

Universidad del Rosario



Omega Trade

Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:  
Juan Sebastián Benítez Villarraga

Bogotá, D.C.  
2022

Universidad del Rosario



Omega Trade

Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:  
Juan Sebastián Benítez Villarraga

Tutor:  
José Garcés Aparicio

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.  
2022

## Contenido

Glosario.....	5
Resumen ejecutivo.....	6
Palabras clave.....	7
Abstract.....	8
Keywords.....	9
1. Modelo de negocio.....	10
1.1. La verbalización del modelo.....	10
1.2. Análisis del mapa del entorno del modelo de negocio.....	11
1.3. Matriz de impacto D.O.F.A.....	13
1.4. Visión y misión.....	14
2. Legal.....	15
2.1. Riesgos jurídicos.....	16
2.2. Planeación legal.....	17
2.3. Plan de trabajo.....	17
2.4. Nombre comercial.....	19
2.5. Logo.....	19
2.6. Eslogan.....	19
3. Mercadeo y comunicación.....	20
3.1. Objetivo.....	20

3.2.	Propuesta de valor.....	21
3.3.	Segmentos.....	22
3.4.	Fortalezas de competidores.....	23
3.5.	Debilidades de competidores.....	23
3.6.	Portafolio de productos y/o servicio.....	23
3.7.	Experimentos de validación.....	24
3.8.	Equipo necesario.....	24
3.9.	Presupuesto.....	25
4.	Finanzas.....	26
4.1.	Margen de contribución por producto o servicio.....	26
4.2.	Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto.....	28
4.3.	Flujo de caja mensual 60 meses (5 años).....	30
4.4.	Balance general y estado de resultados.....	31
4.5.	Indicadores financieros.....	33
5.	Comercial.....	35
5.1.	Meta de ventas.....	35
5.1.1.	Semanal:.....	35
5.1.2.	Mensual:.....	35
5.1.3.	Número de nuevos clientes y ticket promedio actual.....	35
5.2.	Arquetipo de clientes.....	36

5.3.	Funnel de ventas .....	37
5.4.	Actividades comerciales .....	37
6.	Estudio técnico .....	39
6.1.	Ficha técnica del producto – servicio.....	39
6.2.	Lista de proveedores – distribuidores .....	40
6.3.	Maquinaria necesaria .....	40
6.4.	Capital de trabajo .....	41
7.	Referencias bibliográficas .....	42

## Glosario

1. Agricultura: Son los conocimientos desarrollados por el ser humano para hacer de la tierra una zona de producción alimenticia.
2. Exportación: Es la actividad de comercializar productos o servicios fuera del territorio de origen a destinos extranjeros.
3. FDA: Entidad ubicada en USA cuya responsabilidad es asegurar que sus alimentos cumplan con todos los requerimientos necesarios para ser consumidos.
4. Grandes superficies: Mercados o Supermercados de gran tamaño, y que venden desde alimentos hasta productos de higiene.
5. Modelo de negocio: Explicación de cómo se rige y funciona una organización correctamente con esta se evidencian el modelos financieros, modelos de ventas y modelos organizacionales.
6. Buenas practicas agrícolas: Requerimiento Colombiano, consiste en supervisar y adecuar todo el trato que se le da a un alimento antes de su consumo
7. USDA: El departamento de agricultura de los Estados Unidos de América, cuya función es proveer información acerca de los precios del mercados en todos sus alimentos y además contar con todos los requerimientos que se necesita para adquirir y comercializar un producto orgánico

## Resumen ejecutivo

Omega Trade, nace con la idea de crear y ejecutar el cultivo de Limón Tahití para exportación a mercados internacionales, apostándole a la agricultura Colombiana concretamente por nuestros pisos térmicos y la geolocalización nos podemos beneficiar considerablemente de estos. El Limón Tahití, es una fruta muy versátil, duradera la cual podemos derivar varios productos desde zumo de limón, productos cosméticos y de aseo personal hasta la utilización de su cascara para repostería. Nuestros cultivos están ubicados en Cunday, Tolima. Contamos con un área de 50 hectáreas y su posible expansión a 200 hectáreas mas para cultivar, en la cual serian 50.000 arboles produciendo.

Al mismo tiempo, buscamos ayudar a una comunidad vulnerable en donde estamos ubicados particularmente, se vio fuertemente afectada por la violencia donde hubieron enfrentamientos y hasta la toma de Cunday, un pueblo que no tiene los recursos necesarios para reactivar la economía. Ahí es donde entramos nosotros en lograr emplear mas de 40 personas solamente en los cultivos y posiblemente crear una planta empacadora donde puedan haber mas beneficiados con este proyecto.

Que nos diferencia de los demás cultivos y empresas exportadoras. Vamos a realizar un control absoluto en toda la cadena de suministro no solo dentro del cultivo sino también de la maquila y su exportación a clientes finales como los son las grandes superficies como Walmart, Target entre otras, al momento de llegar a los clientes finales estos necesitaran continuidad con el producto y volumen es por eso que contamos con gran cantidad de arboles para suplir la necesidad del cliente. Estamos en proceso de validar todos los certificados de Global Gap, ICA, BPA, USDA, INVIMA. Gracias a esto podemos contar con cultivos auto sostenibles y duraderos en el tiempo, erradicar

químicos y sobretodo entregar un producto de primera calidad al consumidor. Omega Trade, será una de las primeras fincas exportadoras en la cual no solo exporten frutas sino también llevar a cabo todos los derivados de limón y su posible exportación.

### **Palabras clave**

Limón Tahití

Exportar

Maquila

Naviera

Cunday

Cultivo

Estados unidos

Europa

Certificados

Supermercados

Mayoristas

## **Abstract**

Omega Trade, was born with the idea of creating and executing farming of Persian Limes for export to international markets, betting on Colombian agriculture specifically for our thermal floors and geolocation we can benefit considerably from these. The Persian Limes is a very versatile, durable fruit from which we can derive various products from lemon juice, cosmetic and personal hygiene products to the use of its peel for confectionery. Our farms are located in Cunday, Tolima. We have an area of 50 hectares and its possible expansion to 200 more hectares to cultivate, in which there would be 50,000 trees producing.

At the same time, we seek to help a vulnerable community where we are particularly located, was strongly affected by the violence where there were clashes and even the capture of Cunday, a town that does not have the necessary resources to reactivate the economy. That is where we come in to be able to employ more than 40 people only in the crops and possibly create a packing plant where they can have more benefit from this project.

What differentiates us from other crops and export companies. We are going to carry out absolute control over the entire supply chain not only within the cultivation but also of the fabric and its export to end customers such as large stores such as Walmart, Target among others. We are in the process of validating all certificates from Global Gap, ICA, BPA, USDA, INVIMA. Thanks to this we can have self-sustainable and long-lasting crops, eradicate chemicals and above all deliver a top quality product to the consumer. Omega Trade will be one of the first export farms in which they not only export fruits but also carry out all limes derivatives and their possible export.

