

Informe práctica empresarial

Comercializadora, consultores y distribuidores MYH S.A de C.V

David Alejandro Moncada Viloría

Informe final de prácticas para optar el título de profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Henry Giovanni Moran Cuan.

Magister en Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Dedicatoria

A mis padres y hermanas, por ser la base y guía en mi recorrido de vida, cada esfuerzo, apoyo y amor por parte de ellos forjaron cada paso en mi camino como estudiante universitario, siempre serán mi ejemplo y compañeros de vida.

A mis amigos, su compañía en este pequeño lapso de vida marcó un profundo amor y lealtad, quedan en mi existencia como seres extraordinarios, admirables y con un gran corazón.

Contenido

	Pag
Introducción.....	10
1. Informe final de practica empresarial en Comercializadora MYH	11
1.1. Justificación	11
1.2. Objetivos	11
1.2.1. General	11
1.2.2. Específicos	12
2. Perfil de la empresa	12
2.1. Razón social.....	13
2.2. Domicilio de la empresa y jefe inmediato.....	13
2.3. Objeto social	13
2.4. Misión	13
2.5. Visión	13
2.6. Organigrama	14
2.7. Portafolio de productos	14
3. Cargo y Funciones.....	19
3.1. Cargo	19
3.2. Funciones.....	19
4. Aportes.....	23

4.1. Aportes del practicante	23
4.2. Aportes de la empresa.....	24
4.3. Marco normativo	24
5. Recomendaciones	25
6. Conclusiones	26
Referencias	27
Apéndices	28

Lista de figuras

Figura 1. <i>Logo Empresarial</i>	12
Figura 2. <i>Organigrama MYH</i>	14
Figura 3. <i>Jitomate</i>	15
Figura 4. <i>Portafolio de productos</i>	16
Figura 5. <i>Modelo cubicaje</i>	18
Figura 6. <i>Productos textiles hacia Colombia</i>	20
Figura 7. <i>Mercado textil de Bioseguridad (Colombia)</i>	20
Figura 8. <i>Aranceles para Café colombiano en el mercado mexicano</i>	21
Figura 9. <i>Pago de contribución cafetera para su respectiva exportación</i>	21
Figura 10. <i>Estimado de producción mundial - Nuez Pecan</i>	22
Figura 11. <i>DFI del producto</i>	22
Figura 12. <i>Costos marítimos Shanghái</i>	23

Lista de apéndices

Apéndice A. <i>Propuestas de proveedores (insumos médicos)</i>	28
Apéndice B. <i>Modelo de negocios para insumos médicos</i>	29
Apéndice C. <i>Primer acercamiento a la nuez pecanera</i>	29
Apéndice D. <i>Potencial de exportación para la cerveza de malta en el mercado Chino</i>	30
Apéndice E. <i>Simulador de Costos para la zanahoria Jumbo (Aéreo y marítimo)</i>	30
Apéndice F. <i>Participación de empresas cafeteras en México</i>	31
Apéndice G. <i>Productos atractivos hacia el mercado pakistaní</i>	31
Apéndice H. <i>Histórico de exportaciones – Nuez Pecanera</i>	32
Apéndice I. <i>Diploma de finalización</i>	32

Glosario

Comercializadora: Sociedad mercantil especializada con una gran capacidad para detectar y generar negocios de larga duración y concretarlos en los diferentes mercados mundiales. Las C.I. son organismos calificados para evitar el fracaso y asegurar el éxito en una comercialización internacional. (Procolombia, sf)

Internacionalización: La capacidad que alcanza una empresa de poder comercializar sus productos o localizarse en otro país del mundo, que no sea su país de origen. La internacionalización permite el acceso a otros mercados, lo que posibilita el crecimiento económico. Intensifica el proceso del intercambio de cualquier tipo de bien entre los diferentes países del mundo. (Quiroa M. , 2019)

CEAP: El Programa de Prácticas Estudiantiles CEAP es una iniciativa lanzada en 2017 por el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico con el objetivo de apoyar a las empresas a diversificar su capital humano e impulsar la empleabilidad juvenil, el desarrollo de habilidades para el trabajo y el intercambio cultural entre estudiantes de Chile, Colombia, México y Perú. (ANDI, 2017)

Investigación de mercados: Proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información, dicha herramienta permite saber cómo responder a los cambios de gustos, preferencias y al comportamiento del mercado en general. (Quiroa M. , 2019)

Covid-19: La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China). (WHO, 2020)

Resumen

El desarrollo de las prácticas empresariales tiene como principal enfoque el fortalecimiento académico y profesional de los estudiantes recién egresados de la universidad Santo Tomas, este corto periodo de aprendizaje le brinda al estudiante habilidades y destrezas únicas para enfrentarse a la vida laboral que desenvolverá cada uno de los profesionales en Negocios internacionales. Mas que una practica es el vínculo entre el mundo laboral y académico compaginando en un mismo tiempo para establecer las bases del profesional del mañana.

