

Candel Velas Artesanales

Presentado por:
Natalia Castillo Ramos
Stefany Joana Gutierrez Guzman

Práctica Emprendimiento

Asesor de Práctica:
Yasmin Alexandra Vásquez Suárez

Universidad Católica Luis Amigó
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables
Medellín, Antioquia
2024

Tabla de Contenido

Candel Velas Artesanales.....	1
Tabla de Contenido.....	2
Índice de Tablas.....	4
Índice de Imágenes.....	5
Resumen:.....	6
Abstract:.....	6
Keywords:.....	6
1. Antecedentes.....	7
2. Definición del Negocio.....	7
3. Descripción del Equipo Emprendedor.....	10
4. Modelo de Negocio Canvas.....	11
4.1 Socios Claves:.....	11
4.2 Actividades Clave.....	14
4.3 Recursos Claves.....	15
4.4 Propuesta de Valor.....	16
4.5 Relación con el cliente.....	17
4.6 Canales de Comunicación.....	18
4.7 Segmento de clientes.....	18
4.8 Estructura de costos.....	21
4.9 Fuentes de ingresos.....	21
4.10 Canales de distribución.....	21
5. Empresa.....	25
5.1 Requisitos Legales.....	25
5.2 Objeto Social de la Empresa.....	27
5.3 Misión , Visión y Objetivos de la empresa.....	28
5.4 Organigrama (estructura organizacional).....	29
5.5 Análisis de la Producción Estudio y evaluación de esta área.....	30
5.6 Análisis Financiero y Contable.....	34
5.6.1 Área Contable y Financiera.....	34
5.6.2 Evolución financiera de los últimos dos años.....	35
5.6.3 Financiación.....	38
5.6.4 Créditos vigentes especificando.....	38
5.6.5 Política de costos: describa la política fijación de costos de su empresa. ¿Se tiene un cálculo de los costos fijos?.....	39
5.6.6 Se sabe ¿cuál es el punto de equilibrio de la compañía?.....	41
5.6.7 ¿Se lleva un costeo por producto? Se expresan los precios en los diferentes términos INCOTERM versión 2000.....	45
6. Análisis del Marketing Mix.....	48
6.1 Producto.....	48

6.2 Foto del producto: Canal de Venta.....	50
6.3 Catálogo.....	51
6.4 Sitio Web.....	52
6.5 Adecuación del producto o servicio para el mercado internacional.....	53
6.5.1 Producto Empaque.....	53
6.5.2 Etiquetado.....	54
6.5.3 Posicionamiento de la marca.....	55
6.5.4 Sistemas de mercadeo y publicidad que utilizan.....	56
6.5.5 Contactos comerciales.....	56
6.5.6 Acuerdos comerciales.....	57
6.5.7 Tratamiento arancelario.....	57
6.5.8 Cupos.....	58
6.5.9 Licencias.....	59
6.5.10 Requisitos Sanitarios.....	59
6.5.11 Requisitos técnicos.....	59
6.5.12 Puertos de entrada.....	61
6.5.13 Documentación requerida para la entrada del producto.....	63
6.5.14 Precio.....	64
7. Costos de exportación.....	65
Nivel de Precios.....	66
7.1 Promoción.....	67
7.2 Plaza – Canales.....	67
8. Medición del Potencial Exportador.....	68
8.1 Inteligencia de Mercados.....	69
8.2 Preselección de Mercados a Estudiar.....	69
8.3 Priorización de Mercados.....	71
8.4 Análisis Comparativo de los Mercados Estudiados.....	75
8.5 Síntesis de la Inteligencia de Mercados.....	77
8.6 Análisis de la Competencia Local e Internacional.....	78
9. Gestión Logística de ventas al mercado internacional.....	80
10. Gestión Financiera.....	81
10.1 Inversión Inicial.....	81
10.2 Financiación.....	82
10.3 Estado de Resultado Proyectado.....	84
10.4 Flujo de Efectivo.....	85
10.5 Cálculo de la TIR – TREMA.....	85
10.6 Cálculo del VPN.....	85
11. Periodo de Recuperación.....	87
12. Conclusiones.....	88
13. Bibliografía y Webgrafía.....	88
14. Anexos.....	88

Índice de Tablas

Índice de Imágenes

Resumen:

El proyecto emprendedor Candel se enfoca en la fabricación de velas artesanales utilizando materiales naturales como cera de soja o de palma. La propuesta de valor se centra en ofrecer productos de alta calidad, promoviendo la sostenibilidad y la creatividad en el diseño de las velas. Se busca expandir el negocio a nivel nacional e internacional, con planes de comercialización a través de tiendas de decoración, spas y plataformas de comercio electrónico. El proyecto destaca por su enfoque en la automatización a través de una plataforma de comercio electrónico propia o utilizando plataformas existentes. El equipo fundador posee habilidades emprendedoras, técnicas y de gestión de proyectos, respaldando el desarrollo y crecimiento del emprendimiento. Para alcanzar el éxito, se proponen estrategias a corto y mediano plazo, como la reducción de costos, aumento de ventas, mejora en la gestión del proyecto, aumento de eficiencia y desarrollo de nuevos productos. Las alianzas estratégicas con proveedores nacionales y tiendas especializadas son clave para ampliar el público objetivo y aumentar las ventas. La evaluación regular de la estructura de costos y la optimización de los recursos clave son fundamentales para mantener la rentabilidad sin afectar la calidad del producto.

Abstract:

The Candel entrepreneurial project focuses on the manufacture of handmade candles using natural materials such as soy or palm wax. The value proposition focuses on offering high quality products, promoting sustainability and creativity in the design of the candles. It seeks to expand the business nationally and internationally, with marketing plans through decoration stores, spas and e-commerce platforms. The project stands out for its focus on automation through a proprietary e-commerce platform or using existing platforms. The founding team possesses entrepreneurial, technical and project management skills, supporting the development and growth of the venture. To achieve success, short- and medium-term strategies are proposed, such as cost reduction, increased sales, improved project management, increased efficiency and new product development. Strategic alliances with national suppliers and specialty stores are key to expanding the target audience and increasing sales. Regular evaluation of the cost structure and optimization of key resources are essential to maintain profitability without affecting product quality.

Keywords:

- **Candel:** Marca de velas artesanales
- **Natalia Castillo Ramos:** Co-fundadora con habilidades en análisis de datos, gestión de proyectos, investigación de mercado y análisis financiero.
- **Stefany Joana Gutierrez Guzman:** Co-fundadora con habilidades emprendedoras, técnicas y de gestión de proyectos.
- **Automatización a través de una plataforma:** Implementación de una plataforma de comercio electrónico propia o utilizando plataformas existentes para la venta de velas y productos relacionados.
- **Estrategias a corto y mediano plazo:** Incluyendo la reducción de costos, aumento de ventas, mejora en la gestión del proyecto, aumento de eficiencia y desarrollo de nuevos productos.
- **Alianzas estratégicas:** Con proveedores nacionales, tiendas de decoración, spas y centros de bienestar para ampliar el público objetivo y aumentar las ventas.

- **Recursos financieros:** Inversión inicial, financiación y flujo de caja positivo para asegurar ingresos suficientes y cubrir los costos.
- **Propuesta de Valor:** Ofrecer productos artesanales de alta calidad utilizando materiales naturales, promoviendo la sostenibilidad y la creatividad en el diseño.

1. Antecedentes

A principios del año 2022, en respuesta a una recurrente pregunta en mi mente, acerca de lo que me apasionaba y el modo de generar ingresos a través de ello. Descubrí mi pasión por las velas aromáticas. Pensar en el significado de las mismas y los beneficios que aportan, despertaba en mí una inmensa ilusión.

Por esto, luego de hacer exhaustivas investigaciones y nutrirme del tema, el 02 de octubre de ese año, decidí emprender mi marca personal de velas aromáticas. Misma, que decidí bautizar con el nombre de Candel, en honor a su simbología que emana energía, espiritualidad, brillo y paz, logrando con sus bondades purificar y transformar a las personas y su entorno, si estas, deciden permitirse estos halos de sensibilidad.

De este modo, ese día conseguí los insumos primarios para la elaboración de Velas Candel: cera de soya, distintas fragancias, pigmentos que permitieran una paleta variada de colores, pabilo y un recipiente para fundir los elementos antes mencionados.

Sin embargo, lo necesario para su constitución no quedaba ahí. Necesitaba otros componentes externos para lograr la elaboración de las velas. Así que también me encargué de comprar una gramera, un termómetro digital, una olla, una pistola de calor, moldes de silicona, etiquetas, y cajas para empacarlas.

Luego de esto, sumando los gastos realizados, la cuenta arroja un total de 2.000.000 pesos colombianos como inversión inicial.

Candel comenzó con su producción y distribución el 06 de junio del 2023, de forma Online, únicamente ofreciendo productos por redes sociales, principalmente por la plataforma Instagram, empleando estrategias comunicacionales que permiten a los clientes conectar con la marca e interesarse en comprar nuestras velas.

Sin embargo, es necesario resaltar que se tiene en mente la expansión de la marca hacia otros países como Chile, Perú, Argentina, Costa Rica, Panamá y Estados Unidos.

2. Definición del Negocio

Candel Velas Artesanales es un emprendimiento que ofrece velas artesanales y aromáticas,

elaboradas con cera de soya y palma, aceites esenciales puros y fragancias.

Ofrecemos una amplia gama de productos:

- ★ Velas aromáticas.
- ★ Velas en Envase con diferentes diseños.
- ★ Kits de regalo.
- ★ Velas personalizadas modelo 3D.
- ★ Servicio de fabricación del producto para eventos.
- ★ Cursos de como elaborar el producto en diferentes presentaciones.

Nos caracterizamos por:

- ★ Productos únicos y personalizados.
- ★ Ingredientes ecológicos y sostenibles.
- ★ Variedad de estilos, aromas y presentaciones.
- ★ Precios competitivos.
- ★ Excelente atención al cliente.
- ★ Catálogo Online.

Si buscas velas de alta calidad, únicas y con un toque especial, Candel Essence es la opción perfecta para ti.

Definición de modelo de negocio para internacionalización:

Para la internacionalización de Candel Velas Artesanales, se implementará un modelo de negocio que se basa en los siguientes pilares:

- **Adaptación a los mercados locales:** Se realizarán estudios de mercado para identificar las necesidades y preferencias de los consumidores en cada país objetivo. De esta manera, se podrán adaptar los productos, la estrategia de marketing y la comunicación a las características de cada mercado.
- **Comercio electrónico:** Se utilizará Amazon como plataforma principal para la venta de productos en el extranjero. Esto permitirá llegar a un público más amplio y facilitará el proceso de compra.

- **Alianzas estratégicas:** Se establecerán alianzas con empresas locales en los países objetivo para facilitar la distribución y el marketing de los productos.
- **Participación en ferias internacionales:** Se participará en ferias internacionales del sector para dar a conocer la marca y los productos a potenciales clientes y distribuidores.
- **Marketing digital:** Se implementará una estrategia de marketing digital que incluya redes sociales, publicidad online y email marketing para llegar a los consumidores en los diferentes países objetivo.

Este modelo de negocio permitirá a Candel Velas Artesanales:

→ Expandir su mercado a nivel internacional.

Estrategia: Implementar las estrategias de adaptación a los mercados locales, comercio electrónico, alianzas estratégicas, participación en ferias internacionales y marketing digital.

Desarrollo:

- ◆ **Adaptación a los mercados locales:** Realizar estudios de mercado, adaptar productos, empaques y comunicación.
- ◆ **Comercio electrónico:** Crear una tienda en Amazon optimizada para cada mercado objetivo.
- ◆ **Alianzas estratégicas:** Buscar empresas locales para distribución, producción o venta.
- ◆ **Participación en ferias internacionales:** Seleccionar ferias relevantes, preparar participación profesional.
- ◆ **Marketing digital:** Crear contenido atractivo en redes sociales, realizar publicidad online y email marketing.

→ Aumentar sus ventas y rentabilidad.

Estrategia: Incrementar el tráfico a la tienda de Amazon, generar leads de ventas y posicionar la marca.

Desarrollo:

- ◆ **Optimización de la tienda de Amazon:** Traducción, adaptación de imágenes y vídeos, SEO.
- ◆ **Marketing en Amazon:** Anuncios patrocinados, ofertas y promociones, programa de influencers.
- ◆ **Marketing digital:** SEO, publicidad online, email marketing.

→ Posicionar la marca como referente en el mercado de velas artesanales.

Estrategia: Implementar estrategias de marketing y comunicación que transmitan la calidad, exclusividad y valores de la marca.

Desarrollo:

- ◆ **Diseño de marca:** Crear una identidad visual atractiva y memorable.
- ◆ **Comunicación efectiva:** Transmitir los valores de la marca en todos los canales de comunicación.
- ◆ **Testimonios y reseñas:** Obtener opiniones positivas de clientes satisfechos.
- ◆ **Colaboraciones con influencers:** Asociarse con influencers relevantes al mercado objetivo.

→ Fortalecer la imagen de empresa innovadora y comprometida con el medio ambiente.

Estrategia: Resaltar el uso de materiales ecológicos y sostenibles en la producción de las velas.

Desarrollo:

- ◆ **Certificaciones:** Obtener certificaciones que avalen el compromiso ambiental.
- ◆ **Comunicación transparente:** Informar sobre el uso de materiales ecológicos en la página web y redes sociales.
- ◆ **Apoyo a causas ambientales:** Participar en iniciativas que beneficien al medio ambiente.

3. Descripción del Equipo Emprendedor

El equipo emprendedor está liderado por dos estudiantes apasionadas y dedicadas que se han propuesto crear un plan de negocios con una visión internacional, que son Stefany Gutierrez y Natalia Castillo, estudiantes de negocios internacionales. Cada una con habilidades técnicas y blandas que se complementan para crear un equipo de trabajo excepcional.

1. Stefany Gutierrez , aporta habilidades técnicas para la destinación correcta de los recursos, la fabricación del producto y su capacidad para diseñar diversas ideas para

destacar y diferenciarse de la competencia. La creatividad y la innovación son la esencia de Stefany, porque sus habilidades para salir de la zona de confort y su apertura a nuevas ideas son las que impulsan la creatividad en el equipo.

2. Natalia Castillo, posee un sólido conocimiento en análisis de datos y gestión de proyectos como habilidades técnicas. Su experiencia en investigación de mercado y análisis financiero la coloca en una posición clave para tomar decisiones informadas. La habilidad de Natalia para comunicarse de manera efectiva y trabajar en equipo es evidente en cada proyecto que se propone. Su enfoque proactivo y capacidad para mantener la calma bajo presión la distinguen como una líder nata.

4. Modelo de Negocio Canvas

4.1 Socios Claves:

Proveedores nacionales:

- [CI JyJ](#): Proveen la materia prima fundamental para la elaboración de las velas, la cera. Ofrecen una amplia variedad de tipos de cera, como cera de soya, palma y abejas, adaptándose a las necesidades y preferencias de Candel.
- [Easy Bakery](#): Suministran los moldes de silicona donde se vierte la cera para darle forma a las velas. Su amplia gama de moldes en diferentes formas, tamaños y colores permite a Candel crear velas únicas y atractivas
- [Vidriera Otún](#): Proveen los vasos de vidrio que sirven como recipiente para las velas. Ofrecen una gran variedad de vasos en diferentes formas, tamaños y colores, aportando un toque decorativo y elegante a las creaciones de Candel.

Alianzas estratégicas:

- Tiendas de decoración: Establecemos alianzas con tiendas que venden productos artesanales y de diseño y decoración para el hogar entre ellas podemos encontrar tiendas como: Deco House, Harmony Diseño y Decoración, IQG Decoración. **Objetivo:** Ampliar el público objetivo y aumentar las ventas. **Beneficios:** Visibilidad en tiendas especializadas, acceso a nuevos clientes, posicionamiento como producto de diseño y decoración
- Spas y centros de bienestar: Ofrecemos nuestros productos como parte de la experiencia de relajación y bienestar en estos espacios: Henko Spa, Aqua Bliss Spa, Manantial Spa. **Objetivo:**

Posicionar la marca como producto premium y asociarla con la experiencia de relajación.

Beneficios: Aumento de ventas, imagen de marca asociada al bienestar, clientes potenciales receptivos a productos de alta calidad.

- Hoteles y restaurantes: Creamos velas personalizadas con aromas que representan la esencia de estos lugares, incursionaremos desde restaurantes pequeños hasta restaurantes más conocidos. **Objetivo:** Diferenciar la marca y crear una experiencia única para los clientes. **Beneficios:** Personalización de aromas, recordación de marca, exclusividad y distinción.
- Influenciadores: En Candel Velas Artesanales, aprovechamos el poder de los influencers en decoración, estilo de vida y bienestar para aumentar la visibilidad de nuestra marca. Además, con más de 3.000 seguidores en redes sociales, también las utilizamos para ofrecer nuestros productos y servicios, generar contenido atractivo, interactuar con nuestros seguidores y crear una comunidad conectada con la esencia de Candel Velas Artesanales. **Objetivo:** Aumentar la visibilidad de la marca y generar confianza en la misma. **Beneficios:** Alcance a nuevos clientes, contenido atractivo, generación de leads.

