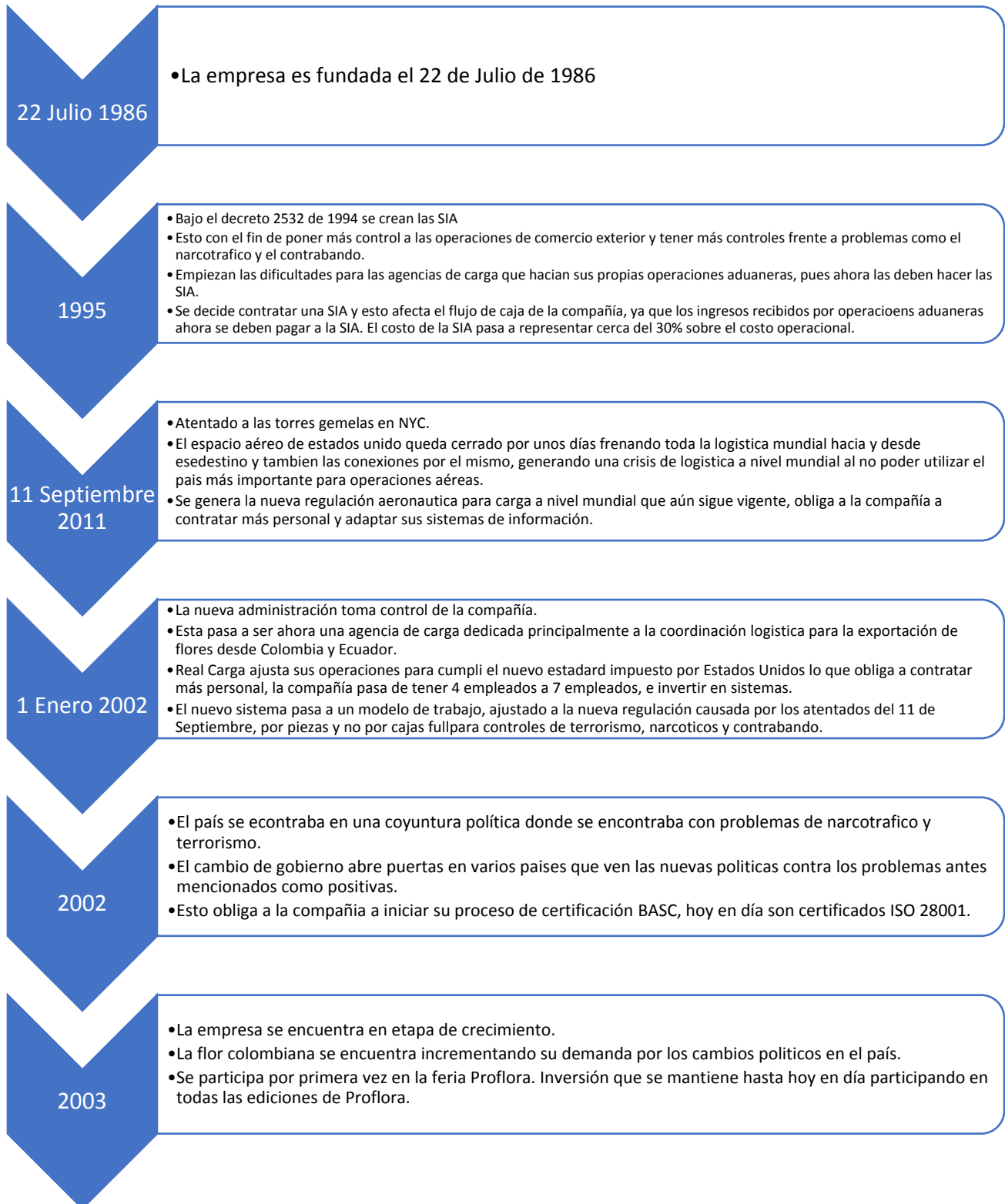


1. ANEXOS.

1.1. Anexo A. – Línea de tiempo de Real Carga Ltda.



2003

- Se implementa el sistema MUISCA como control de las operaciones de comercio exterior para prevenir lavado de activos, narcotráfico, terrorismo y contrabando.
- Se implementa el uso del RUT, lo que obliga a todas las empresas en Colombia a estar registradas en la DIAN y declarar sus impuestos y operaciones bajo este nuevo modelo.
- El modelo de inspecciones cambia, lo que obliga a tener más personal y a desarrollar nuevos sistemas compatibles con el nuevo sistema de la DIAN.

