



Comienza el partido más importante para el comercio de Norteamérica. **Prepárate para cada jugada del T-MEC.**

El contenido no constituye una consulta particular y por lo tanto, TLC Magazine México, los expositores y su equipo no asumen responsabilidad alguna de la interpretación o aplicación que el lector, audiencia o destinatario le pueda dar, la opinión es responsabilidad exclusiva de su autor.

HAGAMOS
UN TRUEQUE

TRADE LAW
& CUSTOMS

TLC
ASOCIADOS

8 DE JULIO



Exportar con Inteligencia Artificial: La nueva oportunidad para las MiPymes mexicanas

Dr. Ignacio Casas Fraire

Profesor investigador en el Tecnológico de Monterrey campus Chihuahua. Socio de la Empresa Mexiworld and Logistics consultores de comercio exterior.



www.tlcasociados.com.mx
www.tlcmagazinemexico.com.mx



Problema

- Exportaciones por tamaño de empresa 2010



BANCOMEXT
Banco Nacional
de Comercio Exterior, S.N.C.
Banca de Desarrollo

Las Pymex un Mercado por Desarrollar

- Los pequeños exportadores solo aportan el 4% del monto exportado
- Es necesario apoyar la competitividad de este segmento

Segmentación de Exportaciones



Nota: No incluye petróleo

Fuente: Elaboración de la DGA de Fomento en base a información proporcionada por la SE

Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC



Comienza el partido más importante para el
comercio de Norteamérica.
Prepárate para cada jugada del T-MEC.



De acuerdo con los
**Censos Económicos
2024**, operaban en
México **5,468,180
unidades
económicas**, con
**27,965,433 personas
ocupadas**.



Tamaño	Personal ocupado	Participación	Unidades económicas aproximadas
Micro	0 a 10 personas	95.4%	5,216,644
PyMEs	11 a 250 personas	4.5%	246,068
Grandes	Más de 250 personas	0.2%	10,936
Total	100% aprox.	5,468,180	

Fuente. Elaboración propia con datos de INEGI 2024



Distribución del empleo

De acuerdo con los **Censos Económicos 2024**, operaban en México **5,468,180 unidades económicas**, con **27,965,433 personas ocupadas**.



Tamaño	Participación del personal ocupado	Personas ocupadas aproximadas
Micro	41.4%	11,577,689
PyMEs	29.9%	8,361,664
Grandes	28.7%	8,026,079
Total	100%	27,965,433

Fuente. Elaboración propia con datos de INEGI 2024

Del total de unidades económicas, ¿cuántas exportan?



Concepto	Valor (millones de USD) 2025
Exportaciones totales	664,837
Importaciones totales	664,066
Saldo de la balanza comercial	+771

Concepto	Dato
Total de unidades económicas del país	5,468,180
Empresas manufactureras exportadoras	5,756
Participación aproximada	0.105%

Tamaño de empresa exportadora	Número de empresas	Participación
1 a 10 empleados	138	2.4%
11 a 250 empleados	2,727	47.4%
Más de 250 empleados	2,891	50.2%
Total	5,756	100%

Del total de unidades económicas, ¿cuántas exportan?



Exportaciones manufactureras por tamaño de empresa

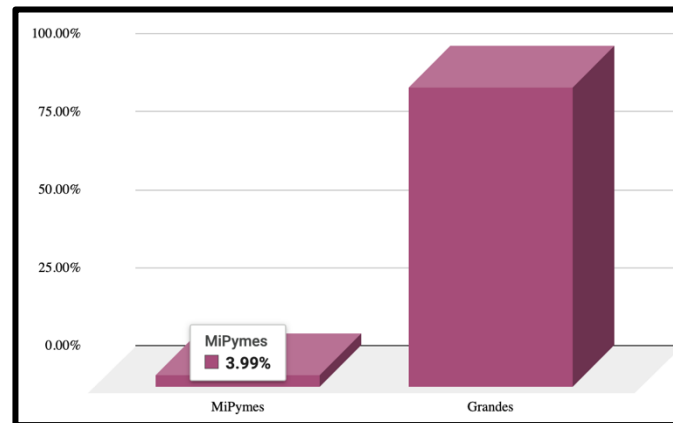
Tamaño de empresa por personal ocupado	Equivalente en millones de dólares	Participación aproximada
1 a 10 empleados	1,269.3	0.25%
11 a 250 empleados	18,942.6	3.74%
251 a 500 empleados	32,578.2	6.43%
501 y más empleados	453,621.0	89.58%
Total	506,411.1	100%