## **Keywords**

Persian Limes

Export

Food fabric

Shipping

Cunday

Farm

United States

Europe

Certificate

Requirements

Groceries

Wholesaler

## **1. Modelo de negocio**

### **1.1.La verbalización del modelo.**

Una vez el cultivo este en plena producción, en primer lugar, se hará su respectiva recolección diariamente en la cual se estima recolectar 15000 kilos semanales. En segundo lugar, se llevara rápidamente en camiones a la planta empacadora en Espinal, Tolima donde harán su respectiva clasificación por calibre, color, encerado y empaque en cajas de 40 lbs. En tercer lugar, se enviara un contenedor de 23.000 kilos con aproximadamente 1240 cajas a barranquilla de la mano de una naviera que demorara entre 5-7 días en llegar al puerto de Miami, Florida donde esta ubicado el cliente final. Por ultimo, Super limes inc nuestra empresa radicada en Estados Unidos contratara un bróker para el agenciamiento de aduanas y posteriormente la entrega del contenedor donde el cliente desee.

Asimismo hay fruta que no es apta para la exportación ya que no cumple con los requerimientos necesarios bien sea por peso y manchas de sol, en ese caso se vera cual es la mejor opción para generar una productividad extra y no tener perdida de fruta, es decir la elaboración de zumo de limón, cosméticos o repostería.

## 1.2. Análisis del mapa del entorno del modelo de negociación

Imagen 1.

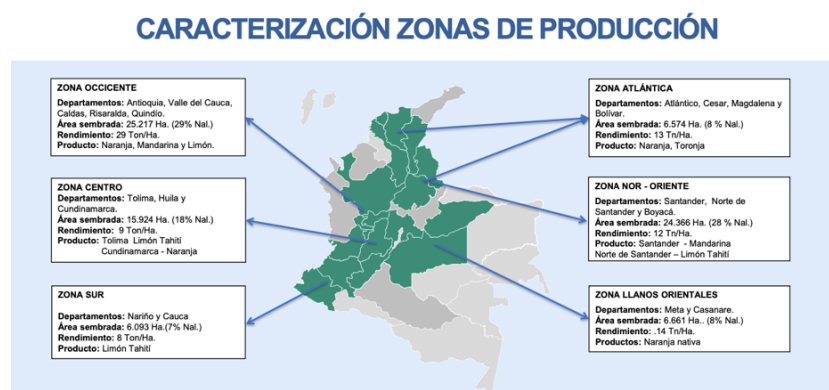
*Análisis del entorno y funcionamiento Omega Trade (2021)*



Fuente: Sebastian Benitez

Según el DANE (2018), En Colombia hay 18.000 hectareas sembradas de Limón Tahití de las cuales son todas exportan a mercados internacionales, mas del 50% de estas venden su fruto en el mercado nacional. Como se evidencia en las imágenes de apoyo el Valle del Cauca que esta compuesto por Antioquia, Caldas , Risaralda y Quindío lideran con un 29% en el posicionamiento frente a todo el país.

Imagen 2.  
Caracterización zonas producción (2020)



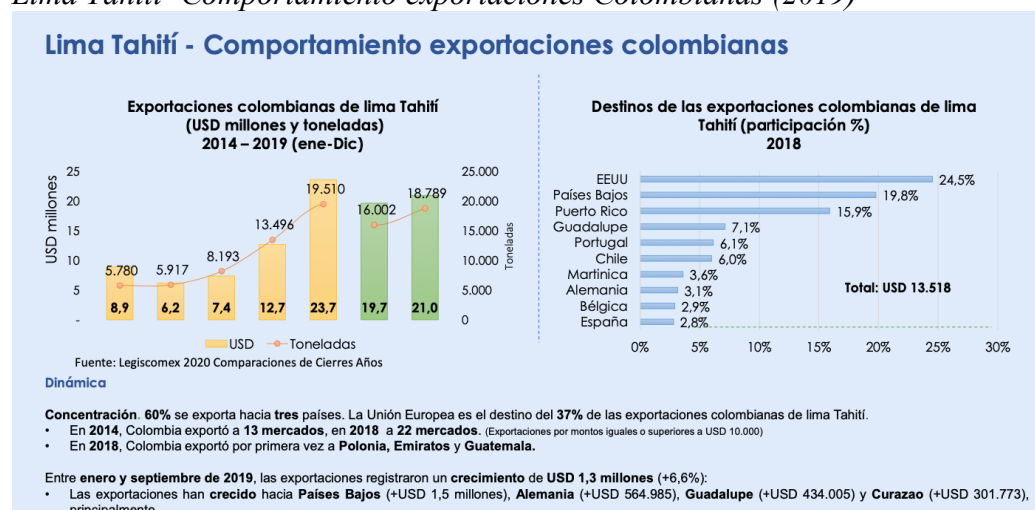
Fuente: DANE

Cabe mencionar que Estados Unidos es el principal comprador e importador de este maravilloso fruto. Con una participación del mas del 24,5% frente a otros países esto se debe a la facilidades para entrar a este mercado como precios bajos en fletes marítimos, cercanía con nuestro país, tratados de libre comercio y sobretodo las costumbres de países norteamericanos de consumir el Limón bien sea en alimentos o bebidas de todo tipo.

Según legiscomex (2020), las exportaciones de Lima han aumentado un 60% con respecto a los años anteriores, nos indica que su mercado no solo esta abierto a comprar mas sino también a pagar un mejor precio siempre y cuando el producto este en mejores condiciones.

Por otro lado, el portal de información trademap (2020) Colombia solo representa el 3% de las importaciones de fruta que ingresan a dicho país. Esta información es muy valiosa ya que podremos penetrar este mercado fácilmente donde abra demanda y excelentes precios de compra.

## Imagen 3.

*Lima Tahití- Comportamiento exportaciones Colombianas (2019)*

Fuente: DANE

**1.3.Matriz de impacto D.O.F.A.**

Tabla 1

*DOFA Omega Trade (2021)*

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El manejo de agua como recurso limitado</li> <li>Cambios del ph en el suelo</li> <li>No hay eficiencia en la recolección del fruto</li> <li>Limitantes en el sistema de riego</li> </ul>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expansión de mercados emergentes</li> <li>Diversificación de productos</li> <li>Consumidores que buscan opciones naturales</li> </ul>
<p>Fortalezas</p>	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocimiento de la empresa</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en las monedas extranjeras</li> <li>• Contamos con toda la cadena de suministro</li> <li>• Volumen optimo para llegar a clientes grandes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variación climática</li> <li>• No hay precios estables</li> </ul>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Sebastian Benitez

#### **1.4. Visión y misión.**

**Visión:** Buscamos un crecimiento con productos integrales que fomente el aumento de la industrial de la mano con nuevas tecnologías que mejoren la eficiencia, calidad y rentabilidad de la producción frutícola a nivel mundial.