2005

- Entra en vigencia el sistema CASS en Colombia.
- Este sistema afecta notablemente al gremio de agencias de carga obligándolos a modificar sus estrategias financieras.
- El flujo de caja de muchas se ve afectado y empieza a generar el fin de muchas agencias de carga en Colombia.
- Se implementa una estrategia de re negociación con los clientes para incrementar un poco la diferencia por Kg y a su vez los términos de pago para ajustarlos al modelo CASS.

2005

- Entra en vigencia el sistema VUCE.
- Esta herramienta busca facilitar y unificar las operaciones de comercio exterior en una sola herramienta.
- Esto implica nueva inversión en sistemas y capacitación del personal.
- Se hace una inversión modernizando todos los equipos de la compañía ajustándolos a las necesidades para poder usar el sistema VUCE.

2005 - 2008

- Años de crisis del dólar, el dólar se encuentra en sus niveles más bajos frente al peso colombiano.
- Se genera una crisis a nivel de exportaciones, deja de ser tan interesante exportar productos colombianos por la baja tasa de cambio lo que disminuye las ventas y los ingresos por Kg.
- Muchas agencias de carga llegan a su fin debido a esto.
- Se genera nueva estrategia comercial y de expansión de la compañía para enfrentar la crisis. Se busca apertura de nuevos mercados y aumento de diferencia por Kg.

2010

- Debido al cierre de varias agencias de carga se aprovecha un poco la situación para atraer más clientes.
- Ingreso de dos agentes de ventas freelance, lo que genera un crecimiento importante en la compañía.
- Al tener nuevamente tasas de cambio relativamente altas se facilita la expansión de la compañía y la nueva inversión en nuevos mercados y clientes.

2011

- Venta de una agencia de carga a una multinacional de origen alemán.
- Generará nuevas oportunidades para captar clientes de esta agencia al perder la confianza de algunos de sus clientes.
- El mercado en general se prepara para una agresividad comercial sin precedentes, esto no se materializa y las agencias locales se vuelven un poco más fuertes.

2012

- Ingreso primer integrante de la segunda generación.
- La empresa se encontraba en crecimiento por lo que era necesario empezar a delegar funciones.
- Inicio en nuevos cambios en sistemas informáticos y nuevo impulso comercial.

2012

- El ICA implementa el sistema SISPAPE.
- Este se implementa con el fin de controlar las exportaciones e importaciones de productos agrícolas y pecuarios.
- Así mismo también controla la producción y la disposición final de la misma.
- La empresa capacita a su personal para el nuevo modelo de trabajo con el ICA.

2013

- Cambio del sistema informático de la compañía, se desarrolla un sistema nativo adaptado a las necesidades de la compañía.
- Estructura de la nueva estrategia comercial.
- Se participó por primera vez en la feria IFTF en Holanda dándole una exposición más global a la compañía.

2014

- Puesta en marcha de la nueva estrategia comercial.
- El dólar se encontraba en niveles aceptables para las exportaciones colombianas, lo que permite invertir en marca, ventas y presencia en los diferentes escenarios importantes para el sector floricultor y de logística.
- Se inicia el proceso de colaboración con Asocoflores con el fin de compartir información y generar ideas que puedan beneficiar al gremio floricultor, este desde la perspectiva de la logística.

2015

- Ingresó la segunda integrante de la segunda generación.
- Entra a hacerse cargo del área financiera de la compañía e ingresa con un plan de reestructuración financiera.
- Reingeniería de la estructura financiera, logrando grandes impactos positivos principalmente en la reducción y optimización de costos.
- Optimización de los ingresos basándose en la tasa de cambio.
- Fortalecimiento de relaciones de entidades financieras.