A continuación, podrá conocer de manera minuciosa las actividades realizadas dentro de la comercializadora MYH ubicada en la ciudad de México y sus diferentes características profesionales como servicios y productos bajo la consultoría y asesoramiento de MYH. También podrá evidenciar las funciones realizadas y aportes orientados por el practicante para una mejora continua de la compañía.

Palabras Clave: Comercializadora, internacionalización, exportación, importación, investigación de mercados.

Abstract

The main point of the internship is the academic and professional strengthening of the students recently graduated from Santo Tomas University, this short learning period provides the student with unique skills and abilities to face the working life that each of the professionals in International Business will develop. More than an internship, it is the link between the working and academic world, combining in the same time to establish the basis for the professional of tomorrow.

Below, you will be able to know in detail the activities carried out within the MYH company located in Mexico City and its different professional characteristics such as services and products under MYH's consultancy and advice. It will also show the functions performed and contributions oriented by the intern for a continuous improvement of the company.

Key words: Commercialization, internationalization, export, import, market research.

Introducción

El siguiente informe se lleva a cabo con el apoyo y lineamiento del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico, donde se estableció una cooperación integrada hacia los egresados de diferentes universidades latinoamericanas para fomentar las alianzas entre países y así apoyar a los estudiantes en la introducción al nuevo mundo laboral. Debido a la contingencia mundial se llevaron a cabo las prácticas empresariales a través de la virtualidad creando nuevos espacios de trabajo bajo la nueva normalidad que atraviesan las empresas latinoamericanas.

1. Informe final de practica empresarial en Comercializadora MYH

1.1. Justificación

En el desarrollo de las prácticas profesionales con la empresa “Consultores y Distribuidores MYH” pude incursionar en el comercio internacional y su movimiento económico a través de los estudios de mercado y compraventa de mercancía que genera cada país a través de sus relaciones comerciales con diferentes países de la región, además se puede destacar el valor que se obtiene escalonadamente sobre la cadena de suministros a pesar de la coyuntura global que interpuso la pandemia por el Covid-19, esto trajo como resultado la importancia y reconocimiento de los negociadores internacionales para expandir los productos locales en mercados externos y la adquisición de la misma para su abastecimiento en el mercado nacional.

Con la ayuda del programa CEAP respaldada por la alianza del pacifico y el conocimiento brindado por la empresa comercializadora MYH me dio a entender la realidad que viven cada uno de los mercados internacionales en tiempos difíciles o de angustia, donde el mercado exterior no para a pesar de las circunstancias vividas a nivel económico y de abastecimiento global.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Consolidar los conocimientos y habilidades provistos por la carrera de Negocios Internacionales por medio de las prácticas empresariales dentro de “Consultores y Distribuidores MYH” de México, desde un enfoque investigativo de los mercados internacionales y su respectivo análisis hacia los mercados destino.

1.2.2. Específicos

- a) Realizar estrategias pertinentes para la comercialización y ampliación de productos y/o servicios que lleven al desarrollo de la compañía y su respectiva implementación para generar alianzas comerciales con clientes internacionales.
- b) Desarrollar informes periódicos (diarios y semanales) dirigidos al producto, matrices de costos y proveedores para su respectiva comercialización.
- c) Apoyar el departamento de ventas con investigaciones y acercamiento de clientes para efectuar operaciones comerciales optimas, llevando a cabo los pros y contras para la exportación de productos nacionales (México) en el mercado internacional.

2. Perfil de la empresa

Figura 1. Logo Empresarial



La comercializadora Consultores y Distribuidores MYH desde su llegada en el 2018 ofrece un servicio integral en comercio exterior con la finalidad de hacerle llegar a su empresa o negocio productos nuevos con la más alta calidad, con precios competitivos, satisfaciendo la necesidad del consumidor final, además de contar con líneas de envío y transportes adecuados dependiendo las necesidades para cada producto, también garantiza el tiempo y forma de entrega de sus embarques a través de un estricto seguimiento de monitoreo con la completa satisfacción de los clientes.

2.1. Razón social

La empresa se designa como Comercializadora, Consultores y Distribuidores MYH S.A de C.V.

2.2. Domicilio de la empresa y jefe inmediato.

- Teléfono (oficina).: (55) 7495 9017.
- E-mail: consultancydistmyhlogistics@gmail.com.
- Dirección: cerrda de la esmeralda 1, tercer piso, interior 5, colonia la joya chica, tlalnepantla de baz, estado de méxico, c.p. 54020.
- Jefe directo: Lic.Yolanda Martinez Escobar.

