\$23.000	\$47.700	\$57.700	\$30.000
15	\$19.800	\$27.000		\$54.500	\$25.700
16	\$23.400		\$70.000	\$58.300	\$33.000
17	\$16.800			\$58.000	\$49.900
18	\$20.500	\$31.500	\$57.200	\$54.700	\$20.000
19		\$33.900	\$61.900		\$33.700
20		\$35.000	\$59.600		\$26.600
21	\$25.000	\$32.800	\$50.200	\$41.000	\$24.000
22	\$19.300		\$58.700	\$47.600	\$26.300
23	\$25.200			\$47.300	\$29.700
24	\$23.400		\$55.100	\$46.100	
25	\$24.700	\$42.300	\$57.400	\$58.500	
26		\$43.500	\$50.600		\$26.800
27		\$46.400	\$56.400	\$53.000	\$27.300
28		\$45.600	\$55.000	\$49.600	\$27.700
29	\$23.700	\$43.100		\$49.300	\$24.200
30	\$22.700			\$49.500	\$28.000
31	\$26.300				

GRÁFICO DE PRECIOS DE LOS PRIMEROS MESES DE 2020

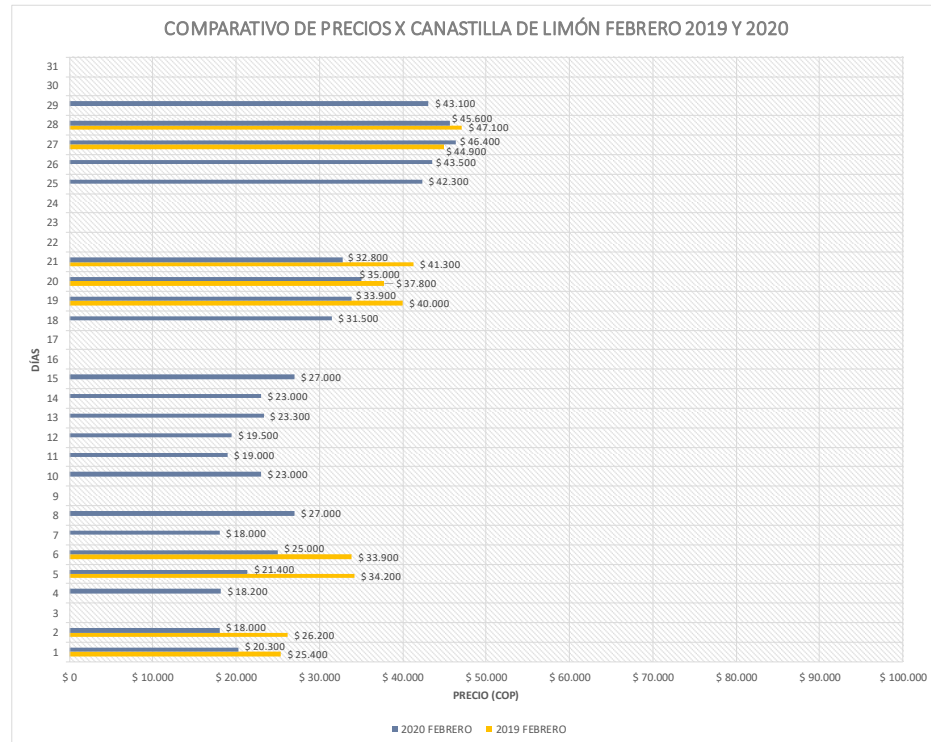


CUADROS COMPARATIVOS DE PRECIOS ENTRE 2019 Y 2020

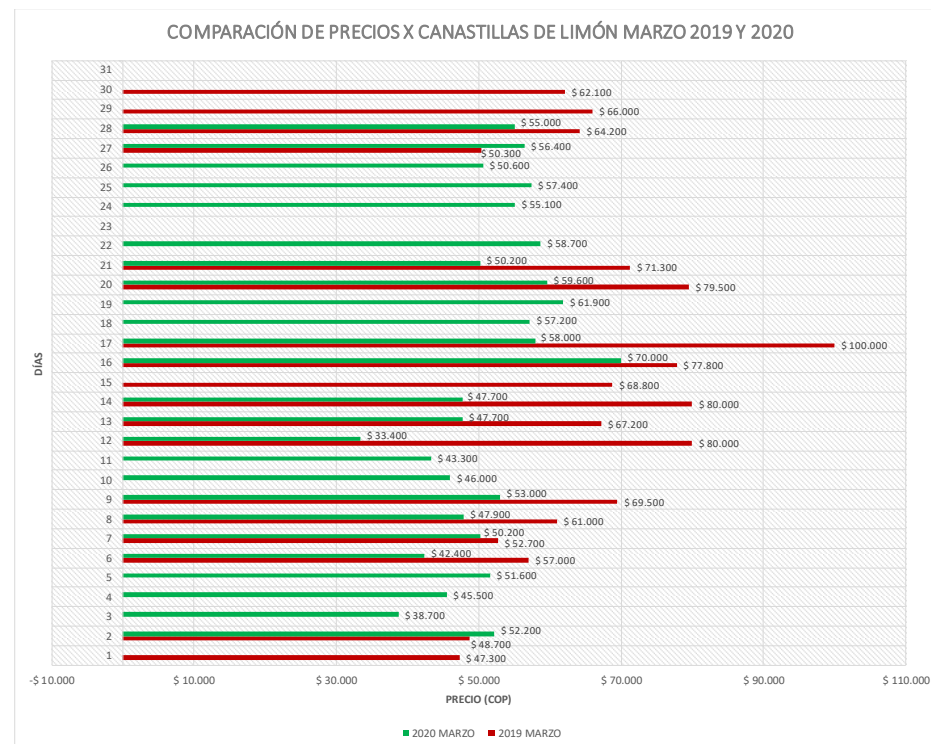
	2019 ENERO	2020 ENERO
1		
2		\$33.000
3		\$32.600
4	\$33.000	
5	\$33.000	
6		
7		\$27.700
8	\$35.000	\$28.500
9	\$35.000	\$28.100
10	\$34.000	\$26.900
11	\$34.300	\$25.300
12	\$33.500	\$30.000
13	\$30.000	\$30.000
14		\$20.000
15	\$32.200	\$19.800
16	\$32.500	\$23.400
17	\$31.500	\$16.800
18	\$30.000	\$20.500
19	\$30.500	
20	\$31.000	
21		\$25.000
22	\$33.400	\$19.300
23	\$29.300	\$25.200
24		\$23.400
25		\$24.700
26		
27		
28		
29	\$30.000	\$23.700
30	\$21.000	\$22.700
31	\$22.900	\$26.300