2015 - 2016

- Con un dólar estable y en subida se define una estructura de la compañía con funciones muy definidas para cada uno y empieza una de las mejores épocas de la compañía.
- La segunda integrante de la segunda generación es presentada al mercado y toma a su cargo las relaciones financieras con los clientes.
- El primer integrante de la segunda generación ya está a cargo de las relaciones con clientes y búsqueda de nuevos clientes.
- Ernesto está a cargo de la dirección general de la compañía delegando en sus dos hijos.

2016

- Ampliación de la fuerza comercial.
- Ingreso agente de ventas a la compañía para apoyar el área de ventas.
- Teniendo en cuenta el buen nivel del dólar y el proceso de paz que se venía adelantando y estaba próximo a su firma se abren muchas oportunidades con nuevos mercados que empiezan a ver a Colombia como una opción para comprar sus flores.
- Participación en Agriflor presentando la nueva estructura al mercado.

2017

- En vista de los buenos resultados se hace la primera aproximación al mercado de exportación de frutas participando en la feria Fuit Logística en Berlín.
- Tiempos difíciles por clientes que dejan de pagar sumas considerables, esto causado por el Brexit y un cliente de Kuwait que no pagó sus obligaciones con la compañía.
- Financiación de las entidades financieras para la crisis.
- Reducción fuerte de gastos, reduciendo temas de marca, eventos y participación en ferias.
- Análisis de riesgo de cada cliente, dejando ir a clientes que representaban riesgos financieros.
- Terminación de los contratos con agentes de venta freelance.

2017

- Se da la fusión de dos agencias de carga colegas pequeñas para crear una agencia de carga de características similares a Real Carga.
- Inicia una agresividad comercial fuerte con esta fusión de la que Real Carga sale airoso sin perder clientes.
- Se contraen un poco los volúmenes de la compañía.
- Ante la crisis generada por la falta de pago de 3 clientes se busca financiación en el sector financiero, y, se pone una pausa a la expansión comercial que se venía desarrollando.

2018

- Una vez superada la crisis se retoma la estrategia de expansión comercial.
- Tras la crisis y la firma de los acuerdos de paz, muchas oportunidades nuevas se abren dando paso a un crecimiento comercial muy importante.

2019

- Se inicia un año lleno de expectativas de crecimiento.
- Se oficializa la venta de una agencia de carga de colega a una multinacional de origen suizo que a su vez es vendida a una de origen americano. Esto genera nuevamente preparación para una agresividad comercial, no se da el caso, y Real Carga mantiene sus clientes y capta algunos nuevos que eran de esta agencia local.
- Se anuncia la venta de la fusión realizada en 2017 a una de las empresas de logística más grandes a nivel mundial. Esta venta al final no se da por razones aún desconocidas.
- Esta fusión queda en una posición débil frente al mercado, situación que sus competidores, incluido Real Carga aprovechan para captar algunos de sus clientes.

2019

- Las deudas y compromisos adquiridos en 2017 se saldan a buen termino.
- Se inicia el proceso de cambio de imagen corporativa para ser lanzado al mercado en Proflora 2019.
- El mercado reacciona de forma positiva a estos cambios, aún es recordado el evento de lanzamiento y la nueva imagen ha generado gran impacto.
- Estos cambios y la trayectoria, crecimiento y perdurabilidad le han valido a Real Carga reconocimientos, invitaciones y premios como una de las agencias de carga locales más importantes en Colombia para la logística de exportación de flores.

2020

- El año inicia con gran expectativa por los resultados de los años anteriores.
- Inicia la crisis del COVID - 19 y cambia los planes de la humanidad.
- San Valentín se desarrolla sin contratiempos.
- El día de la madre en Reino Unido se desarrolla sin contratiempos.
- Sna Jordi es la primera temporada que presenta problemas y se hace una apuesta con un cliente de Cataluña que genera gran impacto en el mercado y genera gran reconocimiento a la labor de mantener vigente la exportación de flor desde Colombia.