**Misión:** Omega Trade dirige sus esfuerzos a comercializar nacional e internacional frutas colombianas para satisfacer las necesidades de consumidores y ayudando a los Productores agrícolas en la comercialización. Omega Trade está orientada hacia la rentabilidad sostenible y orgánica.

## 2. Legal

Al manejar alimentos hay varios requerimientos y certificados a tener en cuenta, la no obtención o falsificación de estos puede incurrir en faltas graves no solo para la empresa exportadora sino también para la empresa importadora en el exterior. Los certificados a tener en cuenta son:

- BPA: Buenas practicas agrícolas:

Se expide mediante el ICA y regula aspectos técnicos, sociales, ambientales, organizacionales y condiciones laborales para que se lleve a cabo una buena practica y calidad del fruto.

- ICA: Registro ICA para exportación

Este certificado debe ser expedido a la empresa que tenga actividad principal exportar, si o si debe estar vinculada con una maquila ya que ella debe firma un visto bueno donde incluyan buenos procedimientos y que la fruta que se envía es de excelente calidad y no tendrá problemas durante el desplazamiento.

- Certificación predio ICA para cultivo:

Cada predio en el cual se haya cultivado Limón Tahití y su actividad principal sea exportarlo debe registrarlo mediante el ICA esta entidad se encargara de monitorear cantidades exportadas y trazabilidad del fruto.

- FDA: Food and Drugs Administration:

Un requerimiento que pide Estados Unidos a las empresas importadoras y exportadoras donde buscan mitigar plagas, sanidad y narcóticos.

- USDA: United States Department of Agriculture:

Es una entidad responsable de regular y supervisar precios y el comercio justo dentro del agro en la cual no solo están alimentos como frutas y verduras sino también animales.

- Global GAB: registro de alimentos orgánicos

Esta certificación es obligatoria para poder exportar a países Europeos sin embargo en Estados Unidos se requiere siempre y cuando vayamos a exportar productos 100% orgánicos. El certificado se expide a cultivos que están libres de químicos, insecticidas una trazabilidad bastante exigente.

- Lista de empaque
- RUT (casillas aduaneras)
- Firma digital
- Habilitar la empresa para pagos del exterior

## **2.1. Riesgos jurídicos**

En caso de incumplir con los requerimientos y certificados explicados anteriormente pueden sancionar al cultivo por malos manejos fitosanitarios y así pagar una multa o por el contrario si se realiza la exportación y el fruto no cuenta con las condiciones necesarias para ingresar al país, se hace la quema de toda la fruta además de esto, ventando a la empresa exportadora e importadora de realizar dicha actividad. Es de suma importancia llevar a cabo todos los requerimientos antes de realizar la exportación para evitar sanciones y multas que puedan perjudicar a la empresa y personal.

## 2.2.Planeación legal

Teniendo en cuenta los requerimientos y certificados podríamos crear una cooperativa en el pueblo y pasar un radicado para que la alcaldía pueda destinar recursos para así optimizar el trabajo y que toda la comunidad también se vea beneficiada de la actividad. Por otro lado, al ser una empresa exportadora el gobierno otorga beneficios varios como estar exentos del impuesto sobre las ventas, devolución de IVA, entre otras.

## 2.3.Plan de trabajo

Teniendo en cuenta que el cultivo lleva más de 1 año cultivado, se espera una producción estimada para exportar a principios del 2023 donde especificamos con fechas, cantidades y precios a aproximados a exportar.

Tabla 2  
*Plan de trabajo Omega Trade (2021)*

<b>DETALLE</b>	<b>JANUA RY</b>	<b>FEBRUA RY</b>	<b>APRI L</b>	<b>MAY</b>	<b>JUL Y</b>	<b>AUGU ST</b>	<b>NOVEMB ER</b>	<b>DECEMB ER</b>
<b>CANTIDAD ESTIMADA KILOS</b>	5.244	5.244	5.244	5.244	5.244	5.244	5.244	5.244
<b>CANTIDAD DE PRODUCCI ON EN KILOS</b>	3670,80	3670,80	3670, 80	3670, 80	3670, 80	3670,80	3670,80	3670,80

<b>(MENOS 30%)</b>								
<b>DÍAS LABORAL ES</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
<b>NUMERO DE ARBOLES</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>	<b>6555</b>
<b>PESO COSECHA DO AL MES POR ARBOL (KG)</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>
<b>NÚMERO DE EMPLEAD OS FIJOS</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Fuente: Sebastian Benitez

## 2.4.Nombre comercial

C.I OMEGA TRADE, nace aproximadamente 13 años junto con mi familia ya que la empresa desde sus inicios a llevado a cabo la exportación y sobretodo la importación de productos textiles desde China hacia Colombia, una empresa que ha crecido mediante los años creando empresas vigentes con estos nombres en Goangzhou, China y Panamá. Hoy en día, abrimos una nueva sucursal llamada SUPER LIMES INC que radica en Miami, Estados Unidos.

## 2.5.Logo

Imagen 4.

*Logo de la empresa Omega Trade (2021)*



Fuente: Sebastian Benitez

## 2.6.Eslogan

“DEL CAMPO A TUS MANOS”. Este eslogan se creo aproximadamente hace un año porque hace referencia al esfuerzo y dedicación que conlleva la agricultura colombiana. Cada persona que esta vinculada a esta empresa lleva consigo su mejor esfuerzo para entregarle al consumidor final el mejor producto posible.

### 3. Mercadeo y comunicación

#### 3.1. Objetivo

El objetivo de la empresa es llegar directamente a supermercados de comida como Walmart, Target y Costco con esto aseguramos un buen precio de compra y volumen de ventas, respetando los contratos con sus términos y condiciones. ¿Como lo vamos a lograr?

Pasando propuestas formales presenciales directamente en la ciudad donde queremos entregar el producto:

- Visitando ferias exportadoras tanto en Colombia como en el extranjero.
- Llevando un proceso de la mano con Procolombia que ayuda en el crecimiento de empresas exportadoras.
- Asistiendo a ferias de alimentos.