	2019	2020
	FEBRERO	FEBRERO
1	\$ 25.400	\$ 20.300
2	\$ 26.200	\$ 18.000
3		
4		\$ 18.200
5	\$ 34.200	\$ 21.400
6	\$ 33.900	\$ 25.000
7		\$ 18.000
8		\$ 27.000
9		
10		\$ 23.000
11		\$ 19.000
12		\$ 19.500
13		\$ 23.300
14		\$ 23.000
15		\$ 27.000
16		
17		
18		\$ 31.500
19	\$ 40.000	\$ 33.900
20	\$ 37.800	\$ 35.000
21	\$ 41.300	\$ 32.800
22		
23		
24		
25		\$ 42.300
26		\$ 43.500
27	\$ 44.900	\$ 46.400
28	\$ 47.100	\$ 45.600
29		\$ 43.100
30		
31		

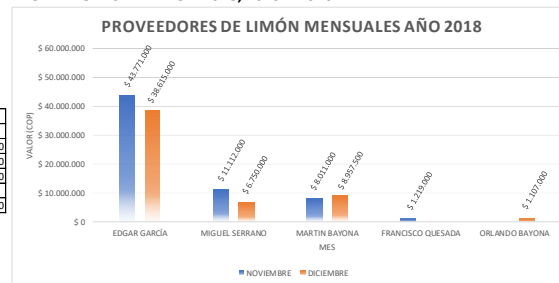


	2019	2020
	MARZO	MARZO
1	\$ 47.300	
2	\$ 48.700	\$ 52.200
3		\$ 38.700
4		\$ 45.500
5		\$ 51.600
6	\$ 57.000	\$ 42.400
7	\$ 52.700	\$ 50.200
8	\$ 61.000	\$ 47.900
9	\$ 69.500	\$ 53.000
10		\$ 46.000
11		\$ 43.300
12	\$ 80.000	\$ 33.400
13	\$ 67.200	\$ 47.700
14	\$ 80.000	\$ 47.700
15	\$ 68.800	
16	\$ 77.800	\$ 70.000
17	\$ 100.000	\$ 58.000
18		\$ 57.200
19		\$ 61.900
20	\$ 79.500	\$ 59.600
21	\$ 71.300	\$ 50.200
22		\$ 58.700
23		
24		\$ 55.100
25		\$ 57.400
26		\$ 50.600
27	\$ 50.300	\$ 56.400
28	\$ 64.200	\$ 55.000
29	\$ 66.000	
30	\$ 62.100	
31		