Fuente. Elaboración propia con datos de INEGI 2024

Concepto	Valor (millones de USD) 2025
Exportaciones totales	664,837
Importaciones totales	664,066
Saldo de la balanza comercial	+771

https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2026/comext_o/balcom_o2026_01.pdf?utm_source=chatgpt.com

=



Problema

- Exportaciones por tamaño de empresa 2010



BANCOMEXT
Banco Nacional
de Comercio Exterior, S.N.C.
Banca de Desarrollo

Las Pymex un Mercado por Desarrollar

- Los pequeños exportadores solo aportan el 4% del monto exportado
- Es necesario apoyar la competitividad de este segmento

Segmentación de Exportaciones



Nota: No incluye petróleo

Fuente: Elaboración de la DGA de Fomento en base a información proporcionada por la SE

Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC

¿Por qué las MIPYMES no exportan?

1. Falta de información sobre mercados extranjeros
2. Desconocimiento de normativas y trámites aduaneros
3. Altos costos logísticos y financieros
4. Falta de contactos y redes comerciales
5. Ausencia de una cultura exportadora
6. Aventurarse al mercado extranjero sin una estrategia definida.
7. Desconocimiento de la cultura de negocios del país destino.
8. Falta de cotizaciones detalladas que incluyan fletes, seguros y comisiones.
9. Estrategias de precios mal diseñadas.
10. Falta de información sobre mercados extranjeros.
11. Desconocimiento de normativas y trámites aduaneros.

Estas son limitaciones restringen la capacidad de las MiPymes para identificar oportunidades y competir en el ámbito global

Fuente Bancomext, Promexico y SE.

Guía básica del exportador: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63793/GuiaBasicaDelExportador.pdf>

Guía Básica de ProMéxico para exportar: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/guia-basica-del-exportador-promexico.pdf>.

Ruta para exportar: https://www.canacero.org.mx/covid19/ruta_para_la_exportacion_documento.pdf



Comienza el partido más importante para el
comercio de Norteamérica.
Prepárate para cada jugada del T-MEC.



Herramientas de Análisis de selección de mercados internacionales

1. **PESTEL**: para entender el entorno del país.
2. **CAGE** para medir cercanía o distancia con el país origen.
3. **5 Fuerzas de Porter** para analizar la industria en ese mercado.
4. **Perfil competitivo** para evaluar competidores.
5. **Variables ponderadas** o **Wicklund** para seleccionar el mercado final.



Objetivos de las herramientas de análisis

Metodología	Objetivo principal	3 variables a estudiar
PESTEL	Analizar el entorno macro del país destino para identificar oportunidades, riesgos y condiciones generales del mercado.	1. Estabilidad política 2. Crecimiento económico / poder adquisitivo 3. Regulaciones legales y ambientales
CAGE	Medir la distancia o cercanía entre el país de origen y el país destino para evaluar qué tan complejo puede ser entrar a ese mercado.	1. Distancia cultural: idioma, hábitos, valores 2. Distancia administrativa: tratados, aduanas, normas 3. Distancia geográfica y económica: ubicación, logística, ingreso per cápita
5 Fuerzas de Porter	Evaluar la atractividad de la industria en el mercado destino y el nivel de competencia existente.	1. Rivalidad entre competidores 2. Poder de negociación de compradores 3. Amenaza de productos sustitutos
Perfil Competitivo	Comparar a la empresa contra sus principales competidores para identificar ventajas, desventajas y posición estratégica.	1. Precio 2. Calidad / diferenciación del producto 3. Canales de distribución o presencia en el mercado
Matriz de variables ponderadas / Wiklund	Seleccionar el mercado internacional más conveniente mediante una evaluación cuantitativa de variables clave.	1. Tamaño y crecimiento del mercado 2. Facilidad de entrada / barreras comerciales 3. Rentabilidad esperada