Entidades de apoyo:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Por medio de programas de apoyo para emprendedores, como financiación, capacitación y acceso a mercados internacionales.
- iNNpulsa Colombia: Brinda acompañamiento y recursos para la innovación y el crecimiento empresarial.
- Cámaras de Comercio: Ofrecen formación, asesorías y eventos para emprendedores en diferentes áreas.
- Procolombia: Apoyándonos en la participación de ferias internacionales y con asesoría personalizada de exportación y mercados internacionales.
- Bancóldex: Ofrece Crédito para la exportación y seguros de riesgos de la mercancía.

Inversionistas: Buscaremos aliados inversionistas para la expansión del negocio por medio de los socios clave, a través de la campaña y marketing de nuestros productos y servicios.

Otros:

- Universidades: Estableceremos relaciones con universidades para acceder a talento joven, realizar

investigaciones y desarrollar nuevos productos.

- Medios de comunicación: Buscamos oportunidades para dar a conocer la marca a través de entrevistas, artículos y publicaciones en redes sociales.

4.2 Actividades Clave

1. Segmento de Clientes:

- Se tiene en cuenta que nuestro público busca nuestros productos para regalar, para eventos y también de manera personal y espiritual, entonces de acuerdo a eso conocemos muy bien sus preferencias, se tiene también en cuenta, que no es un producto necesario e indispensable, pero buscamos cautivarlos con la innovación en diseños y aromas, para cuando quieran hacer una compra de velas, automáticamente piensen en nosotros y además, de llegar a nuevos clientes que se alineen a nuestra propuesta
- Constantemente se realizan encuestas por medio de nuestras redes sociales para descubrir aquellos detalles que no se han tenido en cuenta, así buscar una mejora progresivamente y por medio de nuestra clientela estaremos informados con las tendencias y preferencias que con el tiempo van evolucionando.

2. Propuesta de Valor:

- Constantemente innovar con diseños únicos y exclusivos para nuestra clientela, tenemos la suerte de contar con eventos potenciales en todo el año (bodas, baby shower, primera comunión, etc) y con festividades comerciales (día de la madre, amor y amistad, navidad, etc) así que, el objetivo siempre será sacarle provecho y desarrollar la creatividad para siempre resaltar y ser su primera opción.
- Garantizamos la calidad de los materiales naturales que usamos, porque antes de utilizarlo se realiza la debida investigación con proveedores certificados para el manejo del mismo y así dar por hecho la calidad que pocos como Candel pueden ofrecer.

3. Canales de Distribución:

- La mayoría de las ventas serán de manera directa por nuestra red social Instagram o de manera más personalizada por Whatsapp. Ambas plataformas nos permiten hablar directamente con el cliente y asesorar.
- Colaborar con locales será otra estrategia para que lleguemos a más personas que de pronto no hayan visto nuestro perfil en redes, así ampliaremos el alcance, porque tenemos claro que la vela que fabricamos es atractiva y genera las ganas de obtenerla al instante de verla. Esta estrategia aplica también para las ferias

4. Fuentes de Ingresos:

- Contamos con precios competitivos basados en la calidad y el diseño y la personalización. Pero también se ofrecerán regalos, descuentos o promociones, para consentir a nuestra clientela e invitar a más personas a adquirir nuestro producto.
- Explorar oportunidades de ingresos adicionales, como talleres de creación de velas, porque lo bueno se comparte y buscamos incentivar la creación de nuevos emprendimientos y apoyar aquellas personas que buscan independencia e ingresos extras.

5. Estructura de Costos:

- Analizar y optimizar los costos de producción y distribución. Porque así como se piensa en la clientela, también haremos lo mejor y necesario para la empresa.
- Evaluaremos regularmente la estructura de costos para mantener la rentabilidad sin afectar la calidad.

4.3 Recursos Claves

Talento humano: Equipo Multifacético.

- ❖ Equipo fundador: Personas con pasión por las velas, experiencia en el mercado y habilidades emprendedoras.
- ❖ Equipo de producción: Personal capacitado en la elaboración de velas artesanales y aromáticas.
- ❖ Equipo de marketing y ventas: Personas con habilidades para promocionar y vender los productos de Candel Velas Artesanales.
- ❖ Equipo de atención al cliente: Personal capacitado para ofrecer una atención personalizada y de calidad a los clientes.

Recursos físicos:

- ❖ Taller de producción: Espacio adecuado para la elaboración de las velas, con el equipamiento necesario (mesas de trabajo, moldes, herramientas, etc.).
- ❖ Tienda física: Un espacio físico para la venta de los productos de Candel Essence.
- ❖ Oficina: Espacio para la gestión administrativa y financiera del emprendimiento.
- ❖ Equipo de oficina: Computadores, impresoras, software y otros equipos necesarios para la gestión del negocio.

Recursos tecnológicos:

- ❖ Infraestructura en la nube: Plataforma para el almacenamiento de datos, gestión de pedidos y atención al cliente.
- ❖ Servidor: Para alojar el sitio web de Candel Essence y la tienda online.
- ❖ Acceso a internet: Indispensable para la comunicación, promoción y venta de los productos online.

- ❖ Redes sociales: Presencia activa en redes sociales para conectar con los clientes y promocionar los productos.

Recursos financieros:

- ❖ Capital inicial: Inversión inicial para cubrir los costos de producción, marketing y operación del negocio.
- ❖ Financiación: Préstamos o inversiones para financiar el crecimiento del emprendimiento.
- ❖ Flujo de caja positivo: Asegurar ingresos suficientes para cubrir los costos y reinvertir en el negocio.

4.4 Propuesta de Valor

En Candel trabajamos con materiales de alta calidad, esforzándonos en que sean lo más natural posible, porque en la actualidad está en tendencia que todo nuestro alrededor debe hacerse con materiales orgánicos o reciclados para que no afecte la salud ni el medio ambiente. Tanto en el pasado como en el presente, las velas se realizaban con parafina, donde dicho elemento es derivado del petróleo y esas velas las vemos a diario en diferentes presentaciones (velas de cumpleaños, velones para iglesia, entre otros usos) y aunque Colombia no es el mayor exportador de ese producto ha realizado ventas internacionales, dando un promedio de 1000 a 6000 unidades para países como Panamá, Estados Unidos y Costa Rica. Lo que buscamos en Candel es ingresar a ese mercado pero con materiales diferentes, en este caso ya no se usaría la parafina sino cera de soja o de palma que son naturales, además potencializando los aromas y explorando la creatividad en infinidad de diseños llamativos, entregando un producto final de calidad y así cumplimos con las exigencia del público moderno.

Nuestro propósito fundamental es ofrecer una selección exclusiva de productos artesanales de alta calidad. Nos comprometemos a promover y apoyar las redes sociales y plataformas de Marketplace nacionales como internacionales, para que nuestros productos sean descubiertos y apreciados por un público más amplio.

4.5 Relación con el cliente

Automatización a través de una plataforma:

- Tienda online: Implementar una plataforma de comercio electrónico propia o utilizar una existente (Mercadolibre, Shopify, etc.) para la venta de velas y productos relacionados.
- CRM (Customer Relationship Management): Utilizar un software CRM para gestionar la información de los clientes, sus preferencias y compras, permitiendo personalizar la experiencia y realizar campañas de marketing más efectivas.
- Email marketing: Implementar un sistema de email marketing para enviar newsletters con información sobre nuevos productos, ofertas, eventos y consejos relacionados con las velas.

Redes sociales para potencializar el rating y posicionamiento:

- Crear contenido atractivo: Publicar fotos y videos de alta calidad de las velas, mostrando sus diferentes usos y beneficios.
- Interactuar con los seguidores: Responder comentarios y mensajes, realizar concursos y sorteos, y crear encuestas para conocer la opinión del público.
- Utilizar hashtags relevantes: Incluir hashtags específicos en las publicaciones para aumentar la visibilidad y llegar a un público más amplio.
- Colaborar con influencers: Contactar con influencers del nicho de decoración, estilo de vida o bienestar para que promocionen los productos de Candel Velas Artesanales.
- Realizar campañas de publicidad: Invertir en anuncios en redes sociales para llegar a un público objetivo más segmentado.

Fidelización:

- Programa de fidelización: Implementar un programa de puntos o descuentos para premiar a los clientes recurrentes.
- Ofertas y promociones exclusivas: Ofrecer descuentos especiales, productos de regalo o envíos gratuitos para fidelizar a los clientes.
- Atención al cliente personalizada: Brindar una atención al cliente excepcional, respondiendo a sus necesidades y resolviendo sus dudas de manera rápida y eficiente.

- Crear una comunidad: Fomentar la interacción entre los clientes a través de grupos en redes sociales o foros online o grupos de difusión.

4.6 Canales de Comunicación

Los canales de comunicación aseguran una presencia sólida y comprometida, maximizando la conexión con los clientes. Whatsapp es la principal siendo un canal directo e ideal para consultas, pedidos personalizados y servicio al cliente. Luego están las redes sociales como las plataformas Tiktok, Facebook e Instagram, donde semanalmente se contará con estrategias de marketing para mostrar visualmente las velas, compartir historias de la marca y fomentar la interacción con la comunidad.

Por último se tiene pensado a futuro la creación de una página web, ofreciendo una interfaz fácil de usar y atractiva para los clientes donde puedan explorar y comprar nuestras velas de manera conveniente, con funciones de pago seguro y seguimiento de pedidos en tiempo real.

4.7 Segmento de clientes

Segmentación B2B:

1. Tiendas de decoración y hogar:

Características:

- Buscan productos únicos y de alta calidad para complementar su oferta.
- Valoran la estética y la variedad de estilos.
- Se interesan por productos sostenibles y ecológicos.

Ejemplos:

- Tiendas de diseño y decoración.
- Boutiques de regalos.
- Tiendas especializadas en productos artesanales.

2. Hoteles y restaurantes:

Características:

- Buscan crear un ambiente agradable y personalizado para sus clientes.
- Valoran la exclusividad y la posibilidad de personalizar aromas y presentaciones.
- Se interesan por productos que aporten valor a la experiencia del cliente.

Ejemplos:

- Hoteles boutique.
- Restaurantes gourmet.
- Spas y centros de bienestar.

3. Empresas de eventos y bodas:

Características:

- Buscan productos que complementen la decoración de eventos y bodas.
- Valorán la posibilidad de personalizar velas para ocasiones especiales.
- Se interesan por productos que aporten un toque elegante y sofisticado.

Ejemplos:

- Organizadores de bodas.
- Empresas de decoración de eventos.
- Planificadores de fiestas.

4. Tiendas online:

Características:

- Buscan productos con alta rotación y buena rentabilidad.
- Valorán la variedad de productos y la facilidad de gestión de pedidos.
- Se interesan por productos con un buen margen de beneficio.

Ejemplos:

- Tiendas online de decoración.
- Marketplaces de productos artesanales.
- Plataformas de comercio electrónico.

5. Distribuidores mayoristas:

Características:

- Buscan productos con un alto potencial de venta y distribución.
- Valorán la calidad del producto y la capacidad de producción.
- Se interesan por productos con precios competitivos y márgenes de beneficio.

Ejemplos:

- Distribuidores de productos para el hogar.
- Empresas de venta al por mayor.
- Importadores y exportadores.

Estrategias de Marketing B2B:

- Crear un catálogo online con información detallada de productos y precios.
- Participar en ferias y eventos B2B para dar a conocer la marca y los productos.
- Ofrecer descuentos y promociones especiales para clientes B2B.
- Desarrollar relaciones comerciales con empresas objetivo.
- Utilizar las redes sociales para conectar con clientes potenciales.

4.8 Estructura de costos

- Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
Arrendamiento	\$100.000
Servicios Públicos	\$100.000
Internet	\$40.000
Total Costos Fijos	\$240.000

- Los siguientes costos variables son en base a una producción de 100 unidades de velas artesanales cada una con un peso neto de 200 gramos.

COSTOS VARIABLES	
Materia Prima	\$875.000
Empaque	\$150.000
Etiqueta	\$75.000
Transporte	\$80.000
Bolsa	\$40.000
Total Costos Variables	\$1.220.000

4.9 Fuentes de ingresos

- Ingresos por tipo de suscripción

SUSCRIPCIÓN – VENTA DE PRODUCTOS				
Tipo de anuncio	ANUNCIO EN EL FEED (FOTO)	ANUNCIO EN EL FEED (VIDEO)	ANUNCIO EN HISTORIAS (FOTO)	ANUNCIO EN HISTORIAS (VIDEO)
Duración	7 días	7 días	24 horas	24 horas
exposición en la página principal	Si	Si	No	No
Costos	100.000	100.000	30.000	50.000

4.10 Canales de distribución

Los canales de distribución a continuación, combinan la logística externa y directa para llegar eficientemente a los consumidores y ampliar el alcance de nuestro emprendimiento de velas artesanales y aromáticas.

Nuestro objetivo es llegar a plataformas de E-Commerce, porque serán un gran aliado para tener un acceso rápido a los clientes que se encuentren cualquier territorio Colombiano y el resto del mundo. Sería en vitrinas virtuales, en plataformas de comercio electrónico donde

los clientes pueden explorar y comprar las velas artesanales desde la comodidad de sus hogares como mercado libre o compra hecho en medellín, o en el caso internacional como Estados Unidos utilizaremos plataformas como Etsy o Amazon Handmade, utilizando imágenes de alta calidad y descripciones detalladas de los productos.

Otra opción como logística externas, se tiene en cuenta la producción y distribución de catálogos impresos que presentan los diferentes tipos de velas disponibles, sus características y precios, además de colaborar con tiendas que se especialicen en productos de decoración, regalos o bienestar, y así de esta manera poder colocar los catálogos en sus puntos de venta, permitiendo a los clientes hojearlos y hacer pedidos; o también como logística directa, en dichas tiendas, tener nuestros productos de manera física, aumentando la visibilidad y accesibilidad para los clientes locales; otra opción es participar en ferias de artesanía y eventos de decoración.






El siguiente cuadro proporciona una visión general de las ventajas y desventajas de los diferentes canales de distribución mencionados anteriormente.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Plataformas de E-Commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Alcance global: Permite llegar a clientes en cualquier parte del mundo. - Comodidad para el cliente: Pueden comprar desde la comodidad de sus hogares o cualquier lugar del mundo - Amplia visibilidad: Lo que aumenta las posibilidades de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia: La competencia en estas plataformas puede ser intensa, lo que dificulta destacar entre otros vendedores. - Comisiones: Algunas plataformas cobran comisiones por venta, lo que puede reducir los márgenes de beneficio. - Dependencia: Dependencia de las políticas y cambios en las plataformas de E-Commerce, lo que puede afectar la estabilidad del negocio.
Catálogos Impresos	<ul style="list-style-type: none"> - Tangibilidad: Los catálogos impresos ofrecen una experiencia táctil y tangible para los clientes. - Flexibilidad: Permiten a los clientes hojear los catálogos 	<ul style="list-style-type: none"> - Costos: La producción y distribución de catálogos impresos puede ser costosa. - Limitación geográfica para la distribución de catálogos impresos.

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

	en su propio tiempo y hacer pedidos de manera conveniente.	
Tiendas Físicas	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilidad local: Colocar los productos en tiendas aumenta la visibilidad y accesibilidad para los clientes locales. - Alianzas estratégicas que beneficien a ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comisiones y márgenes: Las tiendas pueden cobrar comisiones por la venta o exigir márgenes de beneficio que reduzcan la rentabilidad para el fabricante. - Dependencia de terceros: Dependencia de las políticas y decisiones de las tiendas, lo que puede afectar la disponibilidad y promoción de los productos.
Ferias de artesanías	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición directa: Participar en ferias permite una exposición directa de los productos a un público interesado en productos artesanales. - Interacción con clientes: Ofrece la oportunidad de interactuar directamente con los clientes, obtener retroalimentación y establecer conexiones personales. - Networking: Establecer contactos con otros artesanos y profesionales de la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Costos y recursos: Participar en ferias puede ser costoso y requiere tiempo y recursos significativos para preparar y montar un stand. - Competencia: En ferias y eventos puede haber una gran cantidad de expositores compitiendo por la atención de los visitantes. - Limitación geográfica: La participación en ferias y eventos está limitada a ubicaciones específicas y fechas determinadas.

Gráfico 1. Ilustra tu Modelo Canvas

1. Socios Claves 	Actividades Claves 	Propuesta de Valor 	Relación con el Cliente 	Segmento de Clientes 
<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores de cera e insumos. -Tiendas locales de decoración. -Artesanos locales para colaboraciones. -Plataformas de venta online. - Influencers o creadores de contenido relacionado a velas artesanales e insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño y elaboración de velas artesanales. - Gestión de inventario y pedidos. -Marketing y promoción del negocio. -Atención al cliente. <p>Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Materiales de alta calidad. -Herramientas e insumos para la elaboración de velas. -Espacio de trabajo adecuado. -Plataforma de venta online. 	<ul style="list-style-type: none"> -Velas artesanales únicas: -Materiales de alta calidad -Experiencia de compra personalizada. -Redes sociales: Conexión con clientes a nivel nacional e internacional. -Marketing digital: Estrategias de promoción para aumentar el alcance de la marca. -Comercialización estratégica: Canales de venta diversificados para llegar a más clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Tienda online con atención al cliente personalizada. -Presencia en redes sociales. -Participación en mercados locales. -Talleres y eventos de elaboración de velas. <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales. -Mercados locales. -Tiendas físicas de decoración. -Colaboraciones con otros emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> -Personas locales y extranjeras que buscan productos únicos y artesanales. -Amantes de la decoración del hogar. -Clientes que valoran los productos con esencia e ingredientes naturales. -Personas que buscan regalos y detalles especiales.
<p>Estructura de coste</p> <ul style="list-style-type: none"> -Costo de materiales. -Alquiler del espacio de trabajo. -Gastos de marketing y publicidad. -Costos de envío. 			<p>Fuentes de Ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venta de velas online. -Venta de velas en tiendas físicas. -Talleres y eventos de elaboración de velas. -Venta de productos personalizados. 	