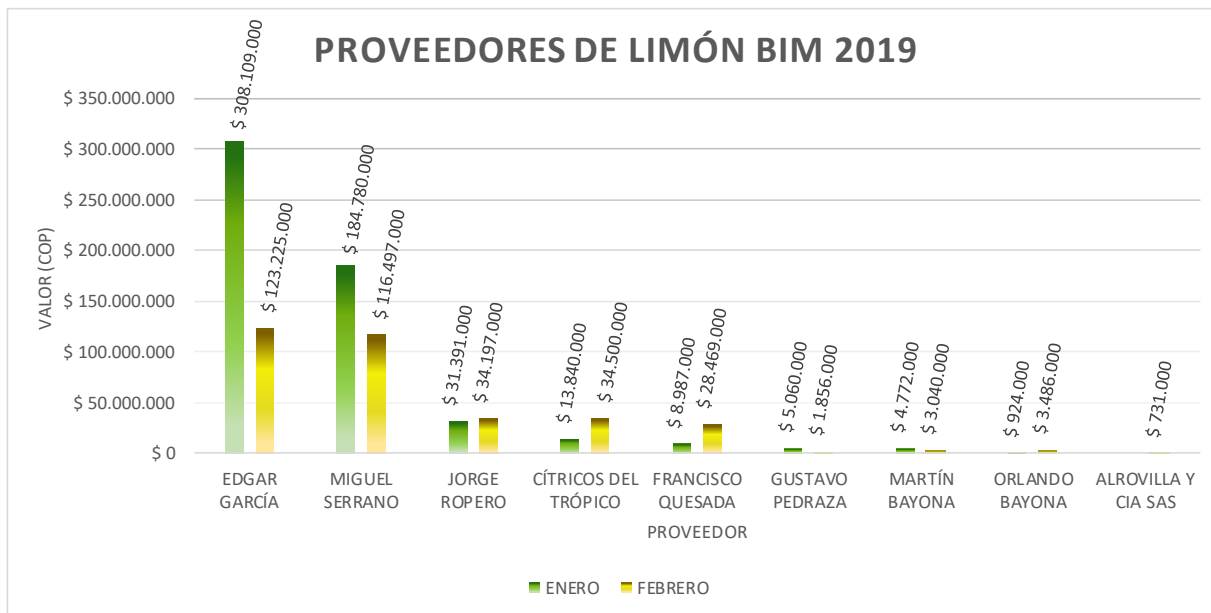


GRÁFICAS BIMESTRALES DE PROVEEDORES DE LIMÓN 2018, 2019 Y 2020

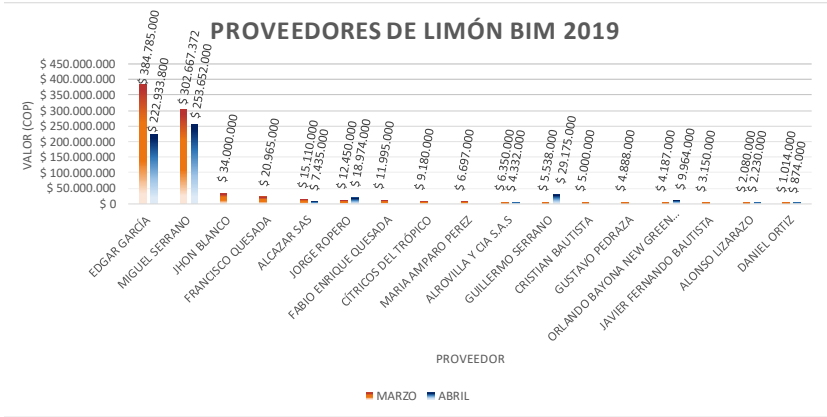
PROVEEDOR	2018	
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
EDGAR GARCÍA	\$ 43.771.000	\$ 38.615.000
MIGUEL SERRANO	\$ 11.112.000	\$ 6.750.000
MARTIN BAYONA	\$ 8.011.000	\$ 8.957.500
FRANCISCO QUESADA	\$ 1.219.000	
ORLANDO BAYONA		\$ 1.107.000



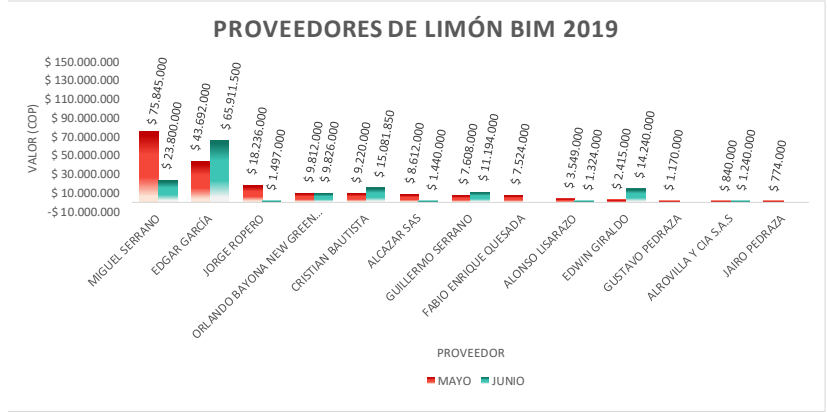
PROVEEDOR	2019	
	ENERO	FEBRERO
EDGAR GARCÍA	\$ 308.109.000	\$ 123.225.000
MIGUEL SERRANO	\$ 184.780.000	\$ 116.497.000
JORGE ROPERO	\$ 31.391.000	\$ 34.197.000
CÍTRICOS DEL TRÓPICO	\$ 13.840.000	\$ 34.500.000
FRANCISCO QUESADA	\$ 8.987.000	\$ 28.469.000
GUSTAVO PEDRAZA	\$ 5.060.000	\$ 1.856.000
MARTÍN BAYONA	\$ 4.772.000	\$ 3.040.000
ORLANDO BAYONA	\$ 924.000	\$ 3.486.000
ALROVILLA Y CIA SAS		\$ 731.000



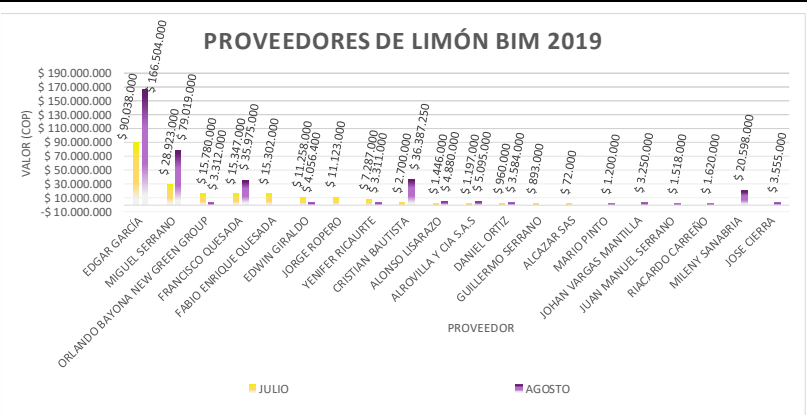
PROVEEDOR	2019	
	MARZO	ABRIL
EDGAR GARCÍA	\$ 384.785.000	\$ 222.933.800
MIGUEL SERRANO	\$ 302.667.372	\$ 253.652.000
JHON BLANCO	\$ 34.000.000	
FRANCISCO QUESADA	\$ 20.965.000	
ALCAZAR SAS	\$ 15.110.000	\$ 7.435.000
JORGE ROPERO	\$ 12.450.000	\$ 18.974.000
FABIO ENRIQUE QUESADA	\$ 11.995.000	
CÍTRICOS DEL TRÓPICO	\$ 9.180.000	
MARIA AMPARO PEREZ	\$ 6.697.000	
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 6.350.000	\$ 4.332.000
GUILLERMO SERRANO	\$ 5.538.000	\$ 29.175.000
CRISTIAN BAUTISTA	\$ 5.000.000	
GUSTAVO PEDRAZA	\$ 4.888.000	
ORLANDO BAYONA NEW GREEN GROUP	\$ 4.187.000	\$ 9.964.000
JAVIER FERNANDO BAUTISTA	\$ 3.150.000	
ALONSO LIZARAZO	\$ 2.080.000	\$ 2.230.000
DANIEL ORTIZ	\$ 1.014.000	\$ 874.000