2.3. Objeto social

Comercialización, promoción, distribución, organización, importación, exportación, compraventa y arrendamiento de todo tipo de artículos y mercaderías.

2.4. Misión

Es una empresa mexicana dedicada a la comercialización, exportación, importación y distribución, ofreciendo una amplia variedad de productos, le ofrece un servicio integral en comercio exterior con la finalidad de hacerle llegar a su empresa o negocio productos nuevos con la más alta calidad, con precios competitivos, satisfaciendo la necesidad del consumidor final.

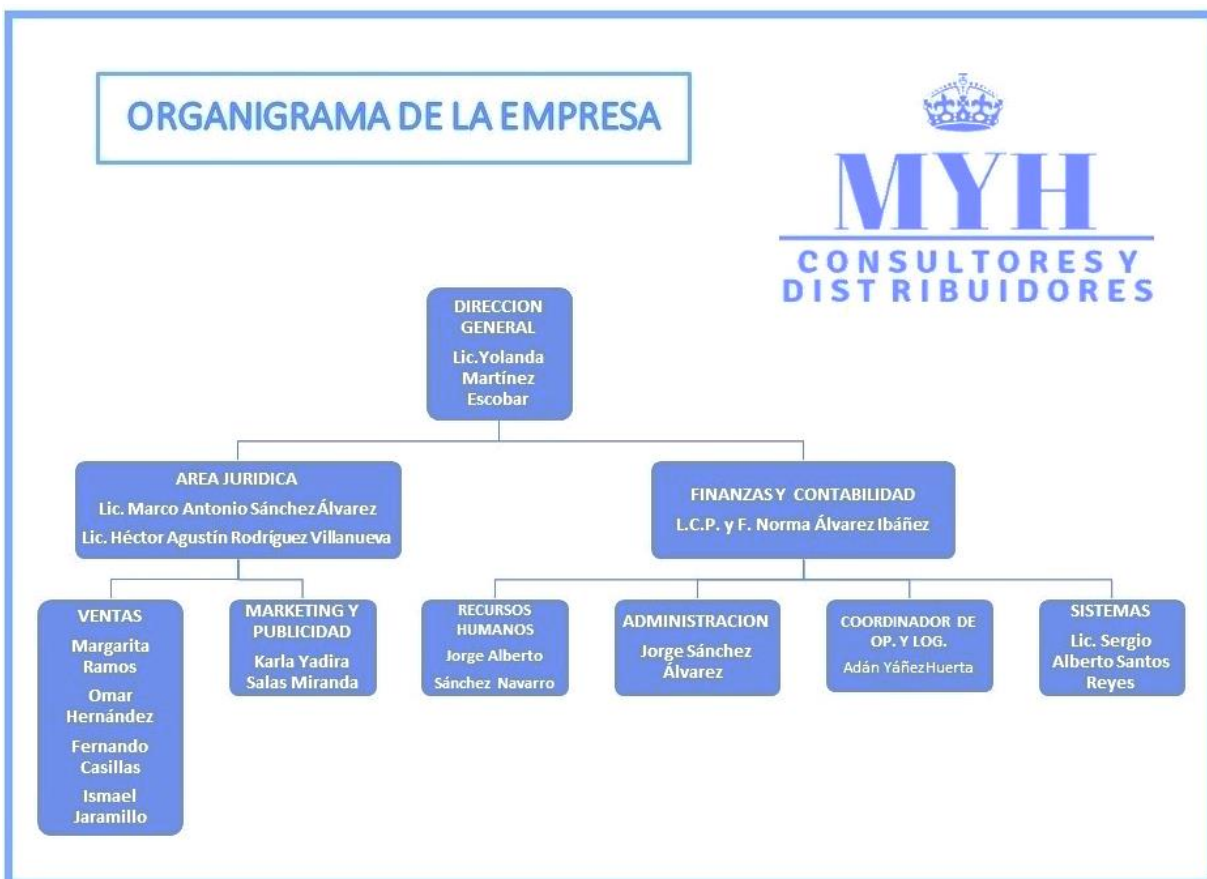
2.5. Visión

Nuestra Visión es ser una Empresa líder en Comercialización y Distribución de productos

varios, que puedan llegar a cualquier destino Nacional e Internacional con el objetivo de satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores, desde luego implementando la más alta calidad de servicio en la logística aplicada por nuestra parte, para la satisfacción de nuestros clientes.

2.6. Organigrama

Figura 2. *Organigrama MYH*



2.7. Portafolio de productos

La empresa ha vivido una rotación constante de productos según las necesidades de los consumidores mexicanos, así como los productos apetecidos por el mercado internacional. En este

sentido la Comercializadora MYH enfocó su comercialización desde el 2018 en productos básicos y de alimentos como: Jitomate, frutas, legumbres, tequila 100% de agave y vinos.

