

## ANEXOS

1. Detallado Tarjetas de Felicitación.....	3
1.1. Por Unidad .....	3
1.2. Detallado Tarjetas por Paquete .....	7
2. Estrategia de la industria de la comunicación Grafica .....	9
3. Fechas Comerciales Internacionales .....	10
4. Estructura de la Industria Gráfica en Colombia.....	11
5. Gráficos de los Factores Económicos .....	11
5.1. Variación Fabricación de Papel, Cartón y Productos de Papel y Cartón para los Períodos 2007-2012.....	11
5.2. Variación Actividades de Edición e Impresión y de Reproducción de Grabaciones para los Períodos 2007-2012 .....	12
5.3. Variación Mundial de las Exportaciones de la Industria Gráfica en los Períodos 2009- 2012 .....	12
5.4. Variación Mundial de las Importaciones de la Industria Gráfica en los Períodos 2009- 2012.....	13
6. Potencial Exportador.....	14
6.1. Encuesta Potencial Exportador .....	14
6.2. Intención Exportadora.....	27
6.3. Comportamiento de Expansión.....	27
5.3. Comportamiento de Expansión.....	28
5.4. Percepción de Barreras .....	28
5.5. Perfil del Empresario .....	29
5.6. Conclusión Medición del Potencial Exportador .....	29
6. Mapa Competencia Internacional. Principales Exportadores de Tarjetas de Felicitación Año 2012.....	30
7. Matriz de selección de Mercados .....	31
7.3. Matriz de Variables Macroeconómicas .....	31

7.4.	Variables de Comercio Internacional.....	35
7.5.	Variables de selección .....	37
7.6.	Ferias de Expresión Social en Estados Unidos .....	39
8.	Socios Comerciales Estados Unidos .....	41
8.3.	Grafico Importaciones de Tarjetas de Felicitación en Estados Unidos Año 2012	41
8.4.	Grafico Exportaciones de Tarjetas de Felicitación en Estados Unidos Año 2012	42
10.	Participación de la Población Hispana en los cinco Estados principales de Estados Unidos .....	45
10.1.	California.....	45
10.2.	Texas .....	46
10.3.	Florida .....	47
10.4.	New York.....	48
10.5.	Illinois.....	49
11.	Trabajo de Campo.....	50
11.1.	Tablas de Celebraciones Especiales .....	50
11.2.	Diseño Exterior Tarjetas de Felicitación.....	51
11.3.	Diseños de Tarjetas de Felicitación.....	51
11.4.	Punto de Exhibición de Tarjetas de Felicitación en Target y BJ's.....	52
11.5.	Gráfico de Acceso a los principales Puertos Marítimos de Estados Unidos.....	53
11.6.	Líneas Navieras y consolidadores de carga con oferta de servicios en Estados Unidos	53
11.7.	Gráfico de Acceso Aéreo desde Colombia hacia Estados Unidos.....	54
11.8.	Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicios de carga a Estados Unidos .....	54

## 1. Detallado Tarjetas de Felicitación

### 1.1. Por Unidad

Los cuadros que se describen a continuación muestran las características físicas de las tarjetas de felicitación por unidad, en total la empresa tiene 17 clases diferentes de tarjetas que pueden variar de acuerdo al tamaño y el número de diseños.

Descripción	Muestra	Código	No. Diseño	Tamaño				
					Pequeño	Mediano	Grande	Extra Grad
Tarjeta Pendón		160	8				16 x 48 cm	
		161	8			11 x 32.5 cm		
		162	6					21,2 x 62 cm
Tarjeta Afiche		46	12	1/2				48 x 68 cm
Tarjeta Grande		39	6	1/4			32 x 45 cm	
Tarjeta Mediana		40	8	1/8		24 x 34 cm		

*Fuente: Elaboración Propia 2013.*

Descripción	Muestra	Código	No. Diseño	Tamaño				
					Pequeño	Mediano	Grande	Extra Grad
Tarjeta Troquelada		69	16	1/8		24 x 33 cm		
		83	16	mini	17 x 12 cm			
		84	6	1/4			32 x 45 cm	
Tarjeta Separador		71	12		8 x 17 cm			
Cuelga tu Tarjeta		91	6	1/4			31.5 x 45 cm	
		92	8	1/16	17 x 25 cm			
		93	8	1/8		17 x 25 cm		
Tarjeta Ternura		116	6					21.2 x 62 cm
		120	8	1/4			16 x 48 cm	
		140	8	1/8		11 x 32.5 cm		

*Fuente: Elaboración Propia 2013.*

Descripción	Muestra	Código	No. Diseño	Tamaño				
					Pequeño	Mediano	Grande	Extra Grad
Tarjeta Cuadrada		118	6			31,5 x 31,5 cm		
Tarjeta Sueños		136	8			17 x 24 cm		
Tarjeta Fantasía		138	16	1/8		24 x 33 cm		
Tarjeta Ilusión		148	8	1/8		16,5 x 23,5 cm		

*Fuente: Elaboración Propia 2013.*

Descripción	Muestra	Código	No. Diseño	Tamaño				
					Pequeño	Mediano	Grande	Extra Grad
Tarjeta Blanco y Negro		178	8	1/8		24 x 34 cm		
		189	4	1/4			32 x 45 cm	
Tarjeta Afiche B/N		190	2	1/2				48 x 68 cm
Tarjeta Pendón B/N		199	8		11 x 32.5 cm			
Tarjeta Sueños B/N		200	8		17 x 24 cm			
Tarjeta Sticker		201	2					23 x 68,5 cm
		204	4	1/8		31 x 21 cm		

*Fuente: Elaboración Propia 2013*

## 1.2. Detallado Tarjetas por Paquete

La empresa ofrece kits de tarjetas por paquete, con un total de diez referencias, que varían de acuerdo a la cantidad del producto.

**Tabla 1 Detallado de Tarjetas por Paquete**

Descripción	Muestra	Código	Unidades	Tamaño	Material
				Pequeño	
Tarjeta De-Para Económica		31	100	4cm x 6,2cm	Elaborado en papel esmaltado
Tarjetas De-Para Adhesiva		38	100	4cm x 6,2cm	Elaborada en papel esmaltado, autoadhesivo.
Tarjeta Mini-Chiqui		79	24	6,5 cm x 9,5 cm	Elaborada en cartulina, troquelada y escarchada
Tarjeta Troquelada Mini 1/64		80	32	8 cm x 11,5 cm	Elaborada en cartulina, troquelada y escarchada.
Tarjeta Mini Chiqui Feliz Día		98	8	6,5 cm x 9,5 cm	Elaborada en cartulina, troquelada y escarchada
Mini Tarjeta Personaje		108	12	7 cm x 8,5 cm y 9 x 5,5 cm	Elaborada en cartulina de alto gramaje, troquelada y escarchada.

*Fuente: Elaboración Propia 2013*

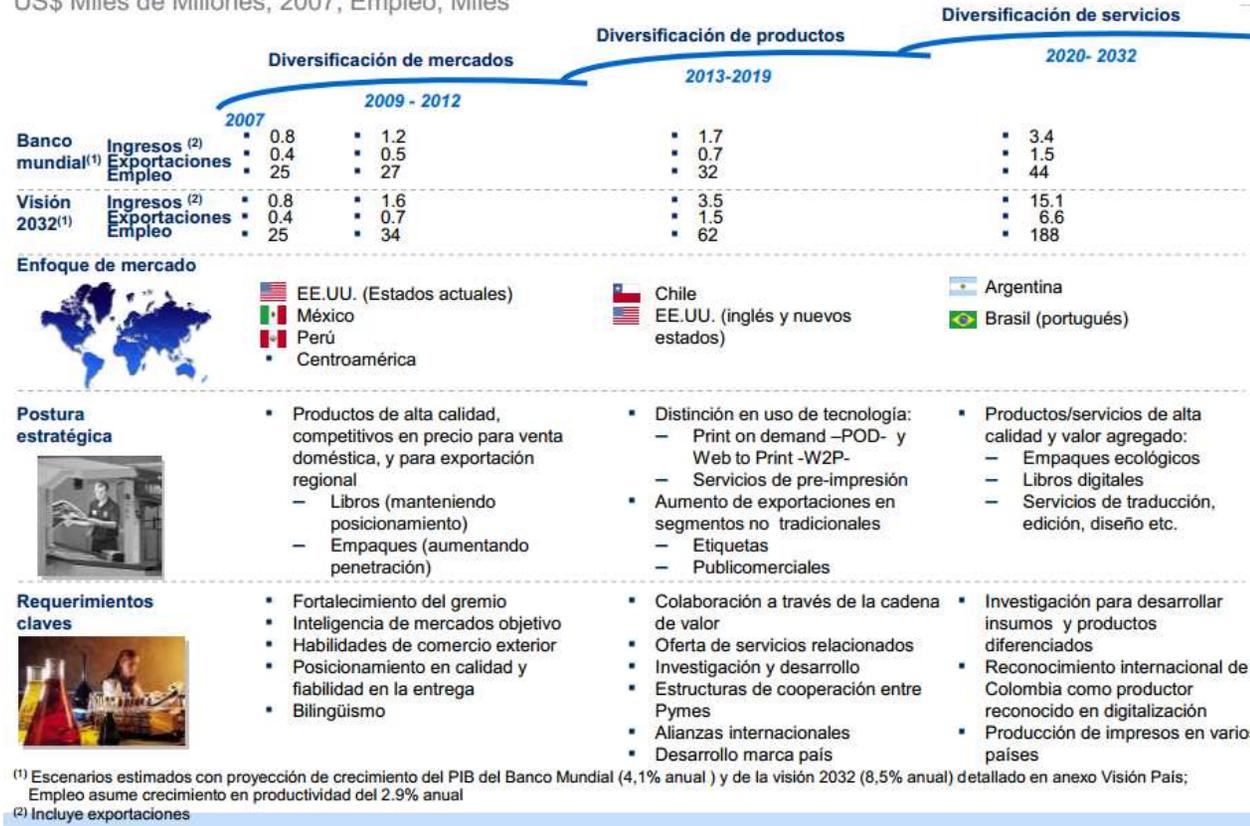
Descripción	Muestra	Código	Unidades	Tamaño	Material
				Pequeño	
Tarjeta Plegable Sorpresa		111	8	13,5 cm x 15 cm	Elaborada en papel esmaltado, troquelada y escarchada.
Tarjeta Troquelada Mini Baby 1/64		121	32	8 cm x 11,5 cm	Elaborada en cartulina, troquelada y escarchada.
Tarjeta Mini Palabritas		176	18	6,5 cm x 10,5 cm	Elaborada en cartulina, troquelada y escarchada. Impresa al respaldo para firmar.
Tarjeta De-Para Adhesiva Grande		205	18	10 cm x 6,8 cm	Elaborada en papel esmaltado, autoadhesivo, troquelada y escarchada.