Imagen 5.  
*Logo Walmart (2020)*



Fuente: Walmart

Imagen 6.  
*Logo Costco (2021)*



Fuente: Marcas

### **3.2.Propuesta de valor**

Omega trade, ingresa al mercado internacional contando como uno de los cultivos mas grandes en Colombia con mas de 50.000 arboles con registro Global Gab, esto nos ayuda a ser mucho mas atractivos ya que clientes en el exterior se les dificulta generar contratos y permanencias con exportadoras Colombianas ya que no cumplen con el volumen necesario, usualmente se exportan 4-6 mensuales orgánicos en todo Colombia. En nuestro cultivo podemos exportar esa cantidad nosotros mismo sin necesidad de comprar a otros proveedores. Adicionalmente, podríamos incursionar en zumos de limón orgánico, cosméticos orgánico y repostería orgánica. Hoy en día, se busca la no aplicación de químicos que afecten el ecosistema y la salud humana.

Imagen 8.  
*Cultivo propio de Limón Tahiti (2020).*



Fuente: Sebastian Benitez

### **3.3.Segmentos**

Buscamos un segmento de grandes superficies como lo son supermercados de alimentos es decir, no llegamos al consumidor final que son las personas naturales.

Si quisiéramos llegar a esos consumidores finales que pagan precios muchos mas altos tendríamos que incursionar en crear mini supermercados donde lleguemos al ese cliente sin embargo requiere mucho capital y la empresa no se encuentra interesada.

En conclusión, nuestro segmento son los supermercados o mayoristas.

### **3.4.Fortalezas de competidores**

Hoy en día, hay pocos cultivos que exportan su fruta directamente. Usualmente los cultivos venden su producto a empresas exportadoras las cuales se encargan de comprar el mayor volumen posible para así poder completar y llenar el cupo del contenedor. En efecto, los cultivos en Colombia no tienen la capacidad de exportar ellos mismo.

Cuentan con alianzas con cultivos

Alianzas con plantas empacadoras

Contratos directos con mayoristas

Anticipos de dinero

### **3.5.Debilidades de competidores**

No cuentan con cultivos propios

Variación de precios

Alta oferta en algunos meses del año y baja del precio de venta

No hay control de la aplicación de químicos en los cultivos

### **3.6.Portafolio de productos y/o servicio**

Limón Tahití orgánico

Imagen 9.  
*Limon Tahiti. Fuente. (2018)*



Fuente: Pngtim

Tamaño o calibre: 230, 200, 175, 150

Servicio de exportacion directa hacia Estados Unidos

### **3.7.Experimentos de validación**

Hoy en dia, contamos con cultivos propios y la creacion de la empresa misma.

Actualmente, estamos codificados como proveedores en Surtifruver y Olimpica haciamos entregas en los puntos autorizados aproximadamente de 4.000 kilos semanales de Limon Tahiti.

Interrumpimos la actividad porque las grandes superficies estaban generando los pagos a mas de 50 dias habiles, nosotros como empresa no podemos soportar esa cartera y dar credito de tantos dias.

### **3.8.Equipo necesario**

Hay diferentes equipos necesarios, depende de la actividad. En este caso somos una empresa agricultura y comercializadora, a continuacion explicaremos cada actividad.

Agricultura:

- Maquinaria (tratores y equipos de fumigacion)
- Bodegas de insumos
- Bodega de almacenamiento de fruta
- Trajes de proteccion para los trabajadores

Comercializacion:

- Camion para hacer el transporte adecuado
- Bodega de almacenamiento y clasificacion
- Bodega de canastillas en implementos
- Trajes de bioseguridad para entrega del producto
- Pallets para organizar las canastillas

### 3.9.Presupuesto

Los costos de produccion que tuvimos que incurrir para elaborar la actividad de cultivar limon tahiti fue de mas de \$1.000.000.000 COP. Lo discriminamos de la siguiente manera.

Tabla 3

*Presupuesto Omega Trade (2021)*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>MAQUINARIA</b>	<b>\$38.500.000</b>
<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>\$10.000.000</b>
<b>CARRETERA</b>	<b>\$6.000.000</b>
<b>BODEGA DE HERRAMIENTA</b>	<b>\$35.000.000</b>
<b>EMPAQUE FRUTAS</b>	<b>\$19.250.000</b>
<b>BODEGA DE FRUTAS</b>	<b>\$45.000.000</b>
<b>BODEGA DE INSUMOS</b>	<b>\$30.000.000</b>

<b>ANALISIS QUIMICOS</b>	<b>\$5.000.000</b>
<b>BAÑOS</b>	<b>\$15.000.000</b>
<b>AREA DE COMIDAS</b>	<b>\$15.000.000</b>
<b>DOTACION TRABAJADORES</b>	<b>\$8.000.000</b>
<b>TANQUES DE AGUA</b>	<b>\$30.000.000</b>
<b>SISTEMA DE RIEGO</b>	<b>\$64.750.000</b>
<b>IMPREVISTOS</b>	<b>\$25.000.000</b>
<b>COSTO DE SIEMBRA POR ARBOL</b>	<b>\$16.500</b>
<b>ARBOLES (6555)</b>	<b>\$108.157.500</b>
<b>VALOR TOTAL FINCA</b>	<b>\$600.000.000</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1.054.674.000,00</b>

Fuente: Sebastian Benitez

#### 4. Finanzas

##### 4.1. Margen de contribución por producto o servicio

Tabla 4

*Márgenes de contribución Omega Trade (2021)*

<b>Precio</b>	\$ 165.600.000,00
---------------	-------------------

Costos Fijos	
Rubros	\$
	\$
Naviera	15.000.000

Planta empaadora	\$ 14.950.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$</b>
<b>EMPRESA</b>	<b>29.950.000,00</b>

Gastos Fijos	
Rubros	\$
Contador	\$ 650.000
Viaticos jefe logistica	\$ 2.000.000
Jefe Logistica	\$ 5.000.000
Salarios generales	\$ 5.000.000
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	<b>\$</b>
<b>EMPRESA</b>	<b>\$12.650.000,00</b>

Costos Variables Unitarios	
Rubros	\$
Limon	\$69.000.000,00
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$</b>
<b>UNITARIOS</b>	<b>\$ 69.000.000,00</b>

	<b>\$</b>
<b>Margen Contribución \$</b>	<b>96.600.000</b>
<b>Margen contribución %</b>	<b>58,33%</b>

Fuente: Sebastian Benitez

#### 4.2.Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto

Tabla 5

*Punto de equilibrio Omega Trade.(2021)*

Costos Fijos	
Rubros	\$
	\$
Naviera	15.000.000
Planta empacadora	\$ 14.950.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$
<b>EMPRESA</b>	<b>29.950.000,00</b>

Gastos Fijos	
Rubros	\$
Contador	\$ 650.000
Viaticos jefe logistica	\$ 2.000.000
Jefe Logistica	\$ 5.000.000
Salarios generales	\$ 5.000.000
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	
<b>EMPRESA</b>	<b>\$12.650.000,00</b>

<b>Margen Contribución \$</b>	<b>\$ 96.600.000</b>
<b>Margen contribución %</b>	<b>58,33%</b>

<b>Punto Equilibrio \$</b>	<b>\$ 73.028.571</b>
----------------------------	--------------------------

Fuente: Sebastian Benitez

### 4.3. Flujo de caja mensual 60 meses (5 años)

Imagen 10.

