

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

EXPORTACIÓN DE VELAS AROMÁTICAS Y DECORATIVAS
A CANADÁ

DISEÑO DE UN PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN

JACQUELINE RIVERA ZAVALA



MÉXICO, D.F.

2005

0350519



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

EXPORTACIÓN DE VELAS AROMÁTICAS Y DECORATIVAS
A CANADÁ

DISEÑO DE UN PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN QUE
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

JACQUELINE RIVERA ZAVALA

ASESOR:

L. A. Y MAESTRO ADRIÁN MÉNDEZ SALVATORIO



MÉXICO, D.F.

2005

AGRADECIMENTOS:

A todos aquellos que intervinieron, de alguna forma,
en mi formación académica o bien, me ayudaron a que fuese
un mejor ser humano.

A Dios,

A mis padres (y...
...a la Vida.)

INTRODUCCIÓN

**I. EXPORTACIÓN DE ARTICULOS
DE REGALO Y DECORACIÓN**

A. PLAN DE EXPORTACIÓN

1.	¿Para qué exportar?	2
2.	¿Quién está en condiciones de exportar?	3
3.	¿A dónde y a quién exportar?	3
4.	¿Cuándo exportar?	4
5.	¿Qué debo exportar?	5
6.	¿Cómo se exporta?	5
7.	Errores más comunes	6
8.	Elaboración de un Plan de Exportación	7

B. ARTICULOS DE REGALO Y DECORACIÓN

1.	El sector de los artículos de regalo y decoración en general en el mundo	7
2.	Tendencia estadística del sector en general, en el mundo	8
3.	Características del sector de regalos	8

C. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO 10

II. NATURALEZA DE LA EMPRESA

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.	Antecedentes de negocio	12
2.	Misión y visión	12
3.	Objetivos empresariales	12
4.	Tipo de sociedad	13

B.	CUERPO DIRECTIVO	
1.	Organigrama de la empresa	14
2.	Antecedentes y responsabilidades	15
C.	ANÁLISIS FODA	
1.	Análisis FODA	17
D.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	17
III.	ESTUDIO TECNICO	
A.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
1.	Definición	19
2.	Velas aplicadas a la aromaterapia	21
3.	Los colores y la velas	23
4.	Las velas según su signo zodiacal y rituales	24
B.	CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO	
1.	Clasificación del producto	27
2.	Clasificación arancelaria	28
3.	Normatividad	28
C.	PROCESO PRODUCTIVO	
1.	Proceso productivo	33
2.	Mantenimiento y respaldo del producto	34
3.	Bienes sustitutos o complementarios	34
4.	Proveedores	35
D.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	36

IV.	ESTUDIO DE MERCADO	
A.	ANÁLISIS DE MERCADO	
1.	Descripción de las tendencias de las velas en Canadá	38
2.	Estadísticas del Mercado meta seleccionado	39
3.	Competencia	40
B.	CONSIDERACIONES INTERNACIONALES	
1.	Actividades de desarrollo del Mercado	43
2.	Logística Internacional	44
3.	Distribución del producto	45
C.	ESTRATEGIA DE MERCADO	
1.	Promoción	46
2.	Canales de comercialización	54
3.	Contrato de distribución	55
4.	Personal	56
5.	Plan de producción	57
D.	CONCLUSIONES DEL CAPITULO	58
V.	ESTUDIO DE CONTINGENCIAS	
A.	RIESGOS	
1.	Riesgos internos del producto	60
2.	Riesgos internos de la empresa	60
3.	Riesgos externos de la empresa	61
B.	PLAN DE CONTINGENCIA	
1.	Plan de contingencia	61
2.	Previsión de seguros	62
C.	CONCLUSIONES DEL CAPITULO	63

V.	ESTUDIO FINANCIERO	
A.	PROYECCIONES FINANCIERAS	
1.	Análisis de costos por producto	65
2.	Flujos de Efectivo	75
3.	Tasa Interna de Retorno	75
4.	Estados Financieros Proforma	76
B.	ANÁLISIS FINANCIERO	
1.	Análisis del punto de equilibrio	77
2.	Razones Financieras	78
C.	CONCLUSIONES DEL CAPITULO	78
VI.	RESUMEN EJECUTIVO	
1.	Resumen ejecutivo	80
	BIBLIOGRAFÍA	85
	FUENTES ELECTRÓNICAS	86

CAPÍTULO I.

EXPORTACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS

I. EXPORTACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS

A. PLAN DE EXPORTACIÓN

La exportación definitivamente no es tarea fácil, son muchos los obstáculos que todo empresario debe de sortear una vez que ha decidido incursionar en el apasionante mundo del comercio exterior. Un buen comienzo puede ser contestar a una serie de preguntas que le harán el camino menos accidentado:

- ♣ ¿Para qué exportar?
- ♣ ¿Quién está en condiciones de exportar?
- ♣ ¿A dónde y a quién exportar?
- ♣ ¿Cuándo exportar?
- ♣ ¿Qué debo exportar?
- ♣ ¿Cómo se exporta?

1. ¿Para qué exportar?, Planeación

Existen varias razones para querer penetrar al mercado internacional.

- a) **Lograr pedidos ocasionales de importadores** contactados por medio de una feria o una misión en el exterior.
- b) **Necesidad de operar por volumen de ventas** que garanticen una dimensión industrial de la empresa.
- c) **Dificultades y bajas ventas en el mercado interno.**
- d) **Mayor aprovechamiento de las instalaciones.** Las empresas cuyos productos son manejados como línea de temporada, por ejemplo, la ropa de invierno; cuando las ventas disminuyen en el mercado interno a causa de fin de temporada, puede promover su producto en países de clima frío.
- e) **Posibilidad de precios más rentables.** Hay países como México, en donde no se aprecian de manera suficiente las artesanías del mercado interno, sin embargo, en el extranjero es muy valorada la elaboración a mano y la creatividad de dichos artículos.

- f) **Prolongación del ciclo de vida de un producto.** Los productos que se encuentran en la madurez, incluso los que se encuentran en declive en el mercado interno, pueden ser exportados a mercados cuyo nivel tecnológico es inferior.
- g) **Diversificar riesgos.** En caso de crisis económica, contar con clientes en el extranjero disminuye el riesgo de falta de liquidez e incluso quiebra.
- h) **Equilibrar la situación de la empresa frente a la entrada de competidores al mercado interno.** En un mundo globalizado, es cada vez más frecuente verse desplazado por competidores extranjeros.
- i) **Para mejorar la imagen con los proveedores, bancos y clientes.** Las empresas exportadoras tienen mayor prestigio que aquellas que sólo colocan su producto en el mercado interno.
- j) **Por política de desarrollo y expansión de la empresa.**

2. ¿Quién está en condiciones de exportar?

Contrario a lo que muchos piensan, la exportación no se encuentra vinculada a las dimensiones de la empresa; sin embargo, si se encuentra comprometida con la calidad, la creatividad y el profesionalismo. Por lo que se puede afirmar que toda empresa que haya evaluado su capacidad de internacionalización y visualiza la exportación como una estrategia para mejorar la competitividad, se encuentra en condiciones de penetrar el mercado exterior.

3. ¿A dónde y a quién exportar?

En donde, basados en una investigación previa, se encuentren las mejores condiciones para entrar con el menor costo posible y un mínimo de riesgo.

Las empresas normalmente comienzan exportando a:

- ♣ Mercados de cultural similar
- ♣ Mercados más cercanos
- ♣ Mercados en crecimiento acelerado

- ♣ Mercados donde la competencia es menos agresiva
- ♣ Mercados grandes

Dicen que echando a perder se aprende, y es por tal motivo que es aconsejable iniciar la exportación por los mercados donde se puede adquirir experiencia al menor costo.

Por otro lado, es necesario saber elegir a quien va ser nuestro comprador pues tiene que ser quien nos ofrezca las mejores condiciones, algunas formas de detectar un posible importador son a través de:

- ♣ Consejerías comerciales de las embajadas de nuestro país en el exterior
- ♣ Cámaras de comercio bilaterales
- ♣ Empresas de consultoría
- ♣ Revistas especializadas
- ♣ Bancos
- ♣ Consulados y embajadas de países extranjeros
- ♣ Asociaciones de categoría
- ♣ World Trade Center
- ♣ Ferias internacionales

4. ¿Cuándo exportar?

La exportación requiere de previa evaluación de la capacidad en el diseño, programación, comunicación, envíos, empaque, administración y planeación de los recursos; pero sobre todo, es una actividad tan demandante de tiempo y paciencia debido a que es proyectada a mediano y largo plazo, que definitivamente el peor momento para pretender exportar es cuando la empresa está en mala situación debido al azote de una crisis del mercado interno.

No existe formula para determinar el tiempo idóneo para comenzar exportaciones, pero lo más adecuado es iniciar cuando se hayan desarrollado puntos fortalezas para competir internacionalmente.

5. ¿Qué debo exportar?

La respuesta es muy lógica, se debe exportar un producto o servicio que cumpla con las exigencias del importador.

Es posible afirmar que más que exportar lo que es producido para el mercado interno, por lo general, se exporta la capacidad y el ingenio para diseñar un producto que se ajuste a las especificaciones y necesidades del importador.

6. ¿Cómo se exporta?

Diversas investigaciones han demostrado que las debilidades y dificultades de las empresas frente al mercado internacional son:

- ♣ Falta de información
- ♣ Desconocimiento de la existencia de apoyo a las exportaciones
- ♣ Dificultad para adaptarse a otras culturas
- ♣ Estructuras inadecuadas
- ♣ Falta de agresividad

Para exportar hay que tomar en cuenta los siguientes parámetros:

1. Mercado: Selección*
2. Producto: Que cumpla con las exigencias del importador
3. Empresa: Con visión en el mercado internacional
4. Información: Es indispensable

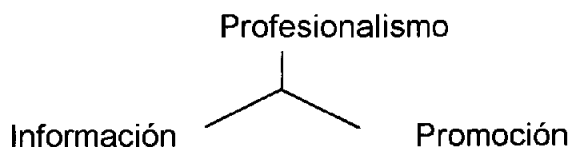
Una vez que se han considerado los anteriores parámetros y antes de comenzar las negociaciones para la exportación, se debe:

1. Evaluar la capacidad internacional
2. Identificar las oportunidades de negocio
3. Seleccionar el mercado

* Véase: Troncoso M.: *Plan de Exportación*, pág. 69 y ss.

4. Promocionar el bien o servicio
5. Comercializar
6. Administrar

El éxito de la exportación se basa en el tripié¹:



Este último punto, la información, que constituye uno de los más difíciles obstáculos a superar, tiene un inicio de búsqueda:

- Π Secretaría de Comercio Exterior
- Π Banco de Comercio Exterior
- Π Cámaras de comercio bilaterales
- Π Empresas de consultoría
- Π Eurocentros
- Π Transportistas
- Π Agentes aduanales

7. Errores más comunes

Si se conocen los errores más frecuentes que se pudieran cometer será menos probable cometerlos.

- Falta de evaluación de la capacidad de evaluación
- No considerar las diferencias culturales
- No investigar el mercado
- Selección deficiente del importador
- No efectuar la investigación, registro y monitoreo de la marca

¹ Minervi N.: *Manual del Exportador. Un consultor a su alcance*, pág. 9

- Elaborar contratos olvidando la legislación del país extranjero
- Extrema diversificación de mercados
- Falta de presencia en el mercado
- No contar con adecuada estructura de gerencia de exportaciones

8. Elaboración de un plan de exportación

La importancia de elaborar un plan o un plan de vuelo como lo llama Nicola Minervi² radica en el beneficio que representa al reducir al mínimo las decisiones irracionales frente a contingencias, minimiza los conflictos referentes a los objetivos de la empresa, aumenta la preparación de la empresa al cambio, entre otras muchas ventajas.

Cabe mencionar que en el caso específico de este proyecto fue utilizada como guía para la elaboración del plan el PLAN DE NEGOCIOS DE BANCOMEXT.

B. ARTÍCULOS DECORATIVOS Y DE REGALO

1. El sector de los artículos de regalo y decoración en general en el mundo (breve descripción)

Los artículos de regalo y decoración han ganado un lugar en las preferencias de los consumidores en todo el mundo en los últimos años. En algunos países europeos, así como Estados Unidos y Canadá la demanda de los artículos de regalo y decoración es constante aunque altamente estacional, destacando principalmente el invierno, el verano y la época navideña.

En invierno aumenta la demanda de velas, velas aromáticas y todo tipo de artículos con motivos navideños. En verano se demandan productos relacionados con el jardín y así como artículos decorativos para espacios exteriores.

Existe demanda durante todo el año de algunos artículos como floreros, cuadros, adornos con motivos muy variados, figuras de cerámica, botellas y

² Minervi, N.: *Manual del Exportador. Un consultor a su alcance*, pág. 25 y ss.

envases de vidrio de formas irregulares y velas aromáticas de muy variados tamaños, colores y diseños novedosos e irregulares.

2. Tendencia estadística del sector en general, en el mundo

MERCADOS META (PAÍSES DESTINO)

Fracción 3406.00.00 Velas, cirios y artículos
(Miles de USD)

		2001	2002	2003	% Cambio (02-03)
1	Estados Unidos	57,398	63,138	65,295	5
2	Japón	11,304	22,608	53,581	237
3	Holanda	1,180	1,534	2,194	43
4	Francia	5,192	7,788	14,018	80
5	Alemania	4,552	8,194	16,223	98
6	Canadá	98,334	112,101	127,795	

*World Trade Atlas

3. Características del sector de regalos canadiense

Canadá tiene diez provincias y tres territorios, que abarcan una superficie de 9.970.610 km². La geografía, la historia, la población y la economía de cada provincia y territorio son únicos y contribuyen a hacer de Canadá un país cautivante y de una gran diversidad.