Fuente: Elaboración Propia 2013

## 2. Estrategia de la industria de la comunicación Gráfica

### Estrategia de la Industria de la Comunicación Gráfica

US\$ Miles de Millones, 2007, Empleo, Miles



Fuente: (Transformación Productiva, 2009)

### 3. Fechas Comerciales Internacionales

Fecha Internacional	Fecha Colombia	Celebración	Observaciones
14 de Febrero	Septiembre /Tercer sábado del Mes	Día de San Valentín Día de los enamorados Día del Amor y la amistad	El mes y el nombre de la celebración varían de acuerdo con el país.
8 de Marzo	8 de Marzo	Día Internacional de la mujer	Oficialmente reconocido por la ONU <sup>1</sup>
1 de Noviembre	Abril/ Cuarto sábado del mes	Día universal del niño	El mes varía de acuerdo con el país.
Mayo	Mayo/ Segundo domingo del mes	Día de la madre	El mes varía de acuerdo con el país.
	15 de Mayo	Día del maestro	El mes varía de acuerdo con el país.
1 de Junio (ONU)	Junio/Tercer domingo del mes	Día del Padre	El mes varía de acuerdo con el país.
30 de Junio (ONU)	10 de Marzo	Día internacional de la amistad	El mes varía de acuerdo con el país
25 de	25 de Diciembre	Navidad	
1 de Enero	1 de Enero	Año nuevo	

*Fuente: Elaboración Propia, 2013.*

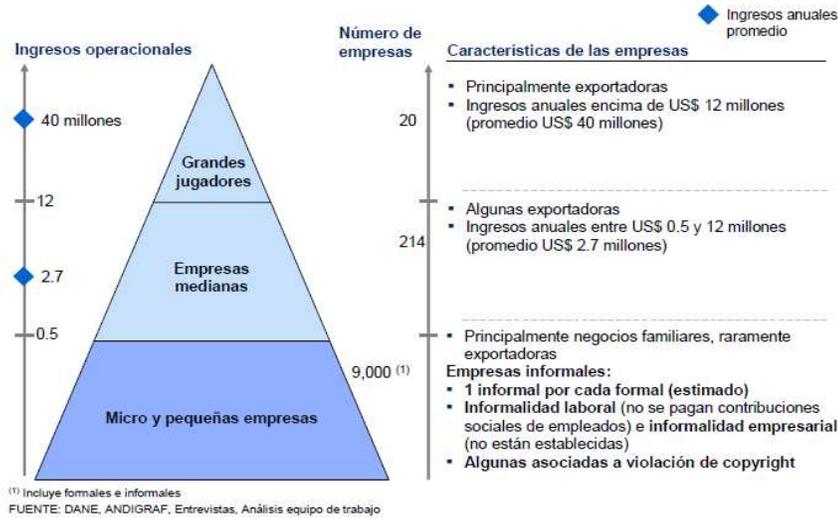
<sup>1</sup>ONU: Organización de las Naciones Unidas.

#### 4. Estructura de la Industria Gráfica en Colombia

### ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN COLOMBIA

ESTIMADO

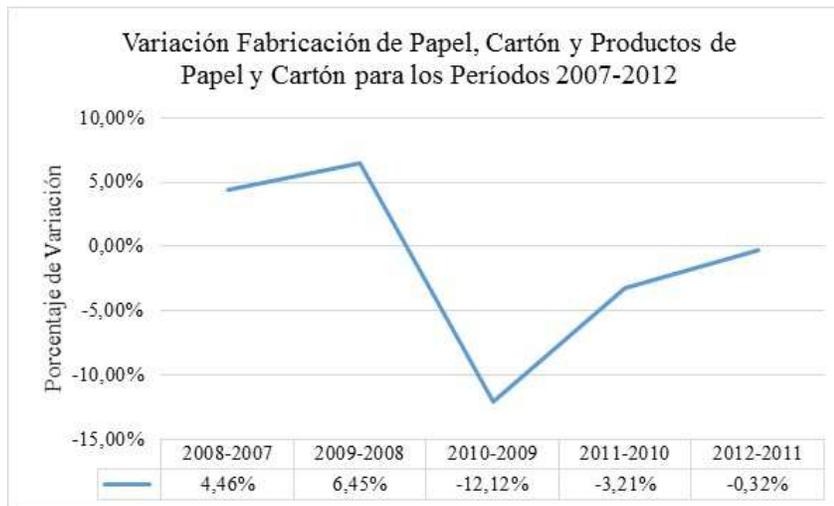
US\$, 2007



Fuente: (Transformación Productiva, 2009)

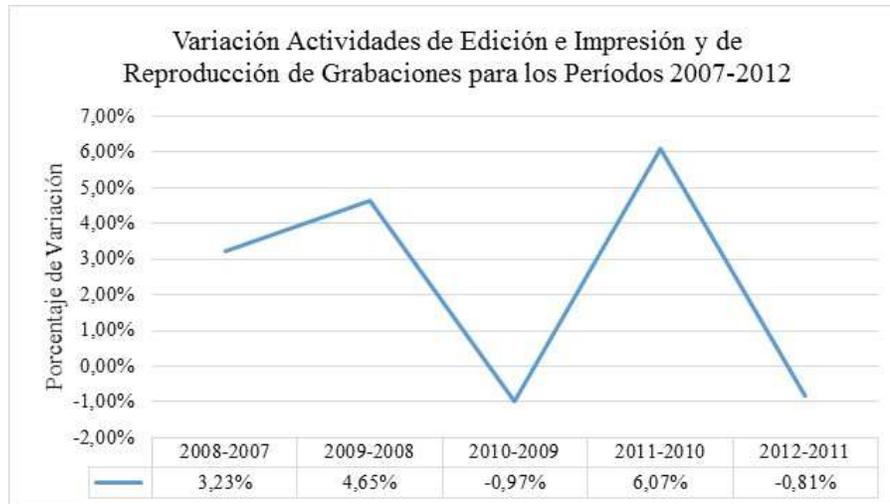
#### 5. Gráficos de los Factores Económicos

##### 5.1. Variación Fabricación de Papel, Cartón y Productos de Papel y Cartón para los Períodos 2007-2012



Fuente: Elaboración propia, 2013. Datos tomados del(DANE, 2013)

5.2. Variación Actividades de Edición e Impresión y de Reproducción de Grabaciones para los Períodos 2007-2012



Fuente: Elaboración propia, 2013. Datos tomados del (DANE, 2013)

5.3. Variación Mundial de las Exportaciones de la Industria Gráfica en los Períodos 2009-2012



Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Trade Map, 2012a)

#### 5.4. Variación Mundial de las Importaciones de la Industria Gráfica en los Períodos 2009-2012



*Fuente:Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Trade Map, 2012a)*

## 6. Potencial Exportador

### 6.1. Encuesta Potencial Exportador



## ENCUESTA DEL POTENCIAL EXPORTADOR MEDICIÓN DE POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS COLOMBIANAS

### I. DATOS GENERALES DE CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Indique:

1.1 Sector: Industria Gráfica- Expresión Social		1.2 CIU: C1709 C1811		1.3 NIT de la empresa: 51.855.349			
1.4 Productos /servicios representativos de la empresa: Artículos de Expresión Social (Tarjetas, Productos con Chocolate, Empaques)							
1.5 Nombre de la Empresa: Razón Social: Alternativas Expresión López Cardona Martha Omaira		1.6 Teléfono de la empresa: (571) 7272724		1.7 Nombre del contacto: Martha Omaira López Cardona			
1.8 e-mail: <a href="mailto:mlopezc.ml@gmail.com">mlopezc.ml@gmail.com</a>  <a href="http://www.alternativasexpresion.com">http://www.alternativasexpresion.com</a>		1.9 Año de constitución: 2001	1.10 Estructura de Propiedad del	Anónima  _____	Limitada  _____	E. U. X	S.A. S
1.11 Ubicación de la Empresa.	Ciudad / Municipio: Bogotá, D. C.		Departamento: Cundinamarca				
1.12 Número de empleados (año)	26	1.13 Rango Activos (Millones de pesos) (año 2013)	<16 6'	167' a 1661'	1662' a 4980'	> 4981'	
1.14 Rango de ventas (millones de pesos) (año 2013)	Menos de 137	De 137 a 1.427	De 1.427 a 15.000	Más de 15.000			

## II. EXPERIENCIA INTERNACIONAL

2.1 Califique con una X su experiencia internacional:

1. Ninguna (ningún tipo de exportación realizada)	2. Ocasional (exportaciones irregulares sin planeación, menos de 2 años exportando continuamente)	3. Experimental (exportación planeada menos de 2 años de exportaciones regulares)	4. Regular (exportaciones regulares, más de tres años exportando continuamente)
Número de años exportando regularmente: 3 años, no es planeado los pedidos son no buscados			

2.2 ¿Cómo ha sido aproximadamente la evolución de sus exportaciones en los últimos años y su participación en las ventas totales de la empresa? (Proporción de las exportaciones/ las ventas totales):

\* Especificar el primer año de exportación.

Año	Valor (U\$)	Ventas exportación/ventas total (%)
Año Inicio*: 2007	\$ 3,43	0,50%
2008		
2009	\$5,955.56	0,50%
2010	\$ 1,02	0,50%
2011	\$11,670.96	0,50%
2012		Ventas no registradas en BACEX por ser Ex Works

2.3 Presente la distribución de las exportaciones sobre el total de las ventas internacionales (año):

	(%)	Especificar Países
CAN (Venezuela, Ecuador, Bolivia. Perú).	50%	Venezuela,
NAFTA (México, Canadá, EEUU)		
MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay).		
Centro América y el Caribe.	50%	Guatemala;
Europa		
Otros (ASEAN, Japón, Asia y África)		
	100%	

2.4 El nivel de adaptación de los productos y servicios vendidos en el exterior ha sido (marque con una X):

Cero Adaptación (el producto/servicio del mercado nacional es igual para el mercado internacional)	Adaptación (empaquete, idioma)	Adaptación Media (tallas, sabores, o requerimientos legales mercado, materiales, etc.)	Adaptación Alta Diseño específico para los mercados	Estandarización Desarrollo de un producto para una región que responda a características comunes.
	X			

### III. EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA.

Indique. (Ejemplo: si realizó su primera exportación en el año 2.001, ese es el año 3, el año 2 es el 2.000 y el año 1 es 1999):

	Año Actual: 2013	Año 3: 2009	Año 2: 2008	Año 1: 2007
<b>3.1 Si su empresa es de MANUFACTURA</b>				
a. Capacidad de producción según un producto estándar (unidades)	456.000	365.000	350.400	336.384
b. Capacidad de producción utilizada (año anterior a la primera exportación 2006) en 85%:				
<b>3.2 Si su empresa es de SERVICIOS</b>				
a. # de proyectos <i>tipo</i> al año	N .A			
<b>3.3 TAMAÑO</b>				
a. Número de empleados fijos	26	20	18	13
b. Número de empleados temporales	24	20	16	17
c. Nivel de ventas (en millones de pesos)	Aplica el mismo rango de ventas /De 1.427 a 15.000			
d. Valor de los activos (millones)	Aplica el mismo rango de activos 167' a 1661'			
<b>3.4 ESTRUCTURA</b>				
	Año constitución 2001	Año anterior a la primera	Año Actual 2013	
a. Número de socios	1	1	1	
b. ¿Existe algún grupo familiar que controle más del 51% del patrimonio de la empresa? Si: X No:				
(año anterior a la primera exportación)				
c. Tiene junta directiva: Si: ___ No X	Cuando conformó la junta directiva: ____ (año)	Número de miembros:  0 (cero)	Número de miembros externos a la familia (si los hay): 0 (cero)	