*Flujo de caja 5 años Omega Trade (2021)*

FLUJO DE CAJA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	2	3	4	5
<b>Total Ingresos</b>	\$ 4.305.600.000	\$ 7.948.800.000	\$ 7.948.800.000	\$ 9.936.000.000	\$ 9.936.000.000
<b>Materiales</b>					
Inventario inicial					
Compras mas	\$ 2.212.600.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.747.200.000	\$ 4.747.200.000
Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Mano de obra (incluyendo prestaciones)</b>	\$ 110.000.000	\$ 120.000.000	\$ 204.000.000	\$ 204.000.000	\$ 240.000.000
Jefe de logística	\$ 55.000.000	\$ 60.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 120.000.000
Salario grupal	\$ 55.000.000	\$ 60.000.000	\$ 108.000.000	\$ 108.000.000	\$ 120.000.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	\$ 778.700.000	\$ 1.437.600.000	\$ 1.437.600.000	\$ 1.797.000.000	\$ 1.797.000.000
Naviera	\$ 390.000.000	\$ 720.000.000	\$ 720.000.000	\$ 900.000.000	\$ 900.000.000
Planta empacadora	\$ 388.700.000	\$ 717.600.000	\$ 717.600.000	\$ 897.000.000	\$ 897.000.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Gastos Administrativos y Operacionales</b>	\$ 29.150.000	\$ 31.800.000	\$ 51.000.000	\$ 51.000.000	\$ 63.600.000
Contador	\$ 7.150.000	\$ 7.800.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.600.000
Viajeros jefe logística	\$ 22.000.000	\$ 24.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 54.000.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO</b>					
<b>Egresos No Operacionales (nada que ver con el negocio; las multas)</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Act. Fijos Depreciables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Egreso no Operacional</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL</b>					
<b>Aportes socios</b>	\$ 90.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Creditos obtenidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Subtotal Ingresos financieros</b>	\$ 90.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Comisiones Bancarias</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Egresos Financieros</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Caja del período</b>	\$ 189.550.000	\$ 189.550.000	\$ 180.950.000	\$ 261.400.000	\$ 257.350.000
Caja inicial	\$ 1.075.600.000	\$ 3.350.200.000	\$ 5.530.200.000	\$ 8.586.550.000	\$ 11.678.800.000
<b>Caja neta acumulada</b>	\$ 1.265.150.000	\$ 3.539.750.000	\$ 5.711.150.000	\$ 8.847.950.000	\$ 11.936.150.000
<b>Impuestos 33%</b>	\$ -	\$ 387.799.500	\$ 750.618.000	\$ 716.562.000	\$ 1.035.144.000
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total impuestos</b>	\$ -	\$ 387.799.500	\$ 750.618.000	\$ 716.562.000	\$ 1.035.144.000
<b>Caja del período despues de impuestos</b>					
Caja inicial					
<b>Caja neta acumulada despues de impuestos</b>	\$ 1.265.150.000	\$ 3.151.950.500	\$ 4.572.732.500	\$ 6.992.970.500	\$ 9.046.026.500

Fuente: Sebastián Benitez

#### 4.4. Balance general y estado de resultados

Imagen 11.

*Balance general Omega Trade (2021)*

Balance General	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo</b>					
Caja y Bancos	\$ 1.265.150.000,00	\$ 3.151.950.500,00	\$ 4.572.732.500,00	\$ 6.992.970.500,00	\$ 9.046.026.500,00
Cuentas por Cobrar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversiones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inventario Final	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 1.265.150.000,00</b>	<b>\$ 3.151.950.500,00</b>	<b>\$ 4.572.732.500,00</b>	<b>\$ 6.992.970.500,00</b>	<b>\$ 9.046.026.500,00</b>
Activos fijos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación acumulada	\$ 0,00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Activos fijos netos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 1.265.150.000</b>	<b>\$ 3.151.950.500,00</b>	<b>\$ 4.572.732.500,00</b>	<b>\$ 6.992.970.500,00</b>	<b>\$ 9.046.026.500,00</b>
Anticipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Obligaciones Bancarias	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Empleados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Costos de fabricación	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Provisión Impuestos	\$ 387.799.500,00	\$ 750.618.000,00	\$ 716.562.000,00	\$ 1.035.144.000,00	\$ 1.019.106.000,00
<b>Pasivos Corto Plazo</b>	<b>\$ 387.799.500,00</b>	<b>\$ 750.618.000,00</b>	<b>\$ 716.562.000,00</b>	<b>\$ 1.035.144.000,00</b>	<b>\$ 1.019.106.000,00</b>
Obligaciones Bancarias	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Provisión Impuestos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Pasivos Largo Plazo</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 387.799.500,00</b>	<b>\$ 750.618.000,00</b>	<b>\$ 716.562.000,00</b>	<b>\$ 1.035.144.000,00</b>	<b>\$ 1.019.106.000,00</b>
Capital Suscrito y Pagado	\$ 90.000.000,00	\$ 90.000.000,00	\$ 90.000.000,00	\$ 90.000.000,00	\$ 90.000.000,00
Perdida/Utilidad Acumulada	\$ 787.350.500,00	\$ 2.311.332.500,00	\$ 3.766.170.500,00	\$ 5.867.826.500,00	\$ 7.936.920.500,00
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 877.350.500,00</b>	<b>\$ 2.401.332.500,00</b>	<b>\$ 3.856.170.500,00</b>	<b>\$ 5.957.826.500,00</b>	<b>\$ 8.026.920.500,00</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 1.265.150.000,00</b>	<b>\$ 3.151.950.500,00</b>	<b>\$ 4.572.732.500,00</b>	<b>\$ 6.992.970.500,00</b>	<b>\$ 9.046.026.500,00</b>
<b>Sumas iguales:</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>

Fuente: Sebastián Benítez

Imagen 12.