5. Empresa

5.1 Requisitos Legales

- Escritura de constitución

Candel Velas Artesanales ha decidido crear una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) por su flexibilidad y simplicidad, ideales para un emprendimiento en crecimiento. En su etapa actual, Candel no requiere grandes cantidades de capital, por lo que la limitación de la SRL en este aspecto no es relevante. Además, la SRL facilita la expansión a nuevos mercados, adaptándose a las características de cada uno. La simplicidad de la SRL se traduce en menores costos operativos, lo que beneficia la rentabilidad del negocio.

Candel puede construir una imagen sólida a través de su marca, productos y atención al cliente, sin necesidad de una Sociedad Anónima (S.A). Finalmente, la SRL permite una transformación futura a una S.A. en caso de requerir mayor acceso a capital para el crecimiento. La SRL se ajusta perfectamente a las necesidades actuales de Candel Velas Artesanales, brindándole la flexibilidad, rentabilidad y escalabilidad necesarias para su desarrollo y expansión a nivel internacional.

- RUES – Registro Único Empresarial

Para asegurar la correcta apropiación de la marca "Candel Velas Artesanales", se realizó una consulta con la Cámara de Comercio de Medellín. Se verificó la disponibilidad del nombre en el sitio web www.rues.org.co, siguiendo las recomendaciones de la entidad.

Modalidad de Práctica: Emprendimiento Actualización enero 2024

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', 'Cámaras de Comercio', and '¿Qué es el RUES?'. A red button for 'Acceso privado' is visible in the top right. The main content area features a banner with a woman and text about accessing information from the 'Registro Único Empresarial y Social - RUES' according to 'Circular 100-000002 de 2022 de la Superintendencia de Sociedades'. Below the banner is a search section titled 'Realice su consulta empresarial o social'. It contains two search boxes: one with 'Candel Velas Artesanales' and a green checkmark, and another for 'Número de Identificación'. A blue button 'Conoce aquí el nuevo portal RUES' is on the right. At the bottom, an 'Info' message states 'La consulta por Nombre no ha retornado resultados'.

Fuente: Rues.com

- Certificado de Cámara de Comercio

Certificados necesarios para el proyecto:

Certificado de Matrícula Mercantil: Es el documento que acredita la constitución legal de la empresa. Este certificado es indispensable para abrir una cuenta bancaria, solicitar un crédito, participar en licitaciones y acceder a beneficios gubernamentales. **Costo:** \$4.700 **Tiempo de entrega:** 24 horas hábiles.

Certificado de Existencia y Representación Legal: Este certificado acredita la existencia legal de la empresa y la identidad de las personas que están facultadas para representarla legalmente. Es importante para realizar trámites ante entidades públicas y privadas, así como para firmar contratos. **Costo:** \$5.300 **Tiempo de entrega:** 24 horas hábiles.

Certificado de Registro de Establecimiento de Comercio: Este certificado acredita la existencia legal de nuestro establecimiento de comercio. Es necesario para obtener la licencia de funcionamiento del establecimiento y para realizar trámites ante las autoridades locales. **Costo:** \$3.900 **Tiempo de entrega:** 24 horas hábiles.

- **RUT** – Registro Único Tributario – DIAN – www.dian.gov.co

Debido a que hemos decidido crear una sociedad limitada en Medellín, es conveniente registrarse como persona jurídica ante el RUT. Esto nos otorgará los siguientes beneficios:

Responsabilidad limitada: El patrimonio personal estará protegido en caso de que la empresa tenga deudas.

Formalidad: La empresa tendrá una identidad legal propia, lo que le dará mayor profesionalidad y confianza a los clientes.

Acceso a beneficios: Acceso a beneficios fiscales, créditos y programas de apoyo para empresas.

El costo del certificado de RUT como persona jurídica en Medellín es de \$17.000 y el tiempo de entrega es de 24 horas hábiles.

5.2 Objeto Social de la Empresa

Es ser una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de velas aromáticas hechas con cera naturales, apostando siempre a la innovación en nuestros productos y respondiendo a las necesidades y exigencias de nuestros clientes. Tal y como se especifica en el certificado de cámara de comercio, Candel se centra en la fabricación y comercialización de velas elaboradas a mano con ingredientes completamente naturales. Nuestro objetivo es ofrecer a nuestros clientes productos eco-amigables que aporten calidez y armonía a sus espacios. Y del mismo modo, promover prácticas comerciales responsables, teniendo como enfoque el cuidado del medio ambiente empleando envases reutilizables (vidrio o lata de aluminio) aunado a ello, buscamos fomentar la creatividad, la vínculo espiritual entre los sentidos, y el bienestar de nuestros clientes, promoviendo la relajación y la conexión con la naturaleza a través de aromas y diseños únicos. Además se planea a futuro realizar exportaciones a otros mercados como Estados Unidos o Costa Rica.

5.3 Misión , Visión y Objetivos de la empresa

Misión: Candel Velas Artesanales se compromete a ser una empresa que ilumine el mundo con velas únicas, aromáticas y sostenibles, dejando una huella positiva en el planeta y en la vida de las personas. Nos destacamos como una marca líder a nivel nacional e internacional, reconocida por su calidad, innovación, compromiso social y ambiental.

Visión: Ser una empresa líder en la creación y comercialización de velas artesanales a nivel nacional e internacional, reconocida por su calidad excepcional, su compromiso con la sostenibilidad y su impacto positivo en la sociedad.

Objetivos:

Corto plazo (1-2 años):

Mercado Nacional:

- ★ Aumentar las ventas en un 15% anual.
- ★ Ampliar la red de distribución a 5 nuevas ciudades colombianas, las principales.
- ★ Posicionar la marca como líder en calidad e innovación.
- ★ Fidelizar al 80% de los clientes actuales.

Mercado Internacional:

- ★ Iniciar la exportación de productos a 1 país de América Latina.
- ★ Participar en al menos 2 ferias internacionales del sector.
- ★ Generar el 10% de las ventas totales en el mercado internacional.
- ★ Desarrollar una estrategia de marketing digital para el mercado internacional.

Mediano plazo (3-5 años):

Mercado Nacional:

- ★ Duplicar las ventas en el mercado nacional.
- ★ Ser la marca de velas artesanales más reconocida en Colombia.
- ★ Contar con una red de distribución en las principales ciudades del país.
- ★ Consolidar una base de clientes fidelizados.
- ★ Abrir un punto físico de venta en Medellín.

Mercado Internacional:

- ★ Exportar productos a más de 2 países en América Latina y expandirnos a Europa y Norteamérica.
- ★ Participar en las principales ferias internacionales del sector.
- ★ Generar el 30% de las ventas totales en el mercado internacional.
- ★ Posicionar la marca como referente en el mercado global de velas artesanales.

Largo plazo (5 años o más):

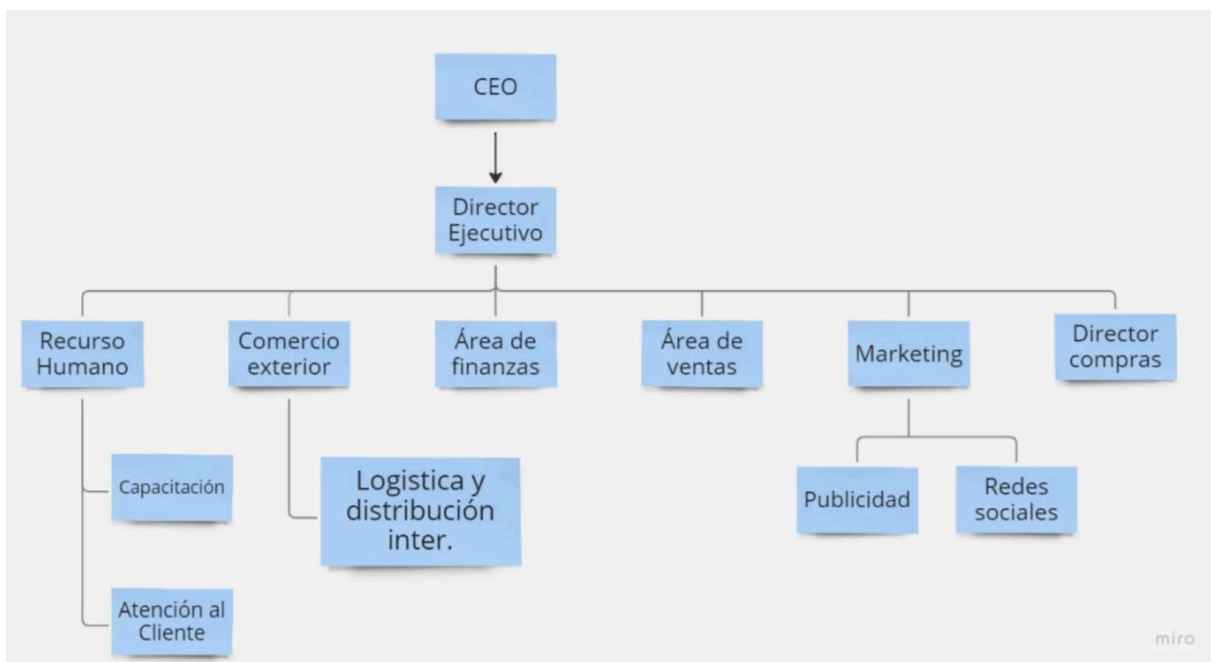
Mercado Nacional:

- ★ Ser la empresa líder en la comercialización de velas artesanales en Colombia.
- ★ Contar con una red de distribución estable a nivel nacional e internacional
- ★ Ser un referente en innovación y sostenibilidad dentro del sector.

Mercado Internacional:

- ★ Exportar productos a más de 10 países en todo el mundo.
- ★ Ser una marca reconocida en el mercado global de velas artesanales.
- ★ Generar el 50% de las ventas totales en el mercado internacional.

5.4 Organigrama (estructura organizacional)



5.5 Análisis de la Producción Estudio y evaluación de esta área.

Tercerización: La tercerización de la producción no es viable en este momento, debido a los altos costos y a la necesidad de mantener un control total sobre la calidad del producto.

Producción en línea: La implementación de un sistema de producción en línea no es viable en este momento, debido a la limitada capacidad de producción y a la naturaleza artesanal del producto.

Nuevos modelos de producción: La impresión 3D ha dejado de ser una tecnología futurista para convertirse en una herramienta tangible con un gran potencial para revolucionar la producción. En el caso de Candel Velas Artesanales, la impresión 3D se presenta como un aliado estratégico para impulsar la eficiencia, la flexibilidad y la innovación en la creación de sus productos.

Nuevas tecnologías: La automatización de algunos procesos de producción, como el corte de la mecha o el vertido de la cera, podría ser viable para aumentar la eficiencia y reducir los costos.

Utilización del Plan Vallejo: La utilización del Plan Vallejo no es viable en este momento, debido a que la empresa no tiene la capacidad de importar insumos y maquinaria en grandes cantidades.

Descripción del proceso productivo.

Capacidad instalada

Actualmente nuestra capacidad de producción es de 100 unidades mensuales y se tiene en cuenta fechas festivas como navidad, amor y amistad, u otros eventos, donde se produce hasta 500 unidades al mes, basado en esto se tiene un promedio al año entre 1500 y 2000 unidades.

Procesos de control de calidad (ISO 9000 – 14000 – 31.000)

Utilización de **políticas ambientales** (descarbonización)

A continuación se describirán los procesos al momento de la fabricación de la vela

que se tienen en cuenta para garantizar un procesos de control de calidad

1. Recepción, selección e inspección de calidad de la materia prima: Se recibe la materia prima al taller (caja de 25 kilos en cera de palma, 1 galón de esencia, 1000 metros de pabilo de algodón, colorante, etc), se evalúa que todo esté en excelente estado y se selecciona las medidas y cantidades exactas que se utilizaran para la producción de la semana.
2. Preparación de los instrumentos: se tendrá, organizado y limpio el espacio de trabajo con los siguientes instrumentos para la correcta elaboración de las velas; la gramera, la olla, moldes a utilizar, envase de vidrio limpio y desinfectado, tijera, termómetro, palillos y espátula para revolver, entre otros
3. Fundición: Este proceso consiste en colocar a fuego bajo la olla con la cera de palma y así poder derretir lentamente, llegando a una temperatura máxima de 100 °C. No se puede pasar de esa temperatura, porque si llega a sobrepasar, podría provocar evaporación excesiva de la cera, logrando que perdamos cantidad que ya fue previamente calculada.
4. Coloración y aromatización: Con el termómetro determinaremos el punto exacto de colocar el color y aroma, cuando nuestra cera este con una temperatura de 90 °C integraremos el color seleccionado de acuerdo al diseño, luego cuando se llegue a la temperatura de 70 °C se agrega la esencia, con esto garantizamos que se intensifique el aroma de la vela a la hora de prenderla.
5. Verter en el envase de vidrio y aplicación de pabilo: Cuando se tenga la temperatura de 60 °C pasamos a verter la cera en nuestro envase de vidrio, así evitamos que haya choque de temperaturas entre la cera caliente con el vaso frío, evitando que se agriete, rompa o se despegue del envase. Otra opción es precalentar un poco el envase con la pistola de calor para evitar dicho choque. Se finaliza colocado el pabilo de algodón en el centro del envase.
6. Enfriamiento: debemos dejar en un lugar fresco nuestras velas, para que se

vaya enfriando. Esto podría tomar entre 3 a 6 horas y así garantizar su dureza y resistencia.

7. Decoracion: Si el diseño a fabricar requiere de una decoración adicional, como brillantina, figuras en moldes, flores u otros elementos, procedemos a calentar un poco la cera por encima con nuestra pistola de calor, para que en esa pequeña capa que se produce, podamos agregar las decoraciones y luego esperar a que se vuelva a secar otras 2 horas, para validar que todo se haya integrado correctamente
8. Etiquetado y empaquetado: Teniendo nuestra vela lista, solo faltaria agregarle nuestra etiqueta, donde aparece nuestro logo, contactos y precauciones. La vela se envuelve un poco de papel globo o craft a para luego insertarla en la caja hecha a la medida.
9. Inspección final: Con todas las unidades listas, se hace una última revisión para asegurarnos de que se tiene el lote total producido y que además cumpla con todas y cada una de las exigencias óptimas en calidad.

Ahora bien, de acuerdo a la investigación que realizamos, gracias a el proyecto “Proceso productivo de las velas” realizado por Luz Carolina Gonzales Meses y Yuddeiner Guiza Arzuza en la Universidad San Buenaventura el año 2016; pudimos identificar las siguientes normativas a considerar para la elaboración de velas.

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

Nombre	Número	Descripción
Productos velas y veladoras	NOM-038-SSAI 1993	Colorantes orgánicos sintéticos. Especificaciones Sanitarias Generales
Fuentes fijas	NOM-085-ECOL 1994	Combustible para equipo de calentamiento indirecto y directo por combustión
Seguridad	NOM-109-STPS- 1994	Prevención técnica de accidentes en máquinas y equipos que operan en lugar fijo. Protectores y dispositivos de seguridad, tipos y características.
Seguridad	NOM-122-STPS- 1996	Condiciones de seguridad e higiene para el funcionamiento de los recipientes sujetos a presión y generadores de vapor o calderas que operan en los centros de trabajo.
Seguridad e higiene	NOM-002-STPS- 1994	Condiciones de seguridad e higiene en las edificaciones, locales, instalaciones y áreas de los centros de trabajo.
Seguridad	NOM-004-STPS- 1993	Condiciones de seguridad para la prevención y protección contra incendio en los centros de trabajo.
Seguridad	NOM-005-STPS- 1993	Sistemas de protección y dispositivos de seguridad en la maquinaria, equipos y accesorios en los centros de trabajo
Seguridad	NOM-016-STPS- 1993	Condiciones de seguridad en los centros de trabajo para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias inflamables y combustibles.

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

Seguridad e higiene	NOM-016-STPS- 1993	Condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo referente a ventilación.
Seguridad	NOM-017-STPS- 1993	Equipo de protección personal para los trabajadores en los centros de trabajo.
Seguridad	NOM-020-STPS- 1993	Medicamentos, materiales de curación y personal que presten los primeros auxilios en los centros de trabajo.
Seguridad	NOM-021-STPS- 1993	Requerimientos y características de los informes de los riesgos de trabajo, para integrar las estadísticas.
Seguridad	NOM-025-STPS- 1993	Niveles y condiciones de iluminación que deben tener los centros de trabajo.

5.6 Análisis Financiero y Contable

5.6.1 Área Contable y Financiera

Rentabilidad:

El proyecto Candel de velas artesanales es rentable en ambos años, con una utilidad neta de **\$36.200.000 COP en el año 1** y **\$48.370.000 COP en el año 2**.