2.7.1. Verduras

En los primeros pasos de comercialización la empresa se enfocó en la exportación de productos mexicanos como jitomate, zanahoria, chile verde y cebolla, destacando entre ellos el jitomate por su sabor único frente a otros tomates de la región latinoamericana y por su sabor apetecido en los países del norte de América (EE. UU y Canadá).

Figura 3. *Jitomate*



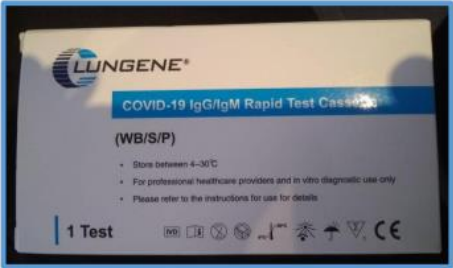
2.7.2. Insumos médicos

En seguimiento a la situación que vivió el mundo la comercializadora MYH decidió incursionar en la importación de insumos médicos necesarios para la población mexicana, en este

sentido se concretó la importación de los siguientes productos para tener un abastecimiento de dicha mercancía:

Figura 4. *Portafolio de productos*

PRODUCTOS	IMAGEN DE REFERENCIA
Mascara de Protección KN95	
Cubre bocas Tricapa Caja con 50 pzas	
Guante de Nitrilo caja con 100 pzas. (Estéril)	
Oxímetro A3	

Termómetro Digital (infrarrojo)	
Prueba rápida de Sangre Covid-19	
Careta para adultos	
Concentrador de Oxígeno 5 LTS	

2.7.3. Nuez Pecanera (proyecto)

En el mercado mexicano se puede apreciar un sinnúmero de materia prima rica en verduras, frutas, especias y nueces donde predomina la comercialización de verduras y nueces dando de esta manera un producto único y de buena calidad en el mercado nacional e internacional. En este sentido la comercializadora y Distribuidora MYH decidió encaminarse en promocionar uno de sus productos más destacables para el mercado asiático como lo es la nuez pecanera, este pequeño producto es sinónimo de calidad y riqueza para el mercado en mención dándole un gusto absolutamente único para el mercado objetivo. Entre sus características mas destacables se puede observar la disminución del colesterol, aportes en fibra, Vitaminas (A, B1, B2, B3, C), alimento cardiaco y bajo en sodio.

En el desarrollo del producto de exportación el practicante elaboro un modelo de cubicaje para la futura comercialización de la nuez pecanera, además de asignar valores CIF y FOB desde México, con el objetivo de disminuir costos logísticos y determinar la mejor vía de acceso para su respectiva comercialización.

Figura 5. *Modelo cubicaje*



El fortalecimiento de dicho proyecto inició a partir de los avances comerciales entre México y China, donde el país asiático aportó con una disminución del porcentaje arancelario (del 24% al 7%), esto destacó en el mercado mexicano dándoles una oportunidad única para la producción de la nuez pecanera y su posible y más que segura comercialización en la república popular de China.

3. Cargo y Funciones

3.1. Cargo

Profesional de apoyo & analista de mercados potenciales

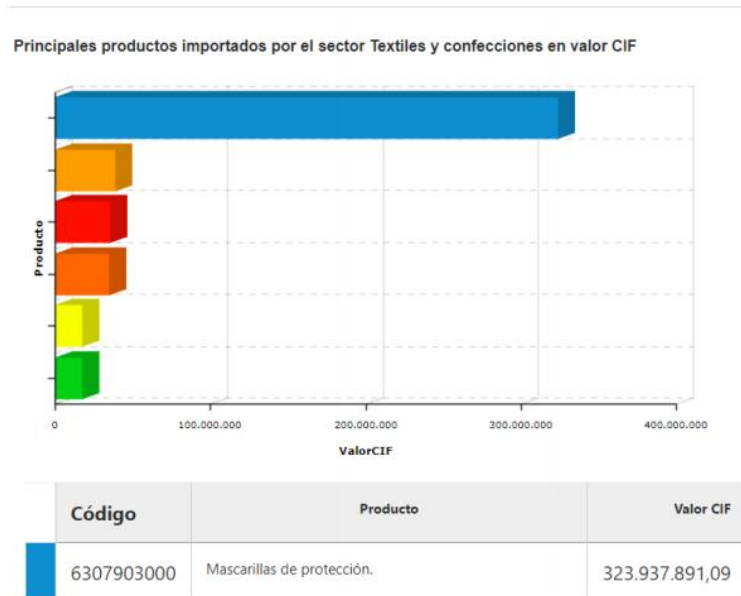
3.2. Funciones

- a) Elaboración de estudios de mercado acerca de productos de fácil comercialización (importación y exportación) para acceder a los países potenciales como: Estados Unidos, Perú, España, Canadá, Francia, Suiza, Alemania y Rumania desde México.