## Estado de resultado Omega Trade. (2021)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 4.305.600.000	\$ 7.948.800.000	\$ 7.948.800.000	\$ 9.936.000.000	\$ 9.936.000.000
<b>+Inventario inicial materia prima</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>+Compras materia prima</b>	\$ 2.212.600.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.747.200.000	\$ 4.747.200.000
<b>-Inventario final de materia prima</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=Materiales directos consumidos</b>	\$ 2.212.600.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.084.800.000	\$ 4.747.200.000	\$ 4.747.200.000
<b>+Mano de obra directa</b>	\$ 110.000.000	\$ 120.000.000	\$ 204.000.000	\$ 204.000.000	\$ 240.000.000
<b>+Costos indirectos de fabricación</b>	\$ 778.700.000	\$ 1.437.600.000	\$ 1.437.600.000	\$ 1.797.000.000	\$ 1.797.000.000
<b>=Costo de productos fabricados</b>	\$ 3.101.300.000	\$ 5.642.400.000	\$ 5.726.400.000	\$ 6.748.200.000	\$ 6.784.200.000
<b>+Inventario inicial de productos en proceso</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>-Inventario final de productos en proceso</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=Costo de productos terminados</b>	\$ 3.101.300.000	\$ 5.642.400.000	\$ 5.726.400.000	\$ 6.748.200.000	\$ 6.784.200.000
<b>+Inventario inicial de producto terminado</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>-Inventario final de producto terminado</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>-descuentos</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Costo de ventas</b>	\$ 3.101.300.000	\$ 5.642.400.000	\$ 5.726.400.000	\$ 6.748.200.000	\$ 6.784.200.000
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 1.204.300.000	\$ 2.306.400.000	\$ 2.222.400.000	\$ 3.187.800.000	\$ 3.151.800.000
<b>Depreciacion y Amortizacion</b>	\$ 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Gastos de administración y ventas</b>	\$ 29.150.000	\$ 31.800.000,00	\$ 51.000.000,00	\$ 51.000.000,00	\$ 63.600.000,00
<b>EBITDA</b>	\$ 1.204.300.000	\$ 2.306.400.000,00	\$ 2.222.400.000,00	\$ 3.187.800.000,00	\$ 3.151.800.000,00
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 1.175.150.000	\$ 2.274.600.000	\$ 2.171.400.000	\$ 3.136.800.000	\$ 3.088.200.000
<b>Gastos financieros</b>	\$ 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 1.175.150.000	\$ 2.274.600.000	\$ 2.171.400.000	\$ 3.136.800.000	\$ 3.088.200.000
<b>Impuestos (33%)</b>	\$ 387.799.500	\$ 750.618.000	\$ 716.562.000	\$ 1.035.144.000	\$ 1.019.106.000
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 787.350.500	\$ 1.523.982.000	\$ 1.454.838.000	\$ 2.101.656.000	\$ 2.069.094.000

Fuente: Sebastián Benítez

## 4.5. Indicadores financieros

Imagen 13.

*Estados de resultado y balance Colexagro SAS (2021)*

Colexagro Internacional S.A.S. (Colombia) Constructor de Reportes

Información General **Estados Financieros** Noticias Reportes Compañías Similares Transacciones De M&A Análisis De Crédito De EMIS Traducir

Estados financieros Solo anual Estándar Global Indiv. COP 1 Mostrar más opciones Más períodos Exportar

Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv. 2019-12-31	Anual, Indiv. 2018-12-31
Fecha final del período	2019	2018
<b>- Estado de Resultados</b>		
- Total Ingreso Operativo	9,040,132,788	7,654,688,574
Ingresos netos por ventas	9,040,132,788 <span style="font-size: small;">Select to chart</span>	7,654,688,574 <span style="font-size: small;">18,1%▲</span>
Costo de mercancías vendidas	-8,611,915,590	-7,024,413,877
Utilidad bruta	428,217,198	630,274,697
Ganancia operativa (EBIT)	9,193,700	131,379,533
Ganancias antes de impuestos	5,101,598	17,853,161
Ganancias después de impuestos	5,101,598	17,853,161
Ganancia (Pérdida) Neta	5,101,598	17,853,161
Ganancias del periodo	5,101,598	17,853,161
<b>- Balance General</b>		
	2019	2018
- Activos Totales	4,820,894,117	3,914,013,714
Activos Corrientes	610,601,740	3,332,002,886
- Total de patrimonio y pasivos	4,820,894,117	3,914,013,714
Total de patrimonio	418,378,337	408,020,547
- Pasivos Totales	4,402,515,780	3,505,993,167
Pasivos no corrientes	0.00	2,689,135,449
Pasivos Corrientes	166,654,911	816,857,718

Fuente: CRAI Universidad del Rosario

Imagen 14.  
Estados de resultados y balance Nativa SAS (2020)

Nativa Produce S A S (Colombia)					
<a href="#">Información General</a>   <a href="#">Estados Financieros</a>   <a href="#">Noticias</a>   <a href="#">Reportes</a>   <a href="#">Compañías Similares</a>   <a href="#">Transacciones De M&amp;A</a>   <a href="#">Análisis De Crédito De EMIS</a>   <a href="#">Traducir</a>					
Estados financieros					
<span>Solo anual</span>   <span>Estándar Global</span>   <span>Indiv.</span>   <span>COP</span>   <span>1</span>   <a href="#">Mostrar más opciones</a>   <a href="#">Más periodos</a>   <a href="#">Exportar</a>					
Tipo de Estado Financiero	Anual, Indiv. 2020-12-31	Anual, Indiv. 2019-12-31	Anual, Indiv. 2018-12-31	Anual, Indiv. 2017-12-31	Anual, Indiv. 2016-12-31
Fecha final del período	2020	2019	2018	2017	2016
<b>- Estado de Resultados</b>					
- Total Ingreso Operativo	15,180,039,410	18,700,403,000	17,063,721,000	14,418,800,000	13,446,052,000
Ingresos netos por ventas	15,180,039,410	18,583,279,000	16,875,249,000	14,112,232,000	13,283,306,000
Costo de mercancías vendidas	-13,906,204,835	-16,712,956,000	-15,539,066,000	-12,919,534,000	-12,561,961,000
- Utilidad bruta	1,273,834,575	1,870,323,000	1,336,183,000	1,192,698,000	721,345,000
Gastos administrativos	0.00	-1,454,812,000	-1,067,159,000	-1,196,906,000	-1,026,892,000
- Otros resultados operativos netos		117,124,000	188,472,000	306,568,000	162,746,000
Otros ingresos operativos		117,124,000	188,472,000	306,568,000	162,746,000
Ganancia operativa (EBIT)	7,586,960	532,635,000	457,496,000	302,360,000	-142,801,000
EBITDA		644,585,000	540,242,000	361,217,000	-90,130,000
- Resultado financiero		-364,315,000	-110,633,000	-295,315,000	-266,911,000
Ingresos financieros		317,715,000	584,048,000	234,120,000	526,070,000
Gastos financieros		-682,030,000	-694,681,000	-529,435,000	-792,981,000
Ganancias antes de impuestos	13,303,610	168,320,000	346,863,000	7,045,000	-409,712,000
Impuesto a la renta	0.00	-118,349,000	-132,128,000	-8,691,000	-9,162,000
Ganancias después de impuestos	13,303,610	49,971,000	214,735,000	-1,646,000	-418,874,000
Ganancia (Pérdida) Neta	13,303,610	49,971,000	214,735,000	-1,646,000	-418,874,000
Ganancias del período	13,303,610				

Fuente: CRAI Universidad del Rosario

Cabe resaltar que estas empresas no son competencia directa ya que estas realizan exportaciones de todo tipo de frutas y verduras, además una de ellas cuenta con su propia planta empacadora esto cambia radicalmente el panorama. Por otro lado, al hacer su respectiva comparación podemos evidenciar que en cuanto ingresos sin tener el cultivo aun y ni la planta empacadora podemos tener ingresos bastantes altos. En cuanto a utilidad nosotros podemos incrementar ya que no tenemos planta y equipo tampoco incurrimos en empleados esto reduce drásticamente los costos. Se vería la posibilidad en un futuro que podamos mover más volumen incurrir en la creación de una planta empacadora y poder expandir nuestro portafolio de alimentos y poder tener una competencia directa con estas empresas.

