

Tabla 1: Perfil General de los Casos

Caso	Origen	Año de Fundación	Número de empleados	Volumen de ganancias	% ventas al Exterior	Productos	Mercados foráneos	Canales de Distribución	Cualidades Enfatizadas por la Firma
Pique mi madre	Puerto Rico	2001	8	n/d	n/d	Salsas picantes, miel,	Costa este de los EEUU	Whole Foods Market (USA, Canadá, UK). Internet: Amazon.com; caribbeantrading.com; flavorsofpuertorico.com; hechoenpuertorico.com; etc.	Ingredientes naturales típicos del país, fabricación artesanal, trazabilidad, certificaciones
Dulzura Borincana	Puerto Rico	1996	30	\$2.4 millones	n/d	Dulces típicos artesanales	Caribe, Centroamérica y EE UU	Mayoristas en Estados Unidos: TJ Maxx; Walmart; Burlington, Marshalls. En Centroamérica: PriceSmart. En internet: Amazon.com	Ingredientes naturales típicos del país, fabricación artesanal, innovación, versatilidad en uso del producto
Destilería Cruz	Puerto Rico	2012	9	\$1.4 millones	n/d	Ron, licores	Costa este de los EEUU	Minoristas, restaurantes, colmados hispanos en N.Y., N.J.	Producto único, artesanal, ingredientes naturales, proceso eco ambiental
Gloria Maris Acuaculture	Córcega	1992	35	6,5 millones de Euros	90%	Pescados	Europa (Francia, Inglaterra, Alemania, Suiza, Italia, Cerdeña, España, Malta) y los Emiratos Árabes	Restaurantes y Hoteles de 5 estrellas como el Palais de l'Élysee y el Hotel Coste (Paris, FR); cadenas de comercialización Gastromer (Suiza), Waitrose (Londres); casino (Francia y Territorios) y a través de la Asociación Euro-Toques International, que agrupa más de 2000 chefs en toda Europa.	Producción biológica, pro ambiental, variedades de alta calidad
Brasserie Pietra	Córcega	1996	45	14.2 millones de Euros	10%	Cerveza y bebidas gaseosas	Francia, Europa, USA, Japón, Brasil, Oceanía	Distribuidores de cerveza: St. Killian Importing Co. (MA, USA); Emporio Sorio	Producto Único en su clase, ingredientes naturales típicos del país, diversificación de alta calidad

								(São Paulo, Brasil); James Clay & Sons (UK); Premier International Beers (IRE); Guidoni & Corsica (Belgica); Getranke Import - Grabbe & Shröder (Holanda); Fromi GmbH (Alemania); Amstein S.A (Suiza); Pietra Italia Diffusion SRL (Italia); SAPRIM (Africa); Hiroshima CO., LTD (Japon).	
Corsica Gastronomía	Córcega	1991	36	6.8 millones de Euros		Alimentos preparados con recetas típicas, sopas, pates, turrónes, jaleas, dulces artesanales típicos	Francia, Europa	<a href="http://www.corseboutique.fr">www.corseboutique.fr</a> ; <a href="http://www.organic-bio.com">www.organic-bio.com</a> ; <a href="http://www.amazon.co.uk">www.amazon.co.uk</a> ; <a href="http://www.charlesantona.com">www.charlesantona.com</a> ; <a href="http://www.gourmetretailer.com">www.gourmetretailer.com</a> ; <a href="http://www.corsica-colis.com">www.corsica-colis.com</a> ;	Productos artesanales, orgánicos, ingredientes naturales típicos del país, altamente diferenciados

Tabla 2: Factores propulsores de expansión internacional en mercados nichos de productos gourmet

	<b>Pique Mi Madre</b>	<b>Dulzura Borincana</b>	<b>Destilería Cruz</b>	<b>Gloria Maris Acuaculture</b>	<b>Brasserie Pietra</b>	<b>Corsica Gastronomía</b>	<b>Enfoque de Mercado nicho</b>
<i>Origen del Producto</i>	Sabor, ingredientes naturales de cultivo y	Dulces tradicionales a base de frutas	Denominación de origen, bebida tradicional, sabor	Denominación de origen, Variedad típica del país y de la	Ingredientes naturales de cultivos locales, sabor	Ingredientes naturales de cultivos locales,	Nicho étnico, Consumidor con lazos fuertes a las

	gastronomía local	locales, forma del producto		cultura gastronómica mediterránea		presentación, forma, uso	culturas caribeñas y mediterráneas.
<i>Calidad</i>	Proceso de fabricación artesanal, empaque, certificaciones	Materias primas, proceso de fabricación artesanal, sabor, empaque	Materias primas, proceso de fabricación artesanal, controles de calidad, certificaciones	Acuicultura biológica, orgánica, certificaciones de calidad, ambientales, sanitarias internacionales	Sabor, empaque, materias primas, proceso de fabricación, certificaciones internacionales	Materias primas, proceso de fabricación, ingredientes usados, empaque, certificaciones	Consumidores de productos artesanales, orgánicos, biológicos
<i>Manejo de conocimiento e innovación</i>	Respuesta a la demanda del mercado latino y mercado general de consumidores de salsas picantes en los Estados Unidos con oferta en constante evolución y diversificada.	Oferta de productos con sabores fusionados exóticos para el consumidor de productos innovadores, e-commerce, tiendas online	Investigación de mercado ex ante establecimiento de la empresa, constante integración con los participantes de la cadena de valor, diversificación portafolio de bebidas, tiendas online	Monitoreo constante del sector industrial y políticas sanitarias y fitosanitarias, ambientales marinas	Investigación de mercado ex ante establecimiento de la empresa, constante intercambio con los participantes de la cadena de valor, diversificación portafolio de productos e-commerce, tiendas online	Oferta de innovadores productos asociados a la cultura gastronómica del Mediterráneo. e-commerce, y tiendas online	Acceso a recursos intangibles. Suplir expectativas neoinnovadoras de productos gourmet Sabores fusionados
<i>Relaciones de Redes de Negocios</i>	Minoristas de productos latinos en los Estados Unidos	Distribuidores de cadenas foráneas con presencia local se convierten en intermediarios en el extranjero	Empresarios de la comunidad hispana en los Estados Unidos,	Alianzas con hoteles y restaurantes de alto prestigio, eventos internacionales gastronómicos.	Alianzas con firmas de prestigio en la industria de licores y vinos.	Alianzas con minoristas y mayoristas de productos gourmet de renombre internacional.	Acceso a recursos . Cadenas especializadas en venta y distribución de productos gourmet
<i>Diferenciación</i>	Producto único en su categoría de salsas picantes, certificaciones	Combinación de ingredientes en cada producto, empaques, certificaciones	Producto único, certificaciones	Proceso productivo y de distribución, certificaciones	Ingredientes, empaques, variedad de bebidas, certificaciones	Ingredientes, variedades originales, empaques, certificación de origen	Certificaciones, producción y cultivo de materias primas (control de los componentes de los productos)

Figura 2: Interrelaciones de los elementos propulsores de la expansión internacional de las Pymes