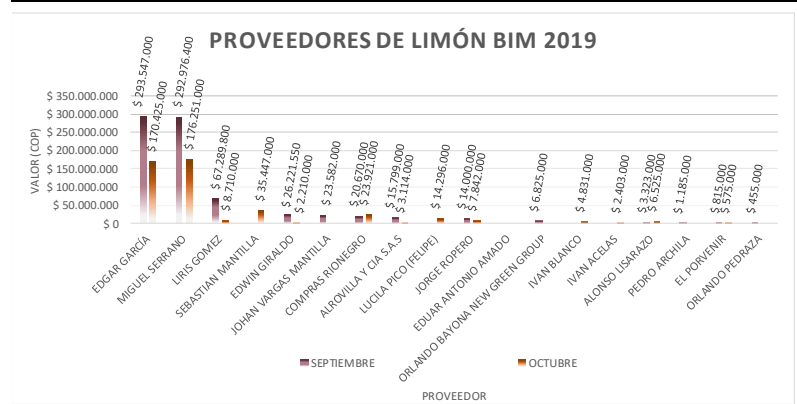
PROVEEDOR	2019	
	MAYO	JUNIO
MIGUEL SERRANO	\$ 75.845.000	\$ 23.800.000
EDGAR GARCÍA	\$ 43.692.000	\$ 65.911.500
JORGE ROPERO	\$ 18.236.000	\$ 1.497.000
ORLANDO BAYONA NEW GREEN GROUP	\$ 9.812.000	\$ 9.826.000
CRISTIAN BAUTISTA	\$ 9.220.000	\$ 15.081.850
ALCAZAR SAS	\$ 8.612.000	\$ 1.440.000
GUILLERMO SERRANO	\$ 7.608.000	\$ 11.194.000
FABIO ENRIQUE QUESADA	\$ 7.524.000	
ALONSO LIZARAZO	\$ 3.549.000	\$ 1.324.000
EDWIN GIRALDO	\$ 2.415.000	\$ 14.240.000
GUSTAVO PEDRAZA	\$ 1.170.000	
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 840.000	\$ 1.240.000
JAIRO PEDRAZA	\$ 774.000	



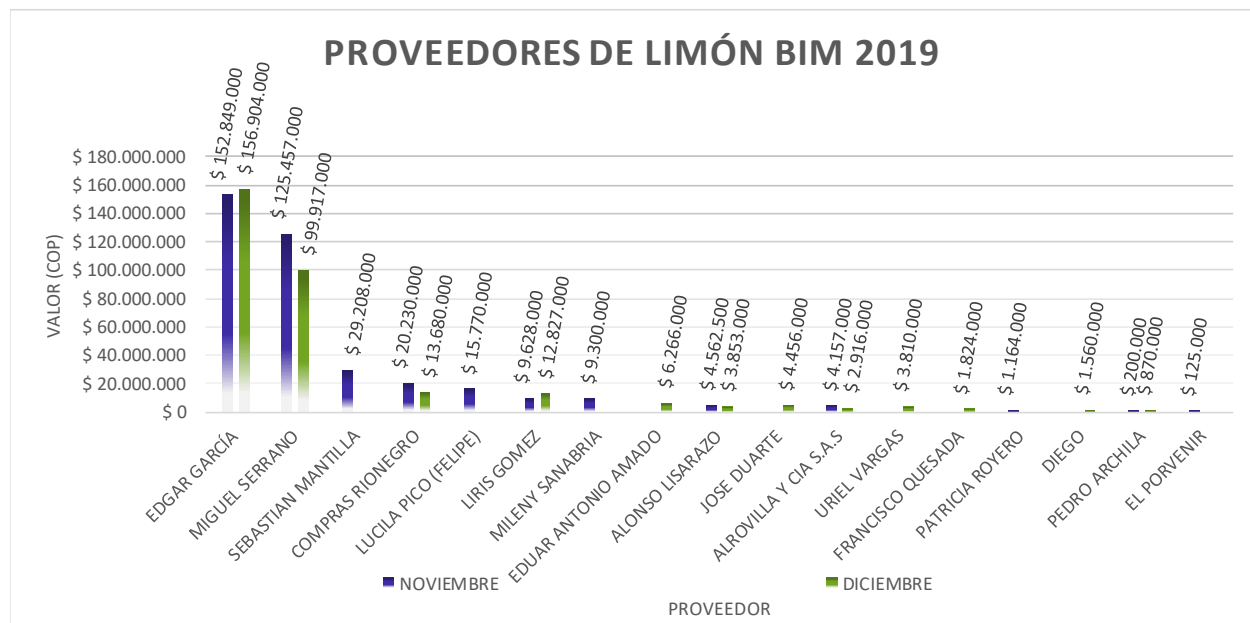
PROVEEDOR	2019	
	JULIO	AGOSTO
EDGAR GARCÍA	\$ 90.038.000	\$ 166.504.000
MIGUEL SERRANO	\$ 28.923.000	\$ 79.019.000
ORLANDO BAYONA NEW GREEN GROUP	\$ 15.780.000	\$ 3.312.000
FRANCISCO QUESADA	\$ 15.347.000	\$ 35.975.000
FABIO ENRIQUE QUESADA	\$ 15.302.000	
EDWIN GIRALDO	\$ 11.258.000	\$ 4.056.400
JORGE ROPERO	\$ 11.123.000	
YENIFER RICAURTE	\$ 7.287.000	\$ 3.311.000
CRISTIAN BAUTISTA	\$ 2.700.000	\$ 36.387.250
ALONSO LISARAZO	\$ 1.446.000	\$ 4.880.000
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 1.197.000	\$ 5.095.000
DANIEL ORTIZ	\$ 960.000	\$ 3.584.000
GUILLERMO SERRANO	\$ 893.000	
ALCAZAR SAS	\$ 72.000	
MARIO PINTO		\$ 1.200.000
JOHAN VARGAS MANTILLA		\$ 3.250.000
JUAN MANUEL SERRANO		\$ 1.518.000
RIACARDO CARREÑO		\$ 1.620.000
MILENY SANABRIA		\$ 20.598.000
JOSE CIERRA		\$ 3.555.000