Factores de la rentabilidad:

La rentabilidad del proyecto se debe principalmente a dos factores:

- ◆ Altos ingresos: El proyecto genera ingresos considerables a través de la venta de velas artesanales, cursos de elaboración de velas y otros ingresos por publicidad.
- ◆ Bajo costo de producción: El proyecto ha logrado mantener un bajo costo de producción, lo que contribuye a una mayor rentabilidad.

A continuación, se explica mejor la evolución financiera y el análisis de ingresos y costos del proyecto:

5.6.2 Evolución financiera de los últimos dos años

Análisis Costo-Beneficio			CANDEL VELAS ARTESANALES
Velas Artesanales 8x8			
Costos cuantitativos	Año 1	Año 2	Total
Costos no recurrentes			
Hardware	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000
Servidores	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 100.000
Escritorio	\$ 140.000		\$ 140.000
Equipos de telecomunicaciones	\$ 250.000		\$ 250.000
Software (empaquetado o personalizado)	\$ 200.000		\$ 200.000
Mejoras en la sala de ordenadores	\$ 100.000		\$ 100.000
Muebles y accesorios	\$ 250.000		\$ 250.000
Costos de organización/soprote del proyecto			
Planificación (previa aprobación)	\$ 500.000		\$ 500.000
Procuración		\$ 250.000	\$ 250.000
Negociaciones contractuales		\$ 250.000	\$ 250.000
Trabajo			
Infraestructura			
Desarrollo			
Propietarios de procesos de negocio (usuarios)			
Administración			
Formación de los empleados (pre-implementación)			
Costes de transición (sistemas paralelos)		\$ 800.000	\$ 800.000
Revisiones posteriores a la implementación		\$ 300.000	\$ 300.000
Costos totales no recurrentes	\$ 2.480.000	\$ 1.660.000	\$ 4.140.000

Costos recurrentes			
Hardware/Software	\$320.000	\$400.000	\$ 720.000
Mantenimiento y actualizaciones de software	\$120.000	\$150.000	\$ 270.000
Suministros informáticos	\$300.000	\$400.000	\$ 700.000
Escritorios (incremental al proyecto)	\$140.000	\$170.000	\$ 310.000
Soprote técnico de Help Desk	\$400.000	\$500.000	\$ 900.000

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

Mano de obra adicional en curso			\$ -
Costos de personal de TI (incluidos los beneficios)			\$ -
Formación de usuarios	\$250.000	\$300.000	\$ 550.000
Otro	\$400.000	\$600.000	\$ 1.000.000
Telecomunicaciones	\$250.000	\$320.000	\$ 570.000
Arrendamientos de oficinas			\$ -
Costos recurrentes totales	\$ 2.180.000	\$ 2.840.000	\$ 5.020.000

Costos totales	\$ 4.660.000	\$ 4.500.000	\$ 9.160.000
-----------------------	---------------------	---------------------	---------------------

BENEFICIOS CUANTITATIVOS	Año 1	Año 2	Total
Ingresos			
Ingresos por Ventas Productos (Velas Artesanales)	\$30.000.000	\$36.000.000	\$ 66.000.000
Ingresos por Ventas (Cursos Elaboración de Velas)	\$2.400.000	\$5.200.000	\$ 7.600.000
Ingresos totales	\$ 32.400.000	\$ 41.200.000	\$ 73.600.000

Ahorro de costes			
Disminución del costo de los servicios prestados	\$200.000	\$220.000	\$ 420.000
Ahorros de las mejoras en los procesos de negocio		\$400.000	\$ 400.000
Productividad		\$200.000	\$ 200.000
Ahorros por cambios estructurales		\$250.000	\$ 250.000
Ahorros de información optimizada (o flujo)		\$500.000	\$ 500.000
Disminución del costo de publicación de información		\$400.000	\$ 400.000
Reducción de los costos de personal (incluidas las horas extras)			
Reducción de los costes de rotación de personal			
Ahorro total de costos	\$ 200.000	\$ 1.970.000	\$ 2.170.000

Evitación de costos			
Reducción de desperdicio de materiales	\$400.000	\$800.000	\$ 1.200.000
Reducción del consumo de energía	\$200.000	\$500.000	\$ 700.000
Evitación de costos totales	\$ 600.000	\$ 1.300.000	\$ 1.900.000

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

Otros beneficios			
Ingresos por Publicidad	\$3.000.000	\$3.900.000	\$6.900.000
			\$ -
Total de otros beneficios	\$ 3.000.000	\$ 3.900.000	\$ 6.900.000
Beneficios totales	\$ 36.200.000	\$ 48.370.000	\$ 84.570.000

Como resultado se debe establecer un sistema de evaluación financiera y hacer recomendaciones a corto, mediano y largo plazo.

Corto plazo (1-2 años):

Reducir costos:

- ◆ Negociar mejores precios con proveedores.
- ◆ Optimizar el uso de materiales.
- ◆ Implementar un sistema de control de costos.

Aumentar ventas:

- ◆ Desarrollar una estrategia de marketing digital.
- ◆ Participar en ferias y eventos.
- ◆ Ofrecer descuentos y promociones.

Mejorar la gestión del proyecto:

- ◆ Implementar un sistema de gestión de proyectos.
- ◆ Capacitar al personal en gestión de proyectos.
- ◆ Definir indicadores clave de rendimiento (KPIs).

Mediano plazo (3-5 años):

Aumentar la eficiencia del proyecto:

- ◆ Invertir en maquinaria y equipos.
- ◆ Implementar procesos de producción más eficientes.
- ◆ Automatizar tareas repetitivas.

Desarrollar nuevos productos:

- ◆ Ampliar la gama de velas artesanales.
- ◆ Ofrecer productos personalizados.
- ◆ Introducir nuevos aromas y colores.

Expandir el mercado:

- ◆ Vender en nuevos canales de distribución.
- ◆ Exportar los productos a otros países.

Largo plazo (5-10 años):

Consolidar la marca:

- ◆ Desarrollar una marca fuerte y reconocida.
- ◆ Fidelizar a los clientes.
- ◆ Participar en eventos internacionales.

Franquiciar el negocio:

- ◆ Expandir el negocio a través de franquicias.
- ◆ Generar ingresos por regalías.
- ◆ Aumentar el reconocimiento de la marca.

5.6.3 Financiación

Por el momento se tiene una financiación con el Banco de Bogotá a nombre de Stefany Gutierrez, con un crédito de libre destinación por valor total de \$3.918.166 a 24 cuotas y una Tasa Efectiva Anual de 39.18%. Dicho crédito inició el día 25 de junio del 2023 y el vencimiento sería para el 16 de julio del 2025.

5.6.4 Créditos vigentes especificando

Se tiene solo un solo crédito vigente, debido a que fue suficiente para iniciar con la producción de las velas hasta el momento, de hecho, ha sido tan rentable y productivo estos últimos meses que se han realizado abonos al capital para reducir los plazos de pago y se estima que para septiembre del 2024, la deuda esté saldada por completo, trayendonos beneficios como, ahorro en pagos de intereses, buen historial crediticio, más cupo y garantía de un préstamo mayor para poder expandirnos, negociar mejores tasas o acceder a créditos más beneficiosos como empresa, porque ya se contaría con una trayectoria y se demostraría con los balances.

Como se mencionó anteriormente el crédito es de \$3.918.166 a 24 cuotas (cada una por un pago mínimo de

\$242.979 los 16 de cada mes) y hasta la fecha, gracias a los pagos a tiempo y abono al capital se tiene un saldo actual de la deuda de \$1.113.041.

Ahora bien, la estrategia de financiación al momento del desembolso, se distribuyó de la siguiente manera. 20% para la fabricación de etiquetas, cajas, tarjetas de presentación y objetos de exhibición para ferias y eventos, entre otros elementos para su correcta distribución; un 10% para la creación del logo, marketing y publicidad; 20% en moldes y otras herramientas para elaborar las velas, como ollas, gramera, termómetro, pistola de calor u otros elementos imprevistos; el 50% restante fue destinado únicamente para la compra de la materia prima (cera de palma, colorantes, esencias, pabilo, etc.)

5.6.5 Política de costos: describa la política fijación de costos de su empresa. ¿Se tiene un cálculo de los costos fijos?

COSTOS FIJOS	
Concepto	Costo Mensual
Servicios Públicos	100000
Internet	40000
Arrendamiento	100000
Total	240000

COSTO VARIABLE UNITARIO		VELA 8X8
Concepto	Costo X Unidad	
Materia Prima	8750	
Empaque	1500	
Etiquetado	750	
Transporte	800	
Bolsa	400	
Total	12200	

PRECIO DE VENTA UNITARIO VELA 8X8	
25000	Unidad

VENTAS * MES	
100	Unidades

COSTO VARIABLE TOTAL
Costo Variable Unitario * Ventas
1220000

Costos fijos:

- Se mantienen constantes sin importar la cantidad de velas vendidas.
- Se revisarán y ajustarán anualmente o según sea necesario.

Costos variables:

- Se actualizarán según los cambios en el mercado y proveedores.
- Se analizarán para optimizar la eficiencia y reducir costos.

Precio de venta:

- Se fijará en base a los costos, la competencia y la demanda del mercado.
- Se revisará y ajustará periódicamente para mantener la rentabilidad.

Margen de Ganancia actual:

Margen de Ganancia = (Precio de venta unitario - Costo variable unitario) / Precio de venta unitario

Margen de Ganancia = (\$25.000 - \$12.200) / \$25.000

Margen de Ganancia = \$12.800 / \$25.000

Margen de Ganancia = **51%**

La empresa tiene un margen de ganancia actual del 51%.

5.6.6 Se sabe ¿cuál es el punto de equilibrio de la compañía?

Punto de equilibrio = Costos fijos totales / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

Punto de equilibrio = \$240.000 COP / (\$25.000 COP - \$12.200 COP)

Punto de equilibrio = \$240.000 COP / \$12.800 COP

Punto de equilibrio = **18.75 unidades**

El punto de equilibrio de nuestro proyecto es de 18.75 unidades. Esto significa que necesitamos vender 18 velas de 8x8 al mes para cubrir los costos fijos y no tener ni ganancias ni pérdidas.

Dado que las ventas actuales (100 unidades) superan el punto de equilibrio (18.75 unidades), el proyecto de velas artesanales es rentable.

Costos Fijos	240000
Costo Total	252200
Ingreso Total	2500000
Costo Variable Total	1220000

Para la tabla presentada anteriormente, tomamos en cuenta los costos fijos, el costo total, el ingreso total y el costo variable total, para la venta de \$100 unidades de vela 8x8 mensuales, y para la realización de la gráfica de punto de equilibrio, tuvimos en cuenta cada valor para un intervalo de unidades de 0 a 100, siendo 100 la mayor cantidad de unidades vendidas x mes, como se presenta a continuación:

Unidades Vendidas	Costo Total	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable Total
0	240000	0	240000	0
1	252200	25000	240000	12200
2	264400	50000	240000	24400
3	276600	75000	240000	36600
4	288800	100000	240000	48800
5	301000	125000	240000	61000
6	313200	150000	240000	73200
7	325400	175000	240000	85400
8	337600	200000	240000	97600
9	349800	225000	240000	109800
10	362000	250000	240000	122000
11	374200	275000	240000	134200
12	386400	300000	240000	146400

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

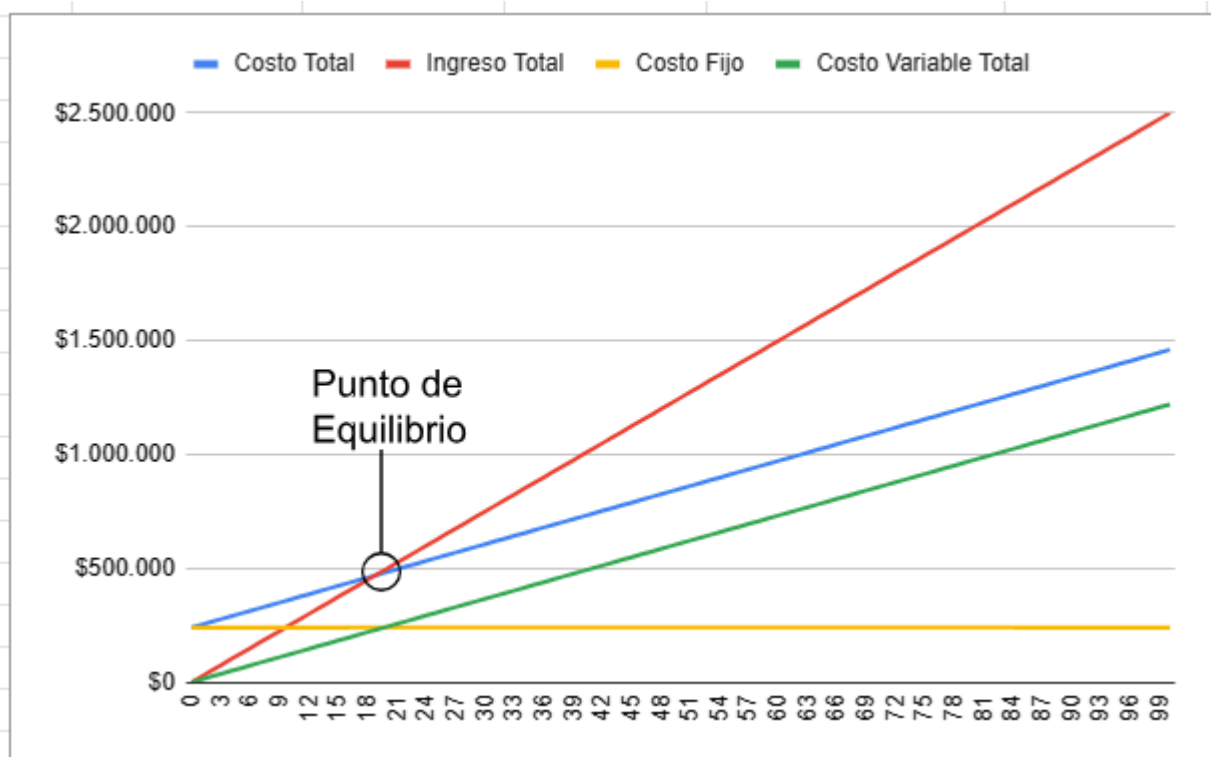
13	398600	325000	240000	158600
14	410800	350000	240000	170800
15	423000	375000	240000	183000
16	435200	400000	240000	195200
17	447400	425000	240000	207400
18	459600	450000	240000	219600
19	471800	475000	240000	231800
20	484000	500000	240000	244000
21	496200	525000	240000	256200
22	508400	550000	240000	268400
23	520600	575000	240000	280600
24	532800	600000	240000	292800
25	545000	625000	240000	305000
26	557200	650000	240000	317200
27	569400	675000	240000	329400
28	581600	700000	240000	341600
29	593800	725000	240000	353800
30	606000	750000	240000	366000
31	618200	775000	240000	378200
32	630400	800000	240000	390400
33	642600	825000	240000	402600
34	654800	850000	240000	414800
35	667000	875000	240000	427000
36	679200	900000	240000	439200
37	691400	925000	240000	451400
38	703600	950000	240000	463600
39	715800	975000	240000	475800
40	728000	1000000	240000	488000
41	740200	1025000	240000	500200
42	752400	1050000	240000	512400
43	764600	1075000	240000	524600
44	776800	1100000	240000	536800
45	789000	1125000	240000	549000
46	801200	1150000	240000	561200
47	813400	1175000	240000	573400
48	825600	1200000	240000	585600
49	837800	1225000	240000	597800
50	850000	1250000	240000	610000

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

51	862200	1275000	240000	622200
52	874400	1300000	240000	634400
53	886600	1325000	240000	646600
54	898800	1350000	240000	658800
55	911000	1375000	240000	671000
56	923200	1400000	240000	683200
57	935400	1425000	240000	695400
58	947600	1450000	240000	707600
59	959800	1475000	240000	719800
60	972000	1500000	240000	732000
61	984200	1525000	240000	744200
62	996400	1550000	240000	756400
63	1008600	1575000	240000	768600
64	1020800	1600000	240000	780800
65	1033000	1625000	240000	793000
66	1045200	1650000	240000	805200
67	1057400	1675000	240000	817400
68	1069600	1700000	240000	829600
69	1081800	1725000	240000	841800
70	1094000	1750000	240000	854000
71	1106200	1775000	240000	866200
72	1118400	1800000	240000	878400
73	1130600	1825000	240000	890600
74	1142800	1850000	240000	902800
75	1155000	1875000	240000	915000
76	1167200	1900000	240000	927200
77	1179400	1925000	240000	939400
78	1191600	1950000	240000	951600
79	1203800	1975000	240000	963800
80	1216000	2000000	240000	976000
81	1228200	2025000	240000	988200
82	1240400	2050000	240000	1000400
83	1252600	2075000	240000	1012600
84	1264800	2100000	240000	1024800
85	1277000	2125000	240000	1037000
86	1289200	2150000	240000	1049200
87	1301400	2175000	240000	1061400
88	1313600	2200000	240000	1073600

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

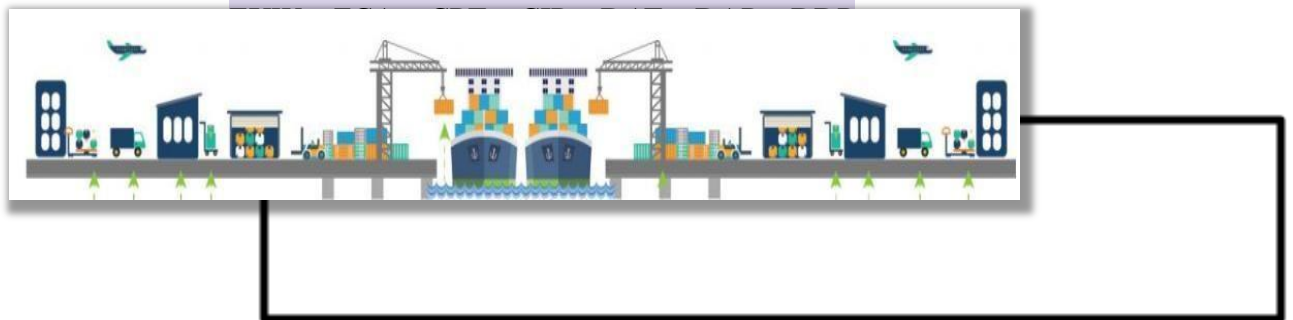
89	1325800	2225000	240000	1085800
90	1338000	2250000	240000	1098000
91	1350200	2275000	240000	1110200
92	1362400	2300000	240000	1122400
93	1374600	2325000	240000	1134600
94	1386800	2350000	240000	1146800
95	1399000	2375000	240000	1159000
96	1411200	2400000	240000	1171200
97	1423400	2425000	240000	1183400
98	1435600	2450000	240000	1195600
99	1447800	2475000	240000	1207800
100	1460000	2500000	240000	1220000



5.6.7 ¿Se lleva un costeo por producto? Se expresan los precios en los diferentes términos INCOTERM versión 2000.