- Trade Map: <https://beta.trademap.org/en/>
- Market Access Map: https://www.macmap.org/?utm_source=chatgpt.com
- World Integrated Trade Solution:
https://wits.worldbank.org/?utm_source=chatgpt.com
- WTO Stats – Organización Mundial del Comercio:
https://stats.wto.org/dashboard/marketaccess_en.html
- SNICE-Secretaría de Economía:
https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/fuentesestadisticas.html?utm_source=chatgpt.com
- Datos de libre acceso del Banco Mundial:
https://datos.bancomundial.org/?utm_source=chatgpt.com
- Freedom House: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world>
- Worldwide Governance Indicators:
<https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators>
- Banco mundial: <https://datos.bancomundial.org/pais/1W>
- **INEGI**: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2024/>
- **Banxico**: <https://www.banxico.org.mx/>

TradeMap



TRADE MAP

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Other ITC tools Más Mr. Casas Ignacio - Español

Producto: ... 080231 - Nueces frescas o secas, con cáscara

Mundo Economía Todos

Socio Todos

otros criterios Importaciones Indicadores por país

Grupo de productos: Ninguno

Grupo de países: Ninguno

Grupo de socios: Ninguno

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2025 Producto : 080231 Nueces frescas o secas, con cáscara

Tabla

Gráfico

Empresas

Licitaciones públicas

Datos IED

Normas voluntarias

Descargar:



líneas por página :

Por defecto (25 por página)

123456

SA8	Importadores	Seleccione sus indicadores											
		Valor importado en 2025 (miles de USD) ↑	Saldo comercial 2025 (miles de USD) ↓	Cantidad importada en 2025	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2025 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2021-2025 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2024-2025 (%) ↓	Participación en las importaciones mundiales (%) ↓	Distancia media de los países proveedores (km) ↓	Concentración de los países proveedores ↓	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%) ↓
	Mundo	1.191.313	106.378	444.582	Toneladas	2.680	4	3	22	100	8.101	0,25	
	Emiratos Árabes Unidos	220.597	-209.343	77.564	Toneladas	2.844	7	11	33	18,5	9.014	0,44	4,4
	Türkiye ↓	209.265	-170.535	83.300	Toneladas	2.512	5	3	41	17,6	9.172	0,35	14,9
	Italia ↓	133.519	-129.838	38.186	Toneladas	3.497	4	3	24	11,2	7.881	0,25	1,4
	India ↓	121.251	-119.604	50.141	Toneladas	2.418	16	12	40	10,2	12.778	0,43	91,2
	Marruecos ↓	68.277	-68.006	26.490	Toneladas	2.577	9	13	6	5,7	10.257	0,84	1,6
	México ↓	52.584	-36.954	15.511	Toneladas	3.390	-16	-15	-38	4,4	1.624	1	16,1
	Alemania ↓	48.086	-45.656	14.164	Toneladas	3.395	4	2	71	4	7.605	0,25	1,4
	Irak	47.076	-47.074	19.927	Toneladas	2.362	18	19	3	4	5.636	0,42	...
	España ↓	33.859	-28.981	9.780	Toneladas	3.462	-6	-7	35	2,8	7.755	0,36	1,4
	Uzbekistán	30.336	-28.677	13.664	Toneladas	2.220	207	109	69	2,5	4.171	0,97	34,3
	Argelia	24.777	-24.777	10.525	Toneladas	2.354	20	22	-28	2,1	7.443	0,5	27,8
	Pakistán ↓	14.749	-14.749	15.958	Toneladas	924	21	21	-2	1,2	4.529	0,96	10,7
	Viet Nam	14.605	-14.497	4.470	Toneladas	3.267	-24	-24	92	1,2	11.722	0,38	7,3
	Nepal	13.856	-13.856	5.899	Toneladas	2.349	20	22	107	1,2	7.077	0,59	10