Para este punto se establecieron varios productos viables para su comercialización dependiendo del país destino, entre ellos encontramos como productos destacables a:

- Mercado textil de bioseguridad (Suiza y Colombia)

Figura 6. Productos textiles hacia Colombia



Fuente: LEGISCOMEX, 2020

Figura 7. Mercado textil de Bioseguridad (Colombia)



- b) Verificación de impuestos y barreras arancelarias que se deben de cumplir para importar y exportar los productos de fácil comercialización de los estudios señalados en los puntos anteriores.

Uno de los productos cruciales para exportar al mercado mexicano se plasmó en el café, donde se verifico cada punto a tomar en cuenta para su adecuada exportación:

Figura 8. Aranceles para Café colombiano en el mercado mexicano

REGIMEN ARANCELARIO PARA LA PARTIDA 090121 & 210111		
Acuerdo por:	Arancel Aplicado	Ad valorem
Arancel (MFN)	45%	45%
TLC (MÉXICO-COLOMBIA)	0%	0%
ALIANZA DEL PACIFICO	0%	0%

Figura 9. Pago de contribución cafetera para su respectiva exportación

✓	Café verde: 6.00 US\$/Lb
✓	Café tostado: 1.08 US\$/Lb
✓	Café soluble: 0.48 US\$/Lb
✓	Extracto: 0.36 US\$/Lb

- c) Elaboración de un estudio acerca del desarrollo y crecimiento de la Empresa para generar nuevos ingresos al acceder al mercado de Comercio Exterior, con el o los productos de fácil comercialización que arroje el estudio.

Llevando a cabo una rigurosa investigación sobre cada uno de los productos seleccionados, la empresa estableció y dirigió como producto estrella la nuez pecanera debido a las alianzas compartidas entre China y México, llevando así un desarrollo sobre el plan de exportación:

Figura 10. Estimado de producción mundial - Nuez Pecan

ESTIMATED WORLD PECAN PRODUCTION

In-shell Basis · Metric Tons

COUNTRY	2019/2020				2020/2021			
	BEG. STOCK	CROP	TOTAL SUPPLY	ENDING STOCK	BEG. STOCK	CROP	TOTAL SUPPLY	ENDING STOCK
MEXICO	6,800	138,345	145,145	8,000	8,000	155,223	163,223	15,000
USA	91,118	122,470	213,588	80,000	80,000	127,000	207,000	75,000
SOUTH AFRICA	100	17,270	17,370	50	50	20,000	20,050	0
BRAZIL	500	1,300	1,800	0	0	3,500	3,500	0
AUSTRALIA	200	2,000	2,200	200	200	2,469	2,669	0
CHINA	0	500	500	0	0	700	700	0
OTHERS	0	1,900	1,900	0	0	1,900	1,900	0
WORLD TOTAL	98,718	283,785	382,503	88,250	88,250	310,792	399,042	90,000
WORLD CONSUMPTION (T. Supply - End. Stock)				294,253	309,042			

Sources: American Pecan Council, Brazilian Association of Nuts and Chesnuts (ABNC), Brazilian Agricultural Research Corporation (EMBRAPA) and other INC sources.

Figura 11. DFI del producto



NUEZ SIN CÁSCARA

Caja de cartón corrugado con bolsa interior de polietileno grado alimenticio.

CONTENIDO NETO
30 lbs / 13.6kg

Figura 12. Costos marítimos Shanghai

Tipo de carga	Cargo	Moneda	20'STD	40'STD	40'HC
Freight Charges	Seafreight	USD	529	938	938
A menos que se especifique lo contrario, todas las tarifas están sujetas a todos los recargos válidos al momento del embarque. Los recargos actuales aplicables son:					
Tipo de carga	Cargo	Moneda	20'STD	40'STD	40'HC
Export Surcharges	Suppl.Term.Handl.Charge Origin	USD	50	50	50
Freight Surcharges	Marine Fuel Recovery	USD	98	196	196
	Container Premium	USD	40	40	40
	Carrier Security Fee	USD	15	15	15
Import Surcharges	Terminal Handling Charge Dest.	CNY	624	818	818
	Equipment Maintenance Fee	CNY	75	95	95

Fuente: HAPAG-LLOYD, 2021

4. Aportes

4.1. Aportes del practicante

- Disminución de costos logísticos mediante la implementación de nuevas alianzas a largo plazo y aprovechamiento del tiempo a través de rutas clave reduciendo los tiempos de entrega.
- Creación de estrategias comerciales enfocada en el producto, dando a resaltar los beneficios hacia el consumidor final por medio del marketing digital.
- Con el avance en estudios de mercado realizados por el practicante, se pudo conocer y resaltar los países potenciales para la exportación de productos mexicanos, con la ayuda de un abanico de herramientas como TradeMap, Passport y LegisComex.
- Gracias a las herramientas implementadas por el practicante se pudo evidenciar nuevos

mercados potenciales para los productos mexicanos siendo la nuez pecanera el producto estrella o favorable para el mercado asiático en especial el país China, con este producto el practicante dio el primer paso en construir un plan de exportación a mediano plazo para generar alianzas estratégicas con el país destino.