El sector del regalo está en pleno auge y crecimiento, por lo cual se estima, que genera más de seis billones de dólares canadienses en ventas anuales al menudeo; cabe señalar que está provisto por las importaciones principalmente, las cuales incluyen gran variedad de artesanías.

Las oportunidades en el mercado canadiense para el sector de regalos son muy amplias, el secreto para el éxito es contar con un producto de buena calidad, precio competitivo, capacidad de

cumplimiento en cuanto a fechas de entrega se refiere y servicio post-venta.

La artesanía mexicana goza de gran prestigio alrededor del mundo por sus típicas características representativas de nuestras diferentes culturas y tradiciones, de esa forma se refleja un México colorido con gran cultura y misticismo.

Un efecto interesante a ser capitalizado por el sector empresarial mexicano es la búsqueda de artículos de decoración por parte de los canadienses, una vez que regresan de viajar a México como turistas, reflejándose el gusto por la ambientación mexicana.

Derivado de dicho fenómeno, los productos mexicanos más demandados y que se pueden encontrar en tiendas de diversas provincias canadienses son:

- ← Accesorios decorativos de hierro forjado y combinados con cerámica o barro.
- ← Artesanía textil, principalmente alfombras y tapetes.
- ← Muebles de madera estilo rústico mexicano para decoración de salas, bares, restaurantes y hoteles.
- ← Cofres, baúles, cuadros y marcos con motivos mexicanos elaborados en madera.
- ← Artículos decorativos y regalos para la época navideña.
- ← Coronas y arreglos florales hechos con naturaleza deshidratada.
- ← Joyería de fantasía, alpaca, plata y oro, utilizando piedras semi-preciosas.
- ← Macetas, chimeneas y todo tipo de objetos decorativos de barro.
- ← Artículos de pewter.

← Vajillas y objetos de cerámica y vidrio soplado.

C. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

IncurSIONAR en el mundo de los negocios no es nada sencillo, y más complejo aún son las exportaciones, por ello la mejor manera de comenzar es preguntándose si se cuenta con la información necesaria para responder preguntas cómo ¿qué, como, cuándo y a dónde exportar?

Específicamente en el caso de las velas aromáticas y decorativas, que se incluyen en el sector de regalos, las oportunidades en el mercado canadiense y en todo el mundo son muy amplias, el secreto para el éxito es contar con un producto de buena calidad, precio competitivo, y con la ventaja de que las artesanías mexicanas gozan de gran aceptación en el mundo entero debido a su originalidad y gran colorido.

CAPÍTULO II.
NATURALEZA DE LA EMPRESA

II. NATURALEZA DE LA EMPRESA

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1. Antecedentes Del Negocio

IluminARTE nace de la inquietud de hacer de una habilidad para crear artículos decorativos, un negocio que tuviese la capacidad productiva para incursionar en el mercado nacional y posteriormente hacer llegar a manos extranjeras un producto artesanal y de la más alta calidad cien por ciento mexicano.

IluminARTE es creada en el 2004 después de haber adquirido experiencia en la materia de Plan para Negocios Internacionales.

2. Misión visión

IluminARTE tiene como misión producir y distribuir velas decorativas y aromáticas de excelente calidad, enfocándose principalmente a clientes exigentes con necesidad de adquirir artículos de ornamento para los hogares, hoteles, oficinas y todo tipo de espacio decorable en el mercado de Canadá, principalmente en las ciudades de Montreal, Vancouver y Toronto.

3. Objetivos Empresariales

- * Producir 500 velas semanales
- * Incursionar en el mercado nacional como en el internacional (Canadá) en el 2005.
- * Aumentar la producción según requerimiento del mercado.
- * Desarrollar la tecnología actual para eficientar procesos productivos.
- * Incursionar en la realización de nuevos diseños y texturas de acabado.
- * Hacer de *IluminARTE* una empresa competitiva a nivel internacional en un lapso no mayor a 5 años.

4. Tipo de sociedad

Se elige constituir una sociedad anónima ya que es posible darse de alta ante la secretaría de hacienda y crédito público conforme al título IV capítulo II.

Además de lo ya citado, es relativamente fácil la constitución de dicha sociedad ya que los únicos requisitos son:

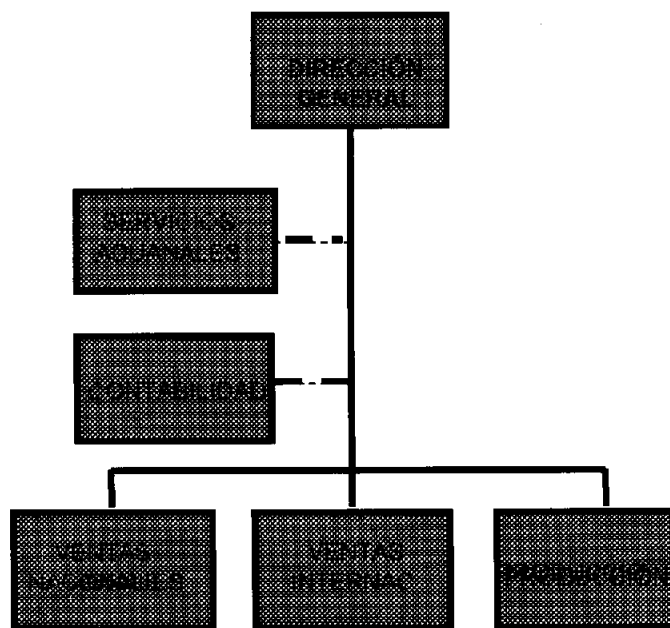
- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba por lo menos una acción.
- Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que esté íntegramente suscrito.
- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el 20% del valor de cada acción pagadera en numerario.
- Que se exhiba en íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

Si bien es cierto que se tributa con base a una tasa de del 35% en el año del 2002, también cierto que para los próximos años dicha tasa se reducirá gradualmente hasta llegara a un 32%.

Así que se constituirá una sociedad anónima de capital variable.

B. CUERPO DIRECTIVO

1. Organigrama de la empresa



2. Antecedentes y Responsabilidades

Las personas que conforman esta organización tienen funciones comunes como son:

- ⊖ Producción en general de velas
- ⊖ Apoyo en la administración general.
- ⊖ Ventas

Funciones

Dirección general

La persona encargada de la dirección general deberá:

- ⊖ Administración en general
- ⊖ Establecimiento del precio de venta
- ⊖ Define las políticas de venta
- ⊖ Coordina las actividades administrativas, producción y ventas en general.
- ⊖ Establecimiento de controles

Ventas Internacionales

La persona encargada de esta tiene como funciones principales:

- ⊖ Contactar a los clientes en el extranjero.
- ⊖ Promover y dar a conocer nuestros productos en el extranjero.
- ⊖ Vender y dar un servicio posventa
- ⊖ Embarcar y dar seguimiento a las ventas internacionales.

Producción

El gerente de producción deberá:

- o Planear el proceso productivo
- o Inventario de Materia prima

- o Compras
- o Recepción y registro de M.P.
- o Mantenimiento de equipo.

Asesores externos

En asesores externos tendremos como staff al:

- o Agencia Aduanal conceptos integrales en comercio exterior con el A.A. Roxana Rodríguez.
- o Y los servicios de la C.P. Beatriz Lavin.

Los cuales nos apoyaran en el área de comercio exterior y la contabilidad.

Participación accionaria

Integrado por socios, siendo el socio mayoritario Jacqueline Rivera Zavala con el 50% del total de las acciones, seguida por César Armando Galván Hernández y Jorge Rivera Zúñiga con el 25% de las acciones cada uno.

C. ANÁLISIS FODA

1. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Costo de producción bajo. ☐ Fácil de adaptar a nuevos y creativos diseños. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ El producto quedó libre de arancel a partir del 1 de enero de 2003. ☐ Las artesanías mexicanas son muy solicitadas en el extranjero
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ☐ <i>IluminARTE</i> es una organización de nueva creación con poca experiencia. ☐ Falta de equipo especializado 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Existe demasiada competencia

D. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

IluminARTE esta constituida como sociedad anónima y es un negocio productor de velas decorativas y aromáticas que se encuentra organizado en dirección general, con un departamento de contabilidad y uno de asesores aduanales como staff ambos; ventas nacionales e internacionales y producción.

Más que una gran empresa *IluminARTE* es un pequeño taller artesanal que tiene como misión producir y distribuir velas decorativas y aromáticas de excelente calidad tanto en el mercado nacional como

en Canadá, principalmente en las ciudades de Montreal, Vancouver y Toronto.

CAPÍTULO III.
ESTUDIO TÉCNICO

III. ESTUDIO TÉCNICO

A. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. Definición

A lo largo de la historia las velas han iluminado el camino del hombre. Sin embargo, aun no se sabe con certeza cuál es su origen; no obstante, hace tres mil años, los egipcios utilizaban antorchas hechas de varas de madera untadas con sebo de animal.

Los romanos fueron los primeros en desarrollar las velas con mecha, el sebo utilizado en las primeras velas era extraído de la grasa del ganado vacuno y ovino, quemaba muy mal, producía humo y emitía mal olor, estas velas eran empleadas en templos y otros sitios de culto así como para viajar de noche. Además tenía un uso doméstico aunque sólo estaban al alcance de familias adineradas.

En la Edad Media se introdujo la cera virgen, una sustancia que las abejas secretaban para hacer sus colmenas. Ciertamente, esto fue un gran avance, pues eran mucho mejor que las de sebo, no producían humo ni feo olor, se quemaban limpia y puramente, además producían daban luz más brillante. No obstante, eran caras y, por lo tanto, poco accesibles.

Por muchos siglos las velas fueron consideradas artículos de lujo a causa de su elevado costo. En el siglo XVIII la industria de las velas tuvo un gran avance cuando se descubrió la cera espermaceti* que era producida en las cavidades de esperma de las ballenas, esta cera no expedía mal olor al ser quemada y tenía una enorme ventaja, era más barata que las anteriores.

Fue hasta el siglo XIX que acontecieron los más importantes avances para la industria de la iluminación artificial. Un químico de nombre Michel Eugene Chevreul realizó un enorme hallazgo al comprobar que el sebo no era una sola sustancia sino un compuesto de dos ácidos grasos combinados con glicerina. Al separar la glicerina de la

* Véase: www.kiarel.com

mezcla del sebo, Chevreul creó una nueva sustancia llamada estearina*, dicha sustancia era más dura que el sebo y su tiempo de combustión más largo.

En 1834, Joseph Morgan creó una máquina que permitía la producción continua de velas de molde. Elaborada cerca de 1500 velas por hora. Esta masificación permitió que las velas fueran accesibles para toda la sociedad. Sin embargo, el avance más importante para la industria de las velas fue el descubrimiento de la parafina en 1850. Esta cera incolora, inodora y dura fue el resultado de procesar los residuos que quedaban luego de destilar el petróleo.

Si bien la parafina constituía una materia prima más económica que cualquier otra cera conocida para la producción de velas, tenía un punto de fusión bajo que amenazaba con poner fin a su creciente popularidad. La combinación de la parafina con la estearina solucionó el problema; de esta manera, se lograron velas económicas, duras y sin olores desagradables. Con la introducción de la bombilla de luz en 1879, la producción de velas bajó notablemente. A pesar de ello, en la actualidad la popularidad de las velas aumentó nuevamente al utilizarse como un elemento de decoración a las traslúcidas y aromáticas velas de gel. Adicionalmente al factor odorizante, la combinación de luz, color y diversidad de formas han logrado un éxito arrollador sin mencionar que éstas velas tienen una duración de hasta 6 veces una vela de parafina.

En la actualidad las velas tienen más usos que únicamente el de proporcionar luz, hoy en día debido a las formas tan variadas que pueden tener estos objetos, las velas elaboradas de manera artesanal son empleadas como objetos decorativos; cabe mencionar además, que debido a la mezcla de esencias aromáticas en los materiales con los que son elaboradas, las velas han ganado importancia pues son empleadas en aromaterapia.

* Véase: www.geocities.com/yamankishamx.html

2. Velas aplicadas a la Aromaterapia

Los aromas actúan sobre nuestro sistema nervioso, nos hacen recordar sucesos o acontecimientos asociados a ese perfume u olor, inclusive estimulan las distintas funciones del organismo a nivel sensorial y extrasensorial.

Los aceites esenciales no son sólo perfumes, son aceites altamente concentrados destilados de extractos de las plantas, obtenidos de diferentes partes: flores, hojas, tallos, raíces, etc. Por ejemplo, el aceite de Lavanda es destilado de las flores, el aceite de Eucalipto proviene de las hojas del árbol. Bajo la forma de aceites esenciales ejercen influencias positivas creando un ambiente agradable, sereno y relajante, mediante el calor se liberan pequeñas moléculas que al ser aspiradas pasan a los pulmones y de aquí son transportadas por la sangre a todos los órganos del cuerpo, actuando sobre determinado órgano, según las propiedades del aceite esencial natural utilizado. Este efecto es lo que ha aplicado la Aromaterapia* que es considerada en la medicina alternativa, como un sistema que pretende mejorar el bienestar y la salud mediante el empleo de aceites esenciales naturales.