#### IV. COBERTURA DE LAS VENTAS NACIONALES:

##### 4.4. Si su empresa es Manufacturera

	Año Actual 2013	Año anterior a la primera exportación
4.1. Número de ciudades donde la empresa vende:	Nivel Nacional	2006
18	¿Cuáles?: Bogotá, Medellín, Bello Antioquia, Cali, Tunja, Villavicencio, Ipiales, Ibagué, Santa Marta, Neiva, Pasto, Bucaramanga, San Andrés, Cúcuta, Manizales, Buenaventura, Pereira, Soacha, Alrededores Bogotá	_10_#
4.2. Número de departamentos donde la empresa vende:	Nivel Nacional	
13	¿Cuáles?: Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Norte de Santander, Santander, Tolima, Cundinamarca, Magdalena, Risaralda, Meta, Nariño, Caldas, Huila	_8_#
4.3. Porcentaje de las ventas locales sobre el total de las ventas nacionales (se entiende por ventas locales aquellas que la empresa realiza en el departamento de ubicación de su sede principal):		_43_%

##### Distribución de las ventas nacionales por canal de distribución

Canal	Año Actual	Año anterior a la primera exportación	Canal	Año Actual	Año anterior a la primera exportación
	2013			2013	
Punto de venta directo (distinto al punto de fábrica)	0%	0%	Mayorista (distribuidores):	60%	40%
Consumidor industrial:	0%	0%	Minorista	35%	60%
Consumidor institucional (restaurantes, hoteles, clubes, colegios, almacenes especializados)	0%	0%	Franquicias	0%	0%
Licencias	0%	0%	Ventas por	5%	0%

4.6 Distribución de las ventas por líneas de productos o servicios (una línea es diferente a la categoría o referencia de productos y servicios).

(Ejemplos de líneas:

- Confección: línea de maternidad, masculina, femenina, niñas y niños y la categoría de producto puede tener pantalones, camisas, etc.
- Si solo tiene ropa de mujer las líneas serían sport, casual, etc.
- Para una empresa de servicios de consultoría, las líneas pueden ser: servicios de interventoría, mantenimiento y operación)

Nombre de la Línea	Categorías de productos/servicios	% (ventas de la línea/ventas totales) Año Actual 2013	% (ventas de la línea/ventas totales) Año anterior a la exportación 2006
Tarjetas	2	35%	-
Productos con Chocolate	3	34%	50%
Empaque	4	20%	25%
Otros Productos	3	11%	25%

	Año 2013	Año anterior a la exportación
4.7 Concentración aproximada de las ventas en los 5 principales clientes	15%	5%
4.8 Concentración aproximada de las ventas en los 5 SIGUIENTES principales clientes	10%	3%

4.9 ¿En qué factores su empresa ha asignado mayor cantidad de recursos? Por favor mencionarlos en orden de importancia siendo 1 mayor asignación de recursos. Deje en blanco aquellos en los que no invirtió.

Adquisición de maquinaria	1	Repartir utilidades a los accionistas	
Innovaciones (tecnológicas, producto)	2	Expansión de la empresa	4
Investigación de mercados internacionales		Sistemas de información	3
Pago de deudas		Proceso de certificación	
		Otro, cuál?	

## V. ACTIVIDADES DE PREPARACIÓN A LA EXPORTACIÓN

5.1 Su empresa:	Año 2013			Anterior a la exportación		
	Si Cual:	NoX	En curso	Si	NoX	En curso
Cuenta con alguna certificación de calidad	Authorized.net e ISO 9001-2000					
Ha realizado estudios para determinar el	Si X	No	En curso	Si	No X	En curso
Tiene una página web.	Si X	No	En curso	Si	No X	En curso
Existe departamento de diseño	Si X	No	En curso	Si X	No	En curso
Aproximadamente, cuántos	35			12		
Cuál es el % de inversión que la empresa	0%			0%		
Cuál es el % de devoluciones de	1%			0%		
Ha elaborado un plan exportador?	Si	No X	En curso	Si	No X	En curso
Si tiene un plan exportador, califique el seguimiento realizado	Poco Seguimiento			Seguimiento Total		
	1	2	3	4	5	

5.2 Conocimiento de los mercados internacionales											
En la actualidad (año 2013)					Al inicio de las exportaciones						
FACTORES	poco		mucho			FACTORES	poco		mucho		
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Requisitos de entrada		X				Requisitos de entrada	X				
Competencia		X				Competencia	X				
Estructura de precios			X			Estructura de precios	X				
Canales de distribución		X				Canales de distribución	X				
Consumidor o cliente final		X				Consumidor o cliente final	X				
Necesidades del mercado		X				Necesidades del mercado	X				
Requerimientos de adaptación (producto)		X				Requerimientos de	X				
Contactos			X			Contactos	X				

VI. EXPECTATIVAS DE EXPORTACIÓN Y RESULTADOS. Indique el nivel de exportación que esperaba obtener antes de iniciar su actividad exportadora (Si realizó su primera exportación en el año 2.000, el año 1 es 2.000, el 2 es 2.001 y el 3 es 2.002):

	EXPECTATIVAS		RESULTADOS	
	¿Qué % de VE/VT * proyectaba?	¿Qué portafolio de países proyectaba para estos años?	¿% de VE/VT? Que se obtuvieron	¿Portafolio de países a los que exportó?
Año 1: 2007	0,50%	Estados Unidos	0,50%	Estados Unidos
Año 2: 2008	Sin registro en BACEX			
Año 3: 2009	0,50%	Guatemala	0,50%	Guatemala

\*Ventas externas dividido ventas totales. \*\* (1) Exportación indirecta, (2) exportación directa, (3) agentes, (4) distribuidores, (5) subsidiarias, (6) alianzas estratégicas. (Indique el número correspondiente)

## VII. EVOLUCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

	7.3 De las siguientes necesidades, califique a su empresa, siendo 1 alta necesidad para el desarrollo de sus actividades.					7.4 Cómo era cada una de las necesidades en el momento anterior a la primera exportación, comparado con el estado actual de su empresa:				
	7.3 AÑO ACTUAL					7.4 COMPARACIÓN CON EL				
	2013					AÑO ANTERIOR A LA				
	Necesidad muy alta	Necesidad alta	Necesidad media	Necesidad baja	Muy baja necesidad	La necesidad ha aumentado	La necesidad ha aumentado	Se ha mantenido	La necesidad ha disminuido	La necesidad ha disminuido
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Capacidad disponible en producción				X					X	
Personal calificado en mercadeo			X					X		
Disponibilidad de la gerencia	X						X			
Disponibilidad de recursos financieros				X					X	
Mejoras de productividad				X					X	
Estructura administrativa acorde a la				X					X	
Control de la logística de distribución				X					X	
Sistemas de información gerenciales				X					X	
Formación en aspectos de comercio	X					X				
Adaptación del producto				X				X		

	7.1 De los siguientes factores de competitividad, califique a su empresa, siendo 5 mayor rendimiento con respecto a las demás empresas del sector.					7.2 Compare la situación actual de su empresa con respecto al año anterior a la primera exportación, calificándose en cada uno de los siguientes aspectos:				
	7.1 AÑO ACTUAL					7.2 COMPARACIÓN CON EL AÑO				
	2013					INICIO A LA EXPORTACIÓN				
	Menor Rendimiento			Mayor rendimiento		Desmejoró considerablemente	Desmejoró	Se mantiene	Mejoró	Mejoró considerablemente
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Rendimiento del equipo de producción					X					X
Calidad del producto (certificación, satisfacción de clientes)				X					X	
Calidad de los servicios relacionados (pre y pos venta)				X					X	
Precios competitivos (el precio con respecto al mercado; si es igual o inferior es competitivo)				X					X	
Competitividad tecnológica					X					X
Innovación en procesos				X					X	
Diseño y originalidad				X					X	
Conocimiento de mercados (sistemas de información en mercados)				X						X
Diferenciación o reconocimiento en el mercado doméstico			X					X		

## VIII INTENCIÓN EXPORTADORA Y PERCEPCIÓN DE BARRERAS A LA EXPORTACIÓN

8.1 Para cada una de las siguientes motivaciones o razones para iniciar el proceso de internacionalización Indique el grado de importancia, siendo 5 mayor importancia. Si no tiene importancia marque 1.

	Menor					Mayor					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Contactos establecidos					X	Obtener economías de escala.					X
Crecer porque el mercado interno es pequeño / Decisión de expansión la empresa.	X					Oportunidades identificadas en los Acuerdos externos y comerciales (preferencias arancelarias)					X
Diversificar riesgos de las operaciones.	X					Pedidos para la exportación (en ferias, contactos, etc.)					X
Excedentes de producción.	X					Planeación estratégica					X
Información sobre oportunidades en mercados externos.					X	Promoción de Instituciones					X
La competencia doméstica está exportando	X					Situación coyuntural del mercado doméstico.	X				
Exportar porque la cadena productiva a la que pertenece la empresa está exportando	X					Tasa de cambio favorable.	X				
Estabilizar las ventas de productos (mercado doméstico estacional)	X					Otro: Cuál?: _____					



## IX. A. PERFIL DEL EMPRESARIO

Indique:

Ciudad de nacimiento:	Manzanares(Caldas)			
Rango de edad (años):	< 25	25 a 40	40 a 55 X	> 55
Años de estudio totales	< 11	11 a 16 X	17 a 20	> 20
Formación técnica o profesional, especificar cual: Técnica Contaduría				
Experiencia en años en el área comercial o mercados: 30				
Habilidades en lengua extranjera	Alta	Media	Baja	
Años de vida en el exterior:	0	Raíces familiares en el exterior (padres, abuelos, esposa(o))		Si: ___ No: X

## X. PERFIL ÁREA COMERCIAL Y/O DE MERCADOS

Indique:

Existe un departamento de mercadeo: si <u>X</u> no ___	Número actual de vendedores: 5
Número actual de personas de mercadeo (sin tener en cuenta a los vendedores):3	Formación del personal en aspectos de mercadeo:
	Deficiente ( ) Regular (X) Buena ( ) Excelente ( )
Habilidad del personal comercial/mercados en el manejo de idiomas:	
Deficiente (X) Regular ( ) Buena ( ) Excelente ( )	

## XI. PERCEPCIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD INTERNACIONAL

Responda:	Total desacuerdo				Total acuerdo		
Las operaciones internacionales:							
Son las que más contribuirán al crecimiento de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Disminuirán los costos operacionales de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Son de alto riesgo	1	2	3	4	5	6	7
Requieren mayor inversión financiera	1	2	3	4	5	6	7
Son más efectivas a través de contactos en el mercado que de análisis de mercados.	1	2	3	4	5	6	7
Sin estabilidad macroeconómica es imposible exportar	1	2	3	4	5	6	7
Los programas de asistencia gubernamental son imprescindibles para mejorar el desempeño exportador	1	2	3	4	5	6	7
Hay mayor potencial al salir en grupos.	1	2	3	4	5	6	7

Ha participado en algún programa ofrecido por	Si: ____ Cúl: _____						No: X
Si su respuesta a la anterior pregunta fue SI, indique:							
Nivel de utilidad del programa:	Nada útil	1	2	3	4	5	Muy útil

*XII. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y PROPIEDAD INTELECTUAL*