10 principales importadores de nuez pecana

PESTEL

País	Político	Económico	Social / consumo	Tecnológico / logístico	Ambiental	Legal / regulatorio
Emiratos Árabes Unidos	Mercado políticamente estable y muy abierto al comercio internacional; funciona como hub regional para Medio Oriente.	Alto poder adquisitivo y alta dependencia de alimentos importados; oportunidad para frutos secos premium.	Consumo favorable para botanas saludables, regalos gourmet, hoteles, restaurantes y retail moderno.	Excelente infraestructura portuaria, aeroportuaria y logística; Dubái permite redistribución regional.	Clima árido y baja producción agrícola local; dependencia estructural de importaciones alimentarias.	Cumplir inocuidad, etiquetado, empaque y, según canal, certificación halal.
Turquía	País estratégico entre Europa, Asia y Medio Oriente; puede funcionar como mercado final y plataforma regional.	Mercado grande, pero con volatilidad cambiaria e inflación; fuerte competencia local de frutos secos.	Alta cultura de consumo de frutos secos, repostería, panadería, dulces tradicionales y botanas.	Buena infraestructura logística y puertos; Estambul es centro comercial relevante.	Riesgo de sequías y presión hídrica en agricultura, con posible efecto en oferta local.	Procesos de importación complejos; validar arancel vigente y requisitos antes de cotizar.
Italia	Miembro de la Unión Europea; estabilidad institucional y reglas comunes del mercado europeo.	Mercado de alto poder adquisitivo; la UE es importadora neta de frutos secos por demanda superior a producción local.	Consumidor sofisticado; demanda de alimentos saludables, ingredientes gourmet, repostería, panificación, heladería y orgánicos.	Infraestructura logística desarrollada, puertos importantes y acceso al mercado europeo.	Alta valoración de trazabilidad, sostenibilidad, certificaciones y empaques responsables.	Cumplimiento estricto de inocuidad, trazabilidad, etiquetado y límites de contaminantes como aflatoxinas.
India	Mercado grande con política comercial proteccionista en varios agroalimentos, aunque ha abierto espacio para pecanas.	Gran población y crecimiento de clase media; el arancel a pecanas se redujo de 100% a 30%.	Alto consumo de frutos secos en festividades, regalos, cocina tradicional, repostería y salud.	Mercado logístico complejo por tamaño y diversidad regional; crecen e-commerce y retail moderno.	Clima cálido y húmedo en varias regiones; exige empaque, control de calidad y vida de anaquel.	Cumplir normas de inocuidad, etiquetado y posibles registros; arancel sigue siendo factor de precio.
Marruecos	País relativamente estable en Norte de África; vínculos comerciales con Europa, África y Medio Oriente.	Mercado más pequeño, pero con oportunidades en alimentos importados, retail moderno, turismo y bienes de mayor valor.	Consumo de frutos secos asociado a cocina, repostería, dulces, hospitalidad y festividades.	Infraestructura razonable en Casablanca, Tánger y Rabat; posible punto de entrada al norte de África.	Estrés hídrico y sequías recurrentes; limita producción agrícola local y favorece importaciones selectivas.	ONSSA es autoridad clave en inocuidad e importaciones agroalimentarias; validar requisitos de importación.

PESTEL

País	Tamaño / poder de mercado	Facilidad logística	Barreras regulatorias / arancelarias	Afinidad de consumo con frutos secos	Atractivo general	Prioridad sugerida
Emiratos Árabes Unidos	4	5	4	5	4.5	1 - Alta prioridad
Italia	4	4	3	5	4.0	2 - Alta prioridad
India	5	3	2	5	3.8	3 - Potencial alto
Turquía	4	4	2	5	3.8	4 - Selectivo
Marruecos	3	3	3	4	3.3	5 - Nicho

Nota metodológica	La escala de evaluación va de 1 a 5: 1 = menor atractivo, 5 = mayor atractivo. El atractivo general es el promedio simple de las cuatro variables evaluadas.
Uso sugerido	Validar antes de cotizar: fracción arancelaria exacta, arancel vigente, requisitos sanitarios, etiquetado, empaque, certificaciones y documentos de importación.
Producto	Nuez pecana mexicana, fresca o seca, con o sin cáscara; revisar clasificación arancelaria específica en país destino.

PESTEL

TEMA	FUENTE	URL
Datos de alimentos importados y frutos secos en EAU	USDA FAS - Food Processing Ingredients Annual, UAE	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food+Processing+Ingredients+Annual_Dubai_United+Arab+Emirates_TC2025-0003.pdf
Regulación alimentaria EAU	USDA FAS - FAIRS Country Report Annual, UAE	https://www.fas.usda.gov/data/gain/2025/11/united-arab-emirates-fairs-country-report-annual
Regulación alimentaria Turquía	USDA FAS - FAIRS Country Report Annual, Turkiye	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=FAIRS+Country+Report+Annual_Ankara_Turkiye_TU2024-0028
Aranceles/antecedentes pecanas Turquía	USDA FAS - Turkey Introduces New Additional Levy	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Turkey+Introduces+New+Additional+Levy+on+U.S.+Products_Ankara_Turkey_6-28-2018
Mercado de tree nuts en la Unión Europea	USDA FAS - Tree Nuts Annual, European Union	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Tree+Nuts+Annual_Madrid_European+Union_E42024-0028
Aflatoxinas y límites en UE	European Commission - Aflatoxins	https://food.ec.europa.eu/food-safety/chemical-safety/contaminants/catalogue/aflatoxins_en
Reducción arancelaria de pecanas en India	USDA FAS - India pecans tariff reduction	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Success+Story+-+It%27s+Been+a+Tough+Nut+to+Crack+but+India+is+all+in+on+Pecans+with+the+Tariff+Reduction_New+Delhi_India_IN2023-0013.pdf
Guía de exportador Marruecos	USDA FAS - Exporter Guide Annual, Morocco	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Exporter+Guide+Annual_Rabat_Morocco_MO2025-0012.pdf
Regulación alimentaria Marruecos / ONSSA	Import Regulation reference - Morocco	https://agriexchange.apeda.gov.in/ImportRegulations/042652026421153014496.pdf