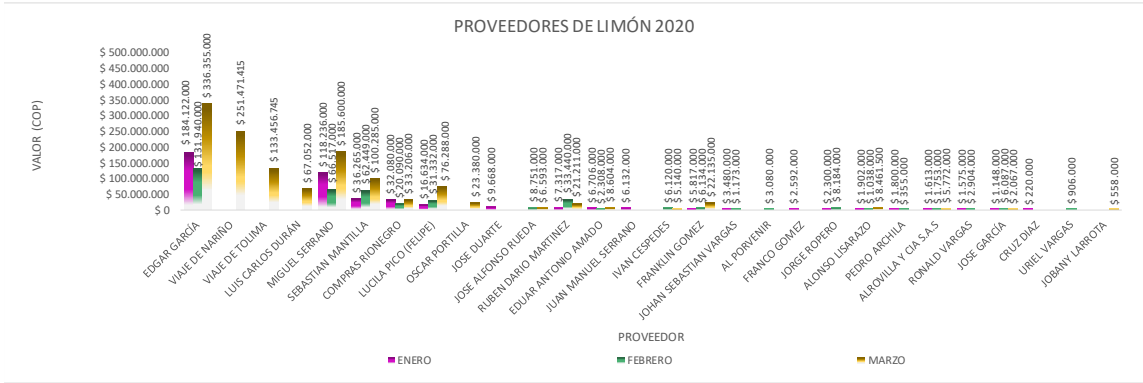
PROVEEDOR	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
EDGAR GARCÍA	\$ 293.547.000	\$ 170.425.000
MIGUEL SERRANO	\$ 292.976.400	\$ 176.251.000
LIRIS GOMEZ	\$ 67.289.800	\$ 8.710.000
SEBASTIAN MANTILLA		\$ 35.447.000
EDWIN GIRALDO	\$ 26.221.550	\$ 2.210.000
JOHAN VARGAS MANTILLA	\$ 23.582.000	
COMPRAS RIONEGRO	\$ 20.670.000	\$ 23.921.000
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 15.799.000	\$ 3.114.000
LUCILA PICO (FELIPE)		\$ 14.296.000
JORGE ROPERO	\$ 14.000.000	\$ 7.842.000
EDUAR ANTONIO AMADO		
ORLANDO BAYONA NEW GREEN GROUP	\$ 6.825.000	
IVAN BLANCO		\$ 4.831.000
IVAN ACELAS		\$ 2.403.000
ALONSO LISARAZO	\$ 3.323.000	\$ 6.525.000
PEDRO ARCHILA	\$ 1.185.000	
EL PORVENIR	\$ 815.000	\$ 575.000
ORLANDO PEDRAZA	\$ 455.000	



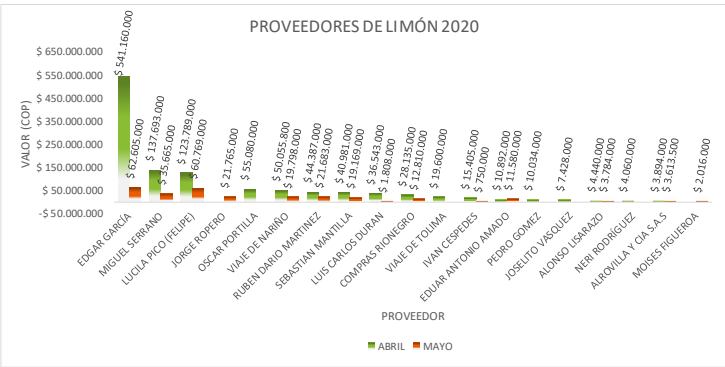
PROVEEDOR	2019	
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
EDGAR GARCÍA	\$ 152.849.000	\$ 156.904.000
MIGUEL SERRANO	\$ 125.457.000	\$ 99.917.000
SEBASTIAN MANTILLA	\$ 29.208.000	
COMPRAS RIONEGRO	\$ 20.230.000	\$ 13.680.000
LUCILA PICO (FELIPE)	\$ 15.770.000	
LIRIS GOMEZ	\$ 9.628.000	\$ 12.827.000
MILENY SANABRIA	\$ 9.300.000	
EDUAR ANTONIO AMADO		\$ 6.266.000
ALONSO LISARAZO	\$ 4.562.500	\$ 3.853.000
JOSE DUARTE		\$ 4.456.000
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 4.157.000	\$ 2.916.000
URIEL VARGAS		\$ 3.810.000
FRANCISCO QUESADA		\$ 1.824.000
PATRICIA ROYERO	\$ 1.164.000	
DIEGO		\$ 1.560.000
PEDRO ARCHILA	\$ 200.000	\$ 870.000
EL PORVENIR	\$ 125.000	