12.1 Indique las tres principales fuentes de innovación de su empresa: (Por favor marque la más importante con 1 y así hasta 3)		12.2 Paga o recibe su empresa regalías por:		Paga	Recibe
Educación del gerente o del personal directivo	1	Asistencia técnica, franquicia etc. de firma extranjera			
Compra de patentes o asistencia técnica extranjeras		Asistencia técnica, franquicia etc. de firma nacional			
Asesoría o consultoría	2	Uso de patentes (Licencias de Software)			
Innovaciones del personal medio o no calificado	1	Uso de marca de propiedad ajena			
Copia de modelos extranjeros con ligeras adaptaciones		ningún concepto			X
Copia de productos existentes en el mercado nacional, pero que Usted produce a menor costo	3				
Re-ingeniería o ingeniería “en reversa”					
*Software para la Automatización de Sistemas de Gestión	1				
*Implementación de Sistemas de Gestión					

12.3 Es su empresa propietaria de:			¿Cuántas?	12.4 Su empresa ha registrado en otros países:			¿En qué países?
Patentes	Si	No		Patentes	Si	No	
Marcas	Si	No	1	Marcas	Si	No	

12.5 Usted protege los secretos tecnológicos y la información comercial de su empresa		
(seleccione las opciones adecuadas según el caso):		
Con cláusulas explícitas en los contratos con sus ingenieros y otros empleados	Sí	No
Con prohibiciones de acceso a ciertas áreas o documentos de la empresa	Sí	No
Con cláusulas que prohíben a empleados que se retiran trabajar para la competencia por algunos años	Sí	No
12.6 ¿Exporta productos que se comercializan en el exterior con marca distinta de la suya?	Sí	No
12.7 Ha tenido Ud conflictos comerciales o legales con otras empresas o personas		
a. Por asuntos de patentes	Sí	No
b. Por asuntos de marcas	Sí	No

*Muchas Gracias Por Su Colaboración*

## 6.2. Intención Exportadora

 <b>Intención exportadora</b>					
VARIABLES	INDICADORES DE MEDICIÓN	PROMEDIO INVEST EMP NO EXPORTADORAS	PROMEDIO INVEST EMP EXPORTADORAS	INFORMACIÓN ESPECÍFICA EMPRESA	CALIFICACIÓN (/5)
<b>1. MOTIVACIONES PARA SALIR A EXPORTAR (Relación actividades Proactivas / reactivas por encima de 4)</b>	<b>* Motivaciones proactivas</b>			3.4	3.75
	Planeación Estratégica	72.70%	96.20%	5	
	Economías de Escala	69.30%	58.30%	5	
	Diversificación Riesgos	n.d.	n.d.	1	
	Contactos en el exterior	88.50%	59.40%	5	
	Decisión de expansión la empresa	n.d.	n.d.	1	
	<b>* Motivaciones reactivas</b>			4	
	Situación coyuntural del mercado doméstico	65.50%	65.90%	1	
	Oportunidades Mercado		58.30%	5	
	Oportunidades Acuerdos	74.00%	58.80%	5	
Pedido no buscado	72.10%	37.10%	5		
<b>2. Asignación de recursos para su preparación</b>	Investigación de mercados internacionales	n.d.	n.d.	0	2.5
	Innovaciones	n.d.	n.d.	2	
	Expansión de la empresa	n.d.	n.d.	4	
<b>3. Perspectivas sobre la actividad internacional definidas</b>	La empresa tiene perspectivas definidas para los próximos tres años	n.d.	n.d.	Si Estados Unidos y Guatemala	4
<b>4. Percepción de Riesgo de la Actividad Internacional</b>	Son de alto riesgo	3.72	4.37	1	5
<b>Puntaje Intención Exportadora</b>					<b>3.81</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.

## 6.3. Comportamiento de Expansión

 <b>Potencial Exportador</b>						
(S) Alto nivel de significancia en el modelo Colombiano (T) Muestra una tendencia						
<b>a. Comportamiento expansión (35%)</b>						
VARIABLES	INDICADORES DE MEDICIÓN		PROMEDIO INVEST EMP NO EXPORTADORAS	PROMEDIO INVEST EMP EXPORTADORAS	INFORMACIÓN ESPECÍFICA EMPRESA	CALIFICACIÓN (/5)
<b>* Cobertura de mercado</b>	Número de Ciudades atendidas 4.1	(S)	9.38	5.93	18	4.5
	% Ventas NO Locales 4.3	(S)	61.50%	38%	57.0%	
<b>* Variación de tamaño</b>	Var. Vol. Ventas 3.3	(S)	159.49%	104%	2012-2011 (12.52)% 2013-2012 2.44%	4.2
	Var. Tamaño Activos 3.3	(S)	n.d.	n.d.	6.7%	
	Var. No. Empleados (Fijos vs. Temporales) 3.4	(T)	51%	13%	-18.75%	
<b>* Estructura de propiedad (Concentración de la toma de decisiones)</b>	Variación en el No. De Socios 3.4		-20%	-7%	cero	2.67
	Estructura Familiar 3.4	(T)	n.d.	n.d.	empresa unipersonal	
	Se tiene una Junta Directiva 3.4		n.d.	n.d.	no	
<b>Puntaje Comportamiento de Expansión</b>					<b>3.79</b>	

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.

### 5.3. Comportamiento de Expansión

 <b>Potencial Exportador</b> (S) Alto nivel de significancia en el modelo Colombiano (T) Muestra una tendencia						
<b>b. Habilidades Competitivas (35%)</b>						
Variables	Indicadores de medición		Promedio Invest Emp No Exportadoras	Promedio Invest Emp Exportadoras	Información Especifica empresa	Calificación ( /5)
* Innovación	Amplitud de líneas actuales y Concentración Ventas en una sola línea 4.6		n.d.	n.d.	Tres líneas y no hay concentración de ventas	4.40
	No. Nuevos productos al año 5.1	(S)	104	13	35	
	Departamento de Diseño 5.1	(S)	65% (si)	39% (si)	si	
	Autoevaluación Empresa (Innovación en Procesos) 7.1		n.d.	n.d.	4	
* Canales	Autoevaluación Empresa (Diseño y Originalidad) 7.1		n.d.	n.d.	4	4.00
	Variedad de Canales 4.4		n.d.	n.d.	3 canales (Mayorista, Minorista, Ventas por	
* Disponibilidad de recursos	Existencia de un departamento de Mercadeo 7.2 10	(T)	n.d.	n.d.	si	4.20
	Personal Calificado en mercadeo 7.2	(T)	n.d.	n.d.	regular	
	Formación en aspectos de Comercio Exterior 7.2-7.3		n.d.	n.d.	necesidad muy alta	
	Disponibilidad en recursos financieros (Comparar con Variación en Activos) 7.2-7.3		n.d.	n.d.	La necesidad es baja, ha disminuido	
* Calidad	Certificación 5.1	(T)	32% (si), 27% (en Curso)	18% (si), 23% (en curso)	No cuenta con certificaciones de calidad, Certificación INVIMA	4
	Encuesta de Satisfacción 5.1		n.d.	n.d.	Si servicio Post-venta	
	% Devoluciones 5.1		n.d.	n.d.	1%	
	Autoevaluación Empresa (Producto) 7.1		n.d.	n.d.	4	
	Autoevaluación Empresa (Servicio) 7.1		n.d.	n.d.	4	
* Conocimiento mercado	(Promedio de las variables) 5.2	(S)	3.1	2.4	2.5	3.25
* Productividad	Autoevaluación Empresa (Conocimiento) 7.1	(S)	n.d.	n.d.	4	
* Tecnología	Autoevaluación Empresa (Productividad) 7.1		n.d.	n.d.	5	5
	Autoevaluación Empresa (Tecnología) 7.1		n.d.	n.d.	5	5
<b>Puntaje Habilidades:</b>						<b>4.26</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.

### 5.4. Percepción de Barreras

 <b>Potencial Exportador</b> (S) Alto nivel de significancia en el modelo Colombiano (T) Muestra una tendencia						
<b>c. Percepción de barreras (20%)</b>						
Variables	Indicadores de medición		Promedio Invest Emp No Exportadoras	Promedio Invest Emp Exportadoras	Información Especifica empresa	Calificación ( /5)
<b>INTERNAS</b>						
* Desconocimiento de	Necesidades de información de mercados	(S)	1	2.55	5	1
* Falta planeación estratégica	Falta de plan estratégico (metas, escenarios, planes contingencia)	(S)	2.4	3.5	1	5
* Diferenciación productos.	Diferenciación en el producto, precio, promoción y distribución según mercados	(S)	2.4	2.9	1	5
* Desconocimiento aspectos legales.	Desconocimiento de los aspectos legales de los contratos internacionales	(S)	2.75	3.43	5	1
* Debilidad análisis información de mercados	Debilidad en el análisis de la información de mercados	(T)	3.03	3.37	1	5
<b>EXTERNAS</b>						
* Barreras tarifarias.	Barreras tarifarias en el país	(S)	2.5	3	4	2
* Infraestructura externa.	Infraestructura externa	(S)	2.9	3.5	1	5
* Acceso al crédito	Acceso al crédito (financiar operación internacional)		3.2	3.3	1	5
<b>Puntaje Percepción de Barreras:</b>						<b>3.63</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.

## 5.5. Perfil del Empresario



### Potencial Exportador

(S) Alto nivel de significancia en el modelo Colombiano  
(T) Muestra una tendencia

### d. Perfil del Empresario (10%)

Variables	Indicadores de medición		Promedio Invest Emp No Exportadoras	Promedio Invest Emp Exportadoras	Información Específica empresa	Calificación (/5)
* Nivel de estudios	Año de estudios total (más de 17 años de estudio)	(S)		36.10%	16 años de estudio Y 30 años de	4.5
* Percepción de la actividad internacional-riesgo, crecimiento, impacto costos	Son las que más contribuirán al crecimiento de la empresa	(S)	n.d.	n.d.	3	3.8
	Disminuirán los costos operacionales de la empresa	(S)	n.d.	n.d.	6	
	Son de alto riesgo	(S)	3.72	4.37	1	
<b>Puntaje Perfil del Gerente</b>						<b>4.17</b>

*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.*

## 5.6. Conclusión Medición del Potencial Exportador



### Potencial Exportador

(S) Alto nivel de significancia en el modelo Colombiano  
(T) Muestra una tendencia

### Conclusión Medición del Potencial Exportador de la Empresa

Comportamiento de Expansión	35%	3.79
Capacidades Competitivas	35%	4.26
Percepción de Barreras	25%	3.63
Perfil del Gerente	5%	4.17
<b>Total</b>		<b>3.9</b>

*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de la Encuesta del Potencial Exportador.*

6. Mapa Competencia Internacional. Principales Exportadores de Tarjetas de Felicitación Año 2012.



Fuente: Tomado de (Trade Map, 2012c)