CAGE

Calificación CAGE — Nuez pecana mexicana

Escala: 1 = distancia baja / entrada más fácil | 5 = distancia alta / entrada más difícil

País	Cultural	Administrativa	Geográfica	Económica	Promedio de distancia	Nivel de dificultad	Prioridad sugerida
Italia	2	2	3	2	2.25	Baja-media	Prioridad alta
Emiratos Árabes Unidos	4	3	4	2	3.25	Media	Prioridad alta
Turquía	3	4	4	3	3.50	Media	Prioridad media
Marruecos	4	4	3	4	3.75	Alta	Prioridad selectiva / nicho
India	5	5	5	4	4.75	Muy alta	Potencial alto, entrada posterior

Interpretación estratégica CAGE

País	Ventaja CAGE	Riesgo CAGE	Recomendación
Italia	Menor distancia administrativa por el marco comercial México-UE y consumidores afines a alimentos gourmet.	Regulación europea estricta en inocuidad, trazabilidad, residuos, etiquetado y contaminantes.	Priorizar como mercado formal para pecana premium, orgánica, procesada o ingrediente alimentario.
Emiratos Árabes Unidos	Alto poder adquisitivo, excelente logística y mercado importador de alimentos.	Distancia cultural; adaptación halal, etiquetado árabe-inglés y canal gourmet.	Muy buen mercado para presentación premium, regalos, horeca y redistribución regional.
Turquía	Fuerte cultura de consumo de frutos secos y ubicación estratégica.	Barreras administrativas, posible arancel elevado y competencia de frutos secos locales.	Entrar con producto diferenciado; validar arancel antes de cotizar.
Marruecos	Afinidad cultural con frutos secos y oportunidad en productos importados.	Mercado más pequeño y sin acuerdo comercial directo con México.	Trabajarlo como mercado de nicho con importador local y enfoque horeca/gourmet.
India	Mercado enorme y consumo fuerte de frutos secos.	Alta distancia cultural, administrativa, geográfica y económica.	Atractivo a largo plazo; requiere estrategia especializada, precio competitivo y socio local fuerte.

Fuentes

Fuente	Uso sugerido	URL
World Bank Open Data	PIB per cápita, población, comercio, indicadores macroeconómicos y comparación económica entre países.	https://data.worldbank.org/
World Bank Logistics Performance Index	Logística internacional, aduanas, infraestructura, trazabilidad y puntualidad.	https://lpi.worldbank.org/
WITS: World Integrated Trade Solution	Aranceles, medidas comerciales, importaciones, exportaciones y socios comerciales por producto/país.	https://wits.worldbank.org/
Market Access Map: ITC	Arancel aplicado, arancel preferencial, barreras de acceso y comparación entre mercados.	https://www.macmap.org/
Trade Map: ITC	Importaciones de nueces/frutos secos, crecimiento del mercado, proveedores y competencia internacional.	https://www.trademap.org/
Secretaría de Economía México - Tratados y acuerdos comerciales	Verificar marco comercial de México con Unión Europea y otros mercados.	https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico
Comisión Europea - Seguridad alimentaria	Normas de inocuidad, contaminantes, aflatoxinas, etiquetado y reglas de acceso al mercado europeo.	https://food.ec.europa.eu/
USDA FAS GAIN Reports	Reportes de mercado y requisitos agroalimentarios por país para EAU, Turquía, India, Marruecos y UE.	https://gain.fas.usda.gov/