EXW – FCA – CPT – CIP – DAT – DAP – DDP

FAS – FOB – CFR – CIF



Valor de la mercancía	\$2.500.000	\$595,24 usd
Valor EXW	\$2.500.000	\$595,24 usd
Gastos de Tránsito	\$200.000	\$47,62 usd
Despacho Aduanas	\$300.000	\$71,43 usd
Gastos Portuarios	\$100.000	\$23,81 usd
Cargue de contenedor	\$50.000	\$11,90 usd
Valor FOB	\$3.150.000	\$750 usd
Transporte Buenaventura - Puerto Limon	\$500.000	119,04 usd
Valor CFR	\$3.650.000	\$869,04 usd
Seguro	\$100.000	\$23,81 usd
Valor CIF	\$3.750.000	\$892.85 usd

- La elección de Buenaventura como puerto de embarque se debe a su mayor frecuencia de salidas hacia Costa Rica en comparación con otros puertos como Santa Marta.
- Puerto Limón se ha seleccionado como puerto de desembarque por ser el principal punto de entrada de mercancías en Costa Rica.
- El cálculo CIF se basa en una tasa de cambio de COP 4.200 por USD.

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

- Es importante tener en cuenta que la tasa de cambio puede fluctuar, lo que puede afectar el costo total de la exportación.

Componente	Alternativa No.1 - Aéreo	
	COP	USD
Productos en fábrica	2.500.000,00	595,24
Empaque	150.000,00	35,71
Embalaje	500.000,00	119,05
Ajuste a la utilidad	500.000,00	119,05
Valor EXW	3.650.000,00	869,05
Unitarización	200.000,00	47,62
Manipuleo local exportador	100.000,00	23,81
Documentación	120.000,00	28,57
Transporte		0,00
Almacenamiento intermedio		0,00
Manipuleo pre embarque		0,00
Manipuleo embarque		0,00
Bancario		0,00
Agentes		0,00
Administrativos		0,00
Capital inventario	67.833,33	16,15
Subtotal	4.137.833,33	985,20
Seguro	0,00	0,00
TOTAL DFI PAÍS EXPORTADOR	1.637.833,33	389,96
Valor FCA	4.137.833,33	985,20

- El cálculo FCA se basa en una tasa de cambio de COP 4.200 por USD.
- El costo de la exportación de 100 velas artesanales a Costa Rica aumenta en **COP 387.833,33** o **USD 92,35** cuando se utiliza el método AÉREO FCA en comparación con el CIF marítimo. Esto representa un **incremento porcentual del 10,34%**.

¿Se discriminan los costos? (manufactura, distribución, promoción, etc.)

Categoría	CIF MARÍTIMO	AÉREO FCA
Manufactura	66%	60%
Distribución	20%	24%
Promoción	14%	16%

El análisis muestra que la distribución de los costos es ligeramente diferente entre los dos métodos de exportación. En el método AÉREO FCA, el costo de distribución es mayor y el costo de promoción es menor que en el método CIF Marítimo. Esto se debe a que el transporte aéreo es más caro que el transporte marítimo, y a que se necesita llegar a un mercado más amplio en un menor tiempo con el método AÉREO FCA.

Política de compras - Describa la política de compras de su empresa: pago a proveedores – se financia con los proveedores.: Financiado con los proveedores (crédito).

Grado de dependencia de los proveedores: Alto, especialmente para la reposición de materias primas.

Planeación de las compras: Se realiza de forma mensual, con base en la demanda y los inventarios.

Control de calidad de las materias primas, etc: Se realiza un control de calidad exhaustivo antes de la compra y recepción de las materias primas.

Política de ventas:

Plazos: 30 días a partir de la fecha de la factura.

Descuentos: Selectivos por distribuidor y por volumen.

6. Análisis del Marketing Mix

6.1 Producto

Ficha técnica del producto vela artesanal 8 centímetros de diámetro x 8 centímetros de alto.

Nombre del producto o servicio	Vela Artesanal 8x8
Descripción técnica	<p>Material: Cera de palma.</p> <p>Medidas: 8 cm de alto x 8 cm de diámetro.</p> <p>Peso: 400 gramos</p> <p>Duración: Aproximadamente 40 horas</p> <p>Aroma: A elección del cliente.</p> <p>Personalización: Diseños, moldes y colores a elección del cliente.</p>
Presentación comercial	<p>Empaque: Caja de cartón kraft con diseño de la marca.</p> <p>Etiqueta: Etiqueta personalizada con el nombre de la marca, diseño e información de contacto.</p>
Especificaciones	<p>Servicio de venta directa: A través de Instagram, WhatsApp y Voz a Voz.</p> <p>Logística de envíos: No se incluye. El cliente elige el método de envío de su preferencia.</p> <p>Precios: Varían según el tamaño, aroma y personalización de la vela.</p> <p>Formas de pago: Transferencia bancaria, dinero en efectivo y PayPal.</p>

6.2 Foto del producto: Canal de Venta



6.3 Catálogo



ENVASE 8CM X 5CM \$20.000

Envase de vidrio 8 cm de diámetro x 5 cm de alto



ENVASE 8CM X 8CM \$25.000

Envase de vidrio de 8 cm de diámetro x 8 cm de alto



ENVASE 8CM X 10CM \$30.000

Envase de vidrio de 8 cm de diámetro x 10 cm de alto



ENVASE 10 CM X 10CM \$40.000

Envase de vidrio de 10 cm de diámetro x 10 cm de alto



VELA MINI BURBUJA \$7.000

Ancho: 3,5 cm / Largo: 3,5 cm / Alto: 3,5 cm



VELA BURBUJA \$15.000

Ancho: 6 cm / Largo: 6 cm / Alto: 5,5 cm



VELA ARCO \$20.000

Ancho: 3,5 cm / Largo: 5,5 cm / Alto: 11,5 cm



VELA ONDAS \$15.000

Ancho: 2,5 cm / Largo: 4 cm / Alto: 23 cm



VELA ZIGZAG \$15.000

Ancho: 2,5 cm / Largo: 4 cm / Alto: 23 cm



VELA OSITO \$6.000

Ancho: 3 cm / Largo: 3 cm / Alto: 4,5 cm



VELA SOL/LUNA \$8.000

6 cm de diámetro



VELA NUBE \$10.000

Ancho: 3,5 cm / Largo: 8,5 cm / Alto: 6,2 cm

6.4 Sitio Web



Un sitio web para Candel es crucial para tener una presencia online profesional, por ende, hemos decidido crear un sitio web basado en las siguientes estrategias:

- El sitio web estará optimizado para los buscadores (SEO) y se promocionará en las redes sociales para aumentar su visibilidad en internet.
- Se presentará el catálogo de productos de Candel Velas Artesanales de manera atractiva e informativa, incluyendo imágenes de alta calidad, descripciones detalladas y vídeos que muestren el proceso de elaboración de las velas.
- Contaremos con una tienda online donde los clientes podrán comprar velas de forma segura y cómoda, con diferentes opciones de pago y envío.
- Se ofrecerá un servicio de atención al cliente excepcional, con información de contacto clara, preguntas frecuentes y un formulario de contacto para que los clientes puedan realizar cualquier consulta.
- Candel Velas Artesanales utilizará el sitio web para implementar estrategias de marketing digital como email marketing, anuncios en redes sociales y contenido atractivo para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.
- El sitio web fomentará la interacción entre los clientes de Candel Velas Artesanales a través de un blog, un foro o un grupo en redes sociales.
- La tienda online y las estrategias de marketing digital del sitio web contribuirán a aumentar las ventas de Candel Velas Artesanales.

6.5 Adecuación del producto o servicio para el mercado internacional

6.5.1 Producto Empaque

Costa Rica:

Organismo de Control:

En Costa Rica, la entidad responsable de establecer las normas técnicas para el empaque y etiquetado de productos es el **Ministerio de Salud** a través de la **Dirección General de Salud** y el **Departamento de Regulación de Productos de Interés Sanitario**.

Normas Aplicables:

Empaque:

- **Norma Técnica Nacional NTON 116:** Requisitos de rotulado y etiquetado de productos pre-ensados. Esta norma establece requisitos generales para el etiquetado de productos preensados, incluyendo las velas.

Etiquetado:

- **Reglamento sobre el etiquetado de los productos pre-ensados:** Este reglamento establece requisitos específicos para el etiquetado de productos preensados, incluyendo las velas.

Información Requerida en el Etiquetado:

- **Nombre del producto:** Debe ser claro, conciso y descriptivo del producto.
- **Identificación del fabricante o importador:** Debe incluir el nombre, dirección y teléfono del fabricante o importador.
- **Lista de ingredientes:** Debe incluir la lista completa de ingredientes en orden descendente por peso.
- **Contenido neto:** Debe indicar la cantidad de producto en unidades de volumen o peso.
- **Instrucciones de uso:** Deben ser claras y precisas, incluyendo las precauciones de seguridad.
- **Advertencias:** Deben ser claras y visibles, e incluir cualquier información relevante sobre los

riesgos potenciales del producto.

- **Información de contacto:** Debe incluir información de contacto para el fabricante o importador para que los consumidores puedan presentar quejas o solicitar información adicional.
- **País de origen:** Debe indicar el país donde se fabricó el producto.

6.5.2 Etiquetado

En este decreto se indica que las velas están exentas:

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=64435#ddown

Excepciones al campo de aplicación del presente reglamento

1. Velas aromáticas

Aun así se cumplirá con las siguientes regulaciones básicas en el etiquetado que se solicita para cada producto en diferentes países, porque es esencial para garantizar la seguridad del consumidor y evitar problemas legales con el país de destino:

- Nombre del fabricante y logo: Candel Velas Artesanales
- Tipo de vela: Vela aromática y artesanal con componentes naturales.
- Peso neto del producto: Su peso bruto es de 425 gr o 15 oz cada vela.
- Instrucciones de uso: Siguiendo las instrucciones, se puede disfrutar de las velas artesanales de manera segura y prolongar su vida útil.
 - Colocación segura: Colocar la vela en una superficie plana y resistente al calor, lejos de materiales inflamables y corrientes de aire.
 - Encendido: Antes de encender la vela, recorta la mecha a aproximadamente 0.5 cm de longitud y enciéndela con un encendedor o fósforos.
 - Supervisión: Nunca dejar la vela encendida sin supervisión. - Tiempo de quemado: Limitar el tiempo de quemado a no más de 4 horas seguidas.
 - Apagado seguro: Apagar la vela con una tapa o sofocador de mecha en lugar de soplarla para evitar que se derrame cera caliente.
 - Cera derretida: Tener en cuenta que la cera derretida estará caliente. No tocar ni mover la vela mientras la cera esté líquida. - Mantener alejado de niños y mascotas: Mantener la vela fuera del alcance de los niños y las mascotas.
 - Almacenamiento seguro: Almacenar la vela en un lugar fresco y oscuro, lejos de la luz solar directa y del calor excesivo.
- Ingredientes utilizados: Cera de soya, esencia natural, pabilo, anilina (color), aditivos

(si es necesario)

- Fecha de fabricación o fecha de vencimiento: Se estima que el tiempo de caducidad de una vela aromática desde que se fabrica es de 12 meses a 18 meses, siempre y cuando se conserva en un lugar fresco y sin exposición a la luz ultravioleta.
- País de origen: Colombia

6.5.3 Posicionamiento de la marca

Candel Velas Artesanales no tiene presencia actual en Costa Rica. Por lo tanto, la marca no está posicionada en el país.

Estrategias de posicionamiento:

Para posicionar la marca en Costa Rica, se recomienda:

- Registrar la marca en Costa Rica es crucial para proteger su propiedad intelectual y evitar que otros la usen sin autorización.
- Realizar un estudio de mercado en profundidad para comprender las necesidades y preferencias del consumidor costarricense en cuanto a velas artesanales.
- Desarrollar una estrategia de marketing integral que incluya publicidad en redes sociales, relaciones públicas, participación en ferias y eventos, y marketing de influencers.
- Crear un sitio web atractivo y fácil de usar en español que presente la marca, sus productos y su historia.
- Implementar una tienda online que permita a los clientes costarricenses comprar velas de forma segura y cómoda.
- Ofrecer un servicio al cliente excepcional en español para atender las necesidades de los clientes costarricenses.

Candel Velas Artesanales puede posicionarse en Costa Rica de forma directa e indirecta:

Posicionamiento directo:

- Vender las velas directamente a tiendas minoristas, distribuidores o consumidores finales en Costa Rica.
- Participar en ferias comerciales relevantes en Costa Rica para presentar la marca y sus productos a

un público objetivo.

Posicionamiento indirecto:

- Asociarse con empresas costarricenses, como tiendas de decoración o spas, para distribuir las velas.
- Colaborar con influencers costarricenses en las redes sociales para promocionar la marca y sus productos.

6.5.4 Sistemas de mercadeo y publicidad que utilizan.

En Costa Rica, al igual que en muchos otros lugares del mundo, se utilizan una variedad de sistemas de mercadeo y publicidad para promocionar productos y servicios como lo son televisión, radio, vallas publicitarias, entre otros. Pero realmente en la actualidad por temas de costos y mayor visibilidad para comenzar, se utiliza más la publicidad digital. Para empezar a darnos a conocer, realizaremos anuncios en redes sociales (Instagram, Whatsapp, página web, entre otros), además de crear contenido valioso para atraer y retener a nuestra audiencia. Utilizaremos publicidad en buscadores colocando anuncios pagados en los resultados de búsqueda de Google.

Se tiene también en cuenta el marketing con influencers que tengan una audiencia relevante para nuestro producto además de hacer colaboraciones con marcas para realizar promociones y con eso llegar a más público.

6.5.5 Contactos comerciales

Los contactos comerciales son un factor crucial para la expansión del proyecto de velas artesanales Candel. Pues permiten acceder a nuevos mercados, aumentar las ventas y fortalecer la marca. A continuación evaluamos las posibilidades de crecimiento del proyecto mediante los mismos, teniendo en cuenta las ciudades objetivo: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla y nuestro destino de exportación Costa Rica.

<u>Importadores</u>	<u>Mayoristas</u>	<u>Cadena de Supermercados</u>	<u>Distribuidores</u>	<u>Sociedades de Comercialización Internacional</u>
<p>- Importadora roma del oeste S.A.</p> <p>- Munso importaciones</p> <p>- Gimarsul importadora S.A.</p>	<p>- Almacenes éxito.</p> <p>- Homecenter</p> <p>- Jumbo</p> <p>- Almacenes Carulla</p>	<p>- Éxito</p> <p>- Jumbo</p> <p>- Carulla</p> <p>- Alkosto</p>	<p>- Tienda Hogar distribuidora</p> <p>- Interrapidísimo</p>	<p>- Procolombia.</p>
				

6.5.6 Acuerdos comerciales

TLC COLOMBIA COSTA RICA

El producto se encuentra dentro del acuerdo comercial por lo tanto el arancel que paga es del 3%

Para poder tener acceso a este beneficio se debe cumplir con la norma de origen del acuerdo.

Norma de origen: esta partida tiene REOS (requisitos específicos d origen) y de acuerdo con esto, admite insumos importados). Por lo tanto, si el insumo principal de la vela es importado de todas formas se puede aprovechar el beneficio.

6.5.7 Tratamiento arancelario

Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica (TLC):

→ **Código arancelario:** 3406.00.00 - Velas, cirios, antorchas y artículos similares.