4.2. Aportes de la empresa

Consultores y Distribuidores MYH dio la posibilidad de desarrollar habilidades multifacéticas durante las prácticas internacionales, brindando un acercamiento único en el comercio exterior tanto de la región como de los países de occidente. Para los egresados de la Universidad Santo Tomás tener este tipo de experiencias ejerce una base extraordinaria para la apertura hacia la vida laboral de los estudiantes dándoles una primicia sobre las tendencias de la económica global y sus necesidades en los distintos mercados.

La oportunidad y vivencia del practicante en este entorno potencialmente dinámico a nivel global le dio a conocer cada una de las falencias y como superarlas al momento de terminar sus estudios académicos, dicho acercamiento brinda un gran numero de posibilidades para que el practicante pueda iniciar con gran facilidad cada una de las actividades en un nuevo entorno laboral, teniendo este conocimiento previo se pueden tomar buenas decisiones en el mundo laboral y pesar de forma objetiva para llegar al camino correcto.

4.3. Marco normativo

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás.
- Decreto 1165 de 2019 (Estatuto Aduanero).

- Normatividad Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico.

5. Recomendaciones

En el tiempo laborado junto a Consultores y distribuidores MYH se pudo evidenciar ciertas falencias que pueden ser abordadas y ajustadas en un corto periodo de tiempo, entre ellas se pueden destacar:

- Fortalecimiento de proveedores para tener un abastecimiento justo a tiempo de los productos solicitados por los clientes activos y próximos a formar parte.
- Reestructuración o actualización de la pagina web para un mejor alcance de futuros clientes, la creación de estrategias de SEO y SEM son las mas apropiadas para ejecutar después de una creación optima y amigable con el usuario sobre la página web, esto generaría un mayor tráfico web y alcanzaría un número superior de clientes potenciales.
- Generar un canal directo de atención al cliente para crear una comunicación estable y comprometedora entre empresa y cliente (ya sea B2B o B2C), esto fortalecería ambas partes para agilizar trámites administrativos, logísticos y operacionales.

6. Conclusiones

Con el apoyo de Consultores y distribuidores MYH el practicante tuvo la oportunidad de instruirse mediante actividades y nuevos retos exigidos por el jefe inmediato, donde se desarrollaban y se entregaban justo a tiempo para satisfacer las necesidades y objetivos de la empresa. Gracias a la experiencia adquirida se pudo afianzar conocimientos previos obtenidos en el entorno universitario y así mismo se entregaban resultados de manera óptima de cada reto durante el periodo de prácticas.

El aprendizaje previo adquirido en la carrera universitaria fue de gran ayuda para generar una gran base e inicio para el mundo laboral, de esta forma y gracias a la universidad Santo Tomas, el practicante tuvo la oportunidad de formar parte de una compañía emergente en el mercado mexicano donde se llevaron a cabo actividades únicas y de impacto internacional en nombre de Consultores y distribuidores MYH. A pesar de las barreras que originó la pandemia del coronavirus la empresa logro adaptarse en los nuevos entornos globales y enfrentar de un modo prospero los desafíos del mercado internacional.

Las actividades realizadas le generaron al practicante un acercamiento único frente al mercado internacional y el día a día de las empresas que se dedican a la comercialización y distribución de diferentes productos mexicanos a nivel global. Asimismo, las negociaciones bilaterales hacen parte fundamental en estos medios internacionales donde se busca establecer un gana-gana sobre el producto requerido, generar estas alianzas empresariales forjan grandes empresas para fomentar negociaciones a mediano y largo plazo.

Referencias

- ANDI. (2017). *CEAP*. Obtenido de ANDI: <http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1047-practicas-estudiantiles-ceap>
- Procolombia. (sf). *Comercializadora*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/>
- Quiroa, M. (2019). *Internacionalización*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/internacionalizacion.html>
- Quiroa, M. (2019). *Investigación de mercados*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-mercado.html>
- WHO. (2020). *Covid-19*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

Apéndices

Apéndice A. Propuestas de proveedores (insumos médicos)

❖ VINSSA INDUSTRIAL SOLUTIONS



a. DIRECCIÓN: EMPRESA MATRIZ- SALTILLO

- i. Blvd. Vito Alessio Robles No. 5830. Saltillo, Coah., México. C.P. 25107
- ii. Sucursales: Torreón, Monterrey, Querétano, San Luis Potosí, Ciudad Juárez y Bajío.

b. PRODUCTOS:

i. MASCARILLA KN95 (Compra mínima 10 und.)