PROVEEDOR	2020		
	ENERO	FEBRERO	MARZO
EDGAR GARCÍA	\$ 184.122.000	\$ 131.940.000	\$ 336.355.000
VIAJE DE NARIÑO			\$ 251.471.415
VIAJE DE TOLIMA			\$ 133.456.745
LUIS CARLOS DURÁN			\$ 67.052.000
MIGUEL SERRANO	\$ 118.236.000	\$ 66.517.000	\$ 185.600.000
SEBASTIAN MANTILLA	\$ 36.265.000	\$ 62.449.000	\$ 100.285.000
COMPRAS RIONEGRO	\$ 32.080.000	\$ 20.090.000	\$ 33.206.000
LUCILA PICO (FELIPE)	\$ 16.634.000	\$ 31.332.000	\$ 76.288.000
OSCAR PORTILLA			\$ 23.380.000
JOSE DUARTE	\$ 9.668.000		
JOSE ALFONSO RUEDA		\$ 8.751.000	\$ 6.593.000
RUBEN DARIO MARTINEZ	\$ 7.317.000	\$ 33.440.000	\$ 21.211.000
EDUAR ANTONIO AMADO	\$ 6.706.000	\$ 2.308.000	\$ 8.604.000
JUAN MANUEL SERRANO	\$ 6.132.000		
IVAN CESPEDES		\$ 6.120.000	\$ 5.140.000
FRANKLIN GOMEZ	\$ 5.817.000	\$ 6.134.000	\$ 22.135.000
JOHAN SEBASTIAN VARGAS	\$ 3.480.000	\$ 1.173.000	
AL PORVENIR		\$ 3.080.000	
FRANCO GOMEZ	\$ 2.592.000		
JORGE ROPERO	\$ 2.300.000	\$ 8.184.000	
ALONSO LISARAZO	\$ 1.902.000	\$ 1.038.000	\$ 8.461.500
PEDRO ARCHILA	\$ 1.800.000	\$ 355.000	
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 1.613.000	\$ 1.753.000	\$ 5.772.000
RONALD VARGAS	\$ 1.575.000	\$ 2.904.000	
JOSE GARCÍA	\$ 1.148.000	\$ 6.087.000	\$ 2.067.000
CRUZ DIAZ	\$ 220.000		
URIEL VARGAS		\$ 906.000	
JOHANY LARROTA			\$ 558.000

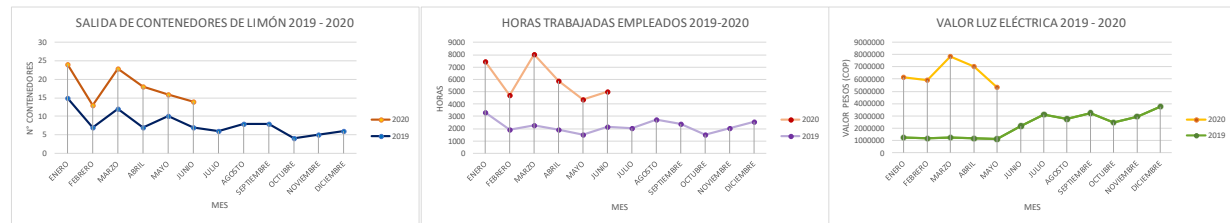


PROVEEDOR	2020	
	ABRIL	MAYO
EDGAR GARCÍA	\$ 541.160.000	\$ 62.605.000
MIGUEL SERRANO	\$ 137.693.000	\$ 35.665.000
LUCILA PICO (FELIPE)	\$ 123.789.000	\$ 60.769.000
JORGE ROPERO		\$ 21.765.000
OSCAR PORTILLA	\$ 55.080.000	
VIAJE DE NARIÑO	\$ 50.055.800	\$ 19.798.000
RUBEN DARIO MARTINEZ	\$ 44.387.000	\$ 21.683.000
SEBASTIAN MANTILLA	\$ 40.981.000	\$ 19.169.000
LUIS CARLOS DURAN	\$ 36.543.000	\$ 1.808.000
COMPRAS RIONEGRO	\$ 28.135.000	\$ 12.810.000
VIAJE DE TOLIMA	\$ 19.600.000	
IVAN CESPEDES	\$ 15.405.000	\$ 750.000
EDUAR ANTONIO	\$ 10.892.000	\$ 11.580.000
PEDRO GOMEZ	\$ 10.034.000	
JOSELITO VASQUEZ	\$ 7.428.000	
ALONSO LISARAZO	\$ 4.440.000	\$ 3.784.000
NERI RODRÍGUEZ	\$ 4.060.000	
ALROVILLA Y CIA S.A.S	\$ 3.894.000	\$ 3.613.500
MOISES FIGUEROA		\$ 2.016.000

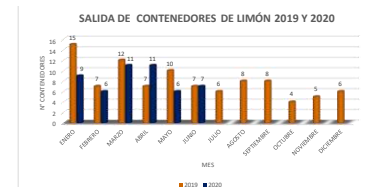
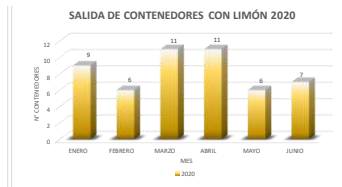


Apéndice E. Análisis Comparativo de Salida de Contenedores, Horas trabajadas de empleados y consumo de Energía de luz de los años 2019 y 2020

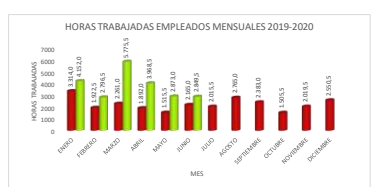
TENDENCIAS DE SALIDA DE CONTENEDORES DE LIMÓN, HORAS TRABAJADAS DE EMPLEADOS Y CONSUMO DE LUZ DE LOS AÑOS 2019 Y LO QUE VA DEL 2020



CONTENEDORES MENSUALES		
2019 - 2020	2019	2020
ENERO	25	9
FEBRERO	7	6
MARZO	12	21
ABRIL	7	11
MAYO	10	6
JUNIO	6	7
JULIO	6	
AGOSTO	8	
SEPTIEMBRE	8	
OCTUBRE	4	
NOVIEMBRE	5	
DICIEMBRE	6	