La Aromaterapia no es nueva, los aceites esenciales se han usado hace miles de años, los antiguos egipcios estaban altamente especializados en las mezclas de aceites aromáticos. Los romanos eran particularmente aficionados al aceite de rosas. En la civilización griega, Hipócrates, el padre de la medicina, reconoció el poder de curación de las plantas. Se conoce, a través de la historia, que durante las epidemias de peste, se quemaban maderas como el Pino, por sus propiedades antisépticas.

En la Biblia encontramos directas referencias al uso de inciensos, esencias y aceites para perfumar, purificar, hacer unciones y aún con fines médicos.

Las velas con aceites esenciales también pueden influenciar en el ambiente y las personas. Las velas perfumadas al arder propagan su fragancia rápidamente en el ambiente, llenando de su aroma todo el lugar donde se encuentran, para crear una atmósfera placentera de

* Véase: www.ninacuro.com

tranquilidad, y el que llega a ese lugar inmediatamente sentirá una sensación de agrado. Por ello se han empleado en Aromaterapia.

Fragancias de Cítricos: Estos aceites esenciales de aroma dulce, cítrico y refrescante, pueden ayudar a bajar la presión sanguínea, son tónicos del estómago y calman los nervios.

Fragancia de Sándalo: Este sutil y cálido aroma de madera le ayudará todo su organismo mejorando la artritis, bronquitis, asma y resfriados.

Fragancia de Pino: El ligero y fresco aroma de las maderas de pino, mejora muchas dolencias como los músculos adoloridos, estrés, reumatismo, resfriados, tos y dolor de garganta.

Fragancia de Lavanda: Este aceite esencial, dulce y fresco es uno de los más empleados en Aromaterapia. Esta esencia le ayudará con toda dolencia, desde dolor de cabeza hasta fiebres. También puede ser usado para los niños cuando se siente enfermos.

Fragancia de Limón: Este aceite esencial es empleado para calmar los nervios, aliviar dolores de cabeza, estimula la tiroides y también es un excelente repelente de insectos.

Fragancia de Eucalipto: Este aceite esencial es empleado como antiséptico de las vías respiratorias, es usado en caso de gripes, asma, resfriados, bronquitis. Encienda su vela y note que se le facilita la respiración a medida que se esparce el eucalipto.

Fragancias de especias: Estas especias como: canela, clavo, mirra, estoraque y otras similares producen aromas tibias, exóticas y embriagantes, ayudan a aliviar la ira, ansiedad, confusión, depresión, insomnio y tensión nerviosa.

Fragancias de Menta: El aceite esencial de menta es fresco y muy conocido, usado en pastas para los dientes y enjuagues bucales, por su sabor y sensación de frío. Estimula y refresca.

3. Los colores y las velas

A demás de los aromas de las velas, es muy importante el color de éstas, pues además de los usos decorativos muchas personas aseguran que los colores tienen capacidad de atracción de energía que puede ser positiva en la vida cotidiana.

En general, los colores tienen significados específicos:

Amarillas: Están relacionadas con la actividad, creatividad, unidad, comunicación, éxito en negocios. Proporciona poder de concentración e imaginación al ritual donde se empleen; se usa en rituales donde se desea ganar la confianza de otros o persuadir a alguien, o en rituales que necesitan energía solar.

Rojas: Se usan para la salud, pasión, amor, brillo, energía, fertilidad, vitalidad, fuerza coraje, poder, incrementan el magnetismo en los rituales, atraen la energía de Marte.

Anaranjadas: Están relacionadas con la creatividad, la atracción, motivación, energía mental, claridad de pensamiento, armonía, expansión, felicidad y adaptabilidad.

Violeta: Se usan para el poder psíquico, intuición, éxito, idealismo, manifestaciones psíquicas, independencia, ideal para aumentar su poder espiritual.

Azules: Se usa en rituales para obtener sabiduría, devoción, inspiración, armonía, luz interior, confiere paz, calma y tranquilidad en el hogar, comprensión, paciencia, veracidad y liderazgo, también en los que se requiere un estado de profunda meditación; o en rituales que demandan la energía de Júpiter o Saturno.

Negras: Abre los profundos niveles del inconsciente, se usa en rituales para inducir un estado de meditación profunda, para alejar las energías negativas, la discordia, confusión y pérdidas. Atrae la energía de Saturno.

Rosas: Promueven el romance, la amistad, amor y nuevos amores, ternura, armonía, color usado en rituales para incrementar su efecto; es el color de la feminidad, honor, servicio.

Verdes: Promueven la prosperidad, fertilidad, éxito, ambición, equilibrio, crecimiento espiritual o psíquico, adivinación, sensibilidad, ascensos o nuevos trabajos, amor fraternal, estimulante en los rituales para lograr armonía, buena suerte, dinero y rejuvenecimiento. Contrarresta los efectos de los celos y la envidia. Atraen la energía de Venus.

Blancas: El color Blanco es la unión de todos los colores; confiere lucidez espiritual, es símbolo de pureza, devoción, clarividencia, salud, búsqueda de la verdad, sinceridad, meditación. Se emplean en rituales en los que se invoca la energía lunar.

Marrón: Se relaciona con la tierra, significa naturaleza, solidez, solidaridad y práctica; es el color del signo virgo. Cuando se prende una vela de este color se contribuye a la siembra y cosecha agrícolas, para que sean abundantes.

Dorado: Oro, riqueza, poder, lujos. Al encender una vela dorada y una verde, hace que las relaciones comerciales.

4. Las Velas según su signo Zodiacal y Rituales

Aries: Velas rosadas, blancas y rojas. Ritual: Tomar siete margaritas, colocarlas en un florero o un vaso, encender una vela blanca, una rosada y una roja, pedir al creador la paz para la familia, armonía en el hogar, amor y pasión en el matrimonio, la pureza de espíritu para crecer y el inicio de nuevos proyectos.

Tauro: Velas rojas y verdes. Ritual: Tomar 4 monedas y colocarlas hacia los cuatro polos geográficos, norte, sur, este y oeste, para que se abran los cuatro caminos de paz, amor, prosperidad y salud.

Encender dos velas verdes y dos rojas, pedir al creador la fuerza y tenacidad para llevar a buen término los trabajos que se propongan.

Géminis: Velas anaranjadas, azul claro, verde y violeta. Ritual: Tomar aceite esencial de lavanda o de violeta, colocar en un perfumador y encenderlo. Encender una vela anaranjada, una azul, una verde y una violeta, colocarlas de manera que formen un cuadrado. Para que el creador nos otorgue el amor universal y terrenal, el éxito espiritual, en los negocios y el poder cambiar lo negativo en positivo.

Cáncer: Velas azules claras, moradas y blancas. Ritual: Encender tres velas una azul, una morada y una blanca. Colocar en el centro un plato con agua y sal, pedir al creador para obtener paz en nuestra casa y trabajo, obtener el amor de todos los que le rodean, amigos, familiares y vecinos, que todos los que nos rodean cambien para crecer en espíritu.

Leo: Velas anaranjadas, rosas y amarillas. Ritual: Colocar doce Claveles de cualquier color y encender una vela amarilla, una anaranjada y una rosa, formando el triángulo de Dios. Pedir al creador por el éxito en sus negocios, prosperidad en su casa y para que el amor reine en su hogar donde está el centro de su energía positiva.

Virgo: Velas ámbar, verde, anaranjada y violeta. Ritual: Colocar esencia de lavanda o jacinto en un perfumador y encenderlo. Encender una vela ámbar, una verde, una naranja y una violeta. Pedir al creador que se abran los caminos hacia la salud para usted y todos en su hogar, éxito en los negocios y juegos, el calor amoroso de sus familiares y amigos. Y poder transmutar las tinieblas en luz.

Libra: Velas ámbar, verdes y moradas. Ritual: Encender una vela ámbar, una verde y una morada, en una línea. Colocar una llave delante de la vela verde. Pedir al creador por su salud, porque se abran los caminos del éxito y prosperidad en su casa y en su trabajo, y que todo lo triste y negativo se torne en buenos augurios y buenas noticias.

Escorpio: Velas amarillas, rojas y azules. Ritual: Colocar un Clavel en un recipiente adecuado, encender una vela amarilla, una roja y una azul. Pedir al creador para lograr sus deseos de amor y pasión, poder llegar al éxito en sus negocios, obtener la paz espiritual y su crecimiento personal.

Sagitario: Velas azul oscuro. Ritual: Encender una vela azul, para alejar lo negativo y desagradable. Colocar una azucena en el altar o mesa del ritual, para su paz espiritual. Pedirle al creador por la paz del mundo y por su paz interna para poder colaborar con su comunidad por la justicia y el progreso.

Capricornio: Velas azules, rojas y amarillas, también negras. Ritual: Hacer un círculo con sal, en el centro encender una vela blanca para la estabilidad económica, la luz contra las tinieblas. Fuera del círculo encender una vela roja, una amarilla y una negra. Para pedir al creador por el amor de su familia, por la prosperidad en su hogar, por su salud, la de sus familiares y amigos y por el éxito en su profesión.

Acuario: Velas amarillas, azul, rosadas y negras. Ritual: Encender una vela roja para pedir un amor sincero y duradero, una vela amarilla por su trabajo, una vela azul por su paz espiritual y una vela rosada porque el amor tierno y desinteresado le rodee. Puede encender también una vela negra para pedir elevar su nivel de conciencia para permitir su crecimiento espiritual.

Piscis: Velas verde esmeralda y azul claro. Ritual: Verter esencia de lirio o de jazmín en un recipiente con agua, agregar pétalos de un crisantemo. Encender una vela azul claro, para que su espiritualidad crezca, una verde para lograr sus metas y una vela rosada para lograr o afianzar su amor.

B. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

1. Clasificación del producto

Debido a los materiales con los que están elaboradas las velas y para efectos prácticos, las velas serán clasificadas en:

- Velas de parafina sólida o moldeable
- Velas de gel
- Velas de parafina líquida
- Velas de gel con base de madera y parafina sólida

Están elaboradas con los materiales mencionados en la anterior clasificación y pueden contener naturaleza muerta en diversos colores, frutas secas, esencias aromáticas y figuras de plástico según el modelo de vela.

MATERIA PRIMA DIRECTA Y SU CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Base de madera	Colorante
44.01	32.13
Tapón de corcho	Naturaleza muerta (flores y follaje)
45.03.10.01	06.04
Botella o envase de vidrio	Flores y follaje artificial
70.13	67.02.10
Parafina (cualquier tipo)	Fruta seca
34.04	08.13
Esencia aromática	Pabulo (no se encontró fracción arancelaria)
33.01	

Los modelos y diseños de las velas son muy variados por lo que es importante enfatizar en que los tamaños no son uniformes. El tamaño de una vela chica es de 8 cm. de alto por 5 cm. de diámetro; la vela mediana mide 11.5 cm. de alto por 8 cm. de diámetro y, la grande 15 cm. de alto por 10 cm. de diámetro aproximadamente, todo esto únicamente para aquellas que su principal materia prima es la parafina sólida

En el caso de las velas de gel, parafina líquida y gel con base de madera, no se pueden tener tamaños estándares ni siquiera aproximados pues están elaboradas en envases de cristal cuyos tamaños y formas son excesivamente variables.

2. Clasificación arancelaria

Fracción arancelaria: 3406.00.01

Código de desgravación: C

Tasa base: 7.5 %

3. Normatividad

NMX-P-024-1990¹

Esta Norma Oficial Mexicana establece las especificaciones mínimas de calidad que deben cumplir los artículos decorativos elaborados con cristal, utilizados como objetos de ornato así como los métodos de prueba correspondientes.

¹ Fuente: Dirección General de Normas (Secretaría de Economía)

Clasificación y designación del producto

Los productos objeto de esta norma se clasifican en cuatro tipos, designándose como artículos decorativos elaborados con cristal:

Tipo I.-	Cristal de plomo 30%
Tipo II.-	Cristal de plomo 24%
Tipo III.-	Vidrio cristalino
Tipo IV.-	Vidrio sonoro

Los tipos I y II se subdividen en dos grados de calidad.

DECORADO

Cuando se prueba de acuerdo a la NOM-P-037 y NOM-P-059, no debe haber pérdida de brillo.

Acabado

Los productos objeto de esta norma pueden presentar los siguientes defectos que se dividen por su importancia en:

Defectos críticos

- Estrellado.
- Despostillado.
- Burbuja superficial
- Burbuja abierta.
- Vidrio adherido.
- Raya vidriosa.
- Piedra.

Defectos menores

- Raya de vidrio.

- Óptico.
- Ondulado.
- Raspado.
- Corte chueco.
- Mal opacado.
- Mal abrigantado.

Nota 1.- Esta lista no es limitativa. Cuando los defectos menores no son perceptibles a simple vista, a 60cm de distancia, no deben ser causa de rechazo. Cuando son perceptibles, depende del tamaño, forma, color, cantidad por área y localización del defecto, que puedan causar una mala apariencia, por lo que debe ser motivo de acuerdo entre vendedor y consumidor, su aceptación.

NOM-050² (lineamientos generales)

Los productos sujetos a la aplicación de esta Norma deben contener en sus etiquetas, cuando menos, la siguiente información comercial obligatoria:

- a) Nombre o denominación genérica del producto, cuando no sea identificable a simple vista por el consumidor.
- b) Indicación de cantidad conforme a la NOM-030-SCFI.
- c) Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor o responsable de la fabricación para productos nacionales. En el caso de productos importados, esta información deberá ser proporcionada a la Secretaría por el importador a solicitud de ésta.

La Secretaría proporcionará esta información a los consumidores que así lo soliciten cuando existan quejas sobre los productos.