1. DESCRIPCIÓN:

- a. Desechable y flexible.
- b. Alta filtración con excelente ventilación.
- c. Hipoalergénica.
- d. BFE> 98%.
- e. PFE> 90%.

2. VALOR UNITARIO: **MXN \$ 30.53** (IVA incluido)

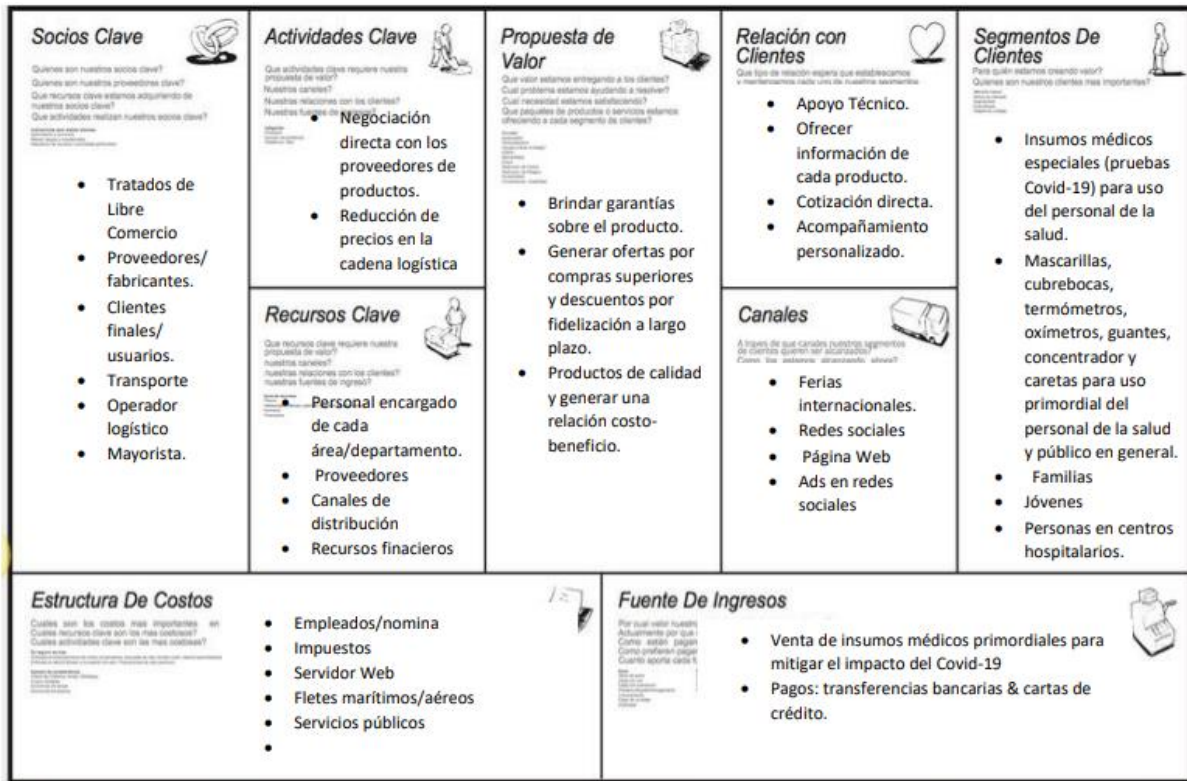
3. MARCA: N/A

4. IMAGEN DE REFERENCIA:



Fuente: Elaboración propia

Apéndice B. Modelo de negocios para insumos médicos



Fuente: Elaboración propia

Apéndice C. Primer acercamiento a la nuez pecanera



• REQUISITOS ARANCELARIOS

REGIMEN ARANCELARIO PARA LA PARTIDA 080290 –		
Acuerdo por:	Arancel Aplicado/Ad valorem	
Derechos de NMF (nación más favorecida).	24%	7% (NUEVO ARANCEL)

Fuente: Elaboración propia

Apéndice D. Potencial de exportación para la cerveza de malta en el mercado Chino