## 7. Matriz de selección de Mercados

### 7.3. Matriz de Variables Macroeconómicas

#### 7.3.1. Estados Unidos, Republica Dominicana y Guatemala



Variables de Macroeconómicas		1 Estados Unidos			2 República Dominicana			3 Guatemala		
ETAPA I		Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
Capital	Ponderación	Washington			Santo Domingo			Ciudad de Guatemala		
Moneda		Dólar USD			Peso DOP			Quetzal GTQ		
1	PIB	\$16,244,600,000,000	5	0,20	\$59,047,202,158	3,80	0,15	\$50,233,749,191	3,80	0,15
2	PIB (Variación)	2,8%	3	0,12	3,9%	3,50	0,14	3%	3,30	0,13
3	PIB PER CAPITA	\$51.749	3	0,10	\$5.746	4,30	0,17	\$3.331	4,50	0,18
4	PIB PER CÁPITA (Variación)	3,80%	3	0,10	4,61%	5,00	0,20	2,71%	3,00	0,12
5	Inflación	2,10%	5	0,20	3,7%	4,30	0,17	3,8%	4,50	0,18
6	Inflación (Variación)	-34,38%	4,5	0,18	-56,47%	4,80	0,19	-38,71%	4,50	0,18
7	Tasa Desempleo	8,10%	4,30	0,17	14,70%	5,00	0,20	4,10%	4,00	0,16
8	Tasa Desempleo (Variación)	-8,99%	4	0,16	0,68%	2,30	0,09	41,38%	1,00	0,04
9	Población	51.927.000	5	0,40	10.276.621	3,80	0,30	15.082.831	3,80	0,30
10	Exportaciones	\$ 1.564.000.000.000	5	0,25	\$ 9.079.000.000	3,20	0,16	\$ 10.090.000.000	3,30	0,17
11	Importaciones	\$ 2.299.000.000.000	5	0,40	\$ 17.760.000.000	3,30	0,26	\$ 15.840.000.000	3,00	0,24
12	Balanza Comercial	\$ (735.000.000.000)	5	0,40	\$ (8.681.000.000)	4,60	0,37	\$ (5.750.000.000)	4,30	0,34
13	Facilidad para hacer negocios /Doing Business	4	5	0,40	117	2,30	0,18	79	3,00	0,24
14	Cumplimiento Contractual	11	5	0,40	81	3,80	0,30	97	3,00	0,24
15	Devaluación	0	5	0,30	5,31%	3,80	0,23	-0,03%	4,70	0,28
16	Idioma	Inglés/Español	4	0,20	Español	5,00	0,25	Español	5,00	0,25
17	Riesgo de no pago	AA+	5	0,40	B+	2,70	0,22	BB	3,50	0,28
18	Riesgo Político	Bajo	5	0,40	Medio	3,00	0,24	Medio	3,00	0,24
<b>TOTAL</b>				<b>4,78</b>			<b>3,84</b>			<b>3,73</b>

Fuente: Elaboración Propia 2013. Datos tomados de Banco Mundial, Central Intelligence Agency, Doing Business y Data Marts.

7.3.2. Salvador, Honduras y Costa Rica



Variables de Macroeconómicas		4 El Salvador			5 Honduras			6 Costa Rica		
ETAPA I	Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
Capital		San Salvador			Tegucigalpa			San José		
Moneda		Dólar USD			Lempira HNL			Costa Rican Colón CRC		
1 PIB	4%	\$23,864,400,000	3,20	0,128	\$18,434,022,403	3	0,12	\$45,103,963,693	3,7	0,15
2 PIB (Variación)	4%	1,9%	3,00	0,120	3,9%	3,5	0,14	5,10%	4,5	0,18
3 PIB PER CAPITA	4%	\$3.790	5,00	0,200	\$2.323	4,0	0,16	\$9.386	4	0,14
4 PIB PER CAPITA (Variación)	4%	2,46%	4,70	0,188	2,70%	3,70	0,15	8,37%	4,30	0,17
5 Inflación	4%	1,7%	5,00	0,200	5,2%	3,8	0,15	4,5%	4	0,16
6 Inflación (Variación)	4%	-66,67%	4,80	0,192	-23,53%	4	0,16	-8,16%	3,8	0,15
7 Tasa Desempleo	4%	6,10%	3,20	0,128	4,50%	4,00	0,16	7,80%	2,00	0,08
8 Tasa Desempleo (Variación)	4%	-7,58%	4,00	0,160	2,27%	2,5	0,10	1,30%	2	0,08
9 Población	8%	6.297.394	3,30	0,264	7.935.846	3,5	0,28	4.805.295	3	0,24
10 Exportaciones	5%	\$ 5.447.000.000	2,50	0,125	\$ 7.931.000.000	3	0,15	\$ 11.440.000.000	3,5	0,18
11 Importaciones	8%	\$ 9.912.000.000	2,50	0,200	\$11.180.000.000	2,7	0,22	\$ 16.750.000.000	3,2	0,26
12 Balanza Comercial	8%	\$ (4.465.000.000)	4,00	0,320	\$ (3.249.000.000)	4	0,32	\$ (5.310.000.000)	4,3	0,34
13 Facilidad para hacer negocios /Doing Business	8%	118	2,30	0,184	127	1,8	0,14	102	2,5	0,20
14 Cumplimiento Contractual	8%	68	4,30	0,344	182	1	0,08	130	2,5	0,20
15 Devaluación	6%	0	5,00	0,300	3,51%	4	0,24	0,36%	4,7	0,28
16 Idioma	5%	Español	5,00	0,250	Español	5	0,25	Español	5	0,25
17 Riesgo de no pago	8%	BB-	3,00	0,240	B	2,5	0,20	BB	3,5	0,28
18 Riesgo Político	8%	Alto	1,00	0,080	Medio	3	0,24	Medio-Bajo	4	0,32
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>3,623</b>			<b>3,26</b>			<b>3,66</b>

Fuente: Elaboración Propia 2013. Datos tomados de Banco Mundial, Central Intelligence Agency, Doing Business y Data Marts.

### 7.3.3. Panamá, Ecuador y Venezuela



Variables de Macroeconómicas		7 Panamá			8 Ecuador			9 Venezuela		
ETAPA I	Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
Capital		Ciudad de Panamá			QUITO			Caracas		
Moneda		Dólar USD			Dólar USD			Bolívar Fuerte VEF		
1 PIB	4%	\$ 36.252.500.000	3,5	0,14	\$84.039.856.000	4,00	0,16	\$381.286.237.848	4,7	0,19
2 PIB (Variación)	4%	10,70%	5	0,20	5,1%	4,50	0,18	5,60%	4,5	0,18
3 PIB PER CAPITA	4%	\$9.534	4	0,16	\$5.425	2,70	0,11	\$12.729	2,3	0,09
4 PIB PER CÁPITA (Variación)	4%	13,87%	4,50	0,18	7,75%	3,30	0,13	18,65%	5	0,20
5 Inflación	4%	5,7%	3,5	0,14	5,1%	3,80	0,15	21,1%	1	0,04
6 Inflación (Variación)	4%	-3,39%	3,5	0,14	13,33%	2,70	0,11	-19,2%	3,2	0,13
7 Tasa Desempleo	4%	4,00%	4,90	0,20	4,10%	3,20	0,13	8,1%	3,50	0,14
8 Tasa Desempleo (Variación)	4%	-11,11%	5	0,20	-2,38%	3,50	0,14	-2,41%	3,5	0,14
9 Población	8%	3.802.281	3	0,24	15.492.264	4,30	0,34	29.954.782	4,5	0,36
10 Exportaciones	5%	\$ 18.910.000.000	3,6	0,18	\$ 24.650.000.000	3,80	0,19	\$ 97.340.000.000	4,7	0,24
11 Importaciones	8%	\$ 24.690.000.000	3,5	0,28	\$ 24.580.000.000	3,50	0,28	\$ 59.310.000.000	4,5	0,36
12 Balanza Comercial	8%	\$ (5.780.000.000)	4,5	0,36	\$ 70.000.000	2,00	0,16	\$ 38.030.000.000	2,5	0,20
13 Facilidad para hacer negocios /Doing Business	8%	55	3,8	0,30	135	1,50	0,12	181	1	0,08
14 Cumplimiento Contractual	8%	127	2,5	0,20	99	3,00	0,24	92	3,3	0,26
15 Devaluación	6%	0	5	0,30	0	5,00	0,30	31,82%	1	0,06
16 Idioma	5%	Español	5	0,25	Español	5,00	0,25	Español	5	0,25
17 Riesgo de no pago	8%	BBB	4	0,32	B	2,50	0,20	B	2,5	0,20
18 Riesgo Político	8%	Medio-Bajo	4	0,32	Alto	1,00	0,08	Alto	1	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>4,11</b>			<b>3,27</b>			<b>3,20</b>

Fuente: Elaboración Propia 2013. Datos tomados de Banco Mundial, Central Intelligence Agency, Doing Business y Data Marts.

### 7.3.4. Perú y Chile



Variables de Macroeconómicas		10 Perú			11 Chile		
ETAPA I	Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
Capital		Lima			Santiago		
Moneda		Nuevo Sol PEN			Peso CLP		
1 PIB	4%	203.790.266.510	4,3	0,17	269.869.337.788	4,5	0,18
2 PIB (Variación)	4%	6,30%	4,8	0,19	5,60%	4,5	0,18
3 PIB PER CAPITA	4%	\$6.796	3,1	0,12	\$15.452	3,7	0,15
4 PIB PER CÁPITA (Variación)	4%	11,19%	2,70	0,11	6,47%	4,00	0,16
5 Inflación	4%	3,7%	4,3	0,17	3,0%	4,5	0,18
6 Inflación (Variación)	4%	8,8%	3	0,12	-9,09%	3,8	0,15
7 Tasa Desempleo	4%	3,9%	0,00	0,00	6,40%	4,70	0,19
8 Tasa Desempleo (Variación)	4%	8,33%	2	0,08	-9,86%	4,5	0,18
9 Población	8%	29.987.800	4,5	0,36	17.464.814	4,3	0,34
10 Exportaciones	5%	\$45.640.000.000	4,3	0,22	\$ 78.280.000.000	4,6	0,23
11 Importaciones	8%	\$41.110.000.000	4	0,32	\$ 74.860.000.000	4,7	0,38
12 Balanza Comercial	8%	\$ 4.530.000.000	2,7	0,22	\$ 3.420.000.000	3	0,24
13 Facilidad para hacer negocios /Doing Business	8%	42	4	0,32	34	4,5	0,36
14 Cumplimiento Contractual	8%	105	2,8	0,22	64	4	0,32
15 Devaluación	6%	8,02%	3	0,18	9,85%	2,7	0,16
16 Idioma	5%	Español	5	0,25	Español	5	0,25
17 Riesgo de no pago	8%	BBB+	4,5	0,36	AA	4,7	0,38
18 Riesgo Político	8%	Medio	3	0,24	Bajo Medio	4,5	0,36
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>3,65</b>			<b>4,39</b>

Fuente: Elaboración Propia 2013. Datos tomados de Banco Mundial, Central Intelligence Agency, Doing Business y Data Marts.