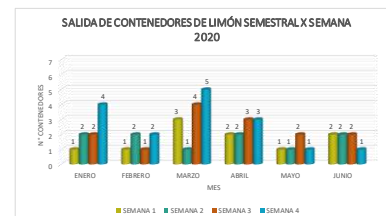
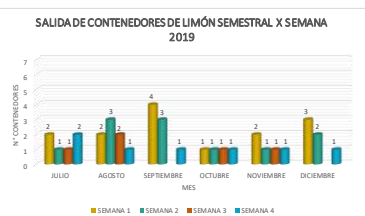
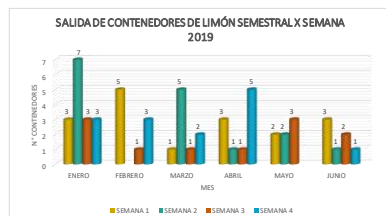
HORAS TRABAJADAS EMPLEADOS MENSUALES		
2019 - 2020	2019	2020
ENERO	3,314.0	4,152.0
FEBRERO	1,922.5	2,796.5
MARZO	2,261.0	5,775.5
ABRIL	1,892.0	3,968.5
MAYO	1,515.5	2,874.0
JUNIO	2,365.0	2,849.5
JULIO	2,015.5	
AGOSTO	2,765.0	
SEPTIEMBRE	2,361.0	
OCTUBRE	1,505.5	
NOVIEMBRE	2,019.5	
DICIEMBRE	2,505.5	



CONTENEDORES SEMESTRAL		
2019 - 2020	2019	2020
SEMANAS	ENERO	FEBRERO
SEMANA 1	3	5
SEMANA 2	7	
SEMANA 3	3	1
SEMANA 4	3	3
SEMANAS	MARZO	ABRIL
SEMANA 1	3	3
SEMANA 2	1	1
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	2	5
SEMANAS	MAYO	JUNIO
SEMANA 1	2	3
SEMANA 2	1	2
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	1	1

CONTENEDORES SEMESTRAL		
2019	2019	2020
SEMANAS	JULIO	AGOSTO
SEMANA 1	2	2
SEMANA 2	1	3
SEMANA 3	1	2
SEMANA 4	2	1
SEMANAS	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
SEMANA 1	1	1
SEMANA 2	1	1
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	1	1
SEMANAS	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SEMANA 1	1	1
SEMANA 2	1	1
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	1	1

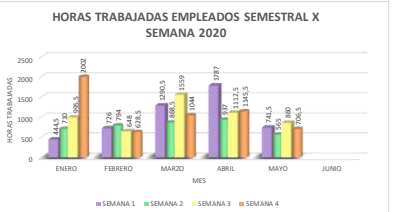
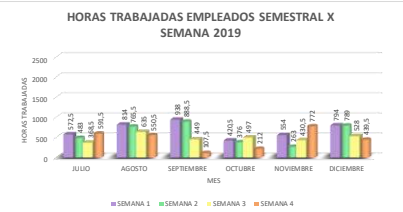
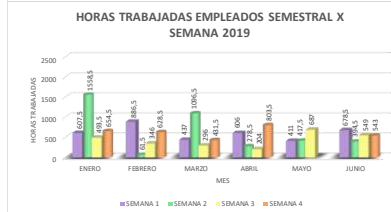
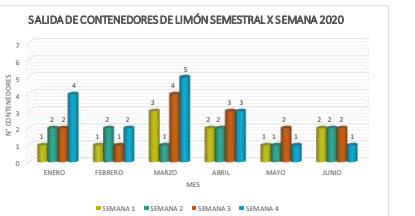
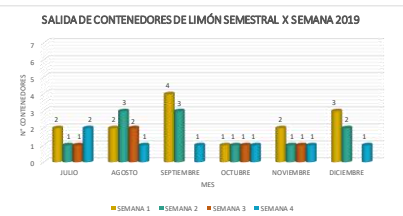
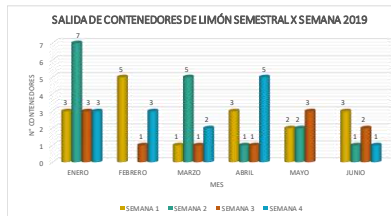
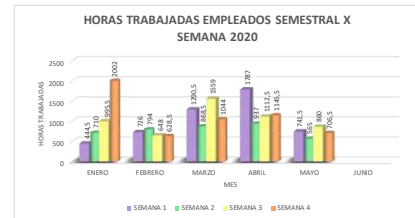
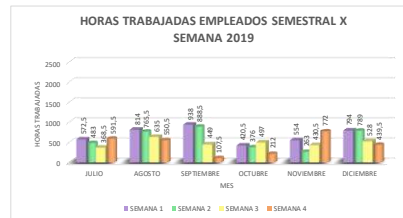
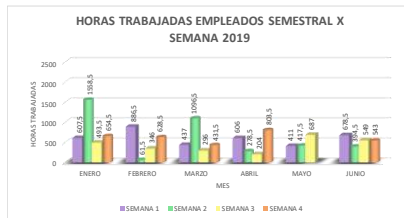
CONTENEDORES SEMESTRAL		
2020	2020	2020
SEMANAS	ENERO	FEBRERO
SEMANA 1	1	1
SEMANA 2	2	2
SEMANA 3	2	1
SEMANA 4	4	2
SEMANAS	MARZO	ABRIL
SEMANA 1	1	1
SEMANA 2	1	1
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	1	1
SEMANAS	MAYO	JUNIO
SEMANA 1	1	1
SEMANA 2	1	1
SEMANA 3	1	1
SEMANA 4	1	1



2019 HORAS EMPLEADOS						
SEMANAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SEMANA 1	607,5	886,5	437	606	411	678,5
SEMANA 2	1508,5	61,5	1096,5	278,5	417,5	394,5
SEMANA 3	493,5	346	296	204	687	549
SEMANA 4	654,5	628,5	431,5	803,5		543

2019 HORAS EMPLEADOS						
SEMANAS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SEMANA 1	572,5	814	938	420,5	554	784
SEMANA 2	483	765,5	888,5	376	263	789
SEMANA 3	368,5	635	449	497	430,5	528
SEMANA 4	591,5	590,5	107,5	212	772	439,5

2020 HORAS EMPLEADOS						
SEMANAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
SEMANA 1	444,5	726	1290,5	1787	741,5	
SEMANA 2	720	794	868,5	937	565	
SEMANA 3	995,5	648	1559	1112,5	860	
SEMANA 4	2002	628,5	1044	1145,5	706,5	



Apéndice F. Matriz de Costos – ROSDEL S.A.S.