Fuente: ITC

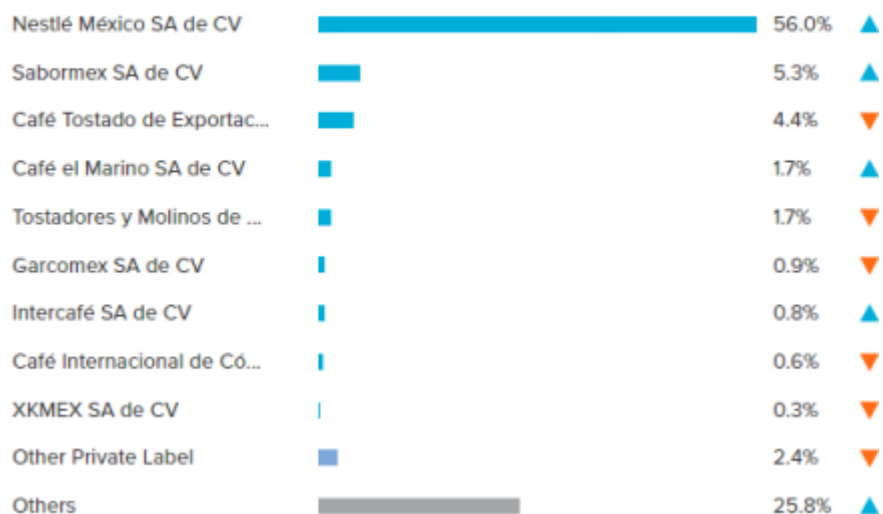
Apéndice E. Simulador de Costos para la zanahoria Jumbo (Aéreo y marítimo)

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN		MARÍTIMO			AÉREO		
		Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
	EMPAQUE	0,00			0,000		
	EMBALAJE CAJA DE CARTON	0,00			0,000		
PAIS EXPORTADOR	VALOR EXW	175,00	283.500,00	-	175,000	283.500,00	
	Costos Directos						
	UNITARIZACIÓN	3,689	5.976,00		3,689	5.976,00	
	MANIPULO LOCAL EXPORTADOR	10,041	16.265,70		10,041	16.265,70	
	DOCUMENTACIÓN	15,598	25.268,10		15,598	25.268,10	
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,449	728,16		0,449	728,16	
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	1,622	2.627,00		1,622	2.627,00	
	MANIPULO PREEMBARQUE	1,086	1.759,44		1,086	1.759,44	
	MANIPULO EMBARQUE	1,901	3.080,00		1,901	3.080,00	
	BANCARIO	0,000			0,000		
	AGENTES	0,000			0,000		
	Costos Indirectos						
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,000			0,000	-	
	CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000	-	
	SEGURO***		2.204,83			2.204,83	
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	35,746	57.909,23		35,746	57.909,23	
	VALOR : FCA No Incluye Embarque	208,845	338.329,23	-	208,845	338.329,23	-
	VALOR : FAS No Incluye Embarque	208,845	338.329,23	-	208,845	338.329,23	-
	VALOR : FOB QUEBEC	MXN 211	MXN 341.409,23	-	211	341.409,23	-

Fuente: Elaboración Propia

Apéndice F. Participación de empresas cafeteras en México**Acciones de la empresa de café**

% De participación (NBO) - Valor minorista RSP - 2020



Fuente: Passport

Apéndice G. Productos atractivos hacia el mercado pakistaní

- Algodón sin cardar ni peinar (520100)



En Pakistán, el algodón de importación se utiliza en la fabricación de prendas con mayor valor añadido. La principal diferencia entre el algodón local y el de importación radica en el largo de la fibra. Mientras la que se produce en Pakistán es entre corta y media, la que viene del extranjero es larga, lo que permite hilar con una mayor resistencia.

EXPORTACIONES	Valor 2020 ene-dic	Volumen 2020 ene-dic
Pakistan (República Islámica de)	380,116	306,633

Fuente: SIAVI

Apéndice H. Histórico de exportaciones – Nuez Pecanera

País	Valor 2021 ene-feb	Volumen 2021 ene-feb	Valor 2020	Volumen 2020	Valor 2019	Volumen 2019	Valor 2018	Volumen 2018	Valor 2017	Volumen 2017
Total	20,103,443	5,971,707	125,823,966	31,375,345	236,327,561	47,833,896	183,402,241	38,633,186	143,114,115	23,356,494
Estados Unidos de América	19,873,143	5,921,149	81,325,543	20,750,645	131,993,689	33,957,536	155,168,382	33,653,632	113,450,168	18,952,311
Hong Kong (Territorio de)	0	0	517,003	123,244	1,743,750	342,472	3,652,888	668,619	8,981,345	1,370,033
Vietnam (República Socialista de)	0	0	0	0	0	0	4,830,467	774,030	17,310,034	2,579,423
Países Bajos (Reino de Los)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
China (República Popular de)	226,500	50,000	43,821,345	10,472,383	102,210,817	13,499,647	19,726,693	3,535,250	3,364,808	453,770

Valor en dólares y Volumen en Kg.

Fuente: SIAVI

Apéndice I. Diploma de finalización

Fuente: MYH