- d) Leyenda que identifique el país de origen del producto, por ejemplo " producto de...", "hecho en...", "manufacturado en..." u

² Fuente: Dirección General de Normas(Secretaría de Economía)

otros análogos, sujeto a lo dispuesto en los tratados internacionales de los cuales México sea parte.

- e) Las advertencias de riesgos por medio de leyendas, gráficas o símbolos precautorios en el caso de productos peligrosos.
- f) Cuando el uso, manejo o conservación del producto requiera de instrucciones, debe presentarse esa información o indicarse en un instructivo o manual de operación anexo, anotándose en la respectiva etiqueta "VEASE INSTRUCTIVO ANEXO" o "MANUAL DE OPERACION ANEXO".
- g) Cuando corresponda, la fecha de caducidad o de consumo preferente.
- h) Tratándose de productos importados, nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del importador. Esta información puede incorporarse al producto en territorio nacional, después del despacho aduanero y antes de la comercialización del producto.

Idioma y términos

La información que se ostente en las etiquetas de los productos debe:

- a) Expresarse en idioma español, sin perjuicio de que se exprese también en otros idiomas. Cuando la información comercial se exprese en otros idiomas debe aparecer también en español, cuando menos con el mismo tamaño y proporcionalidad tipográfica y de manera igualmente ostensible. En todos los casos debe indicarse cuando menos la información establecida en el punto 5.2.1.
- b) Expresarse en términos comprensibles y legibles, de manera tal que el tamaño y tipo de letra permitan al consumidor su lectura a simple vista.

- c) Cumplir con lo que establecen las normas oficiales mexicanas NOM-008-SCFI y NOM-030-SCFI , sin perjuicio de que además se puedan expresar en otros

sistemas de unidades. La información que se exprese en un sistema de unidades distinto al Sistema General de Unidades de Medida debe aparecer también en este último, cuando menos con el mismo tamaño y proporcionalidad tipográfica y de manera igualmente ostensible.

- d) Presentarse en etiqueta fijada de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de su uso o consumo en condiciones normales, la cual debe aplicarse en cada unidad o envase múltiple o colectivo.
- e) Estar colocada en la superficie principal de exhibición, tratándose al menos de la siguiente información:
- i) nombre genérico del producto
 - ii) indicación de cantidad.

Normas técnicas y de calidad³

Los estándares y normas de calidad para las velas decorativas están sujetos a aquellas emitidas por la Canadian Standards Association(CSA); las características que se buscan principalmente en este tipo de productos son: acabados, peso y material con el que son elaborados.

Así mismo, las normas de etiquetado están sujetas a las emitidas por la CSA, en las que se puede resumir: las etiquetas tienen que ser en inglés y francés, contener todos los datos del importador y del exportador(nombre y domicilio), país de origen y contenido del producto, además deberán aparecer en un lugar visible con los tamaños prescritos para la letra de la leyenda.

³ Fuente: Consejería Comercial de México en Montreal

C. PROCESO PRODUCTIVO

1. Proceso Productivo

VELAS DE PARAFINA SÓLIDA O MOLDEABLE

- Se calienta la parafina a 80°C y se espera a que baje la temperatura a 60°C.
- Se engrasa la plancha de aluminio y se vierte la primera capa de parafina previamente mezclada con la esencia aromática y el colorante.
- Se espera a que la parafina tome un color opaco y se vierte una segunda capa de diferente color.
- Se espera nuevamente y antes de que la parafina se endurezca, se retira del papel.
- Finalmente se elabora y corta el dibujo que llevará la vela y se deja secar por completo.

VELAS DE PARAFINA LÍQUIDA

- Se rellena el frasco de vidrio con naturaleza muerta, frutas secas o figuras de decoración según sea el caso.
- Se vierte la parafina líquida en el frasco hasta llenarlo casi por completo.
- Se tapa el frasco con el corcho de manera que no pueda derramarse la parafina.
- Se decora el envase para dar el toque final.

VELAS DE GEL

- Se rellena el envase de vidrio como en el caso de las velas de parafina líquida.
- Se Calienta el gel hasta que adquiera una consistencia líquida.
- Se deja enfriar un poco el gel y se vierte en el frasco habiendo colocado previamente el pabilo.

- Una vez que el gel se ha enfriado lo suficiente y ha vuelto a su consistencia natural, se decora el envase.

VELAS DE GEL CON BASE DE MADERA Y PARAFINA SÓLIDA

- Seguir los dos primeros pasos del proceso de elaboración de las velas de gel.
- Se deja enfriar el gel y se vierte en el frasco, posteriormente se coloca la base de madera.
- Se espera a que el gel tome su consistencia natural y se voltea el envase para que la base quede en la parte inferior.
- Se calienta la parafina sólida hasta quedar líquida, se mezcla con el colorante y la esencia aromática.
- Se coloca el pabilo en la concavidad del envase y en dicha concavidad, se vierte la parafina ya preparada y se espera a que solidifique.
- Se da el toque final del decorado exterior.

2. Mantenimiento y respaldo del producto

IluminARTE siempre esta en la búsqueda de la completa satisfacción de sus clientes y por este motivo nuestros clientes son protegidos de la siguiente manera:

- 1.- Solicitando la devolución o cambio del producto cuando no se encuentre satisfecho con la calidad o apariencia del producto.
- 2.- En el caso de la exportación, además de las garantías anteriores, se garantiza el producto por cualquier posible daño en el empaque que ponga en riesgo la calidad del producto.

3. Bienes sustitutos o complementarios

Las velas son un producto con todo tipo de sustitutos, ya que su objetivo principal es el decorar espacios. Tomando en cuenta esto

podríamos decir que existe toda una gama de productos con el mismo fin, y que se adquieren con igual o mayor facilidad que una vela, entre este tipo de productos podemos encontrar: lámparas, floreros, cuadros, plantas, etc.

4. Proveedores

PARAFINAS* PARA CER. S.A. AVENIDA MANUEL GONZALEZ 554
COLONIA ATLAMPA

CP 06450 DISTRITO FEDERAL

CUAUHTEMOC (5)55413029

PARAFINAS MEZCLAS MARIA CRISTINA SANCHEZ GUZMAN

MOLDES Y VELAS FER'S CALLE UNION 318

COLONIA TEPEYAC INSURGENTES

CP 07020 DISTRITO FEDERAL

GUSTAVO A. MADERO (015)7816780

PARAFINA CENTRAL DE COLORANTES. S.A. DE C.V.

CENTRAL DE COLORANTES, S.A. DE C.V. CALLE ANTONIO MACEDO 5 LOC.

2,3,4, Y 8

COLONIA TACUBAYA

CP 11870 DISTRITO FEDERAL

MIGUEL HIDALGO (01)52730065

PARAFINA CASTROL MEXICO, S.A. DE C.V. CALLE AV. GONZALEZ CAMAZENA

800 PISO 1

FRACCIONAMIENTO ZEDEC

CP 02300 DISTRITO FEDERAL

AZCAPOTZALCO (015)57190287

55672674

mario.perez@cnacm.com PARAFINAS SOCOMEX, S.A. DE C.V.

SOCOMEX, S.A. DE C.V. AVENIDA JAVIER ROJO GOMEZ 643

SECTOR CONDO-PLAZA PASEOS DE CHURUBUSCO

CP 09030 DISTRITO FEDERAL

IZTAPALAPA (01)56004843 5413029

PARAFINAS MEZCLAS ERNESTO REYES OAXACA CALLE UNIDAD TLATILCO

41 L

COLONIA NUEVA SANTA MARIA

CP 02800 DISTRITO FEDERAL

AZCAPOTZALCO

* Parafina con un contenido de aceite inferior al 0.75% en peso
Fuente: SIEM(Sistema de Información Empresarial)

D. CONCLUSIONES

Las velas, además de estar consideradas en el sector decorativo, juegan un papel muy importante en terapias de sanación como la aromaterapia que consiste en la relajación y curación de algunos males por medios del aroma; la reflexoterapia que a diferencia de la anterior la atención se centra en los colores y la luz.

Los modelos y diseños de las velas son muy variados por lo que es importante enfatizar que el proceso productivo no es uniforme para todos los modelos de velas, aunque tienen algunos pasos del proceso en común como ya se pudo apreciar.

CAPÍTULO IV.

ESTUDIO DE MERCADO

IV. ESTUDIO DE MERCADO

A. ANÁLISIS DEL MERCADO

1. Descripción de las tendencias de las velas en Canadá

La decoración en el mercado canadiense se ha transformado en un factor básico, ya que el consumidor pretende crear un ambiente cálido y acogedor para su hogar, prefiriendo un estilo desenfadado pero siempre con un toque de autenticidad. Tal es el caso de las velas decorativas que forman parte de los detalles que marcan la diferencia en cualquier espacio.

El comprador canadiense no sólo busca artículos atractivos a la vista, también busca su funcionalidad, lo cual representa una ventaja competitiva para las velas, pues son utilizadas tanto para decorar como iluminar y aromatizar habitaciones, cuartos de baño, salas, en fin todo tipo de interiores. En la mayoría de los hogares canadienses es habitual que en las habitaciones se tenga luz indirecta, por ello es común el uso de lámparas y velas que alumbren ciertos espacios.

En Canadá es muy marcada la tendencia a comprar velas, muestra de esto es que en cualquier tipo de establecimiento, desde los más pequeños hasta boutiques especializadas, se encuentra este tipo de producto; a pesar de no ser un artículo de primera necesidad, el comprador de toda clase de estatus social lo demanda.

Debido a la diversidad cultural que existe en Canadá, el gusto del consumidor es muy variado, al igual que las formas y materiales con las que pueden estar hechas las velas; sin embargo, las de mayor consumo son aquellas que incluyen olores frutales y de flores a fin de aromatizar espacios y ser empleadas en la aromaterapia con fines relajantes y curativos.

Los diseños más populares son los geométricos y simples en diversos tamaños, en colores neutros, intensos o bien entremezclados pero siempre con una amplia gama de esencias aromáticas a elegir.

2. Estadísticas de las tendencias del mercado meta seleccionado

Total de importaciones de Canadá por año y fracción arancelaria
(Miles de USD)

AÑO	3406.00.00
2001	98,334
2002	112,101
2003	127,795

*World Trade Atlas

Total de exportaciones de Canadá por año y fracción arancelaria
(Miles de USD)

Año	3406.00.00
2001	65,360
2002	67,974
2003	70,693

*World Trade Atlas

OPORTUNIDADES DE EXPORTACION DEMANDA EXTRANJERA POR PRODUCTOS MEXICANOS

NÚMERO DE EXPORTANET:

BC101P052087

NOMBRE DEL PRODUCTO:

VELAS

NOMBRE DE LA EMPRESA:

STARLINK RESOURCE

DIRECCIÓN:

54 SEATON DR.

CÓDIGO POSTAL:

L4G2K3

CIUDAD:

MERCADO DE INTERÉS:

MÉXICO

FRACCIÓN ARANCELARIA:

340600: VELAS

AURORA

PAÍS:

CANADA

TELÉFONOS:

726-8429

ESTADO:

ONTARIO

FAX:

726-8430

CÓDIGO DE ÁREA:

905

E-MAIL:starlink@aci.on.ca**REPRESENTANTE:**

JOHN GALATI

CARGO:

PROPIETARIO

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

COMERCIALIZADORA

AÑO DE CONSTITUCIÓN:

1998

RANGO DE VENTAS**(U.S. DLLS):**

0.1 A 1 MILLON

PROMOTOR EXPORTANET:

LIC. CARLOS ENRIQUE ESPINOSA

JOVE

SUPERVISOR:

LIC. RAFAEL JOSE CORTES

GOMEZ (TORONTO)

INSTITUCIÓN:

BANCOMEXT

TELÉFONOS:

(416) 8679292

FAX:

(416) 8671847

E-MAIL:cespinoj@bancomext.gob.mx**3. Competencia (Países Proveedores)**

Fracción 3406.00.00 Velas, cirios y artículos similares
(Miles de USD)

		2000	2001	2002	% Cambio (01-02)
1	Estados Unidos	60542	42379	23326.4 5	-45
2	China	37101	59362	103882. 8	75
3	Hong Kong	2240	2576	2962	15
4	México	12446	18669	28003	50
5	Alemania	713	742	756	2

*World Trade Atlas

Competencia Nacional
Principales proveedores de velas⁴

CASA BAUTISTA DE PUBLICACIONES DE MEXICO AC CALLE VIZCAINAS 16
COLONIA CENTRO DE LA CIUDAD DE MEXICO AREA 8

CP 06080 DISTRITO FEDERAL

CUAUHTEMOC (5)55101993 55103674

VELAS FAB V V LA BIEN APARECIDA SA DE CV ANDADOR BODEGA B 56

PARQUE INDUSTRIAL /ZONA INDUSTRIAL CENTRAL DE ABASTO

CP 09040 DISTRITO FEDERAL

IZTAPALAPA (5)56005126

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. LA LIGA BIBLICA DE MEXICO AC

CALLE MERIDA 152 A COLONIA ROMA

CP 06700 DISTRITO FEDERAL

CUAUHTEMOC (5)55646807 55741375

55840619

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. MEDIALUZ S., A. DE C.V.

MEDIALUZ S., A. DE C.V. AVENIDA EJERCITO NACIONAL 980 L-154

COLONIA CHAPULTEPEC MORALES

CP 11570 DISTRITO FEDERAL

MIGUEL HIDALGO

VELAS AROMATICAS PENINSULA ORIENTAL S.A. DE C.V.