## 7.4. Variables de Comercio Internacional

### 7.4.1. Estados Unidos, Chile, Perú y Costa Rica



Variables Comercio Internacional			Estados Unidos			Chile			Perú			Costa Rica		
ETAPA I		Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
1	Exportaciones del producto seleccionado	8%	\$130,993.00	5	0.40	\$ 453.00	4.3	0.34	\$335.00	4.2	0.336	\$46	3.6	0.00
2	Importaciones del producto seleccionado	8%	\$459,835.00	5	0.40	\$ 660.00	4.3	0.34	\$465.00	4.2	0.336	\$536	4.2	0.34
3	Balanza Comercial del Producto	11%	-\$328,842.00	5	0.55	\$ (207.00)	5	0.55	-\$130.00	5	0.550	-\$490	5	0.50
4	Participación / Exportaciones Colombianas Producto	10%	9.94%	4.7	0.47	4.23%	4	0.40	2.83%	3.5	0.350	4.58%	4.3	0.43
5	Crecimiento exportaciones Colombianas 10%	5%	61.83%	4.5	0.23	2430.47%	5	0.25	19.15%	4	0.200	-37.26%	1.5	0.08
		5%	-17.51%	3.5	0.18	-45.14%	2.5	0.13	30.40%	5	0.250	-49.58%	2.5	0.13
6	Acuerdos Internacionales	15%	TLC	5	0.75	TLC	5	0.75	Comunidad Andina CAN	5	0.750	Acuerdo Suscrito	4	0.60
7	Barreras No arancelarias	10%	Barreras Técnicas: Escaneo de contenedores	4	0.40	Certificado de Origen	4	0.40	Certificado de origen y Licencia de importación	3.5	0.350	Licencia de importación para determinados bienes, no para tarjetas de felicitación.	5	0.00
8	Barreras Arancelarias (Aranceles)	10%	0%	5	0.50	6%	3.5	0.35	0%	5	0.500	14%	1	0.10
9	Tipo de cambio US	9%	\$1.00	5	0.45	\$0.002	3	0.27	\$0.36	4.3	0.387	\$0.00	3.3	0.26
10	Tipo de cambio COP	9%	\$1,944.28	5	0.45	\$3.64	3	0.27	\$693.15	4.3	0.387	\$3.90	3.3	0.26
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>			<b>4.77</b>			<b>4.05</b>			<b>4.396</b>			<b>2.69</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de Bacex, ICEX y Trade Map.

## 7.4.2. Guatemala, Republica Dominicana y El Salvador



Variables Comercio Internacional		Guatemala			República Dominicana			Salvador			
ETAPA I		Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	
1	Exportaciones del producto seleccionado	8%	\$ 12	3	0.00	\$ 72	4	0.32	\$ 47	3.6	0.29
2	Importaciones del producto seleccionado	8%	\$ 400	4	0.32	\$ 879	4.5	0.36	\$ 358	3.8	0.30
3	Balanza Comercial del Producto	11%	\$ (388)	5	0.50	\$ (807)	5	0.55	\$ (311)	5	0.55
4	Participación / Exportaciones Colombianas Producto	10%	4.77%	4.3	0.43	1.65%	3	0.30	4.4%	4.1	0.41
5	Crecimiento exportaciones Colombianas 10%	5%	23.17%	4.3	0.22	-52.25%	1	0.05	144.38%	5	0.25
		5%	-43.81%	2	0.10	-1.43%	3.5	0.18	-66.987%	1	0.05
6	Acuerdos Internacionales	15%	TLC	5	0.75	No acuerdo	1	0.15	TLC	5	0.75
7	Barreras No arancelarias	10%	4	0.00	(2) Facturas Consulares requeridos para todos los envíos valorados en más de US\$ 100.	3.5	0.35	Tres (3) certificados de origen, certificados por la cámara de comercio y legalizados por el consulado.	3	0.30	
								Licencia de importación			
8	Barreras Arancelarias (Aranceles)	10%	15%	1	0.10	20%	1	0.10	15%	1	0.10
9	Tipo de cambio US	9%	\$ 1	5	0.30	\$ 0.024	3.4	0.31	\$ 1	5	0.45
10	Tipo de cambio COP	9%	\$ 246.50	3.8	0.30	\$ 45.77	3.4	0.31	\$ 1,944.28	5	0.45
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>			<b>3.02</b>			<b>2.97</b>			<b>3.90</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de Bacex, ICEX y Trade Map.

## 7.5. Variables de selección

### 7.5.1. Estados Unidos, Perú y Chile



Variables de Selección		Estados Unidos			Peru			Chile			
ETAPA III		Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
1	Presencia de los principales competidores nacionales	20%	Tarjecolsa S.A. Palabritas Ltda Nano S.A. D imagen tuidt ltda Canelo regalos y tarjetas S.A.S	5	1.00	Tarjecolsa S.A		0.60	Tarjetas Exklusivas munoz y compania Ltda Tarjecolsa S.A Love Collection S.A		0.80
2	Perfil Logístico	25%	3.94	3.94	0.99	2.93	3 2.93	0.73	3.17	4 3.17	0.79
3	Canales de Distribución	10%	Cadenas de Supermercados: Walmart, Safeway, CVS, Target, Giant. Detallistas: Party Depot, Party City.	5	0.50	Hipermercados, Supermercados, Bodegas, Mercados minorista, Autoservicios (supermercados): Supermercados Peruanos: Plaza Vea, Vivanda, Economax y MASS Cencosud: Metro y Wong. Grupo Falabella: Tottus Cash&Carry: MAKRO Departamentales: Saga Falabella, Ripley, Oeshle, Estylos, Topy Top, Paris	5	0.50	Supermercados: Walmart, Cencosud, SMU, Fallabela, Monserrat y Otros. Mayoristas: SMU Canal Tradicional Tiendas: La Polar, Fallabela, Ripley, Paris y Jumbo. Multitiendas: Pequeñas tiendas.	5.00	0.50
4	Ferias de contacto empresarial	10%	National Stationery Show New York, NY www.nationalstationeryshow.com SURTEX New York, NY www.surtex.com San Francisco International Gift Fair	5	0.50	Peru gift show GRAFINCA SUR 2014 Arequipa – Perú: Fechas: Abril.2014	4.3	0.43	EXPOCORMA International Forestry, Pulp and Paper Machinery and Products Exhibition and Demonstration	3.8	0.38
5	Festividades (Oportunidades de negocio)		San Valentin Dia Internacional de la mujer Dia de la madre-padre	5	0.50	San Valentin Dia Internacional de la mujer Dia de la madre-padre		0.50			0.50
6	Derechos de propiedad	10%		33	5	102	5 2.5	0.25		5 35	0.50
7	Proteccion de propiedad intelectual	15%		25	5	120	1	0.15		60	0.53
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>			<b>4.74</b>			<b>3.16</b>			<b>4.00</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de Bacex, Banco Mundial, ICEX, y Foro Económico Mundial.

7.5.2. Salvador y Panamá



Variables de Selección		Salvador			Panamá		
ETAPA III	Ponderación	Descripción	Valor	Calificación	Descripción	Valor	Calificación
1	20%	Tarjetas exclusivas Muñoz y CIA Ltda Tarjecolsa S.A. Canelo Regalos y Tarjetas S.A.S. ZEA Diseño Ltda		0.800	ZEA Diseño S.A. Tarjetas Exclusivas Munos y CIA Ltda Love Collection S.A.		0.80
2	25%	2.60	4	0.650	2.93	4	0.73
3	10%	Pocos canales de distribución. Tiendas detallistas. Supermercados Walmart	3	0.300	Supermercados Rey, Riba Smith, Súper 99, Machetazo y Extra. Canales de distribución concentrados. La cadena de comercialización es corta, una única empresa se puede integrar verticalmente y ser Importadores, distribuidores, puntos de venta mayoristas y minoristas	4	0.40
5		Festividades (Oportunidades de negocio)		0.500			0.50
6	10%	Derechos de propiedad	5	0.200	5	0.45	0.45
7	15%	Protección de propiedad intelectual	112	0.300	44	4.5	0.68
<b>TOTAL</b>				<b>2.750</b>			<b>3.96</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de Bacex, ICEX y Trade Map.

7.6. Ferias de Expresión Social en Estados Unidos

Nombre	Fecha	Estado	Ciudad	Lugar
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT -	Oct. 2014	California	Anaheim, CA	Anaheim Convention Center
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT - DEL	Oct. 2014	California	Del Mar, CA	Del Mar Fairgrounds
CALIFORNIA GIFT SHOW	31.01 - 03.02	California	Los Angeles, CA	Los Angeles Convention Center
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT -	Sept. 2014	California	Pleasanton, CA	Alameda County Fairgrounds
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT -	06.12 - 08.12	California	Pomona, CA	Fairplex
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT -	Nov. 2014	California	Sacramento, CA	Cal-Expo
SAN FRANCISCO CHRISTMAS CASH & CARRY GIFT	Nov. 2014	California	San Francisco, CA	Concourse Exhibition Center
SFIGF - SAN FRANCISCO INTERNATIONAL GIFT FAIR	15.02 - 18.02	California	San Francisco, CA	Moscone Convention Center
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT - SAN	Nov. 2014	California	San Jose, CA	San Jose McEnery Convention
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT - SAN	Nov. 2014	California	San Mateo, CA	San Mateo County Event Center
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT -	Oct. 2014	California	Ventura, CA	Ventura County Fairgrounds
SOUTHERN CHRISTMAS SHOW - CHARLOTTE, NC	Nov. 2014	Carolina del	Charlotte, NC	Charlotte Convention Center
GRAND STRAND GIFT & RESORT MERCHANDISE SHOW	08.12 - 11.12	Carolina del	Myrtle Beach, SC	Sheraton Myrtle Beach Convention
WASHINGTON CRAFT SHOW	Nov. 2014	Distrito	Washington D.C.	Washington D.C. Convention Center
FORT LAUDERDALE GIFT SHOW	23.08 - 26.08	Florida	Fort Lauderdale, FL	Greater Fort Lauderdale / Broward
GIFTS & PREMIUMS - MIAMI	19.06 - 21.06	Florida	Miami, FL	Miami Beach Convention Center
HOME PRODUCTS - MIAMI	19.06 - 21.06	Florida	Miami, FL	Miami Beach Convention Center
GRAPHICS OF THE AMERICAS	27.02 - 01.03.201	Florida	Orlando, FL	Orange County Convention Center
ORLANDO GIFT SHOW	25.01 - 27.01	Florida	Orlando, FL	Orange County Convention Center
GULF COAST GIFT SHOW	20.10 - 22.10	Florida	Panama City, FL	Edgewater Beach and Golf Resort

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos Tomados de (Events Eye, 2013)