MATRIZ DE COSTOS ROSDEL					
MATRIZ DE COSTOS DE CON TRES PRECIOS DE ESTIBAS DIFERENTES					
MASECA					
1 CONTENEDOR					
MATERIALES Y PRODUCTOS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	PEDIDO	UNIDAD	VALOR PEDIDO
CERA	LITRO	\$ 4.750	20	Litros	\$ 95.000
FUNJIFRUIT	MILILITRO	\$ 30	40	Mililitros	\$ 1.200
PROVICIDE	MILILITRO	\$ 30	300	Mililitros	\$ 9.000
CAJAS	TAPA Y BASE	\$ 3.000	1.400	Cajas	\$ 4.200.000
ZUNCHOS	ROLLO	\$ 35	720	Metros	\$ 25.200
GRAPAS	BOLSA x 670	\$ 42	160	Grapas	\$ 6.720
ESTIBAS NUEVAS	UNIDAD	\$ 56.000	20	Estibas	\$ 1.332.800
ESQUINEROS	UNIDAD	\$ 1.300	80	Esquineros	\$ 104.000
PEGANTE	KG	\$ 7.345	10	Litros	\$ 73.450
MANO DE OBRA	HORAS	\$ 4.000	15	Horas	\$ 840.000
TOTAL					\$ 6.687.370

CARTÓN Y ESTIBA					
1 CONTENEDOR					
MATERIALES Y PRODUCTOS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	PEDIDO	UNIDAD	VALOR PEDIDO
CERA	LITRO	\$ 4.750	20	Litros	\$ 95.000
FUNJIFRUIT	MILILITRO	\$ 30	40	Mililitros	\$ 1.200
PROVICIDE	MILILITRO	\$ 30	300	Mililitros	\$ 9.000
CAJAS	TAPA Y BASE	\$ 3.000	1.400	Cajas	\$ 4.200.000
ZUNCHOS	ROLLO	\$ 35	720	Metros	\$ 25.200
GRAPAS	BOLSA x 670	\$ 42	160	Grapas	\$ 6.720
Estibas	UNIDAD (CERTIFICACIÓN+IVA)	\$ 45.000	20	Estibas	\$ 1.166.000
ESQUINEROS	UNIDAD	\$ 1.300	80	Esquineros	\$ 104.000
PEGANTE	KG	\$ 7.345	10	Litros	\$ 73.450
MANO DE OBRA	HORAS	\$ 4.000	15	Horas	\$ 840.000
TOTAL					\$ 6.520.570

BUCARRETES					
1 CONTENEDOR					
MATERIALES Y PRODUCTOS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	PEDIDO	UNIDAD	VALOR PEDIDO
CERA	LITRO	\$ 4.750	20	Litros	\$ 95.000
FUNJIFRUIT	MILILITRO	\$ 30	40	Mililitros	\$ 1.200
PROVICIDE	MILILITRO	\$ 30	300	Mililitros	\$ 9.000
CAJAS	TAPA Y BASE	\$ 3.000	1.400	Cajas	\$ 4.200.000
ZUNCHOS	ROLLO	\$ 35	720	Metros	\$ 25.200
GRAPAS	BOLSA x 670	\$ 42	160	Grapas	\$ 6.720
ESTIBAS	UNIDAD (CERTIFICACIÓN+IVA)	\$ 22.000	20	Estibas	\$ 565.400
ESQUINEROS	UNIDAD	\$ 1.300	80	Esquineros	\$ 104.000
PEGANTE	KG	\$ 7.345	10	Litros	\$ 73.450
MANO DE OBRA	HORAS	\$ 4.000	15	Horas	\$ 840.000
TOTAL					\$ 5.919.970

LIMA TAHITÍ OLÍMPICA MALLA				
GASTOS DIRECTOS				
MATERIALES Y PRODUCTOS	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	PEDIDO	VALOR PEDIDO
Cera	LITRO	\$ 4.750	400	\$ 1.900.000
Malla	ROLLO	\$ 65.000	5	\$ 325.000
Funjifruit	4 LITROS			
Bisturí				
GASTOS DIRECTOS				
MATERIALES Y PRODUCTOS	UNIDAD	VALOR UNITARIO	PEDIDO	VALOR PEDIDO
Cera	LITRO	\$ 4.750	400	\$ 1.900.000
Funjifruit	TARRO X 4 LITROS	\$ 11.900	2	\$ 23.800
PROVICIDE	GALÓN X 20 LT	\$ 603.940	2	\$ 1.207.880
Cajas	UNIDAD (TAPA Y BASE) 16KG	\$ 3.000	5.994	\$ 17.982.000
Cajas	UNIDAD (TAPA Y BASE) 18KG	\$ 3.500	4.885	\$ 17.097.500
Zunchos	ROLLO x 2000 m	\$ 70.000	2	\$ 140.000
Grapas	BOLSA 3kg	\$ 28.000	6	\$ 168.000
Estibas certificadas	UNIDAD	\$ 56.000	25	\$ 1.666.000
Estibas	UNIDAD (CERTIFICACIÓN+IVA)	\$ 45.000	243	\$ 11.201.000
Estibas	UNIDAD (CERTIFICACIÓN+IVA)	\$ 22.000	20	\$ 565.400
Esquineros	UNIDAD	\$ 1.300	240	\$ 312.000
Pegante	CUÑETE	\$ 146.900	5	\$ 734.500
				\$ 52.998.080