PENINSULA ORIENTAL,S.A. DE C.V. AVENIDA CENTENARIO 394 LOC. 49

COLONIA MERCED GOMEZ

CP 01600 DISTRITO FEDERAL

ALVARO OBREGON (01)52356287

VELAS AROMATICAS SAN GERARDO, S.A. DE C.V. CALLE 6 114

COLONIA GRANJAS SAN ANTONIO

CP 09070 DISTRITO FEDERAL

IZTAPALAPA (015)56709063

55825231

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. VELAS Y CIRIOS FAMA

MONTERREY SA DE CV

CALLE SAN ANDRES DE LA SIERRA 10

COLONIA MAZA

CP 06270 DISTRITO FEDERAL

CUAUHTEMOC (5)55260222

VELAS VELADORAS MEXICO S.A. DE C.V.

VELADORAS MEXICO S.A. DE C.V. CALLE 12 DE JULIO DE 1859 743

COLONIA LEYES DE REFORMA

CP 09310 DISTRITO FEDERAL

IZTAPALAPA

⁴ Fuente:SIEM

VELAS LEONEL ARZATE MACIEL

ABARROTOS "MINISUPER" CALLE DON PASCUAL 140
 COLONIA AGRICOLA METROPOLITANA
 CP 13280 DISTRITO FEDERAL
 TLAHUAC

VELAS LILIAN ALTAMIRANO SANCHEZ AVENIDA CANAL DE MIRAMONTES
 3163 LOC MB 30
 FRACCIONAMIENTO VERGEL COAPA
 CP 14320 DISTRITO FEDERAL
 TLALPAN (5)55480639

VELAS GEORGINA CECILIA BAÑUELOS OLIVARES CALZADA TLALPAN 5057 1
 COLONIA LA JOYA
 CP 14090 DISTRITO FEDERAL
 TLALPAN (5)55136116

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. * JAVIER BERNABE BORJAS NEIRA
 ARTESANIAS "GARRINCHA" CALLE REP. DE URUGUAY 75 LOC. 7 Y 8
 COLONIA CENTRO DE LA CIUDAD DE MEXICO AREA 1
 CP 06000 DISTRITO FEDERAL
 CUAUHTEMOC (01)55210333

VELAS PATRICIA YOLANDA CHAVERO ESPINDOLA
 AVENIDA PARQUE MARISCAL SUCRE 10 L B
 COLONIA DEL VALLE
 CP 03100 DISTRITO FEDERAL
 BENITO JUAREZ (5)53962907

VELAS IRERI CALDERON SANDOVAL
 SHEKINAH CALLE SAN FRANCISCO 1380 LOC. A
 COLONIA DEL VALLE
 CP 03100 DISTRITO FEDERAL
 BENITO JUAREZ (01)55752029

VELAS ISMAEL CERVANTES ROSALES
 AVENIDA EJE CENTRAL LAZARO CARDENAS 13 PISO 10
 COLONIA CENTRO DE LA CIUDAD DE MEXICO AREA 5
 CP 06050 DISTRITO FEDERAL
 CUAUHTEMOC

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. DEYING CHEN SHENG
 TESORO ORIENTAL AVENIDA EJERCITO NACIONAL 980 LOC. 245-A
 COLONIA CHAPULTEPEC MORALES
 CP 11570 DISTRITO FEDERAL
 MIGUEL HIDALGO

VELAS AROMATICAS JUAN ELIU DIAZ RUIZ CALLE ALBINO GARCIA 349
 LOC. 5
 COLONIA VIADUCTO PIEDAD
 CP 08200 DISTRITO FEDERAL
 IZTACALCO (01)55190972

VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. * GEORGINA FUENTES CENTENO
 LIBRERIA GUADALUPANA CALZADA GUADALUPE 431 LOCAL 88

COLONIA GUADALUPE TEPEYAC
CP 07840 DISTRITO FEDERAL
GUSTAVO A. MADERO (015)5175933
VELAS, CIRIOS Y ARTICULOS SIMILARES. ALFONSO GARCIA JUAREZ
CASA TALISMAN CALLE GENERAL ANAYA 9
COLONIA MERCED BALBUENA
CP 15810 DISTRITO FEDERAL
VENUSTIANO CARRANZA (01)19977983

B. CONSIDERACIONES INTERNACIONALES

1. Actividades de Desarrollo del Mercado

Debido a la autenticidad de las artesanías, se cuenta con la gran ventaja de ser un producto que uno a uno lleva impresa la creatividad del productor por lo que a pesar de la gran competencia del mercado decorativo, las velas aromáticas tienen enorme facilidad de acceso a un amplio nicho de mercado pues en Canadá es ampliamente aceptado y apreciado el valor agregado que tiene un producto hecho a mano. Adicionalmente, constituye otra ventaja el hecho de poder incursionar en el desarrollo de nuevas formas y modelos de las velas gracias a la nobleza y maleabilidad de los materiales con que son elaboradas.

Cabe señalar que para desarrollar formas que permitan diferenciar nuestro producto son indispensables las aportaciones que pueda hacer el importador, pues él mejor que nadie conocerá los gustos y preferencias del consumidor final con quien éste tendrá un trato de manera más directa.

Como Planes Futuros De Investigación se tiene contemplado investigar e incorporar al producto la fórmula de la parafina que hace que las velas funcionen sin petróleo, se piensa que estas velas tendrán gran aceptación ya que representaría una fuente de iluminación cien por ciento ecológica.

2. Logística Internacional, Requisitos y formas para exportar e importar, Barreras arancelarias y no arancelarias, INCOTERMS, Transporte, Embalaje, Seguros.

Requisitos y formas obligatorias para exportar artículos decorativos.

En el caso de las velas aromáticas y artículos de decoración de espacios en general, la normatividad no es estricta y sólo se requiere de forma obligatoria:

- ◆ Tramitar el Certificado de Origen a fin de identificar el origen del producto tanto en el país como en el extranjero, además de obtener los beneficios del Tratado de Libre Comercio con América del Norte.
- ◆ Obtención del código de barras. Para ello es necesario acudir a la Canadian Standards Association (CSA) a solicitar dicho código para el mercado estadounidense.
- ◆ Certificación de aprobación de etiquetado. Aunque se toman en cuenta los lineamientos generales de la NOM-050 es necesario contar con la aprobación del mercado canadiense.
- ◆ Presentar en la aduana, a través del agente aduanal, el pedimento de exportación elaborado en la forma aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ello nos permitirá comprobar las exportaciones ante la SHCP para efectos fiscales como devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA.

El pedimento de exportación deberá estar acompañado de:

- ♣ La factura que indique el valor de la mercancía en dólares.
- ♣ Documentación que compruebe el cumplimiento de las regulaciones de tipo no arancelario.
- ♣ Especificaciones de identificación de la mercancía que permita distinguirla de artículos similares.

Requisitos y formas que deberán ser cumplidos por el importador:

- ◆ Código de Barras (UPC, Universal Product Code)
- ◆ Certificado de aprobación de etiqueta (Certificate of Label Approval)

BARRERAS ARANCELARIA Y NO ARANCELARIAS

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, las velas aromáticas y decorativas entraron en un proceso de desgravación en 10 etapas anuales iguales comenzando el 1 de enero de 1994 de tal manera que el producto quedó libre de arancel a partir del 1 de enero del 2003.

En cuanto a lo que a barreras no arancelarias se refiere, el certificado de aprobación de etiquetado es el único que afecta la importación de velas en Canadá ya que el certificado de análisis químico no es obligatorio para nuestro producto aunque sí conveniente para asegurar al importador que las velas

están elaboradas con parafinas con un contenido de aceite inferior al 0.75% en peso, lo que garantiza al consumidor final que el producto no daña a sus familias ni al medio ambiente.

3. Distribución de producto

IluminARTE realiza dos cotizaciones debido a la fragilidad del producto que puede minimizarse si es empleado el embalaje adecuado que proteja las velas contra golpes y malos manejos por parte del transportista, además de los requerimientos del cliente importador en lo concerniente a tiempos de entrega. También se toma en consideración el incremento en los costos de las velas; por lo

tanto, el INCOTERM* a utilizar es:

⇒ FOB (Free on Board –Libre a Bordo)

IluminARTE asume la responsabilidad de la mercancía desde el taller artesanal hasta ser entregado al transportista seleccionada y pagado por el comprador canadiense.

C. ESTRATEGIA DE MERCADO

1. Promoción

Ferias y exposiciones

Las ferias y exposiciones son recomendables para la empresa, pues permite conocer lo que demanda del mercado y sus tendencias, recabar información acerca de productores y distribuidores de artículos decorativos y particularmente de velas aromáticas.

Por otro lado, este tipo de eventos constituyen un importante medio para promover el producto entre los mayoristas, previo celebración de las ferias locales ya que gran parte de la venta de artículos decorativos a los detallistas se realizan a través de mayoristas que exponen sus líneas en las ferias de regalos locales, como son:

FERIA	LUGAR DE EXHIBICIÓN	FECHA
The Design Forum Show	Toronto, Ont.	Agosto
International Interior Design Exposition(IIDEX)	Toronto, Ont.	Agosto
Canadian Gift and Table Association Show (CGTA)	Toronto, Ont.	Enero y Agosto

* INCOTERMS: International Commercial Terms emitidos por la Cámara de Comercio Internacional (I.C.C.). Son reglas de compraventa internacional adoptadas voluntariamente entre las partes.

FERIA	LUGAR DE EXHIBICIÓN	FECHA
National Gift Show Toronto	Toronto, Ont.	Febrero y Septiembre
Toronto Gift Show	Toronto, Ont.	Febrero y Julio

*Consejería Comercial de México en Montreal

Existen diversas ferias y tipos de apoyo por parte de BANCOMEXT a fin de que las empresas cuenten con un medio de acercamiento con posibles compradores en el extranjero:

Ferías tipo A

Ferías tipo C

Ferías tipo D

Promoción de Oferta Exportable

Misiones de Exportadores

Ferías tipo A

Son aquellos eventos en el extranjero en donde BANCOMEXT organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional.

Ferías tipo C

Son eventos empresas mexicanas participan en forma individual.

Ferías tipo D

Son aquellos eventos dirigidos a captar iniciativas de empresas extranjeras interesadas a invertir en México.

} *Servicios que proporciona BANCOMEXT:*

1. Renta de espacio.
2. Envío de muestras. Límites máximos: hasta 250 Kg. ó 1.5 M3 por empresa. No aplica para el envío de muestrarios por mensajería especializada, excepto productos de joyería.
3. Gastos de operación: Se cubren solamente los rubros de limpieza, vigilancia y electricidad.
4. Los muestrarios se envían bajo el régimen de exportación definitiva.

} *Características del apoyo:*

El apoyo que otorga BANCOMEXT cubre solamente los cuatro conceptos señalados en el inciso A, con los siguientes porcentajes:

- E.U.A. hasta el 25%
- Otros mercados, hasta el 50%

} *Procedimiento:*

1. Presentar la solicitud de inscripción al evento (ficha de pre-registro).
2. Pagar el costo de participación.
3. Presentar evidencia de suscripción a una membresía BANCOMEXT para recibir descuentos
4. Entregar copia del formato DIEX.
5. Entregar al finalizar el evento el Cuestionario de Evaluación debidamente requisitado, que le proporcionará el BANCOMEXT.

} *Forma de Pago*

-A través de los Centros de Servicio al Comercio Exterior de los Centros Bancomext, mediante cheque o ficha de depósito, a favor del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

-A través del Centro de Atención al Exportador a los Tels. 5449-9008 y 09 ó del interior de la República al lada sin costo 01 800 EXPORTA, para pagar con cualquiera de los medios siguientes:

- Π Ficha de depósito
- Π Tarjeta de crédito bancaria

Promoción de oferta exportable

La promoción de oferta exportable promueve los productos y servicios de empresas medianas y pequeñas, a través de la participación conjunta de varias empresas en un stand, con la atención del personal de **BANCOMEXT** en las Consejerías Comerciales, en eventos internacionales sectoriales de reconocido prestigio.

} Servicios que proporciona **BANCOMEXT**:

1. Renta de espacio.
2. Construcción del stand
3. Mobiliario necesario para la exhibición de los productos y servicios.
4. Gastos de operación.
5. Personal de **BANCOMEXT** que atenderá el stand y promoverá los productos y servicios de las empresas participantes.
6. Reporte de las empresas extranjeras interesadas en realizar negocios con las empresas participantes en el stand.

} Característica y requisitos de las empresas para poder participar en los eventos:

- Π Estar constituida y operando en México.
- Π Que cuenten con oferta exportable y así lo manifiesten por escrito.
- Π Que su producto no se encuentre prohibido o restringido en el mercado meta.

- Π Que la empresa esté en condiciones de vender en el extranjero de una manera continua y que lo manifieste por escrito.
- Π Que la empresa no se encuentre en cartera vencida con la institución.
- Π Cubrir los requerimientos y regulaciones del mercado de destino.
- Π Contar con catálogos, folletos, fichas técnicas (en inglés y/o el idioma del mercado meta) y lista de precios en US dólares.
- Π Pagar el costo de participación.

Misiones de Exportadores

Son viajes de trabajo al extranjero de empresarios mexicanos identificados por los Centros Bancomext o Unidades Sectoriales de Negocios (USN) de la Dirección Ejecutiva de Promoción Internacional, interesados en exportar sus productos a uno o varios países, para lo cual visitan mercados mediante un programa de entrevistas preestablecido, con el fin de contactarse con importadores potenciales seleccionados por las Consejerías Comerciales y en su caso, por la Embajada o Consulado de México en ese país.