## **5. Comercial**

### **5.1. Meta de ventas**

#### **5.1.1. Semanal:**

En el primero año de poder exportar no tendremos ventas semanales por la falta de producto y capacidad de maquiladoras, es por esto que el ejercicio se elabora poco a poco y mensual.

#### **5.1.2. Mensual:**

El objetivo es poder exportar en los 4 primeros meses 1 contenedor mensual, a partir del 5 mes hasta el 8 mes serán dos, y por ultimo desde el 9 mes hasta el 12 habrá una proyección de exportar 3 contenedores, durante el primer año de ventas. Por ultimo, incrementamos la cantidad exportadora en un 25% anual.

#### **5.1.3. Número de nuevos clientes y ticket promedio actual.**

La empresa Super Limes inc, radicada en Miami, Florida. Ha tenido acercamiento con 3 posibles clientes ubicados en dicha ciudad estos se encuentran interesados en nuestros productos. El proceso para llevar a cabo la venta es emitir una orden de compra sin anticipo y se les entrega el producto bien sea en el puerto o en sus bodegas. El pago del cliente se realizará después de 15 días por medio de una transferencia bancaria.

#### **5.1.4. Precios**

Hemos identificado unos precios tanto en convencional como en orgánico y claramente son mucho mas atractivo los precios orgánicos por eso es de suma importancia para la empresa llevar a cabo toda una documentación y procesos para cumplir con los requerimientos necesarios. Adjuntos una lista de precios al mayor de este fruto.

Imagen 15.

Tabla de precios orgánicos Limón Tahití. (2021)

<b>CHICAGO : LIMES Market : SEEDED TYPES LOWER, OTHERS STEADY. Comments : Wide range in price, quality</b>						
<b>Location : CHICAGO Commodity : LIMES Package: 10 lb cartons Variety: SEEDLESS TYPE Type: Organic</b>						
Date	Low-High Price	Mostly Low-High Price	Origin	Origin District	Item Size	Environment
07/07/2021	22.00 - 22.00		MEXICO		36s	
07/07/2021	40.50 - 40.50		MEXICO		42s	

Fuente: USDA

Imagen 16.

Tabla de precios convencional Limón Tahití.(2021)

<b>MIAMI : LIMES Market : ABOUT STEADY. Offerings : FAIRLY LIGHT.</b>						
<b>Location : MIAMI Commodity : LIMES Package: 40 lb cartons Variety: SEEDLESS TYPE</b>						
Date	Low-High Price	Mostly Low-High Price	Origin	Origin District	Item Size	Enviro
08/19/2021	23.00 - 25.00		COLOMBIA		110s	
08/19/2021	22.00 - 24.00		COLOMBIA		150s	

Fuente: USDA

## 5.2.Arquetipo de clientes

Todo el trabajo realizado en los cultivos hasta que llega al cliente final, va dirigido a los supermercados o mayoristas que son el puente entre el cliente final. Se encuentra un interés bastante grande ya que son superficies donde su volumen de ventas es bastante alto y por lo tanto necesitan proveedores todo el tiempo pero sobretodo que cumplan con todos los requerimientos y constancia que ellos necesiten. Por otro lado, estamos enfocados en Estados Unidos sin embargo, no hay limite para llegar a cualquier parte del mundo con nuestro fruto haciendo un correcto análisis de mercado podríamos llegar a países como Holanda, Alemania y Países asiáticos puesto

que las tendencias indican que estos países elevaron su consumo de frutas y están dispuestos a pagar un precio mas elevado por un excelente producto.

### **5.3. Funnel de ventas**

En la búsqueda constante del cliente teníamos aspectos muy importantes a tener en cuenta. Formas de pago, altas capacidades de compra, excelente reputación, posibles alianzas comerciales, acciones legales si llegaban a incumplir con los pagos y buena reputación para posibles créditos o apalancamientos con los bancos extranjeros. En relación con esos aspectos decidimos que la mejor opción era llegar directamente con las grandes superficies como Walmart, Target, Costco y Whole Foods con todo su inventario orgánico. Sabemos que tenemos un reto de entregarles un excelente producto, pero sobretodo llegar a esa calidad y constancia que tanto esperamos para que dicha operación no tenga interrupciones y sea productiva tanto para ellos y nosotros.

### **5.4. Actividades comerciales**

- Etapa de planta empacadora: Una vez este recolectada la fruta, la llevaremos a la planta empacadora para su posterior clasificación y selección donde se empacará en cajas de 40lbs para ser transportada al puerto de barranquilla.
- Etapa de naviera: Con anticipación se apartará el cupo del contenedor con diferentes navieras como blue logistic en este caso, se encargará de transportar el contenedor desde la maquila hasta el puerto de Miami, Florida.
- Etapa de agenciamiento aduanero: Llevados cinco o siete días desde que el contenedor salió Colombia, es responsabilidad del bróker hacer los debidos procedimientos para que

el contenedor salga sin problemas y con todos los certificados del puerto de Miami. Nuestro bróker ofrece el servicio de entregar el contenedor en cualquier parte de Estados Unidos.

- Etapa de entrega: Realizado el agenciamiento correcto el cliente decide si llevarlo a la bodega de su gusto o recogerlo en el puerto
- Etapa de reintegro de la divisa: El cliente se sintió satisfecho y hace entrega de un cheque para cobrar después de 15 días, pasados esos días se notifica al banco el pagare y en uno o dos días hábiles el dinero estará disponible en la cuenta de la empresa.

Imagen 17.

*Caja de 40 lbs de Limón Tahití.(2020)*



Fuente: Sebastian Benitez

## 6. Estudio técnico

### 6.1. Ficha técnica del producto – servicio

Imagen 18.