→ Arancel: 0%

→ Impuestos:

- ◆ Impuesto General de Ventas (IGV): 13%
- ◆ Impuesto Selectivo de Consumo (ISC): No aplica

Requisitos para acogerse al TLC:

- Las velas deben ser originarias de Colombia.
- Se debe contar con un Certificado de Origen emitido por la Cámara de Comercio.
- Las velas deben cumplir con las normas técnicas y sanitarias de Costa Rica.

legis Arancel Electrónico

Busca una subpartida o descripción

Mercosur
Mercosur ACE 72
Preferencias arancelarias regionales (PAR)
TLC AELC
TLC Alianza Pacifico
TLC Canadá
TLC Chile
TLC Corea
TLC Costa Rica
TLC Estados Unidos
TLC Israel
TLC Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (Incluye Gibraltar y las Islas de Man y del Canal)
TLC México
TLC Triángulo Norte

← Volver

Sección: VI Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas
Capítulo: 34 Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, "ceras para odontología" y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable
Subcapítulo: No aplica
Partida: 34.06 Velas, cirios y artículos similares
★ 3406.00.00.00 Velas, cirios y artículos similares ▶

TLC Costa Rica
Vigentes Historial de Desgravación

Buscar:

Bandera	País	% tributos	Descripción	Norma	Fecha Inicial	Fecha Final
	Costa Rica	0%		LEY NÚMERO 1763 DE 2015, CONGRESO DE LA REPÚBLICA CAPÍTULO 2 DECRETO NÚMERO 1231 DE 2016, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	01/01/2020	

Ver 1 a 1 de 1 Registros

Anterior 1 Siguiente

6.5.8 Cupos

NO APLICA

6.5.9 Licencias

1. Registro Sanitario:

Entidad emisora: Ministerio de Salud de Costa Rica.

Requisitos:

- Presentar solicitud y documentación completa.
- Cumplir con las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Análisis físico-químico y microbiológico del producto.
- Pago de aranceles y tasas.

Tiempo de trámite: Aproximadamente 30 días hábiles.

2. Permiso de Importación:

Entidad emisora: Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) de Costa Rica.

Requisitos:

- Presentar solicitud y documentación completa.
- Contar con Registro Sanitario vigente.
- Declaración de Aduanas.
- Pago de aranceles e impuestos.

Tiempo de trámite: Aproximadamente 10 días hábiles.

3. Certificado de Origen:

Entidad emisora: Cámara de Comercio de Colombia.

Requisitos:

- Presentar solicitud y documentación completa.
- Cumplir con las reglas de origen del TLC Colombia-Costa Rica.

Tiempo de trámite: Aproximadamente 5 días hábiles.

6.5.10 Requisitos Sanitarios

No aplica, En este decreto se indica que las velas están exentas:

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=64435#ddown

Excepciones al campo de aplicación del presente reglamento

1. Velas aromáticas

6.5.11 Requisitos técnicos

Requisitos generales:

Etiquetado: Las velas deben tener una etiqueta legible y en español que incluya:

- Nombre del producto.
- Lista de ingredientes.
- Instrucciones de uso y seguridad.
- Nombre y dirección del fabricante o importador.
- Contenido neto.
- País de origen.

Embalaje:

- Las velas deben estar empacadas de manera segura para evitar daños durante el transporte.
- El embalaje debe ser resistente y adecuado para el tipo de producto.

Normas de seguridad:

- Las velas deben cumplir con las normas de seguridad del país de destino.
- El uso de velas aromáticas, incienso, radios y reproductores musicales se encuentra regulado mediante la circular PDRH-SL-C-8-2011.

Requisitos específicos para velas artesanales:

Materiales:

- Los materiales utilizados en la elaboración de las velas deben ser de alta calidad y no deben ser tóxicos.
- Se debe evitar el uso de materiales que puedan producir humo negro o gases nocivos.

Colorantes:

- Los colorantes utilizados en las velas deben ser de grado alimenticio y no deben ser tóxicos.

Fragancias:

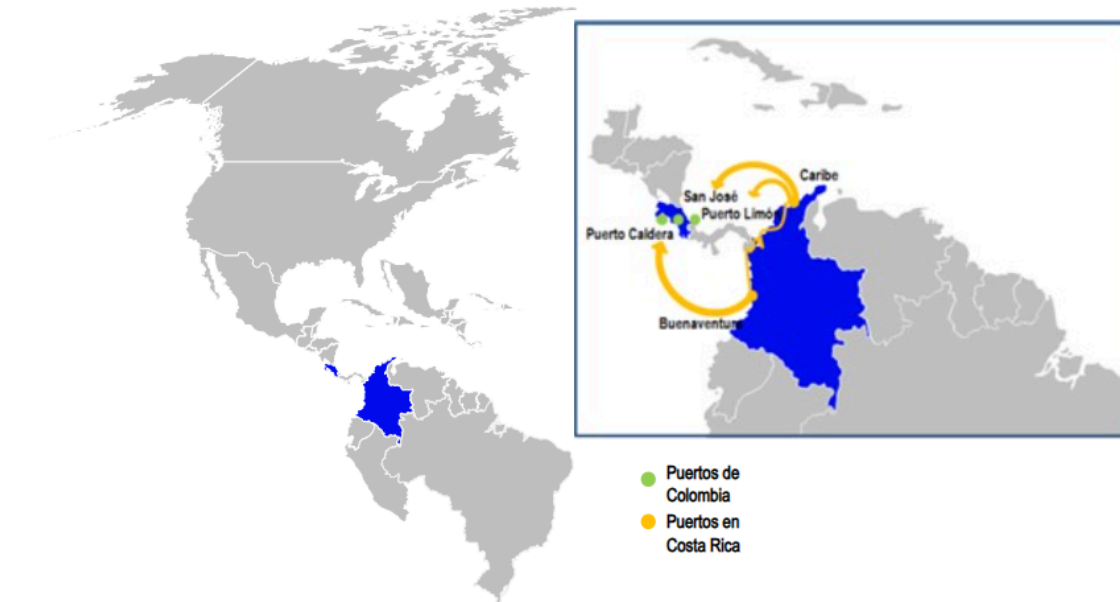
- Las fragancias utilizadas en las velas deben ser de grado alimenticio y no deben ser irritantes.

Mechas:

- Las mechas utilizadas en las velas deben ser de un tamaño adecuado para la vela.

6.5.12 Puertos de entrada





El transporte marítimo es una opción viable para la exportación de velas artesanales desde Colombia a Costa Rica. Ofrece ventajas como la capacidad de transportar grandes volúmenes de carga a un costo relativamente bajo.

Rutas de acceso:

Puerto de Cartagena o Santa Marta:

- ◆ La ruta de acceso sería a través del Canal de Panamá, con llegada a Puerto Limón en Costa Rica.
- ◆ Esta ruta ofrece la ventaja de ser la más corta en distancia.
- ◆ Sin embargo, el tiempo de tránsito puede ser mayor debido al paso por el Canal de Panamá.
- ◆ Los costos de peaje del Canal de Panamá deben ser considerados.

Puerto de Buenaventura:

- ◆ La ruta de acceso sería por el Pacífico, con llegada a Puerto Caldera en Costa Rica.
- ◆ Esta ruta ofrece la ventaja de ser más rápida que la ruta a través del Canal de Panamá.
- ◆ Sin embargo, la distancia es mayor, lo que puede afectar los costos de transporte.
- ◆ Puerto Caldera no tiene la misma infraestructura y conectividad que Puerto Limón.

6.5.13 Documentación requerida para la entrada del producto

A continuación imagen donde se explica el proceso de importación en Costa Rica.



A continuación se dará una breve descripción de los documentos que se requieren para la exportación de velas desde Colombia a Costa Rica:

1. **Factura Comercial:** Contiene información detallada sobre el vendedor y el comprador, la descripción de los productos, el valor total de la transacción, los términos de pago y cualquier otra información relevante para la transacción comercial. La factura comercial es necesaria para el despacho aduanero y sirve como prueba de la transacción comercial.
2. **Lista de Empaque:** Este documento detalla la cantidad, el peso, las dimensiones y la descripción de cada uno de los productos. Esencialmente, proporciona un desglose completo de lo que se encuentra dentro de los paquetes o contenedores que se están enviando a Costa Rica. La lista de empaque ayuda a los agentes de aduanas y a los transportistas a verificar la carga y asegurarse de que coincide con la documentación proporcionada.
3. **Certificado de Origen:** Sirve como prueba de que los productos se fabricaron en el país declarado y puede ser necesario para determinar los aranceles y otros impuestos aplicables en el país importador. El certificado de origen puede ser emitido por una autoridad gubernamental o por una cámara de comercio.
4. **Documento de Transporte:** Este documento, que puede ser una factura de transporte, una guía de remisión o un conocimiento de embarque, detalla los términos y condiciones del transporte de las velas artesanales desde el lugar de origen hasta el destino final. Proporciona información sobre el transportista, la ruta, el método de transporte, las fechas de recogida y entrega, y cualquier otra información relevante para el envío de la carga.

Otras certificaciones u otros documentos no son requeridos para su exportación, tal y como se evidencia en la página de la DIAN:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

6.5.14 Precio

1. Costos por unidad:

Costo de producción: 25.000 COP

Costo de exportación marítima CIF: 3.750.000 COP / 100 unidades = **37.500 COP/unidad**

Costo de exportación aérea FCA: 4.137.833 COP / 100 unidades = **41.378,33 COP/unidad**

2. Precio al consumidor final:

Marítimo CIF:

Margen de beneficio: 30%

Precio al consumidor final = Costo total + Margen de beneficio

Precio al consumidor final = 25.000 COP + 37.500 COP + (25.000 COP + 37.500 COP) * 30%

Precio al consumidor final = 25.000 COP + 37.500 COP + 18.750 COP

Precio al consumidor final (marítimo CIF): 81.250 COP

Aéreo FCA:

Margen de beneficio: 40%

Precio al consumidor final = Costo total + Margen de beneficio

Precio al consumidor final = 25.000 COP + 41.378,33 COP + (25.000 COP + 41.378,33 COP) * 40%

Precio al consumidor final = 25.000 COP + 41.378,33 COP + 26.551,2 COP

Precio al consumidor final (aéreo FCA): 92.929 COP

Precio al intermediario:

Marítimo CIF:

Margen de beneficio para el intermediario: 20%

Precio al intermediario = Precio al consumidor final - Margen de beneficio para el intermediario

Precio al intermediario = 81.250 COP - 81.250 COP * 20%

Precio al intermediario = 81.250 COP - 16.250 COP

Precio al intermediario (marítimo CIF): 65.000 COP

Aéreo FCA:

Margen de beneficio para el intermediario: 15%

Precio al intermediario = Precio al consumidor final - Margen de beneficio para el intermediario

Precio al intermediario = 86.181,83 COP - 86.181,83 COP * 15%

Precio al intermediario = 86.181,83 COP - 12.187,5 COP

Precio al intermediario (aéreo FCA): 73.994,33 COP

Concepto	Marítimo CIF	Aéreo FCA
Costo de producción	25.000 COP	25.000 COP
Costo de exportación	37.500 COP/unidad	41.378,33 COP/unidad
Costo total	62.500 COP/unidad	66.378,33 COP/unidad
Margen de beneficio	30%	40%
Precio al consumidor final	81.250 COP	92.929 COP
Margen de beneficio para el intermediario	20%	15%
Precio al intermediario	65.000 COP	73.994,33 COP

7. Costos de exportación

Tipo de costo	Descripción	Costo (COP)
Costos directos	Embalaje y paletización	\$600,000
	Manipulación y almacenamiento	\$150,000
	Transporte	\$500,000
	Seguro	\$100,000
Costos indirectos	Administrativos	\$20,000
	Costos del inventario	\$30,000
	Costo de capital	\$220,000
	Documentación	\$120,000
	Trámites aduaneros	\$150,000
	Trámites bancarios	\$30,000

Nivel de Precios

Mercado de Consumo Masivo:

- Precio promedio: ₡2.000 - ₡5.000 / US\$3.20 - US\$8.00/COP 11.500 - COP 28.800 C/U
- Características: Producidas en masa, calidad estandarizada, diseños básicos.
- Público objetivo: Personas que buscan velas como artículos de decoración básicos o para uso diario.

Mercado Precio Medio:

- Precio promedio: ₡5.000 - ₡10.000/US\$8.00 - US\$16.00/COP 28.800 - COP 57.600 C/U
- Características: Mayor calidad que las del mercado de consumo masivo, diseños más atractivos, aromas o diferentes formas.
- Público objetivo: Personas que buscan productos con un diseño más atractivo y características adicionales.

Mercado Precio Medio-Alto:

- Precio promedio: ₡10.000 - ₡25.000 /US\$16.00 - US\$40.00/COP 57.600 - COP 144.000 C/U
- Características: Diseños únicos, materiales de alta calidad, procesos de producción más elaborados.
- Público objetivo: Personas que aprecian la exclusividad y la artesanía.

Mercado de Lujo:

- Precio promedio:+ ₡25.000/+US\$40.00/+COP 144.000 C/U
- Características: Diseños vanguardistas, materiales premium, procesos de producción artesanales.
- Público objetivo: Personas que buscan productos únicos y de la más alta calidad.

La elección del mercado de precio medio-alto para la exportación de velas artesanales a Costa Rica se basa en la necesidad de cubrir costos logísticos y de producción, a la vez que se enfoca en la calidad y el aroma como valores diferenciales. Este segmento ofrece un balance ideal para iniciar operaciones, construir una base de clientes y escalar el negocio a futuro, con la posibilidad de incursionar en el mercado de lujo a medida que la marca se consolide.

7.1 Promoción

- Redes sociales: Utilizaremos Instagram y Tiktok para promocionar las velas artesanales. Publicar contenido visual atractivo, utilizando hashtags relevantes para aumentar la visibilidad. Interactuar con los clientes potenciales respondiendo preguntas, comentarios y mensajes directos de manera rápida y amigable. Además, puedes aprovechar las herramientas publicitarias de las redes sociales para llegar a un público más amplio y dirigido.
- Alianzas: Establecer alianzas estratégicas con otros negocios o influencers que tengan una audiencia similar a la nuestra y que promocionen nuestros productos a su audiencia.
- Ferias: Participar en ferias locales, eventos de artesanía para promocionar las velas artesanales en persona. Preparar un stand atractivo que muestre tus productos de manera visualmente atractiva y ofrece muestras gratis o descuentos especiales para atraer a los visitantes. Interactuar con los clientes potenciales, contarles la historia detrás de las velas y brindarles una experiencia personalizada.
- Branding: Nuestro objetivo es desarrollar una identidad de marca sólida y coherente que refleje la calidad, la autenticidad y la pasión detrás de las velas artesanales, desde el logo, la paleta de colores, entre otros.

Estas estrategias de promoción nos ayudaran a aumentar la visibilidad y la demanda de las velas artesanales, establecer relaciones con clientes potenciales y fortalecer la presencia de la marca en el mercado de Costa Rica.

7.2 Plaza – Canales

Canal elegido: Fabricante - Mayorista

Descripción:

En este canal, las velas artesanales se venden directamente a mayoristas en Costa Rica. Los mayoristas luego distribuyen las velas a minoristas, como tiendas de regalos, boutiques y tiendas de decoración del hogar.

Ventajas:

- **Acceso a una amplia red de distribución:** Los mayoristas tienen relaciones con una amplia red de minoristas, lo que permite que las velas artesanales lleguen a un gran número de consumidores.
- **Menor inversión en marketing y ventas:** El fabricante no necesita invertir en marketing y ventas directas a los consumidores, ya que los mayoristas se encargan de estas actividades.
- **Eficiencia en la gestión de pedidos y envíos:** El fabricante puede realizar un solo envío al mayorista, lo que reduce los costos y la complejidad de la gestión de pedidos y envíos.

8. Medición del Potencial Exportador

La intención de Candel frente al proceso exportador es positiva y proactiva. La empresa reconoce el potencial del mercado costarricense y está dispuesta a tomar las medidas necesarias para expandir su presencia internacional. Sin embargo, también es consciente de los desafíos y riesgos asociados con la operación internacional y está comprometida a abordarlos de manera estratégica y eficiente. A continuación se mencionan cada aspecto a tener en cuenta.

8.1 Inteligencia de Mercados

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Costa Rica en 2022 ⁱ

Producto: 34 Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ... ^(← →)

Las importaciones de Costa Rica representan 0,2% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 65
La distancia media de los países proveedores es 3579 km y la concentración de mercado es de 0,17

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: líneas por página: Por defecto (25 por página) 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Comercio bilateral	Exportadores	Seleccione sus indicadores ▼										
		Valor importado en 2022 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2022 (miles de USD) ↑	Participación de las importaciones para Costa Rica (%) ↑	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2018-2022 (% p.a.) ↑	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2021-2022 (% p.a.) ↑	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales ↑	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) ↑	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2018-2022 (% p.a.) ↑	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km) ↑	Concentración de las importaciones de los países socios ↑	Arancel medio (estimado) aplicado por Costa Rica ↑
	Mundo	199.273	-142.024	100	8	12		100	6			
☒	Guatemala	57.840	-48.731	29	9	10	36	0,4	13	976	0,14	0
☒	Estados Unidos de América	44.697	-43.272	22,4	7	12	2	10,8	4	6.015	0,14	0
☒	México	33.081	-33.071	16,6	10	7	13	1,9	17	2.469	0,46	0
☒	El Salvador	14.610	-2.160	7,3	-2	6	68	0,08	4	821	0,16	0
☒	China	9.660	-9.654	4,8	3	7	3	9,1	15	6.731	0,03	4,9
☒	Colombia	7.739	-7.608	3,9	6	18	41	0,3	7	1.823	0,19	5,5
☒	Brasil	5.414	-5.414	2,7	14	47	33	0,6	12	3.986	0,19	6,3
☒	España	2.834	-2.834	1,4	17	3	11	2,6	10	2.672	0,07	2,9
☒	Alemania	2.746	-2.745	1,4	6	24	1	12,4	3	2.904	0,04	2,9
☒	Singapur	2.374	-2.372	1,2	231	76	14	1,8	8	3.710	0,11	1,7

El gráfico de Trade Map muestra el valor en dólares de las importaciones de velas artesanales a Costa Rica en 2022, con un ranking de los 10 principales países proveedores. Colombia ocupa el sexto lugar en este ranking, lo que indica que es un potencial exportador de velas artesanales a Costa Rica, lo que nos permite una buena internacionalización del proyecto.