- Los sectores a promover deberán coincidir con proyectos y sectores seleccionados por Bancomext.

Servicios	que	proporciona	BANCOMEXT:
1. Información		del	mercado.
2. Elaboración de agendas de trabajo con importadores a través de las Consejerías Comerciales, Embajada o Consulado correspondientes.			
3. El costo para las empresas incluye la logística correspondiente en cada			mercado.

PROMOCIÓN

La promoción se llevará a cabo contactando a los clientes por medio de Internet y haciéndoles llegar una ficha técnica proporcionándoles información referente al producto, precios y tiempos de entrega.



FICHA TECNICA

Debido a los materiales con los que están elaboradas las velas y para efectos prácticos, las velas serán clasificadas en:

Velas de parafina sólida o moldeable

Velas de gel

Velas de gel con base de madera y parafina sólida

Están elaboradas con los materiales mencionados en la anterior clasificación y pueden contener naturaleza muerta en diversos colores, frutas secas, esencias aromáticas y figuras de plástico según el modelo de vela.

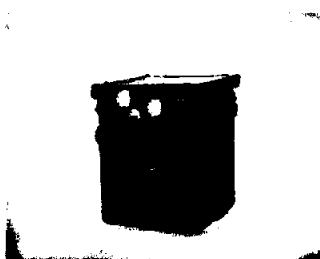
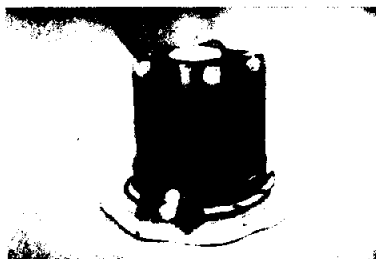
FICHA TECNICA

Clave:PC 01
Cubo con girasol y
sachet.
Medidas: 11cm. altura
x13cm. diámetro



CLAVE: VR01
Vaso con fruta
deshidratada
Medidas:7cm diámetro
x 8.5cm altura
Precio: \$96

Clave:PE 01
Estrella con naturaleza deshidrata en
azul y blanco
Medidas:11.5cm altura x 14.5cm
diámetro



CLAVE: CA01
Cubo con figura de ángel y naturaleza
deshidratada en color verde y café
Medidas:7.5cm x8cm de altura
Precio:\$110

FICHA TECNICA



Clave:PP01 y PH01
Pecera y hongo con flores y naturaleza
deshidratada en colores verde, naranja y
café principalmente
Medidas:11cm altura x 10cm diámetro
12cm altura x 11cm diámetro
Precio: \$118 y \$120



Clave:PC02, PM01 y PG01
Cilindros pequeño, mediano y grande con sachet
y naturaleza deshidratada en varios colores
Medidas: todas las bases tienen 13cm de
diámetro
alturas de14cm, 17cm y 30 cm

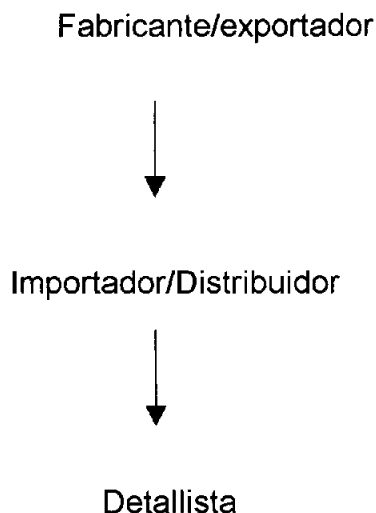
TODAS LAS VELAS SON AROMÁTICAS

- ⊗ Las velas pueden variar en colores y diseño de acuerdo a las preferencias del cliente.
- ⊗ Los precios son unitarios y en pesos mexicanos.
- ⊗ La capacidad productiva de *IlluminARTE* es de 500 velas semanales.
- ⊗ Las fechas de entrega dependerán del tamaño y fecha del pedido.

2. Canales De Comercialización

Son dos canales de distribución más importantes de este mercado; el primero es cuando el fabricante exportador tiene el contacto directamente con el detallista. Y el segundo cuando el fabricante exportador hace el contacto con el importador distribuidor y posteriormente este es el que hace contacto por su cuenta con el detallista.

El canal de distribución que *IluminArte* utilizará será el de:



La elección del medio más adecuado para el transporte de mercancías se basa en:

Los requerimientos propios de la mercancía.

El tipo de equipo de carga, capacidad en dimensiones y peso.

Rapidez en la entrega de la carga.

Se utilizará un Contrato Internacional para la distribución.

La forma de pago que se utilizará será únicamente por medio de una irrevocable "carta de crédito a la vista", ya que se busca negociar contratos de la manera más segura.

3. Contrato de distribución

Se hará un contrato de distribución para que nuestros clientes en Montreal sean los representantes de nuestra compañía en aquella ciudad, este contrato tendrá como beneficios los siguientes:

- ← Tendrán un 25% de descuento
 - ← Después de la segunda compra tendrán crédito a 45 días de pago a partir de la facturación.
 - ← El comprador, el vendedor, sus representantes e inscripciones legales.
 - ← Objetivo del contrato: Objeto de la transacción y sus características principales (cantidades, tipos, calidades, envases, etc.)
 - ← Precio del producto: Incluye fórmulas de ajuste. Preferentemente en dólares.
 - ← Forma de pago: Pago por adelantado, pago con la orden de compra, giros a la vista, cartas de crédito, etc. Tipo de moneda, lugar fechas; intereses de financiamiento ó intereses moratorios, en su caso.
- ⇒ Garantías: Además de la firma del contrato se requiere una garantía adicional como: una carta de crédito a la vista, irrevocable y confirmada, la reserva de dominio del bien vendido, una garantía bancaria, una fianza, un pagaré, una letra de cambio, etc.
- ⇒ Riesgos del Contrato: Definición de la responsabilidad del riesgo del comprador y vendedor, el lugar y el momento. Las reglas internacionales de interpretación de riesgos en las cotizaciones se encuentran establecidas en los INCOTERMS.

⇒

⇒ Cumplimiento del Contrato: Establecimiento de derechos y obligaciones del vendedor y comprador.

Se formarán alianzas estratégicas con nuestros proveedores, para hacer que estos se sientan parte de nuestra empresa, y al ser parte de nosotros estarán comprometidos en tiempos de entrega, y cumplimiento además de precios., esta negociación se hará con los principales proveedores

4. Personal

Se contará con los servicios una persona que estará encargada de los embarques y negociaciones con estos clientes internacionales, del momento del pedido hasta el momento en que nuestro producto este en manos de nuestros clientes y servicios posventa, además se cuenta con la agencia aduanal para todo tipo trámite necesario y de su incumbencia.

Clave (Modelo de vela)	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
PC01	240	240	240	240	240	240
PE01	160	160	160	160	160	160
PC03	320	320	320	320	320	320
PP01	160	160	160	160	160	160
PH01	160	160	160	160	160	160
PM01	160	160	160	160	160	160
PG01	80	80	80	80	80	80
VR01	160	160	160	160	160	160
CA01	160	160	160	160	160	160
PR01	400	400	400	400	400	400
Total de Velas	2000	2000	2000	2000	2000	2000

Cabe señalar que dicho plan será modificado continuamente según las características de la demanda, es decir, con base en los pedidos de cada modelo de vela.

D. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Lo que hace únicas y especiales a las velas aromáticas y decorativas, es que son elaboradas en forma artesanal y es ello precisamente en donde radica el éxito de las velas en Canadá muestra de ello es que en el 2003 las importaciones de velas fueron de 127,795 (miles de dólares) y los principales productores de velas, aunque no necesariamente artesanales, son Estados Unidos, China, Hong Kong, México y Alemania

La manera más idónea de promocionar las velas es asistiendo a ferias que permiten promoverlas directamente con los mayoristas quienes se encargaran de distribuir las entre los detallistas.

También se utilizará como medio para contactar clientes la Internet haciéndoles llegar una ficha técnica que incluirá fotografías digitales de las velas.

CAPÍTULO V.

ESTUDIO DE CONTINGENCIAS

V. ESTUDIO DE CONTINGENCIAS

A. RIESGOS

1. Riesgos Internos Del Producto

PRODUCTO. Para las velas el principal inconveniente es su fragilidad, por ello su manejo es delicado.

TERMINADO DEL PRODUCTO. Una vez terminada la vela se debe revisar y empacar con mucho cuidado pues aunque siempre se utiliza el mismo proveedor de parafina, puede que ésta tenga características diferentes que ocasionen que la vela sea quebradiza, por lo que en algunos casos se requiere reproceso de producto defectuoso.

2. Riesgos Internos De La Empresa

INSTALACIONES. Debido a que se requiere una instalación de gas, se requiere que el personal sea muy cuidadoso y esté capacitado.

TAMAÑO DE LA EMPRESA. No deben adquirirse compromisos sin tomar en cuenta la capacidad instalada pues de lo contrario se deteriora la imagen de la empresa por incumplimiento lo que repercutiría en pérdida de clientes. Por otra parte, la capacidad ociosa

generaría un incremento de los costos que no permitiría alcanzar la suficiente competitividad en el mercado internacional.

CALIDAD. El personal de la compañía debe estar capacitado pues la delicadeza en la elaboración y manejo de las velas será reflejado en la calidad de las mismas. De igual manera deben estar comprometidos no sólo con la calidad del producto sino en todos los aspectos, tanto administrativos y de procesos, y lo más importante el servicio al cliente.

ADMINISTRACIÓN. Esta es de vital importancia ya que una mala administración ocasionaría que no se alcancen las metas fijadas.
RIESGOS EXTERNOS DE LA EMPRESA

PROVEEDORES. Se deben elegir proveedores que cumplan con la calidad requerida en la materia prima, en este caso de la parafina por

ser la materia más utilizada, así mismo, que cumplan con las fechas y tiempos de entrega. Así mismo, se deberá contar con una amplia lista de posibles proveedores en caso de incumplimiento por parte de nuestro proveedor.

MATERIA PRIMA. Debido a que la materia prima es china se debe tomar en cuenta la posibilidad de un decremento en la calidad que no pudiese ser tratado en forma directa con el productor.

3. Riesgos Externos De La Empresa

TRANSPORTES. Es necesario contar con un eficaz sistema de logística pues de no ser así podríamos incurrir en incumplimiento de fechas de entrega a nuestros clientes. Por otro lado no debemos omitir el estado en que debe llegar nuestro producto a manos del cliente.

B. PLAN DE CONTINGENCIA

1. Plan de Contingencia

PRODUCTO: Para evitar posibles contratiempos con el producto terminado, se probará la calidad de la parafina en una sola plancha, es decir con 14 velas. En caso de que debido a la calidad de la parafina, las velas se vuelvan quebradizas, serán reparadas o reprocesadas según sea el caso.

INSTALACIONES: Se contará con un programa de capacitación para todo el personal a fin de que sepan que hacer en caso de un siniestro o situación de riesgo a causa de la instalación de gas.

TAMAÑO DE LA EMPRESA: Si nuestra capacidad instalada no nos permitiera cumplir con los compromisos adquiridos, se contará con una lista de talleres artesanales productores de velas que podrían servir de apoyo para hacer frente a los pedidos.

CALIDAD: Si se está incurriendo en devoluciones de producto debido a la calidad, será necesario identificar las causas que las originan y proporcionar capacitación inmediata al personal de todo el negocio.

PROVEEDORES: Se contará con una lista de posibles proveedores a quien acudir en caso de que con el que se esté trabajando no entregue los pedidos en tiempos y fechas establecidas o bien que la materia no cumpla con la calidad requerida.

TRANSPORTES: De igual forma que con los proveedores, se debe elaborar una lista de transportistas para evitar incurrir en incumplimiento de fechas de entrega a nuestros clientes tanto a nivel nacional como internacional.

2. Previsión de Seguros

SEGURO DE TRANSPORTE. El cual incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por pérdidas ocurridas durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios, este seguro será manejado por evento.

SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL. Este cubre los daños tanto en personas como en sus bienes que uno de los productos comercializados por el asegurado pueda causar a terceros y por lo **SEGURO COMERCIAL.** Este seguro cubre exclusivamente riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas tales como la insolvencia legal, insolvencia de hecho y mora prolongadas que éste deba responder.

C. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Para satisfacer de manera integral al cliente, deben tomarse en cuenta tanto los riesgos internos de la empresa, los cuáles originan defectos durante la producción; como los externos que influyen directamente en la producción como el caso de los proveedores de materia prima, o aquellos que se ven

reflejados en la distribución es decir, los transportistas, que aunque no es posible controlar directamente, si se pueden prever posibles fallas y así elaborar un plan de contingencia que cubra el mayor número de riesgos posibles a fin de no incurrir en algún tipo de incumplimiento al cliente, por mínimo que sea.