Nombre	Fecha	Estado	Ciudad	Lugar
PALM BEACH FINE CRAFT SHOW	28.02 - 01.03	Florida	West Palm Beach, FL	Palm Beach County Convention
CHICAGO GIFT MARKET	16.01 - 22.01	Illinois	Chicago, IL	The Merchandise Mart - Chicago
THE CHICAGO MARKET: LIVING AND GIVING	18.09 - 19.09	Illinois	Chicago, IL	The Merchandise Mart - Chicago
GRAPH EXPO 2014	28.09.-	Illinois	Chicago, IL	McCormick Place
WINDY CITY GIFT SHOW	18.01 - 21.01	Illinois	Rosemont, IL	Donald E. Stephens Convention
BOSTON GIFT SHOW	23.03 - 26.03	Massachuse	Boston, MA	Boston Convention & Exhibition
OCEAN CITY RESORT GIFT EXPO	Nov. 2014	Meryland	Ocean City, MD	Ocean City Convention Center
HARVEST FESTIVAL - ORIGINAL ART & CRAFT - LAS	Sept. 2014	Nevada	Las Vegas, NV	Cashman Center
ASD GIFT EXPO	16.03 - 19.03	Nevada	Las Vegas, NV	Las Vegas Convention Center
LAS VEGAS SOUVENIR & RESORT GIFT SHOW	17.09 - 20.09	Nevada	Las Vegas, NV	Las Vegas Convention Center
NY NOW	01.02 - 06.02	Nueva York	New York, NY	Jacob K. Javits Convention Center
NATIONAL STATIONERY SHOW	18.05-	Nueva York	New York, NY	Jacob K. Javits Convention Center
PORTLAND CHRISTMAS CASH & CARRY GIFT SHOW	Oct. 2014	Oregón	Portland, OR	Oregon Convention Center
PORTLAND CHRISTMAS CASH & CARRY SHOW	18.10 - 20.10	Oregón	Portland, OR	Oregon Convention Center
PORTLAND GIFT & ACCESSORIES SHOW	08.03 - 10.03	Oregón	Portland, OR	Oregon Convention Center
PHILADELPHIA GIFT SHOW	04.01 - 07.01	Pensilvania	Philadelphia, PA	Greater Philadelphia Expo Center
THE SMOKY MOUNTAIN GIFT SHOW	Nov. 2014	Tennessee	Gatlinburg, TN	Gatlinburg Convention Center
GALVESTON GIFT & RESORT MERCHANDISE	13.10 - 15.10	Texas	Galveston, TX	Galveston Island Convention Center
SEATTLE CHRISTMAS CASH & CARRY SHOW	Oct. 2014	Washington	Seattle, WA	Washington State Convention &
SEATTLE GIFT SHOW	18.01 - 21.01	Washington	Seattle, WA	Washington State Convention &
THE SEATTLE GIFT SHOW	18.01 - 21.01	Washington	Seattle, WA	Washington State Convention &

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos Tomados de (Events Eye, 2013)

8. Socios Comerciales Estados Unidos

8.3. Grafico Importaciones de Tarjetas de Felicitación en Estados Unidos Año 2012



*Fuente: Elaboración Propia, 2013. (Trade Map, 2012d)*

8.4. Grafico Exportaciones de Tarjetas de Felicitación en Estados Unidos Año 2012



Fuente: Elaboración Propia, 2013. (Trade Map, 2012d)

## 9. Socios Comerciales Chile

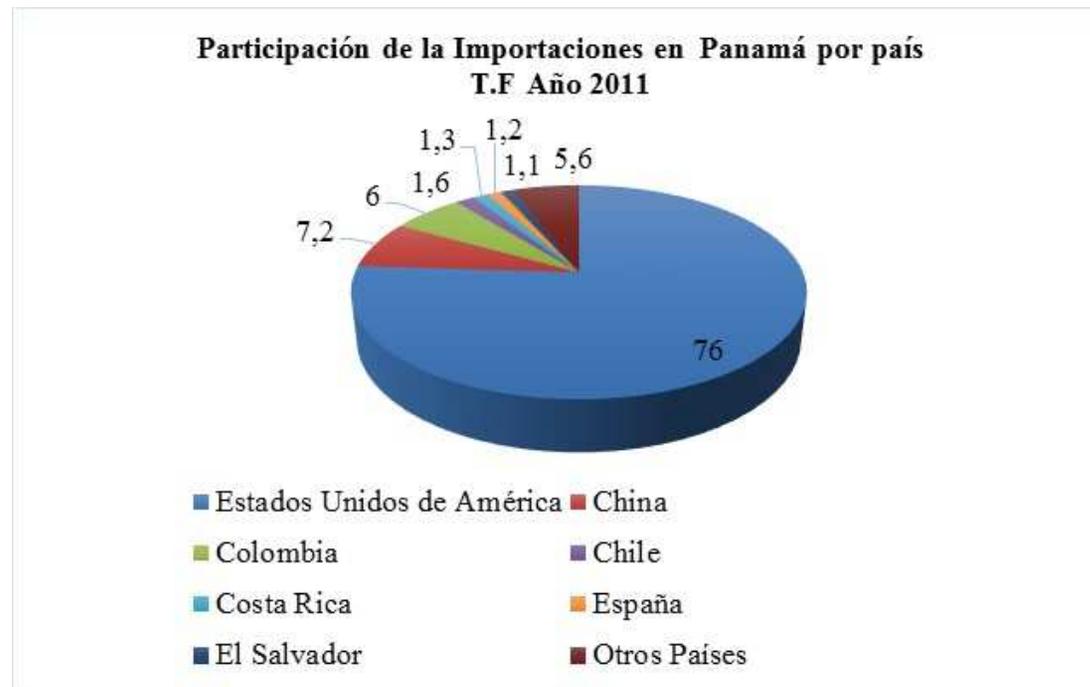
### 9.3. Grafico Importaciones de Tarjetas de Felicitación en Chile Año 2012



*Fuente: Elaboración Propia, 2013. (Trade Map, 2012e)*

## 9. Socios Comerciales Panamá

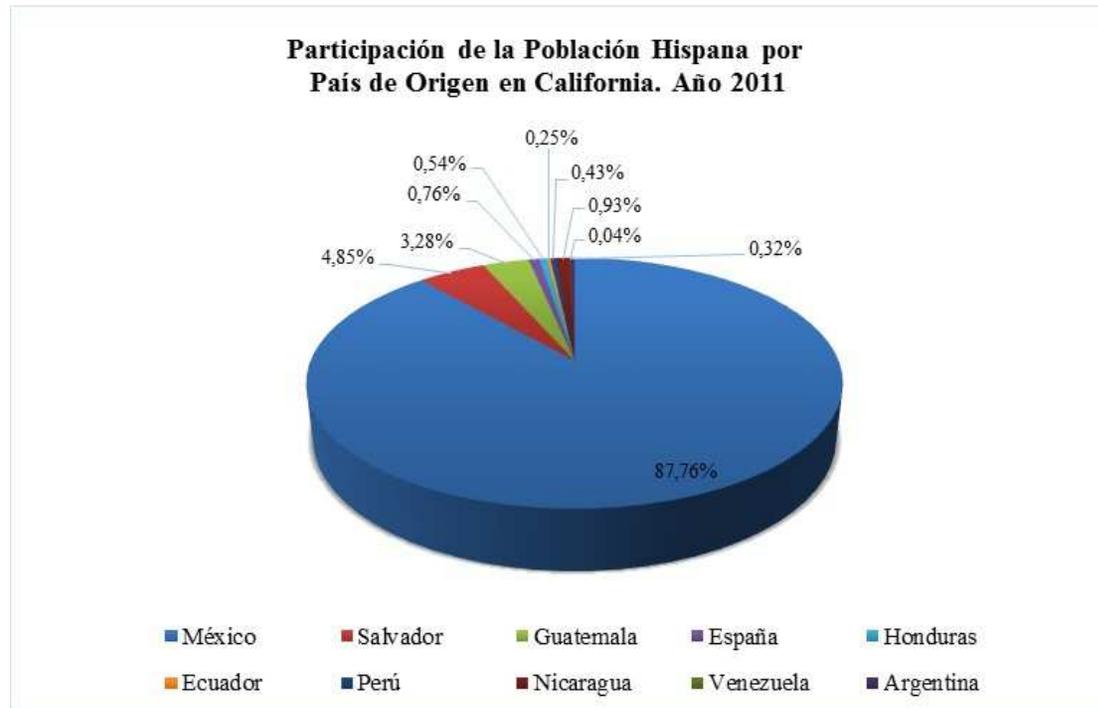
### 9.1. Grafico Importaciones de Tarjetas de Felicitación en Panamá Año 2011



*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Trade Map , 2011)*

## 10. Participación de la Población Hispana en los cinco Estados principales de Estados Unidos

### 10.1. California



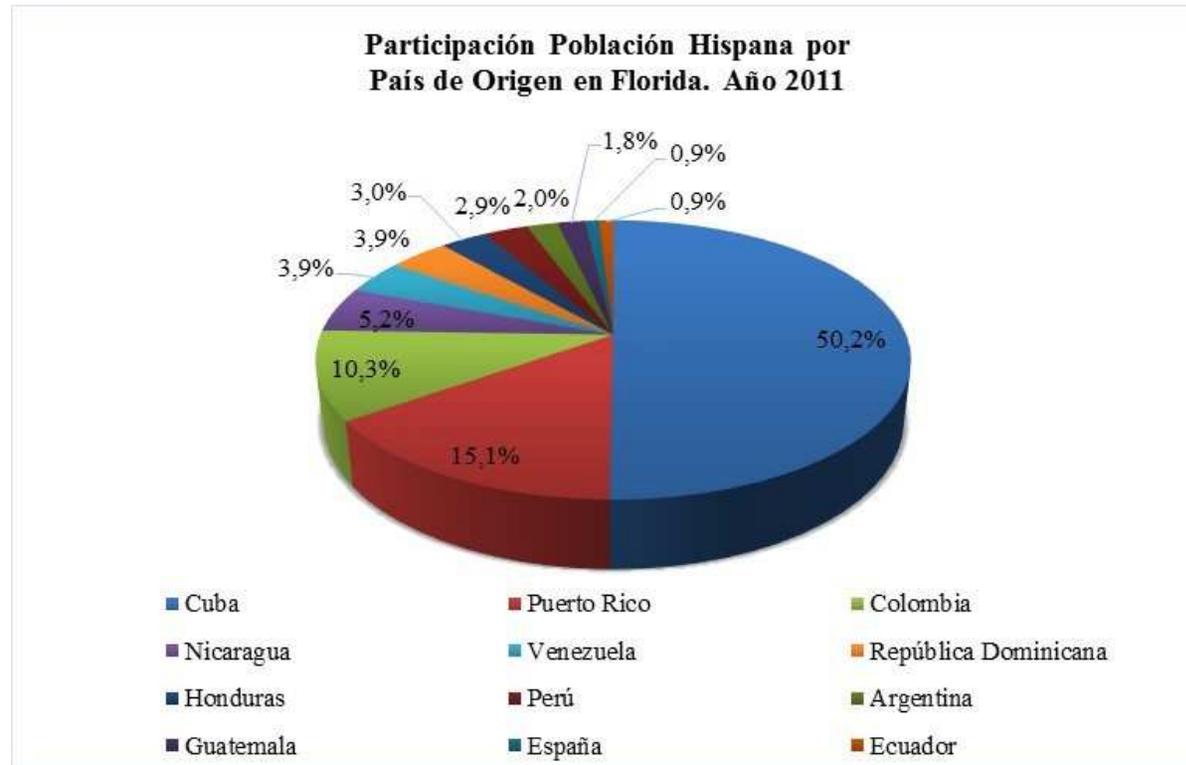
*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Pew Research Center , 2011)*