8.2 Preselección de Mercados a Estudiar

Costa Rica, ubicada en el corazón de América Central, es un país notable por su extraordinaria diversidad geográfica y su riqueza natural. Desde sus impresionantes selvas tropicales hasta sus playas de arena blanca y sus imponentes volcanes activos, el paisaje costarricense ofrece una variedad única de ecosistemas y biodiversidad. Esta ubicación privilegiada le otorga a Costa Rica una posición estratégica como puente entre América del Norte y del Sur, facilitando el comercio y las relaciones internacionales.

Más allá de su geografía, la sociedad costarricense es un mosaico multicultural que refleja la mezcla de culturas indígenas, europeas, africanas y asiáticas. Esta diversidad se refleja en su rica herencia cultural, expresada en la música, la gastronomía, las artes y las tradiciones del país. La sociedad costarricense se caracteriza por sus valores democráticos, la tolerancia, la igualdad y el respeto por los derechos humanos, lo que ha contribuido a su reputación como una nación de paz y estabilidad en la región.

En el ámbito económico, Costa Rica ha experimentado un desarrollo significativo en las últimas décadas, convirtiéndose en una de las economías más prósperas de América Central. Impulsado por sectores clave como el turismo, la agricultura, la tecnología y los servicios financieros, el país ha logrado un crecimiento económico constante y una mayor integración en la economía global. Además, Costa Rica ha atraído inversiones extranjeras y se ha convertido en un centro de servicios compartidos y tecnológicos en la región.

En términos políticos, Costa Rica es una democracia estable y representativa, con un sistema político sólido y una larga tradición de instituciones democráticas. Las elecciones libres y justas, la independencia judicial y el respeto por el estado de derecho son pilares fundamentales de la democracia costarricense. El país se enorgullece de su compromiso con los valores democráticos y la transparencia en la gestión pública, lo que ha contribuido a su reputación como un destino atractivo para la inversión y el desarrollo empresarial.

Finalmente, en el ámbito educativo, Costa Rica ha invertido considerablemente en su sistema educativo, logrando altos niveles de alfabetización y acceso a la educación para todos los ciudadanos. El país cuenta con una amplia gama de instituciones educativas, tanto públicas como privadas, que ofrecen una variedad de programas académicos en diversas disciplinas. Esta inversión en educación ha fomentado la innovación, la creatividad y el desarrollo humano en Costa Rica, ayudando a impulsar su economía y a preparar a su población para los desafíos del siglo XXI.

8.3 Priorización de Mercados

PRESELECCIÓN DE MERCADOS				
Producto	Velas Artesanales			
Posición arancelaria	3406.00.00			
Criterio	País	Puntuación	País	Puntuación
	Costa Rica		Estados Unidos	
EXPORTACIONES COLOMBIANAS DEL PRODUCTO A CADA MERCADO	Colombia no exporta velas artesanales a Costa Rica.	4,00	Colombia exporta velas artesanales principalmente a Estados Unidos (35%), Venezuela (25%) y Ecuador (15%).	5,00
IMPORTACIONES DE LA PARTIDA ARANCELARIA POR PAÍS	Costa Rica importa velas artesanales principalmente de Estados Unidos (50%), China (20%) y México (15%).	3,00	Estados Unidos importa velas artesanales principalmente de China (45%), México (25%) y Vietnam (10%).	3,00
PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN	Café (15%), banano (14%), piña (8%), materiales electrónicos (7%) y ganado vivo (6%).	5,00	Petróleo y derivados (20%), maquinaria eléctrica (15%), vehículos (12%), productos químicos (10%) y aviones (8%).	3,00
PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN	Petróleo y derivados (30%), computadoras y aparatos electrónicos (15%), vehículos (12%), productos químicos (10%) y maquinaria y equipo (8%).	2,00	Bienes de consumo (17%), maquinaria y equipo (16%), productos químicos (13%), vehículos y autopartes (11%) y petróleo y derivados (8%).	4,00
BALANZA COMERCIAL BILATERAL	Favorece a Costa Rica con un superávit de USD 1.119 millones.	3,00	Favorece a Estados Unidos con un superávit de USD 76.774 millones.	1,00

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

SOCIOS DE EXPORTACIÓN	Estados Unidos (31%), Unión Europea (23%), China (10%), Centroamérica (7%) y Países Bajos (5%).	3,00	Canadá (19%), México (16%), China (13%), Unión Europea (12%) y Japón (7%).	3,00
SOCIOS DE IMPORTACIÓN	Estados Unidos (41%), China (16%), Unión Europea (12%), México (8%) y Centroamérica (7%).	3,00	China (21%), México (13%), Canadá (12%), Japón (7%) y Alemania (6%).	3,00
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	Siendo miembro del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica, los productos no pagan aranceles.	5,00	Colombia tiene un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, por lo que los productos no pagan aranceles.	5,00
AFINIDAD CULTURAL Y COMERCIAL	Ambos países comparten una cultura similar, con valores como la familia, la religión y la tradición. Además, existe un creciente intercambio comercial entre ambos países.	5,00	Colombia y Estados Unidos tienen una fuerte relación cultural y comercial. Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, y ambos países tienen una larga historia de cooperación económica.	5,00
IDIOMA	Español	5,00	Inglés	4,00
RELIGIÓN	Católica (82%), Protestante (14%), Sin religión (2%) y Otras religiones (2%).	4,00	Cristiana (75%), Sin religión (16%), Judía (2%), Budista (1%) y Otras religiones (6%).	3,00
ALFABETISMO	96,20%	4,00	99%	5,00
EDAD DE LA POBLACIÓN	32 años (Edad promedio)	4,00	38 años (Edad promedio)	4,00
PROPORCIÓN SEXUAL	Hombres: 2.545.192 hab, mujeres: 2.617.117 hab	3,00	Hombres: 160.402.446 hab, mujeres: 165.188.554 hab	4,00
TÉCNICAS DE MERCADEO	Incurción en el español y el uso de influenciadores locales.	5,00	Adaptación del marketing a la cultura estadounidense, uso de plataformas digitales y participación en ferias comerciales.	4,00
COSTUMBRES COMERCIALES	Prefieren realizar las negociaciones en su lengua natal (español) y evitan asumir compromisos en dólares. Las negociaciones pueden ser largas y es necesario utilizar un intérprete si no se habla español. Valoran las relaciones y el buen trato.	5,00	Las negociaciones pueden ser largas, usan su idioma natal por lo que hay que usar intérprete y les importa las relaciones y el buen trato	3,00
DISPONIBILIDAD DE OFICINAS Y AGREGADOS COMERCIALES EN EL EXTERIOR	Existen oficinas de ProColombia en Costa Rica, que pueden brindar apoyo a los exportadores colombianos.	5,00	Existen oficinas de ProColombia en Estados Unidos, que pueden brindar apoyo a los exportadores colombianos.	5,00
ECONOMÍA				
POBLACIÓN	5,16 millones de habitantes	3,00	331,002,651 millones de habitantes	5,00
MONEDA	Colón costarricense	1,00	Dólar estadounidense	2,00
PIB	USD 60.133 millones	3,00	USD 25.331.400 millones	5,00
PIB PER CÁPITA	USD 11.670	4,00	USD 76.500	5,00

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

CRECIMIENTO DEL PIB %	3,5% anual	3,00	2,3% anual	2,00
PIB SECTORIAL	USD 60.133 millones	3,00	USD 25.331.400 millones	5,00
CAMBIO DE LA MONEDA X USD	1 CRC = 0.0057 USD	1,00	1 USD = 1 USD	2,00
TIPO DE CAMBIO BILATERAL X MONEDA DEL PAÍS	1 CRC = 189,783 COP. 1 COP= 0.00527 CRC	1,00	1 USD = 4.529,52 COP. 1 COP= 0.00022 USD	1,00
DESEMPLEO %	8,3%	3,00	3,60%	4,00
INFLACIÓN %	3,1%	3,00	1,4%	5,00
FUERZA LABORAL	2,4 millones de personas	3,00	164,7 millones de personas	5,00
INDUSTRIA	Productor de café, banano, piña, materiales electrónicos y ganado vivo.	4,00	Productor mundial de petróleo y derivados, maquinaria eléctrica, vehículos, productos químicos y aviones.	3,00
BALANZA COMERCIAL	En 2023 Costa Rica presentó un Superávit de USD 1.208 millones.	4,00	En 2023 Estados Unidos presentó un Superávit de USD 826.000 millones.	4,00
POLÍTICA				
TIPO DE GOBIERNO	República presidencialista. La forma de gobierno es la República presidencialista, en la que el presidente es jefe de estado y de gobierno.	5,00	República federal constitucional. La forma de gobierno es la República federal constitucional, en la que el presidente es jefe de estado y de gobierno, y el poder legislativo está dividido en dos cámaras: el Senado y la Cámara de Representantes.	2,00
PRESIDENTE	Carlos Alvarado Quesada	5,00	Joseph Robinette Biden Jr.	5,00
PERIODO PRESIDENCIAL	4 años	5,00	4 años	5,00
ELECCIONES	Cada 4 años	5,00	Cada 4 años	5,00
GEOGRAFIA				
CAPITAL	San José		Washington D.C.	
CLIMA Y ESTACIONES	Clima tropical con dos estaciones principales: seca (diciembre a abril) y lluviosa (mayo a noviembre). Las temperaturas varían poco durante el año, con un promedio de 25°C.	5,00	Clima variado, con regiones que van desde desiertos áridos hasta bosques tropicales. Las cuatro estaciones del año están bien definidas, con veranos cálidos e inviernos fríos.	2,00
OCÉANOS	Limita al este con el Mar Caribe y al oeste con el Océano Pacífico.	5,00	Limita al este con el Océano Atlántico, al oeste con el Océano Pacífico.	3,00
INFRAESTRUCTURA VIAL, PORTUARIA Y AEROPORTUARIA	Cuenta con una infraestructura vial y portuaria moderna, aunque con algunas limitaciones en cuanto a la capacidad y la eficiencia.	4,00	Cuenta con una infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria de primer nivel, considerada una de las mejores del mundo.	5,00
COSTO ESTIMADO DEL TRANSPORTE Y FRECUENCIAS	Depende del medio de transporte, incoterm acordado y los demás servicios que cubra la empresa. Los costos suelen ser más bajos que para Estados Unidos.	5,00	Depende del medio de transporte, incoterm acordado y los demás servicios que cubra la empresa. Los costos pueden ser altos, especialmente para envíos	3,00

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

			marítimos desde Colombia.	
MEDIO DE TRANSPORTE	Marítimo	5,00	Marítimo	5,00
OFERTA DE SERVICIOS Y FRECUENCIA	Recogida, puerto de origen, flete marítimo o terrestre, puerto de destino, entrega, mercancía en contenedor completo o compartido. Frecuencias regulares.	5,00	Recogida, puerto de origen, flete marítimo o terrestre, puerto de destino, entrega, mercancía en contenedor completo o compartido. Frecuencias regulares.	5,00
COSTO DEL TRANSPORTE	Depende del medio de transporte y el incoterm acordado que cubra la empresa. Los costos suelen ser más bajos que para Estados Unidos.	5,00	Depende del medio de transporte y el incoterm acordado que cubra la empresa. Los costos pueden ser altos, especialmente para envíos marítimos desde Colombia.	3,00
EXIGENCIAS DE ENTRADA DEL PRODUCTO Y RÉGIMEN COMERCIAL	El régimen comercial entre Colombia y Costa Rica es libre, por lo que no existen aranceles ni restricciones para la importación de velas artesanales.	5,00	Los productos deben cumplir con las normas de la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos) y otras regulaciones federales. Se aplican aranceles y existen requisitos de etiquetado.	3,00
ARANCEL %	0%	5,00	0%	5,00
IVA%	13%	3,00	0% en la mayoría de los estados, pero algunos estados aplican un impuesto a las ventas que puede llegar hasta el 10%.	4,00
OTROS IMPUESTOS	No hay otros impuestos relevantes.	5,00	Se pueden aplicar impuestos locales, como el impuesto a las ventas y el impuesto a la propiedad.	3,00
NORMAS DE ORIGEN	No hay requisitos de origen específicos para velas artesanales.	5,00	Las velas artesanales deben ser producidas en Colombia para beneficiarse del arancel cero.	3,00
NORMAS DE ENTRADA (REQUISITOS TÉCNICOS, EMPAQUE, ETIQUETAS, PERMISOS FITOSANITARIOS, OTROS)	Las velas artesanales deben cumplir con las normas generales de seguridad y etiquetado de Costa Rica.	4,00	Las velas artesanales deben cumplir con las normas de la FDA y otras regulaciones federales. El etiquetado debe estar en inglés y puede requerir información adicional.	3,00
TOTAL		185,00		176,00

8.4 Análisis Comparativo de los Mercados Estudiados

Este análisis comparativo tiene como objetivo evaluar los mercados de Costa Rica y Estados Unidos en base a una serie de factores macroeconómicos, sociodemográficos, políticos, de acceso al mercado, tendencias del mercado y competencia. La información se organiza en matrices de competitividad que permiten comparar y ponderar ambos países de acuerdo a su atractivo para una empresa o sector específico.

Factores Macroeconómicos y Sociodemográficos					
Factor	Costa Rica	Estados Unidos	Ponderación	Calificación Costa Rica	Calificación Estados Unidos
PIB per cápita (USD)	\$13,170	\$63,290	30%	0.44	1
Crecimiento del PIB (%)	4.10%	2.30%	20%	0.82	0.46
Tasa de desempleo (%)	8.00%	3.80%	20%	0.64	1
Índice de Desarrollo Humano (IDH)	0.819	0.938	30%	0.82	1
Población	5.1 millones	331 millones	-	-	-
Factores Políticos					
Factor	Costa Rica	Estados Unidos	Ponderación	Calificación Costa Rica	Calificación Estados Unidos
Estabilidad política	Alta	Media	40%	1	0.6
Riesgo de expropiación	Bajo	Bajo	30%	1	1
Corrupción	Baja	Media	30%	1	0.6
Acceso al Mercado					
Factor	Costa Rica	Estados Unidos	Ponderación	Calificación Costa Rica	Calificación Estados Unidos
Aranceles	Bajos	Bajos	20%	1	1
Barreras no arancelarias	Moderadas	Moderadas	30%	0.67	0.67
Disponibilidad de transporte	Buena	Excelente	30%	0.8	1
Costo del transporte	Moderado	Bajo	20%	0.67	1
Tendencias del Mercado					
Factor	Costa Rica	Estados Unidos	Ponderación	Calificación Costa Rica	Calificación Estados Unidos
Tamaño del mercado (importaciones)	\$16.5 mil millones	\$2.8 billones	30%	0.56	1
Crecimiento del mercado (%)	4.20%	2.10%	20%	0.84	0.42
Segmentación del mercado	Altamente segmentado	Altamente segmentado	20%	1	1
Competencia	Moderada	Alta	30%	0.67	0.33
Análisis de Competencia					
Factor	Costa Rica	Estados Unidos	Ponderación	Calificación Costa Rica	Calificación Estados Unidos
Participación en el mercado	Baja	Alta	40%	0.4	1
Nivel de precios	Medio	Alto	30%	0.67	0.33
Diferenciación de producto	Media	Baja	30%	0.67	0.33

De acuerdo al análisis comparativo, Estados Unidos presenta un mayor atractivo para la empresa o sector específico en términos de su tamaño de mercado, crecimiento, bajo nivel de competencia y precios. Sin embargo, nos decidimos por

Costa Rica para empezar, porque ofrece una mayor estabilidad política, beneficios en aranceles por el TLC que se tiene con Costa Rica, bajo riesgo de expropiación, menor corrupción y acceso a un mercado altamente segmentado.

8.5 Síntesis de la Inteligencia de Mercados

Mercado Objetivo: Costa Rica

Producto: Velas artesanales colombianas

Resumen Ejecutivo

Costa Rica se presenta como el mercado objetivo más atractivo para las velas artesanales colombianas debido a su:

- ★ **Clima tropical:** Compatible con el uso de velas artesanales durante todo el año.
- ★ **Afinidad cultural:** Apreciación por la artesanía y los productos tradicionales.
- ★ **Acceso comercial preferencial:** Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica.
- ★ **Demanda creciente:** Aumento del interés por productos sostenibles y ecológicos.
- ★ **Menor competencia:** Mercado menos saturado que el de Estados Unidos.
- ★ **Costos de transporte más bajos:** En comparación con Estados Unidos.
- ★ **Menor complejidad regulatoria:** Trámites de importación más sencillos.