CAPÍTULO VI.
ESTUDIO FINANCIERO

VI. ESTUDIO FINANCIERO

A. PROYECCIONES FINANCIERAS

1. Análisis de costos por producto (modelo de vela)

I. COSTO DE PRODUCCIÓN				32,52
Modelo PC01				
Materia Prima Directa				32,436
a) Gel Suave			6,70	
b) Gel Duro			2,50	
c) Parafina China			2,00	
d) Pabilo			0,18	
e) Colorante Vegetal			0,06	
f) Esencia aromática			0,50	
g) Envase de Vidrio			12,00	
h) Base de Madera			4,50	
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado			4,00	
Materia Prima Indirecta				0,081
a) Papel Corrugado			0,076	

b) Caja de Cartón			0,005	
Costo de Transformación				
a) Sueldos y Salarios Directos				5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.				
b) gastos Indirectos de Producción			0,9045	
a) Constantes		0,555		
1. Renta	0,54			
2. Depreciación (Maquinaria)	0,015			
3. Diversos	-			
b) Variables		0,3500		
1. Luz	0,03			
2. Mantenimiento	0,14			
3. Gas	0,18			
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN				37,59

I. COSTO DE PRODUCCIÓN

33,52

Modelo PE01

Materia Prima Directa

33,44

a) Gel Suave	6,70
b) Gel Duro	2,50
c) Parafina China	2,00
d) Pabilo	0,18
e) Colorante Vegetal	0,06
f) Esencia aromática	0,50
g) Envase de Vidrio	13,00
h) Base de Madera	4,50
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	4,00

Materia Prima Indirecta

0,081

a) Papel Corrugado	0,076
b) Caja de Cartón	0,005

Costo de Transformación	
a) Sueldos y Salarios Directos	5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.	
b) gastos Indirectos de Producción	0,9045
a) Constantes	0,5550
1. Renta	0,5400
2. Depreciación (Maquinaria)	0,01500
3. Diversos	-
b) Variables	0,3500
1. Luz	0,03
2. Mantenimiento	0,14
3. Gas	0,18
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	38,69

I. COSTO DE PRODUCCIÓN	
	29,02
Modelo PC03	
Materia Prima Directa	28,94
a) Gel Suave	6,70
b) Gel Duro	2,50
c) Parafina China	2,50
d) Pabilo	0,18
e) Colorante Vegetal	0,06
f) Esencia aromática	0,50
g) Envase de Vidrio	8,00
h) Base de Madera	4,50
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	4,00
Materia Prima Indirecta	0,081
a) Papel Corrugado	0,076
b) Caja de Cartón	0,005

Costo de Transformación	
a) Sueldos y Salarios Directos	5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.	
b) gastos Indirectos de Producción	0,9045
a) Constantes	0,5550
1. Renta	0,5400
2. Depreciación (Maquinaria)	0,01500
3. Diversos	-
b) Variables	0,3500
1. Luz	0,03
2. Mantenimiento	0,14
3. Gas	0,18
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	34,09

I. COSTO DE PRODUCCIÓN	
Modelo PP01	29,02
Materia Prima Directa	28,94
a) Gel Suave	6,70
b) Gel Duro	2,50
c) Parafina China	2,50
d) Pabilo	0,18
e) Colorante Vegetal	0,06
f) Esencia aromática	0,50
g) Envase de Vidrio	8,00
h) Base de Madera	4,50
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	4,00
Materia Prima Indirecta	0,081
a) Papel Corrugado	0,076
b) Caja de Cartón	

		0,005
Costo de Transformación		
a) Sueldos y Salarios Directos		5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.		
b) gastos indirectos de Producción		0,9045
a) Constantes		
1. Renta	0,5550	
	0,5400	
2. Depreciación (Maquinaria)	0,01500	
3. Diversos	-	
b) Variables		0,3500
1. Luz	0,03	
2. Mantenimiento	0,14	
3. Gas	0,18	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN		34,09

I. COSTO DE PRODUCCIÓN		29,52
Modelo PH01		
Materia Prima Directa		29,44
a) Gel Suave	6,70	
b) Gel Duro	2,50	
c) Parafina China	2,00	
d) Pabilo	0,18	
e) Colorante Vegetal	0,06	
f) Esencia aromática	0,50	
g) Envase de Vidrio	9,00	
h) Base de Madera	4,50	
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	4,00	
Materia Prima Indirecta		0,081
a) Papel Corrugado	0,076	
b) Caja de Cartón	0,005	

Costo de Transformación	
a) Sueldos y Salarios Directos	5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.	
b) gastos Indirectos de Producción	0,9045
a) Constantes	0,555
1. Renta	0,54
2. Depreciación (Maquinaria)	0,015
3. Diversos	-
b) Variables	0,350
1. Luz	0,03
2. Mantenimiento	0,14
3. Gas	0,18
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	34,59

I. COSTO DE PRODUCCIÓN	
	20,26
Modelo PM01	
Materia Prima Directa	20,18
a) Gel Suave	5,00
b) Gel Duro	
c) Parafina China	
d) Pabilo	0,18
e) Colorante Vegetal	
f) Esencia aromática	1,00
g) Envase de Vidrio	9,00
h) Base de Madera	
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	5,00
Materia Prima Indirecta	0,081
a) Papel Corrugado	0,076
b) Caja de Cartón	0,005
Costo de Transformación	
a) Sueldos y Salarios Directos	5,07

8 hrs. A \$ 12.5 por hr.

b) gastos Indirectos de Producción

a) Constantes

0,9045

0,5550

1. Renta

0,5400

2. Depreciación (Maquinaria)

0,0150

0

3. Diversos

-

b) Variables

0,3500

1. Luz

0,03

2. Mantenimiento

0,14

3. Gas

0,18

TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN**25,33****I. COSTO DE PRODUCCIÓN**

44,13

Modelo PG01**Materia Prima Directa****44,05**

a) Gel Suave

10,00

b) Gel Duro

4,80

c) Parafina China

3,00

d) Pabilo

0,18

e) Colorante Vegetal

0,07

f) Esencia aromática

0,50

g) Envase de Vidrio

13,00

h) Base de Madera

4,50

i) Naturaleza Deshidratada y Decorado

8,00

Materia Prima Indirecta**0,081**

a) Papel Corrugado

0,076

b) Caja de Cartón

0,005

Costo de Transformación

a) Sueldos y Salarios Directos		5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.		
b) gastos Indirectos de Producción		0,9045
a) Constantes	0,5550	
1. Renta	0,5400	
2. Depreciación (Maquinaria)	0,0150	
	0	
3. Diversos	-	
b) Variables	0,3500	
1. Luz	0,03	
2. Mantenimiento	0,14	
3. Gas	0,18	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN		49,20

I. COSTO DE PRODUCCIÓN		63,33
Modelo VR01		
Materia Prima Directa		63,25
a) Gel Suave	20,00	
b) Gel Duro	4,80	
c) Parafina China	3,50	
d) Pabilo	0,18	
e) Colorante Vegetal	0,07	
f) Esencia aromática	0,50	
g) Envase de Vidrio	16,00	
h) Base de Madera	4,50	
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	13,70	
Materia Prima Indirecta		0,081
a) Papel Corrugado	0,076	
b) Caja de Cartón	0,005	
Costo de Transformación		

a) Sueldos y Salarios Directos		5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.		
b) gastos Indirectos de Producción		0,9045
a) Constantes	0,5550	
1. Renta	0,5400	
2. Depreciación (Maquinaria)	0,0150	
	0	
3. Diversos	-	
b) Variables	0,3500	
1. Luz	0,03	
2. Mantenimiento	0,14	
3. Gas	0,18	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN		68,40

I. COSTO DE PRODUCCIÓN		26,96
Modelo CA 01		
Materia Prima Directa		26,88
a) Gel Suave	6,70	
b) Gel Duro		
c) Parafina China		
d) Pabilo	0,18	
e) Colorante Vegetal		
f) Esencia aromática	1,00	
g) Envase de Vidrio	14,00	
h) Base de Madera		
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	5,00	
Materia Prima Indirecta		0,081
a) Papel Corrugado	0,076	
b) Caja de Cartón	0,005	

Costo de Transformación	
a) Sueldos y Salarios Directos	5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.	
b) gastos Indirectos de Producción	0,9045
a) Constantes	0,5550
1. Renta	0,5400
2. Depreciación (Maquinaria)	0,0150
	0
3. Diversos	-
b) Variables	0,3500
1. Luz	0,03
2. Mantenimiento	0,14
3. Gas	0,18
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	32,03

I. COSTO DE PRODUCCIÓN	
Modelo PR01	4,82
Materia Prima Directa	4,74
a) Gel Suave	
b) Gel Duro	
c) Parafina China	4,00
d) Pabilo	0,18
e) Colorante Vegetal	0,06
f) Esencia aromática	0,50
g) Envase de Vidrio	
h) Base de Madera	
i) Naturaleza Deshidratada y Decorado	
Materia Prima Indirecta	0,081
a) Papel Corrugado	0,076
b) Caja de Cartón	0,005
Costo de Transformación	

a) Sueldos y Salarios Directos		5,07
8 hrs. A \$ 12.5 por hr.		
b) gastos Indirectos de Producción		0,9045
a) Constantes	0,5550	
1. Renta	0,5400	
2. Depreciación (Maquinaria)	0,0150	
	0	
3. Diversos	-	
b) Variables	0,3500	
1. Luz	0,03	
2. Mantenimiento	0,14	
3. Gas	0,18	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN		<u>9,89</u>

2. Flujos de efectivo y tasa interna de retorno

IllumiARTE S.A. DE C.V.						
FLUJOS DE EFECTIVO						
	0	2004	2005	2006	2007	2008
INGRESOS						
SALDO INIC.			\$762.681	\$1.086.861	\$1.543.678	\$2.186.277
FINANCIAMIENTO						
VENTAS		\$2.288.464	\$3.203.850	\$4.485.390	\$6.279.546	\$8.791.365
APORT DE SOCIOS	\$190.000					
SUBTOTAL	\$190.000	\$2.288.464	\$3.966.531	\$5.572.251	\$7.823.124	\$10.977.642
EGRESOS						
COSTO PROJ	\$190.000	\$190.000				
GAST.PROD.		\$762.810	\$1.067.934	\$1.495.108	\$2.093.152	\$2.930.413
GAST.ADM		\$39.120	\$44.988	\$51.737	\$59.498	\$68.443
GAST.VENT		\$99.840	\$114.815	\$132.038	\$151.844	\$174.621
PAGO FINANCIAM						
SUBTOTAL	\$0	\$1.091.770	\$1.227.737	\$1.678.883	\$2.304.494	\$3.173.477
UTILIDAD DE OP	-\$190.000	\$1.196.694	\$2.738.794	\$3.893.368	\$5.518.630	\$7.804.165
INTERSES						
UTILIDAD ANTES IMP	-\$190.000	\$1.196.694	\$2.738.794	\$3.893.368	\$5.518.630	\$7.804.165
ISR		\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
PTU		\$138.670	\$197.612	\$280.651	\$397.506	\$561.789
TOTAL	-\$190.000	\$572.681	\$1.849.542	\$2.630.438	\$3.729.856	\$5.276.115
TIR	443,06%					
Tasa Desccto.	10,00%					
VALOR PRESENTE	-\$3.590.839,53					

IluminARTE S.A. de C.V. requiere de un capital de \$190,000 para iniciar operaciones el cual será aportado por los socios en su totalidad por lo cual no existe endeudamiento para financiar el proyecto y por consecuencia no se genera costo de capital.

La Tasa Interna de Retorno es de 443.06%. BANCOMEXT exige una TIR mínima del 35% para poder financiar parte de un proyecto; por tanto, podemos asegurar que el proyecto es rentable.

3. Estados financieros Proforma

IluminARTE S.A. DE C.V.					
BALANCE GENERAL ANUAL					
	2004	2005	2006	2007	2008
ACTIVO					
CIRCULANTE					
BANCOS	\$40.000	\$1.430.898	\$2.875.282	\$5.629.692	\$9.474.567
CLIENTES	\$864.549	\$1.336.369	\$2.242.703	\$3.139.785	\$4.395.699
CTAS.X COBRAR	\$864.549	\$1.336.369	\$2.242.703	\$3.139.785	\$4.395.699
INVENTARIOS	\$641.124	\$897.574	\$1.256.604	\$1.759.246	\$2.462.945
TOTAL CIRCULANTE	\$2.410.222	\$5.001.210	\$8.617.292	\$13.668.508	\$20.728.910
FIJO					
TERRENO,PLANTA,EQ					
EQUIPO DE REPARTO	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000
EQUIPO DE PRODUCCION	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000
MOBILIARIO	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500
EQUIPO D COMPUTO	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
MENOS DEPREC.ACUM.	-\$28.250	-\$56.500	-\$84.750	-\$113.000	-\$141.250
TOTAL ACTIVO FIJO	\$68.250	\$40.000	\$11.750	-\$16.500	-\$44.750
TOTAL ACTIVO	\$2.478.472	\$5.041.210	\$8.629.042	\$13.652.008	\$20.684.160

PASIVO					
PROVEEDORES	\$641.124	\$897.574	\$1.256.604	\$1.759.246	\$2.462.945
IMPUESTOS X PAGAR	\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
TOTAL PASIVOS	\$1.126.467	\$1.589.214	\$2.238.882	\$3.150.515	\$4.429.206
CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	\$190.000	\$190.000	\$190.000	\$190.000	\$190.000
CAP.PAGADO ADICIONAL					
UTILIDADES ACUMULADAS	\$1.162.005	\$3.261.996	\$6.200.160	\$10.311.493	\$16.064.954
TOTAL CAPITAL	\$1.352.005	\$3.451.996	\$6.390.160	\$10.501.493	\$16.254.954
TOTAL PASIVO + CAP.	\$2.478.472	\$5.041.210	\$8.629.042	\$13.652.008	\$20.684.160

IluminARTE SA de C.V.					
ESTADO DE RESULTADOS					
	2004	2005	2006	2007	2008
INGRESOS					
VENTAS	\$2.288.464	\$3.203.850	\$4.485.390	\$6.279.546	\$8.791.385
COSTO DE VENTAS	\$762.810	\$1.067.934	\$1.495.108	\$2.093.152	\$2.930.413
UTILIDAD BRUTA	\$1.525.654	\$2.135.916	\$2.990.282	\$4.186.394	\$5.860.972
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMÓN.	\$39.120	\$44.988	\$51.737	\$59.498	\$68.443
GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$99.840	\$114.815	\$132.038	\$151.844	\$174.621
TOTALES	\$138.960	\$159.803	\$183.775	\$211.342	\$243.084
COSTO INTEGRAL DE FINANCI.					
INTERESES	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE IMP.TOS.	\$1.386.694	\$1.976.113	\$2.806.507	\$3.975.052	\$5.617.888
ISR	\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
PTU	\$138.670	\$197.612	\$280.651	\$397.506	\$561.789
UTILIDAD NETA	\$762.681	\$1.086.861	\$1.543.578	\$2.186.277	\$3.089.838

B. ANÁLISIS FINANCIERO

1. Análisis del punto de equilibrio

El punto de equilibrio de IluminARTE S.A. de C.V. para el total de las operaciones es de:

Costos Fijos Totales
Precio- Costos Variables

$$\frac{300,000}{109.14-5.07} = 2883$$

Con la venta de 2883 velas al año se obtiene el punto de equilibrio, es decir, ni pérdidas ni utilidades. Podría parecer irrisorio dicho número; sin embargo, es necesario recalcar que las velas, como producto artesanal, tienen un costo de producción muy bajo y un porcentaje de utilidad alto, pues su valor radica en la elaboración cien por ciento a mano.