*Ficha tecnica Limon Tahiti Omega Trade. (2021)*



**FICHA TÉCNICA**

**LIMÓN  
TAHITÍ**

- Origen: Colombia
- Descripción: Es de forma ovalada de cáscara delgada sin semilla y muy jugoso la piel de este tipo de limón es delgada de color verde oscura y pulpa verde clara
- Calibres: 110, 130, 150, 175, 200, 230
- Embalaje: Cajas de 4,5 kg o de 18,2 kg de carton corrugado
- Certificados: Global Gab, ICA, BPA, FDA, USDA

C.I OMEGA TRADE S.A.S

Fuente: Sebastian Benitez

## **6.2. Lista de proveedores – distribuidores**

En este caso, solo tendremos un proveedor que sera directamente la maquila o planta empacadora que completara el cupo del contenedor aproximadamente el 40% durante el primer año. Dentro del servicio que ofrece esta completar dicho cupo es decir, ellos buscaran directamente el producto con todos los certificados y especificaciones que necesitamos.

Nuestro cultivo tendra la capacidad despues del primer año de exportacion de suplir la necesidad del cliente, 1 o 2 contenedores mensuales.

## **6.3. Maquinaria necesaria**

Especialmente en la exportacion de fruta (Limon Tahiti), la unica maquinaria necesaria es una planta empacadora, esta tiene varios fases dentro de la misma Nativa (2020).

- Lavado: La fruta entra en un poso de agua con varios componentes quimicos donde hace la limpieza completa del fruto, ayuda a la erradicacion de bacterias y pesticidas durante su recoleccion.
- Area de encerado: En esta fase, el fruto se encera con el unico fin de perdurar en el tiempo y mejorar su estetica. Es importante resaltar que si fuese un producto organico es prohibido encerar la fruta ya que debe estar libre de cualquier material no natural.
- Area de secado: Pasa a una banda secadora donde estara a una temperatura controlada para que el fruto se seque rapidamente y no sea afectado por la humedad ya que este por si mismo transpira.

- Clasificación: En otra banda, habrán unos campos donde estará la medida y el peso correcto del fruto con esta información sabremos exactamente cuántos kilos abran en cada categoría.
- Embalaje: Por último, una persona será la encargada de empacar el fruto correctamente ordenado y calibrará el peso de la caja para ver si es de 4,5 kg o de 18,2 kg .

Imagen 18.

*Maquila Frutas las Lajas (2020).*



Fuente: Frutales las Lajas

#### **6.4. Capital de trabajo**

Las únicas partes que estarán en este proyecto serán la empresa misma llamada OMEGA TRADE SAS, la cual para exportar tiene proyectado invertir más de \$90.000.000 COP. Adicionalmente, la primera inversión fue aproximadamente \$1.000.000.000 COP en los cultivos y todas las adecuaciones que este conlleva.

## 7. Referencias bibliográficas

- Arevalo, Alcides. (2021). Imagen planta maquiladora. Recuperado el 20 de Diciembre del 2021. De Frutales las lajas webiste: <https://www.frutaleslaslajas.com>
- Barrero, Deyanina (2012). ¿Cómo solicitar un certificado para exportación? Recuperado el 4 de Octubre del 2021, de ICA website: <https://consultas.ica.gov.co>
- Benítez, Sebastián. (2021). Análisis del entorno y funcionamiento omega trade, Recuperado el 12 de Enero de 2022
- Benítez, Sebastián . (2021). Cultivo propio de limón Tahití. Recuperado el 25 de Diciembre del 2021.
- Benítez, Sebastián. (2021). Dofa omega trade. Recuperado el 10 de Octubre del 2021.
- Benitez, Sebastian (2021). Ficha tecnica limon tahiti omega trade. (2021). Recuperado el 16 de Noviembre del 2021.
- Cano, Dario (2020). Servicios y frutas exportadas. Recuperado el 27 de Noviembre del 2021, de Nativa produce webiste: <https://www.nativaproduce.com.co/es/frutas/>
- Costco, Wholesale. (2021). Imagen logo Costco. Recuperado el 27 de Diciembre de 202, de Costco website: <https://www.costco.com>
- Dane. (2020). Colombia principales destinos de las exportaciones. Recuperado el 28 de Diciembre del 2021. De DANE website: [www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones](http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones)

Lopez, Mauricio. (2019). Limón Tahití y Aguacate Hass entre los productos mas exportados de Colombia. Recuperado el 12 de Enero de 2022, de Agronegocios website: <https://www.agronegocios.co/agricultura/limon-y-aguacate-hass-entre-los-alimentos-que-mas-aumentan-sus-exportaciones-2912539>

Marcas. (2020) Imágenes Target Logo. Recuperado el 13 de Diciembre de 2021, de Marcas website: <https://1000marcas.net/target-logo/>

Martin, Jorge. (2020). Shipping Broker import.. Recuperado el 12 de Enero de 2022, de Bringer Air Cargo website: <https://bringerparcel.com>

Ministry, Foreign. (2018). Exporting fresh limes to Europe. Recuperado el 12 de Enero del 2022, de CBI website: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/limes#what-are-the-end-market-prices-for-limes>

Pngitem (2018). Imagen Limón Tahití. Recuperado el 2 de Diciembre del 2021, de Pngitem website: [https://www.pngitem.com/middle/bTiRhT\\_limn-tahiti-green-transparent-background-lemon-png-png/](https://www.pngitem.com/middle/bTiRhT_limn-tahiti-green-transparent-background-lemon-png-png/)

Trade map (2021). Import and Export Colombia and United States. Recuperado el 17 de Octubre del 2021, de Trade map website: <https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

Universidad del rosario, (2021). Estado de resultados Nativa S.A.S. Recuperado el 8 de Enero del 2022, de CRAI website: <https://www.urosario.edu.co/CRAI/inicio/>

Universidad del rosario, (2021). Estado de resultados Colexagro S.A. Recuperado el 8 de Enero del 2022, de CRAI website: <https://www.urosario.edu.co/CRAI/inicio/>

Usda, (2020), Informacion y servicio del USDA. Recuperado el 25 de Septiembre del 2021, de USDA website: <https://www.usda.gov/media/news-archives/informacion-y-servicios-del-united-states-department-agriculture-usda-por-sus>

Usda, (2021), Markets news Persian limes Price. Recuperado el 20 de Septiembre del 2021, de USDA website: <https://www.marketnews.usda.gov/mnp/fv-report-top-filters?&commAbr=LIM&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&navType=byComm&locName=&navClass=FRUITS&className=FRUITS&commName=LIMES&type=termPrice&startIndex=51>

Wallmart, (2021). Becoming a supplier. Recuperado el 27 de Noviembre del 2021, de Wallmart website: <https://corporate.walmart.com/suppliers>

Zea, Rodolfo. (2021). Cadena de cítricos. Recuperado el 30 de Noviembre del 2021. De Minagricultura website: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Citricos/Documentos/2018-03-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>