2020

- Los vuelos de pasajeros dejan de operar por lo que la capacidad ofertada al mercado se ve totalmente reducida, solo se mantienen vuelos cargueros y de caracter humanitario.
- Ante lo anterior la compañía adopta una estrategia de ofrecer a las transportadoras pagar un flete más elevado que el resto del mercado con tal de que los cupos fueran asignados a Real Carga, estrategia exitosa y que le dió a Real Carga una solidez muy importante en tiempos de pandemia.
- Esto generó que muchos clientes buscarán a Real Carga como solución logística ya que ellos son quienes cuentan con la mayor capacidad logística durante esta crisis.

2020

- Las estrategias antes mencionadas, y contra todo pronostico generan crecimiento de la compañía en tiempos de crisis por COVID 19.
- Un punto clave fue que el mercado de agencias de carga en general tomo una actitud de esperar y asignar cupos a medida que fueran saliendo, mientras que Real Carga tomo una actitud de conseguir y proteger la mayor cantidad de cupos posibles desde el principio.
- Se generan varias comunicaciones con Asocolflores prepañdore para el peor escenario posible frente a la temporada del día de la madre.

2020

- La compañía estaba preparada para un cierre definitivo de máximo 3 meses debido a sus reservas financieras y buen control de las mismas.
- Ante la expectativa e incertidumbre a nivel mundial, pues no solo se dependia de las medidas de Colombia sino de otros países para reactivar sus demandas de flor, se planteo una nueva estrategia financiera.
- Reducción de costos.
- Ingreso al programa de ayudas PAEF.

2020

- Estrategia comercial de contingencia.
- Al tener la mayor cantidad de cupos se genera una inercia que atrae clientes nuevos.
- Expectativa por el resultado de los clientes ante la crisis, afortunadamente los mercados empiezan a reaccionar y ningún cliente cierra sus puertas.
- Al tener una tarifa más alta se genera prioridad en la asignación de cupos lo que minimiza la probabilidad de reclamos por carga quedada.

2020

- La filosofía que siempre ha mantenido la compañía se fortalece, servicio al cliente, dando a los clientes, en tiempos de pandemia soluciones a sus necesidades, en tiempos adecuados.
- Se fortalece la teoría al inicio de la pandemia de que se deben dar soluciones no excusas.

2020

- Ante la incertidumbre que aún continúa, se desarrolla un plan conjunto entre áreas financiera y comercial para poder llevar un control muy acertado de cada operación.
- Esto implica que ahora se lleve un control comercial al saber que clientes están operando, con qué capacidad y sus características y a su vez se puede ver la rentabilidad por cada operación realizada en tiempo real.
- Esta herramienta se vuelve funcional para la toma de decisiones tanto comerciales como financieras.

2020

- En vista de los resultados iniciales frente a la crisis causada por el COVID 19, la compañía se embarca en nuevos proyectos.
- Ingreso nueva integrante para la expansión del mercado de logística marítima, frutas y carga seca.
- Se realizan los primeros dos contenedores de 40 pies de flor para España en la historia de la compañía.

2020

- La incertidumbre continúa en todos los frentes, ahora aún más con el posible cambio de gobierno en Estados Unidos.
- La compañía debe seguir preparada para adaptarse a los cambios que puedan venir.
- Actualmente la compañía cuenta con 21 empleados directos en Colombia y 10 empleados directos en Ecuador.

1.2. Anexo B. – Crecimiento en mercados a nivel mundial inicio de la nueva administración vs actualidad.

★ Países origen de la carga, año 2002: Colombia y Ecuador.

✦ Países destino con los que inicio la nueva administración de la compañía, año 2002: España, Reino Unido, Holanda, Puerto Rico.



★ Países origen de la carga actualidad: Colombia y Ecuador.

★ Países destino en la actualidad: España, Islas Canarias, Reino Unido, Estados Unidos, Holanda, Puerto Rico, Canadá, Jamaica, Antillas Holandesas, Antillas Francesas, Trinidad y Tobago, Argentina, Chile, Brasil, Francia, Noruega, Suecia, Estonia, Polonia, República Checa, Rumania, Sudáfrica, Corea del Sur, China, Japón, Australia, Nueva Zelanda, Qatar, Kuwait, Emiratos Árabes, Arabia Saudita y Bahrein.