10.2. Texas



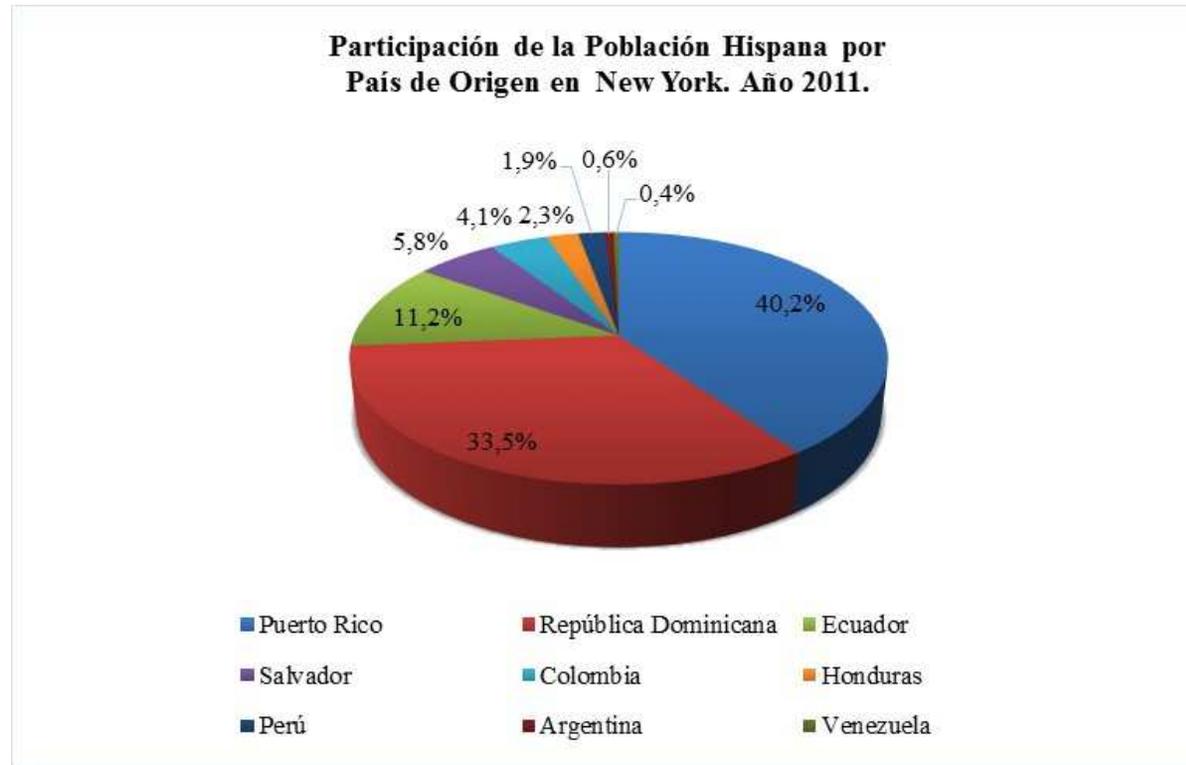
*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Pew Research Center , 2011)*

### 10.3. Florida



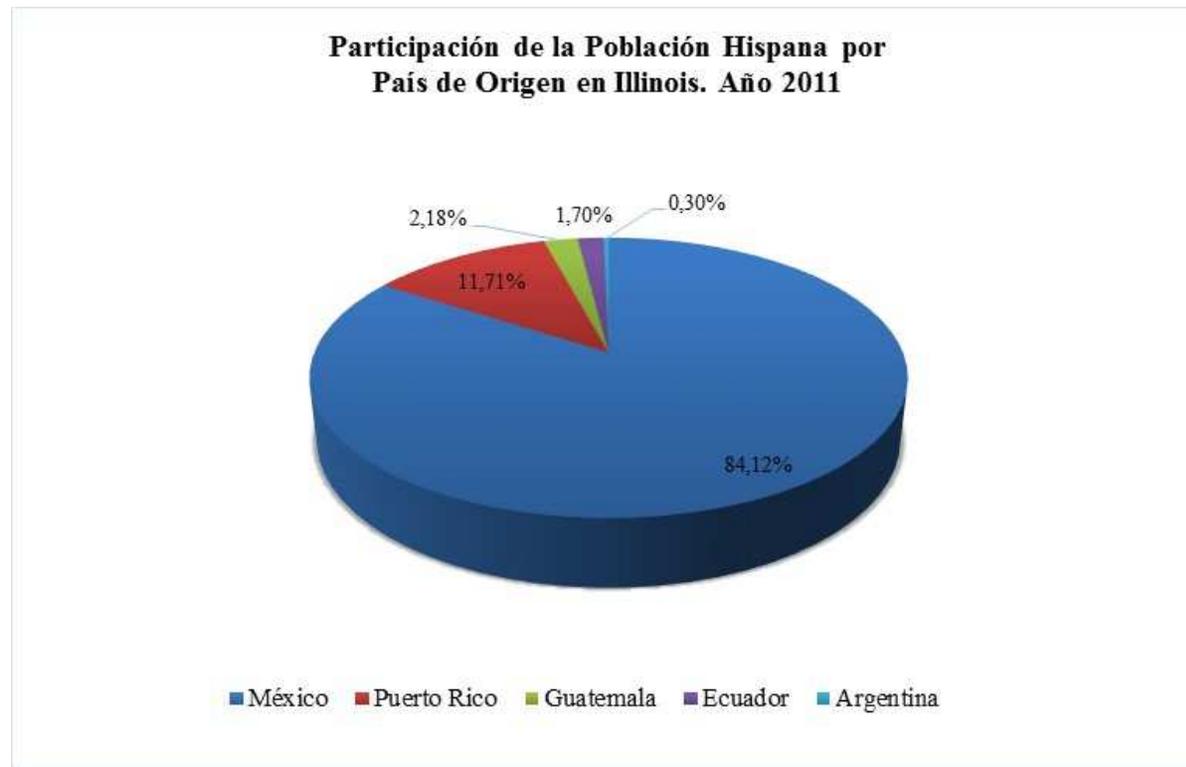
*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Pew Research Center , 2011)*

#### 10.4. New York



*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Pew Research Center , 2011)*

## 10.5. Illinois



*Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Pew Research Center, 2011)*

## 11. Trabajo de Campo

### 11.1. Tablas de Celebraciones Especiales

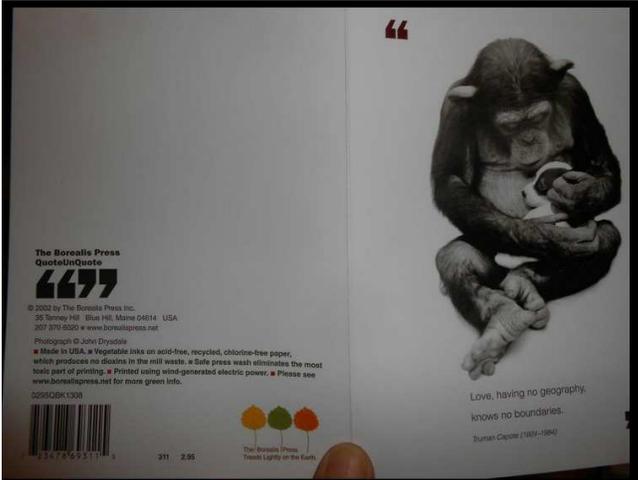
Festividad en Inglés	Traducción Español	Festividad en Inglés	Traducción Español
Hanukkah 11/28	Fiesta Judía (Dedicación)	Mother's Day 5/11	Día de la Madre
Christmas 12/25	Navidad	Armed Forces Day 5/17	Día de las fuerzas Armadas
Kwanzaa 12/26	Fiesta Americana- Africana	Memorial Day 5/26	Día de recordación
New Year's Day 1/1	Año Nuevo	Father's Day 6/15	Día del padre
Chinese New Year 1/31	Año Nuevo China	Canada Day (CAN) 7/1	Día de Canadá
Groundhog Day 2/2	Día de la marmota	Independence Day 7/4	Día de la independencia
Valentine's Day 2/14	Día de San Valentín	Eid al-Fitr 7/29	Fiesta Musulmana
St. Patrick's Day 3/17	Día de San Patrick	Friendship Day 8/3	Día de la amistad
April Fools' Day 4/1	Día de los chistes	Grandparents Day 9/8	Día de los abuelos
Passover 4/15	Pascua Judía	Rosh Hashanah 9/24	Año Nuevo Judío
Tax Day 4/15	Día de los impuestos	Yom Kippur 10/3	Día de la expiación (Judía)
Easter 4/20	Día de Pascua	National Boss Day 10/16	Día Nacional del jefe
Earth Day 4/22	Día de la tierra	Sweetest Day 10/19	Día del Dulce
Admin Prof Day 4/23	Día del Profesional	Halloween 10/31	Halloween
Cinco de Mayo 5/5	Cinco de Mayo	Diwali 11/3	Festival Hindú
Nurses Day 5/6	Día de la Enfermera	Veterans Day 11/11	Día de los Veteranos de
Teacher Appreciation	Día del profesor	Thanksgiving 11/28	Día de Acción de Gracias

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Hallmark, 2013)

Celebración en Inglés	Traducción Español	Para		
Anniversary (109)	Aniversario	<b>Ella</b>	<b>El</b>	<b>Otro</b>
Anytime (215)	Cualquier Ocasión	Mamá	Papá	Profesional Administrativo
Baby (48)	Bebe "Recién Nacido"	Hija	Hijo	Jefe
Back to School (21)	Regreso al colegio	Esposa	Esposo	Compañero de trabajo
Birthday (420)	Cumpleaños	Hermana	Hermano	Profesor
Congratulations (27)	Felicitaciones	Sobrina	Sobrino	Amigos
Encouragement (83)	Apoyo (Animo)	Tía	Tío	Niños
Get Well (30)	Recuperación	Nieta	Nieto	
Good Luck (8)	Buena Suerte	Abuela	Abuelo	
Graduation (71)	Graduación	<b>Dibujos Animados</b>		
Military	Apreciación Militar	Looney	Garfield™	
Quinceañera (11)	Quinceañera	Capitán	Glee™	
Religious	Eventos Religiosos	Cenicienta	Looney Tunes	
Sympathy (54)	Pésame	Disney	Madagascar™	
Thank You (69)	Gracias	Lion King	Mickey Mouse	
Wedding (48)	Boda	Toy Story	Minnie Mouse	
Workplace (15)	Lugar de Trabajo			

Fuente: Elaboración Propia, 2013. Datos tomados de (Hallmark, 2013)

11.2. Diseño Exterior Tarjetas de Felicitación



Fuente: Elaboración propia, 2013. Trabajo de Campo.

11.3. Diseños de Tarjetas de Felicitación



Fuente: Elaboración propia, 2013. Trabajo de Campo.

#### 11.4. Punto de Exhibición de Tarjetas de Felicitación en Target y BJ's



Fuente: Elaboración propia, 2013. Trabajo de Campo



Fuente: Elaboración propia, 2013. Trabajo de Campo

11.5. Gráfico de Acceso a los principales Puertos Marítimos de Estados Unidos



Fuente: Ilustración tomada de (PROEXPORT , 2013)

11.6. Líneas Navieras y consolidadores de carga con oferta de servicios en Estados Unidos



Fuente: Ilustración tomada de (PROEXPORT , 2013)

11.7. Gráfico de Acceso Aéreo desde Colombia hacia Estados Unidos



Fuente: Ilustración tomada de (PROEXPORT , 2013)

11.8. Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicios de carga a Estados Unidos

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia
	Todos los días	Todos los días
	Panamá-Panamá	Lunes a Sábado
	Directo	Todos los días
	Directo	Todos los días
	Directo	Lunes, Jueves, Sábados y Domingos
	Directo	Todos los días
	Directo	Todos los días
	Panamá-Panamá	Martes a Sábado

Fuente: Ilustración tomada de (PROEXPORT , 2013)