Análisis del Mercado

Tamaño del Mercado

El mercado de velas artesanales en Costa Rica se estima en **USD 1 millón**, con un crecimiento anual proyectado del **5%** durante los próximos cinco años. Este crecimiento está impulsado por la creciente demanda de productos sostenibles y ecológicos, así como por el aumento del turismo y el consumo de productos artesanales.

Segmentación del Mercado

El mercado de velas artesanales en Costa Rica se puede segmentar por:

- **Tipo de vela:** Aromáticas, decorativas, etc.
- **Material:** Cera de palma, parafina, soja, etc.
- **Precio:** Económico, medio, premium.
- **Canal de distribución:** Tiendas de artesanía, tiendas de souvenirs, tiendas online, etc.
- **Consumidor final:** Turistas nacionales, turistas internacionales, residentes locales.

8.6 Análisis de la Competencia Local e Internacional

	NOMBRE	DEFINICIÓN EMPRESA	LINK DE ACCESO
LOCAL COLOMBIA	Blasus	Expertos en Aromas frutales y florales, de esa manera destacan en el gremio de las velas	https://blasus.co/collections/velas-aromaticas
	Amora	Ofrecen excelentes kits de velas además de ofrecer grandes descuentos	https://www.velsamora.com
	Velas de Fe	Tienen una gran variedad de productos, desde las velas hasta los insumos para realizarlas	https://velasdefe.com
	Essenza Luminosa	Su valor agregado es ofrecer un significado a cada vela que producen, contando una historia	https://essenzaluminosa.com
INTERNACIONAL COLOMBIA	ZARA Home	Es una empresa española que se dedica a la venta de artículos para el hogar.	https://www.zarahome.com/co/search.html?term=vela
	Bath & Body Works	Es una empresa estadounidense y ofrece productos de cuidado personal y para el hogar.	https://www.bathandbodyworks.co/
	Village Candle	Empresa estadounidense que se dedica a la fabricación y venta de velas aromáticas.	https://villagecandlecolombia.com
LOCAL COSTA RICA	Grow Better	Potencializan el objetivo de las velas para aprovechar los poderes y la magia de la luz de la naturaleza.	https://www.growbetterliving.com/collections/aromaterapia
	Smells Like Tico Spirit	Elabora y vende velas aromáticas artesanales con fragancias inspiradas en la cultura y la naturaleza de Costa Rica.	https://smellsliketicospirit.com

INTERNACIONAL COSTA RICA	Bath & Body Works	Es una empresa estadounidense y ofrece productos de cuidado personal y para el hogar.	https://www.bathandbodyworks.com/cr/
	ZARA Home	Es una empresa estadounidense y ofrece productos de cuidado personal y para el hogar.	https://www.zarahome.com/cr/search.html?term=velas

A continuación se podrá apreciar los precios de la vela aromática en cada empresa; se tomó en cuenta el peso similar a la que se maneja en Candel que es de 250 gr neto.

Dólar TRM Colombia	\$3.950		
Dólar TRM Costa Rica	₡500		
NOMBRE	PESO	PRECIO	PRECIO USD
Blasus	250 gr	\$60.000	\$15
Amora	300 gr	\$60.000	\$15
Velas de Fe	250 gr	\$71.900	\$18
Essenza Luminosa	270 gr	\$110.000	\$28
ZARA Home	200 gr	\$91.900	\$23
Bath & Body Works	8 oz	\$106.900	\$27
Village Candle	92 gr	\$40.000	\$10
Grow Better	250 gr	₡7.500	\$15
Smells Like Tico Spirit	8 oz	₡15.500	\$31
Bath & Body Works	8 oz	₡14.900	\$30
ZARA Home	150 gr	₡12.900	\$26

Al comparar los precios se puede evidenciar que entramos con un precio competitivo puesto que la vela de 250 gr de Candel en Colombia tiene un valor de \$25.000 o 6,33 USD (el valor anterior no tiene contemplado los costos de exportación). Costa Rica es muy rentable para la venta de nuestros productos siendo un 3 o 4 veces mayor al que lo vendemos en Colombia.

9. Gestión Logística de ventas al mercado internacional

1. Recepción de la orden de compra:

- El cliente envía una orden de compra que especifica la cantidad, el tipo de velas, el precio y la dirección de envío.
- La empresa verifica la disponibilidad de los productos y envía una confirmación de la orden al cliente.

2. Empaquetado y etiquetado:

- Las velas se empaquetan cuidadosamente para protegerlas durante el transporte marítimo.
- Se incluyen etiquetas con información sobre el producto, la empresa y el destinatario.

3. Recolección y transporte interno:

- La empresa contrata a un transportista local para recoger los productos en Medellín y transportarlos al puerto de Buenaventura.

4. Trámites aduaneros:

- La empresa prepara la documentación de exportación, incluyendo la factura comercial, el certificado de origen y la lista de empaque.
- La empresa presenta la documentación a la aduana colombiana y paga los derechos de exportación.

5. Transporte marítimo:

- La empresa contrata a una empresa de transporte marítimo para enviar los productos a Costa Rica.
- La empresa proporciona a la empresa de transporte marítimo la documentación de exportación y la carga.
- Los productos se cargan en un contenedor y se envían en un barco.

6. Despacho en aduana de destino:

- El agente de aduanas en Costa Rica presenta la documentación de importación a la aduana costarricense.
- La aduana costarricense revisa la documentación y realiza una inspección física de los productos.
- Si la inspección es satisfactoria, la aduana costarricense libera los productos para su entrega al cliente.

7. Transporte interno en Costa Rica:

- La empresa contrata a un transportista local en Costa Rica para transportar los productos desde el puerto de Limón hasta la dirección del cliente.

8. Entrega al cliente:

- La empresa de transporte local en Costa Rica entrega los productos al cliente.

10. Gestión Financiera

10.1 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Valor
Diseño y desarrollo del software	\$320.000
Mobiliario	\$250.000
Infraestructura en la nube	\$200.000
Servicios	\$100.000
Internet	\$100.000
Nómina	\$0
Total	\$970.000

10.2 Financiación

Como se mencionó en el punto 5.6.3 y 5.6.4 de este proyecto, por el momento se tiene una financiación vigente con el Banco de Bogotá a nombre de Stefany Joana Gutierrez Guzman, con un crédito de libre destinación por valor total de \$3.918.166 a 24 cuotas (cada una por un pago mínimo de \$242.979 los 16 de cada mes) y una Tasa Efectiva Anual de 39.18%. Dicho crédito inició el día 25 de junio del 2023 y el vencimiento sería para el 16 de julio del 2025 pero se estima que para septiembre del 2024, la deuda esté saldada por completo y hasta la fecha (Abril 2024), gracias a los pagos a tiempo y abono al capital se tiene un saldo actual de la deuda de \$903.357.

A continuación se puede evidenciar cómo iba el proceso del crédito en Julio 2023; dicha información fue suministrada por el Banco de Bogotá.

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

Banco de Bogotá
NIT. 860.002.964-4



Fecha: 07/10/2023
Página 1 de 1

**SISTEMA DE CREDITO Y CARTERA
PROYECCION DE PAGOS A REALIZAR**

Oficina: 531 San Ignacio	Producto: BB01LIBRE DESTINO	Inicio (dd/mm/aaaa): 25/06/2023
Número Crédito: 00856747414	STEFANY JOANA GUTIERREZ GUZMAN	Vcto (dd/mm/aaaa): 16/07/2025
Cliente: CC 1152220901	\$3,918,166.00	Cuotas Pendientes: 0
Valor del Crédito:	33.5196399	Tasa Mora Efectiva: 39 1889400
Tasa Corriente Nominal:		Tasa Efectiva Anual: 39 1803200

Las cuotas periódicas definitivas de este crédito que usted debe pagar son las señaladas en el respectivo extracto mensual. Favor no efectuar sus pagos con base en la información del Plan de Pagos inicial entregado en el momento del desembolso, pues el mismo es una proyección teórica del comportamiento que va a tener su crédito.

Fecha	Capital	Interés	Seguros	Gastos	Total	Saldo
25/06/2023	\$0.00		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$3 918 166.00
13/07/2023	\$400.000,00		\$0.00	\$0.00	\$400 000.00	\$3 518 166.00
15/08/2023	\$52.601,20	\$188,675	\$3 723,00	\$0.00	\$245 000.00	\$3 465 564.80
15/08/2023	\$125.000,00		\$0.00	\$0.00	\$125 000.00	\$3 340 564.80
18/09/2023	\$135.314,62	\$105,474	\$2 211,00	\$0.00	\$243 000.00	\$3 205 250.18
18/09/2023	\$87.000,00		\$0.00	\$0.00	\$87 000.00	\$3 118 250.18
07/10/2023	\$90.613,33	\$63,217	\$2.169,00	\$0.00	\$156 000.00	\$3 027 636.85
07/10/2023	\$244.000,00		\$0.00	\$0.00	\$244 000.00	\$2 783 636.85
16/11/2023	\$137.115,11	\$103,673	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$2 646 521.74
16/12/2023	\$166.863,62	\$73,925	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$2 479 658.12
16/01/2024	\$169.215,81	\$71,573	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$2 310 442.31
16/02/2024	\$174.100,09	\$66,688	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$2 136 342.22
16/03/2024	\$183.103,63	\$57,685	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$1 953 238.59
16/04/2024	\$184.410,46	\$56,378	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$1 768 828.13
16/05/2024	\$191.380,26	\$49,408	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$1 577 447.87
16/06/2024	\$195.257,34	\$45,531	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$1 382 190.53
16/07/2024	\$202.180,22	\$38,608	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$1 180 010.31
16/08/2024	\$206.729,03	\$34,059	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$973 281.28
16/09/2024	\$212.696,07	\$28,092	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$760 585.21
16/10/2024	\$219.543,55	\$21,245	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$541 041.66
16/11/2024	\$225.172,30	\$15,616	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$315 869.36
16/12/2024	\$231.965,81	\$8,823	\$2 190,00	\$0.00	\$242 979.00	\$83 903.55
16/01/2025	\$83.903,55	\$2.421	\$2 190,00	\$0.00	\$88 515.35	\$0.00
Totales del Reporte	\$ 3.918.166,00	\$1.031.102,35	40,953.00	\$0,00	\$0,00	TOTALES

10.3 Estado de Resultado Proyectado

Concepto	2023	2024	2025
Ingresos	\$30,000,000	\$36,000,000	\$43,200,000
Ventas de velas	\$30,000,000	\$36,000,000	\$43,200,000
Costo de Venta	\$13,104,000	\$14,414,400	\$15,855,840
Materia prima	\$12,480,000	\$13,728,000	\$15,100,800
Mano de obra	\$0	\$0	\$0
Costos Indirectos de Fabricación	\$624,000	\$686,400	\$755,040
Utilidad Bruta	\$16,896,000	\$21,585,600	\$27,344,160
Gastos Operacionales	\$1,560,000	\$1,716,000	\$1,887,600
Gastos de administración	\$600,000	\$660,000	\$726,000
Gastos de ventas	\$960,000	\$1,056,000	\$1,161,600
Utilidad Operacional	\$15,336,000	\$19,869,600	\$25,456,560
Otros Ingresos - rendimiento financiero	\$1,020,000	\$1,122,000	\$1,234,200
Gastos Financieros	\$1,449,905	\$0	\$0
Utilidad antes de impuestos	\$14,906,095	\$20,991,600	\$26,690,760
Impuesto sobre la renta (35%)	\$5,217,133	\$7,347,060	\$9,341,766
Utilidad Neta	\$9,688,962	\$13,644,540	\$17,348,994

10.4 Flujo de Efectivo

Concepto	2023	2024	2025
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación	\$13.442.635,47	\$19.460.349,34	\$25.498.946,81
Utilidad del Ejercicio (Neta)	\$12.302.921,80	\$17.348.994	\$22.394.652,31
Depreciación	\$647.130,00	\$647.130,00	\$647.130,00
Amortización	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00
Variación CXC	-\$271.831,74	-\$293.578,28	-\$316.666,44
Variación inventarios	-\$326.198,09	-\$352.293,93	-\$379.867,34
Variación proveedores	\$326.198,09	\$352.293,93	\$379.867,34
Variación de costos y gastos por pagar	\$292.662,87	\$307.296,01	\$322.574,69
Variación de impuestos por pagar	\$564.624,83	\$613.691,97	\$664.459,53
FE-Actividades de Operación	\$13.442.635,47	\$19.460.349,34	\$25.498.946,81
Flujo de Efectivo en Actividades de Inversión	-	-	-
Flujo de Efectivo en Actividades de Financiación	-\$9.409.844,83	-\$14.242.884,19	-\$17.051.916,52
Variación Obligaciones Financieras CP	-	-	-
Variación Obligaciones Financieras LP	-	-	-
Pago de dividendos	-\$8.612.045,26	-\$9.409.844,83	-\$10.260.641,29
FE-Actividades de financiación	-\$9.409.844,83	-\$14.242.884,19	-\$17.051.916,52
Flujo de Efectivo Neto	\$4.032.790,64	\$5.217.465,15	\$8.447.030,29
Caja y Bancos inicial	\$14.416.886,84	\$19.460.349,34	\$24.887.679,69
Flujo de efectivo neto	\$18.449.677,48	\$24.677.814,49	\$33.334.709,98

10.5 Cálculo de la TIR – TREMA

10.6 Cálculo del VPN

Calculadora retorno de la inversión

FLUJOS DE CAJA DE LA INVERSIÓN O PROYECTO

**Modalidad de Práctica:
Emprendimiento
Actualización enero 2024**

PERIODO (AÑO)	FLUJO DE CAJA HISTORICO				
	INV. INICIAL	FC (INGRESOS)	FC (DESEMBOLSOS)	RECUPERACION	TOTAL FC TOTAL
0					0,00
1	970.000,00	\$18.449.677			\$19.419.677
2		\$24.677.814			\$24.677.814
3		\$33.334.710			\$33.334.710
4					\$0
5					\$0
6					\$0
7					\$0
8					\$0
TOTAL	970.000,00	\$76.462.202	0	0	\$77.432.202

MÉTODO DEL VAN

TASA DE DESCUENTO 10,00%

PERIODO (AÑO)	FC HISTORICO TOTAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	FC ACTUALIZADO
0	0,00	1,00	\$0
1	\$19.419.677	0,91	\$17.654.252
2	\$24.677.814	0,83	\$20.394.888
3	\$33.334.710	0,75	\$25.044.861
4	\$0	0,68	\$0
5	\$0	0,62	\$0
6	\$0	0,56	\$0
7	\$0	0,51	\$0
8	\$0	0,47	\$0
TOTAL	77.432.201,95		\$63.094.001

CALCULO DEL VAN POR FUNCION DE EXCEL \$63.094.001

METODO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

ANÁLISIS DE UNA SOLA INVERSION

PERIODO (AÑO)	FC HISTORICO TOTAL ANUAL	FC HISTORICO ACUMULADO
0	0,00	0,00
1	\$19.419.677	19.419.677,48

2	\$24.677.814	44.097.491,97
3	\$33.334.710	77.432.201,95
4	\$0	77.432.201,95
5	\$0	77.432.201,95
6	\$0	77.432.201,95
7	\$0	77.432.201,95
8	\$0	77.432.201,95
TOTAL	77.432.201,95	

CUANDO EL VALOR ACUMULADO ES CERO O POSITIVO AL FINAL DE UN PERIODO SIGNIFICA QUEN LA INVERSIÓN INICIAL SE HA RECUPERADO. CUANDO ES CERO SIGNIFICA QUE SE HA RECUPERADO AL FINAL DE ESE PERIODO; EN CAMBIO CUANDO ES POSITIVO SIGNIFICA QUE SE RECUPERÓ ENTRE EL PERIODO ANTERIOR Y AQUEL EN EL CUAL EL FC ACUMULADO ES POSITIVO

11. Periodo de Recuperación

La inversión inicial es de **\$19.419.677**. El FCN acumulado se calcula sumando los FCN de cada período. En el primer período, el FCN es de **-\$19.419.677**, lo que significa que la inversión inicial se ha invertido en su totalidad.

En el segundo período, el FCN es de **\$24.677.814**. Esto significa que el FCN acumulado ahora es de **\$5.258.137** ($\$24.677.814 - \$19.419.677$).

En el tercer período, el FCN es de **\$33.334.710**. Esto significa que el FCN acumulado ahora es de **\$38.752.387** ($\$33.334.710 + \$5.258.137$).

En conclusión el periodo de recuperación de esta inversión es de **3 años**. Es relativamente corto. Esto indica que la inversión es relativamente líquida y que el riesgo de perder dinero es menor.

12. Conclusiones

13. Bibliografía y Webgrafía

<https://exportpotential.intracen.org/es/products/tree-map> - Mapa potencial de exportación
<https://findrulesoforigin.org/> - Facilitador de Reglas de Origen <https://es.tradingeconomics.com/matrix> - Matriz de datos de indicadores económicos
<https://www.colombiatrader.com.co/inicio> - Perfil logístico <https://exportaccess.procolombia.co/> - Requisitos para exportar productos o servicio
<https://www.trademap.org/Index.aspx> - Estadísticas comerciales
<https://www.aladi.org/accesoamercados/> - Información comercial de la ALADI
<https://globaltradeshelppdesk.org/es> - Barreras no arancelarias
<https://www.trademap.org/Index.aspx> - Estadísticas de comercio exterior
<https://www.procomer.com>
<https://www.ministeriodesalud.go.cr/>
[Trade Map - Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Costa Rica en 2022](#)

14. Anexos