1.3. Anexo C – Nuevo logo y sus formas.



The logo consists of the words "REAL" and "CARGA" in a bold, sans-serif font. "REAL" is in dark grey, and "CARGA" is in blue. The letter "R" in "REAL" has a blue triangular shape on its left side.

Nuevo Logo.



The logo consists of the words "REAL" and "CARGA" in a bold, sans-serif font. "REAL" is in dark grey, and "CARGA" is in blue. The letter "R" in "REAL" has a blue triangular shape on its left side. Below the main text is the tagline "anywhere, anytime" in a smaller, grey, lowercase sans-serif font.

Nuevo Logo – Tag en inglés.



Imagotipo vertical.

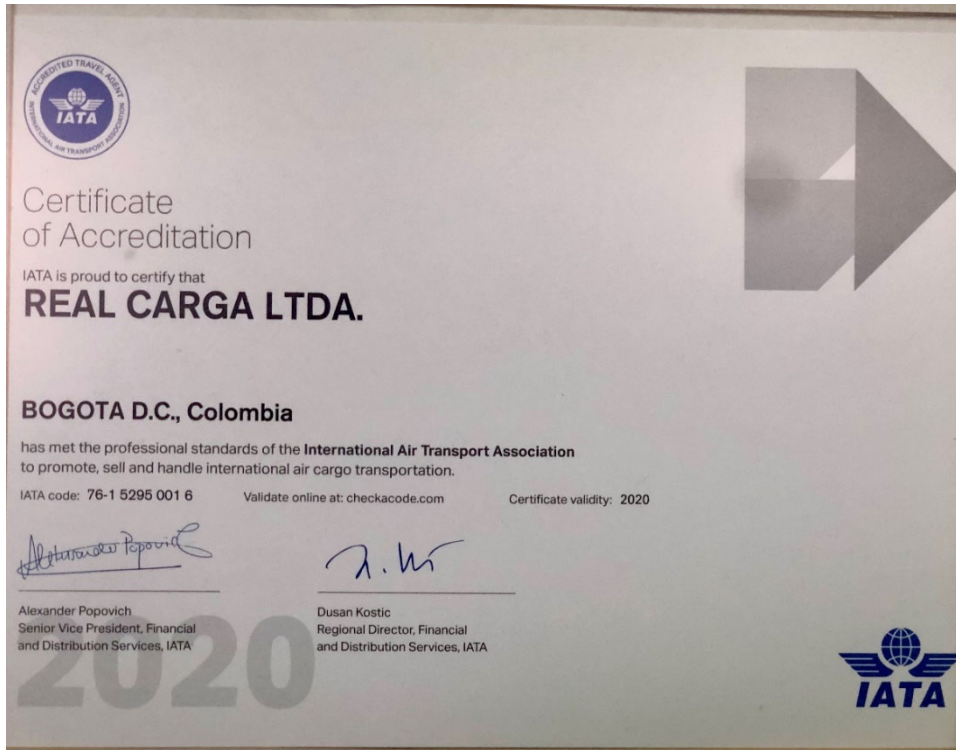


Imagotipo horizontal.



Isotipo.

1.4. Anexo D – Certificaciones actuales.



Certificación IATA 2020.



Certificación ISO 28000:2007 en seguridad valida hasta 2022.