2. Razones financieras

Prueba del Circulante

Activo Circulante
Pasivo Circulante

$$\frac{2,410,222}{485,343} = 4.97$$

La razón es de \$4.97 a 1 lo que quiere decir que la empresa dispone de \$4.97 por cada \$1.00 que debe.

Prueba Ácida

Activo Circulante - Inventario
Pasivo Circulante

$$\frac{2,410,222 - 641,124}{485,343} = 3.64$$

Por cada \$1.00 que IluminARTE S.A. de C.V. debe, cuenta con \$3.64 para pagar de forma inmediata.

C. CONCLUSIONES

Como se puede apreciar, *IluminArte* es un proyecto de microempresa que puede llegar a ser un negocio muy rentable y con finanzas sanas que además requiere poca inversión misma que puede ser aportada por los socios y así evitar endeudamientos.

Por otro lado la Tasa Interna de Retorno como ya vimos indica que es un proyecto rentable.

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

— Perfil de la empresa

IluminARTE es un proyecto de negocio que tendrá la capacidad productiva para incursionar en el mercado nacional y posteriormente hacer llegar a manos extranjeras un producto artesanal y de la más alta calidad cien por ciento mexicano. Tiene como misión producir y distribuir velas decorativas y aromáticas de excelente calidad, enfocándose principalmente a clientes exigentes con necesidad de adquirir artículos de ornamento para los hogares, hoteles, oficinas y todo tipo de espacio decorable en el mercado canadiense.

— Naturaleza del producto

Los artículos de regalo y decoración han ganado un lugar en las preferencias de los consumidores en todo el mundo en los últimos años. En algunos países europeos, así como Estados Unidos y Canadá la demanda de los artículos de regalo y decoración es constante aunque altamente estacional, destacando principalmente el invierno, el verano y la época navideña.

En invierno aumenta la demanda de velas, velas aromáticas y todo tipo de artículos con motivos navideños. En verano se demandan productos relacionados con el jardín y así como artículos decorativos para espacios exteriores.

Existe demanda durante todo el año de algunos artículos como floreros, cuadros, adornos con motivos muy variados, figuras de cerámica, botellas y envases de vidrio de formas irregulares y velas aromáticas de muy variados tamaños, colores y diseños novedosos e irregulares.

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> → Costo de producción bajo. → Fácil de adaptar a nuevos y creativos diseños. 	<ul style="list-style-type: none"> → El producto quedó libre de arancel a partir del 1 de enero de 2003. → Las artesanías mexicanas son muy solicitadas en el extranjero.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> → <i>IluminARTE</i> es una organización de nueva creación con poca experiencia. → Falta de equipo especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> → Existe demasiada competencia.

→ Mercado Meta

En Canadá es muy marcada la tendencia a comprar velas, muestra de esto es que en cualquier tipo de establecimiento, desde los más pequeños hasta boutiques especializadas, se encuentra este tipo de producto; a pesar de no ser un artículo de primera necesidad, el comprador de toda clase de estatus social lo demanda, por ello se han elegido como mercados meta principalmente las ciudades de

Montreal, Vancouver y Toronto para que de allí sean distribuidas a todo el país.

El comprador canadiense no sólo busca artículos atractivos a la vista, también busca su funcionalidad, lo cual representa una ventaja competitiva para las velas, pues son utilizadas tanto para decorar

como iluminar y aromatizar habitaciones, cuartos de baño, salas, en fin todo tipo de interiores. En la mayoría de los hogares canadienses es habitual que en las habitaciones se tenga luz indirecta, por ello es común el uso de lámparas y velas que alumbren cientos espacios.

→ Tendencias de crecimiento del mercado meta

Total de importaciones de Canadá por año y fracción arancelaria
(Miles de USD)

AÑO	3406.00.00
2001	98,334
2002	112,101
2003	127,795

*World Trade Atlas

Total de exportaciones de Canadá por año y fracción arancelaria
(Miles de USD)

Año	3406.00.00
2001	65,360
2002	67,974

2003

70,693

*World Trade Atlas

- Estados financieros Pro forma, Flujos de Efectivo y Tasa Interna de Retorno

IlluminARTE S.A. DE C.V.					
BALANCE GENERAL ANUAL					
	2004	2005	2006	2007	2008
ACTIVO					
CIRCULANTE					
BANCOS	\$40.000	\$1.430.898	\$2.875.282	\$5.629.692	\$9.474.567
CLIENTES	\$864.549	\$1.336.369	\$2.242.703	\$3.139.785	\$4.395.699
GTAS.X COBRAR	\$864.549	\$1.336.369	\$2.242.703	\$3.139.785	\$4.395.699
INVENTARIOS	\$641.124	\$897.574	\$1.256.604	\$1.759.246	\$2.462.945
TOTAL CIRCULANTE	\$2.410.222	\$5.001.210	\$8.617.292	\$13.668.508	\$20.728.910
FIJO					
TERRENO,PLANTA,EQ					
EQUIPO DE REPARTO	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000
EQUIPO DE PRODUCCION	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000
MOBILIARIO	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500
EQUIPO D COMPUTO	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
MENOS DEPREC.ACUM.	-\$28.250	-\$56.500	-\$84.750	-\$113.000	-\$141.250
TOTAL ACTIVO FIJO	\$68.250	\$40.000	\$11.750	-\$16.500	-\$44.750
TOTAL ACTIVO	\$2.478.472	\$5.041.210	\$8.629.042	\$13.652.008	\$20.684.160

PASIVO					
PROVEEDORES	\$641.124	\$897.574	\$1.256.604	\$1.759.246	\$2.462.945
IMPUESTOS X PAGAR	\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
TOTAL PASIVOS	\$1.126.467	\$1.589.214	\$2.238.882	\$3.150.515	\$4.429.206
CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	\$190.000	\$190.000	\$190.000	\$190.000	\$190.000
CAP.PAGADO ADICIONAL					
UTILIDADES ACUMULADAS	\$1.162.005	\$3.261.996	\$6.200.160	\$10.311.493	\$16.064.954
TOTAL CAPITAL	\$1.352.005	\$3.451.996	\$6.390.160	\$10.501.493	\$16.254.954
TOTAL PASIVO + CAP.	\$2.478.472	\$5.041.210	\$8.629.042	\$13.652.008	\$20.684.160

**IluminARTE SA de C.V.
ESTADO DE RESULTADOS**

	2004	2005	2006	2007	2008
INGRESOS					
VENTAS	\$2.288.464	\$3.203.850	\$4.485.390	\$6.279.546	\$8.791.385
COSTO DE VENTAS	\$762.810	\$1.067.934	\$1.495.108	\$2.093.152	\$2.930.413
UTILIDAD BRUTA	\$1.525.654	\$2.135.916	\$2.990.282	\$4.186.394	\$5.860.952
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMÓN.	\$39.120	\$44.988	\$51.737	\$59.496	\$68.443
GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$99.840	\$114.815	\$132.038	\$151.844	\$174.621
TOTALES	\$138.960	\$159.803	\$183.775	\$211.342	\$243.064
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAM.					
INTERESES	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE IMP.TOS.	\$1.386.694	\$1.976.113	\$2.806.507	\$3.975.052	\$5.617.888
ISR	\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
PTU	\$138.670	\$197.612	\$280.651	\$397.506	\$561.789
UTILIDAD NETA	\$762.681	\$1.086.861	\$1.543.578	\$2.186.277	\$3.089.836

**IluminARTE S.A. DE C.V.
FLUJOS DE EFECTIVO**

	0	2004	2005	2006	2007	2008
INGRESOS						
SALDO INIC.			\$762.681	\$1.086.861	\$1.543.578	\$2.186.277
FINANCIAMIENTO						
VENTAS		\$2.288.464	\$3.203.850	\$4.485.390	\$6.279.546	\$8.791.385
APORT DE SOCIOS	\$190.000					
SUBTOTAL	\$190.000	\$2.288.464	\$3.966.531	\$5.572.251	\$7.823.124	\$10.977.642
EGRESOS						
COSTO PROY	\$190.000	\$190.000				
GAST.PROD.		\$762.810	\$1.067.934	\$1.495.108	\$2.093.152	\$2.930.413

GAST.ADM		\$39.120	\$44.988	\$51.737	\$59.498	\$68.443
GAST.VENT		\$99.840	\$114.815	\$132.038	\$151.844	\$174.621
PAGO FINANCIAM						
SUBTOTAL	\$0	\$1.091.770	\$1.227.737	\$1.678.683	\$2.304.494	\$3.173.477
UTILIDAD DE OP	-\$190.000	\$1.196.694	\$2.738.794	\$3.893.368	\$5.518.630	\$7.804.165
INTERSES						
UTILIDAD ANTES IMP	-\$190.000	\$1.196.694	\$2.738.794	\$3.893.368	\$5.518.630	\$7.804.165
ISR		\$485.343	\$691.640	\$982.278	\$1.391.269	\$1.966.261
PTU		\$138.870	\$197.612	\$280.651	\$397.506	\$561.789
TOTAL	-\$190.000	\$572.661	\$1.849.542	\$2.630.439	\$3.729.855	\$5.276.115
TIR	443,06%					
Tasa Desccto.	10,00%					
VALOR PRESENTE	-\$3.590.839,53					

BIBLIOGRAFÍA

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Directorio de Comercio 2001*, BANCOMEXT, 2001.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Formación del precio de exportación*, BANCOMEXT, 1999.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Industrial Costs in Mexico.: A guide for Foreign Investors*, BANCOMEXT, 2004.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Negocios. Canadá: Mercado para pymes*, BANCOMEXT, 2004.

LA CALLE, José Ma. *El negocio de la exportación*. México, Ediciones La Polígrafa, 1996.

LERMA Kirchner, Alejandro. *Comercio y mercadotecnia internacional*. México, Thomson, 2003.

GAST ADM		\$39.120	\$44.988	\$51.737	\$59.498	\$68.443
GAST VENT		\$99.840	\$114.815	\$132.036	\$151.844	\$174.621
PAGO FINANCIAM						
SUBTOTAL		\$0	\$1.091.770	\$1.227.737	\$1.678.883	\$2.304.494
UTILIDAD DE OP						
INTERSES						
UTILIDAD ANTES IMP						
ISR						
PTU						
TOTAL						
TIR		443,06%				
Tasa Desccto.		10,00%				
VALOR PRESENTE		\$3.590.839,53				

BIBLIOGRAFÍA

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Directorio de Comercio 2001*, BANCOMEXT, 2001.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Formación del precio de exportación*, BANCOMEXT, 1999.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Industrial Costs in Mexico.: A guide for Foreign Investors*, BANCOMEXT, 2004.

Banco de Comercio Exterior, S.N.C. *Negocios. Canadá: Mercado para pymes*, BANCOMEXT, 2004.

LA CALLE, José Ma. *El negocio de la exportación*. México, Ediciones La Polígrafa, 1996.

LERMA Kirchner, Alejandro. *Comercio y mercadotecnia internacional*. México, Thomson, 2003.

MORALES Troncoso, Carlos. *Plan de exportación*. México, Prentice Hall Hispanoamericana, 2000.

MC DANIEL, Carl. *Mercadotecnia: Curso de Mercadotecnia*. México, Editorial Harla, 1993.

MINERVINI, Nicola. *Manual del exportador: Un consultor a su alcance*. México, Mc. Graw-Hill, 1996.

STUTELY, Richard. *Plan de Negocios: La estrategia integrante*. México, Prentice Hall Hispanoamericana, 2000.

WESTON, Fred y Brigham, Eugen. *Fundamentos de Administración Financiera*. México, Mc. Graw-Hill, 2000.

FRANKLIN, Enrique Benjamín. *Organización de las empresas: Análisis, diseño y estructura*. México, Mc. Graw-Hill, 1998.

GUAJARDO, Garza Edmundo. *Administración de la calidad total*. México, Editorial Páx México, 1996

FUENTES ELECTRÓNICAS

www.worldbank.org

www.geocities.com

www.bancomext.org

www.secretariadeeconomia.org

www.embamexcan.com

www.mexicoweb.com.mx

<http://canada.gc.ca>