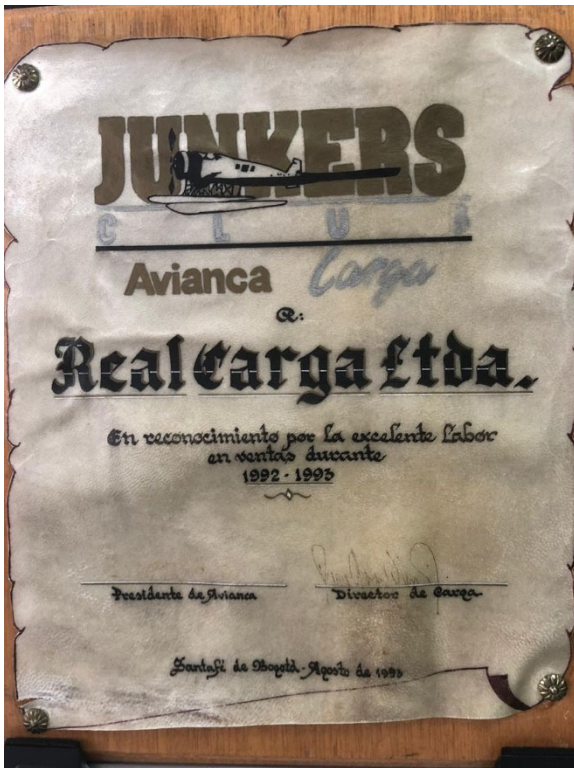
1.5. Anexo E - Archivo fotográfico.



Reconocimiento British Airways 1990.



Reconocimiento Lufthansa 1992.



Reconocimiento Junkers Club de Avianca 1993.



Cuadro que marca el inicio de la nueva administración de la compañía, este cuadro aún se encuentra en las oficinas de Real Carga.



Stand Proflora 2003, fue el stand ganador a mejor stand ese año.



Reconocimiento British Airways 2004.



Reconocimiento Martinair 2005.



Stand Proflora 2005.



Reconocimiento Tampa 2005.



Reconocimiento Tampa 2006.



Reconocimiento Martinair 2006.



Reconocimiento Avianca 2013.



Reconocimiento Avianca 2018.



Stand Profhora 2019.



Evento lanzamiento nueva marca 2019.



Invitación Español evento 2019.



Invitación Inglés evento 2019.



Stand IFTF 2019 y el equipo de ventas.



Stand Flowers of Colombia IFTF 2019.



Primer contenedor de flores con destino España realizado por la compañía, 2020.

1.6. Anexo F - Artículos complementarios.

A continuación, se relacionarán algunos artículos donde ha sido citado Real Carga como referente del mercado, y también artículos donde se puede dar un contexto más amplio a la labor que realiza la compañía.

“El transporte aéreo esta ‘marchitando’ el negocio de las flores”, artículo publicado en el diario El Tiempo el día 9 de octubre de 2017, para este artículo varias agencias de carga fueron consultadas, entre ellas Real Carga.

“Shipping latino flowers in the time of Covid 10”, artículo publicado en la revista FloraCulture International, edición Septiembre – Octubre 2020, paginas 16 – 17. En este artículo Real Carga Ltda es citado como empresa referente para el transporte de flor colombiana en tiempos de Covid 19 y se expresan las opiniones de la compañía frente a lo que se había venido viviendo hasta ahora con la crisis del Covid – 19.

“Transportar carga, un mínimo alivio en aerolíneas de pasajeros”, artículo publicado en Portafolio el día 23 de Noviembre de 2020. En este artículo se explica brevemente la importancia de la carga para la sostenibilidad de las aerolíneas de pasajeros en el mercado ante la crisis generada por el Covid – 19.

“COVID causing structural damage to Ecuadorean floriculture”, artículo publicado en el portal www.hortipoint.nl el 24 de Julio de 2020 en donde se explica como la crisis ha afectado la floricultura en Ecuador.

“COVID ‘marchita’ expectativas de floricultores para el Día de la madre”, artículo publicado en Portafolio el día 7 de Mayo de 2020 en donde se expone el escenario al que los floricultores

colombianos se enfrentaban antes de la temporada del día de la madre y el gran causante de este problema era la falta de transporte por poca oferta de vuelos.

“Las ventas florícolas ecuatorianas han caído un 70%”, artículo publicado en el diario El Comercio de Ecuador el día 16 de Marzo de 2020 en donde se expone la dura realidad a la que se enfrentaron los exportadores de flor ecuatorianos.

“Avianca Cargo estrena ruta entre Colombia y Holanda”, artículo publicado en el diario El Tiempo el día 16 de Enero de 2019, allí se presenta nueva ruta al mercado carguero en Colombia, ruta que actualmente sigue operando y que fue una de las claves para que la floricultura colombiana saliera adelante durante la crisis del COVID – 19.