5 fuerzas de porter

5 Fuerzas de Porter - Nuez pecana mexicana

Fuerza de Porter	Análisis para nuez pecana mexicana	Nivel de presión	Implicación estratégica
Rivalidad entre competidores existentes	La rivalidad es alta porque el mercado internacional de frutos secos está dominado por proveedores consolidados de pecana, además de sustitutos fuertes como almendra, pistache, nuez de nogal, avellana y castaña de cajú.	Alta	Competir con diferenciación: origen mexicano, calidad, frescura, trazabilidad, certificaciones, empaque premium y relaciones con importadores especializados.
Amenaza de nuevos entrantes	La amenaza es media. Producir pecana requiere inversión agrícola, árboles de largo plazo, agua, tecnología de poscosecha, inocuidad, empaque y red comercial. Sin embargo, nuevos brokers o empacadores pueden entrar comprando producto a productores existentes.	Media	La barrera clave no es sólo producir, sino garantizar volumen, calidad homogénea, certificaciones, vida de anaquel y cumplimiento sanitario.
Poder de negociación de los compradores	El poder de los compradores es alto, especialmente en importadores, distribuidores, supermercados, industria alimentaria y mayoristas. Comparan precio, calibre, calidad, empaque, certificaciones, origen y continuidad de suministro.	Alta	No depender de un solo comprador. Segmentar por retail gourmet, horeca, industria alimentaria, e-commerce y distribuidores especializados.
Poder de negociación de los proveedores	El poder de proveedores es medio-alto. La nuez pecana depende de productores agrícolas, cosecha, agua, clima, calidad del nogal, procesamiento, empaque y logística. Una baja cosecha puede elevar precios.	Medio-alta	Asegurar contratos de suministro, integración con productores, control de calidad, inventarios y alianzas con empacadoras certificadas.
Amenaza de productos sustitutos	La amenaza es alta. La pecana compite contra almendra, pistache, nuez de nogal, avellana, macadamia, castaña de cajú, cacahuete premium y mezclas de frutos secos.	Alta	Resaltar atributos específicos: sabor mantequilloso, textura, origen mexicano, uso gourmet, repostería, snacks saludables y valor nutricional.

5 fuerzas de porter

Matriz de presión competitiva por país

País	Rivalidad	Nuevos entrantes	Poder compradores	Poder proveedores	Sustitutos	Promedio	Nivel competitivo
Emiratos Árabes Unidos	5	3	4	4	5	4.2	Alto
Turquía	5	3	5	4	5	4.4	Muy alto
Italia	5	3	5	4	5	4.4	Muy alto
India	4	3	5	4	5	4.2	Alto
Marruecos	4	3	4	4	5	4.0	Alto

El análisis de Porter muestra que la nuez pecana mexicana enfrenta una presión competitiva alta en los cinco mercados. La mayor amenaza no proviene únicamente de otros exportadores de pecana, sino de los productos sustitutos, especialmente almendras, pistaches, nuez de nogal, avellanas y castañas de cajú.

Los mercados más atractivos no son necesariamente los de menor competencia, sino aquellos donde el consumidor puede pagar por diferenciación. Por ello, Emiratos Árabes Unidos e Italia son recomendables para una primera etapa si la estrategia se basa en calidad, certificaciones, empaque, trazabilidad y posicionamiento premium.

La nuez pecana mexicana compite en una industria atractiva, pero altamente disputada. La clave no será venderla como un fruto seco más, sino posicionarla como un producto premium, saludable, trazable y de origen mexicano.

Fuentes de consulta sugeridas

Fuente	URL	Uso sugerido
USDA-FAS GAIN - EU Tree Nuts Annual	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Tree+Nuts+Annual_Madrid_European+Union_E42025-0004.pdf	Tamaño del mercado europeo, importaciones, competidores y dinámica de frutos secos.
USDA-FAS - UAE Agricultural Export Opportunities	https://www.fas.usda.gov/data/opportunities-us-agricultural-exports-uae	Contexto de mercado alimentario importado, canales y oportunidades en Emiratos Árabes Unidos.
USDA-FAS GAIN - India pecan tariff reduction	https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Success+Story+-+It%27s+Been+a+Tough+Nut+to+Crack+but+India+is+all+in+on+Pecans+with+the+Tariff+Reduction_New+Delhi_India_IN2023-0013.pdf	Arancel de pecanas en India y oportunidad de mercado.
WITS - World Integrated Trade Solution	https://wits.worldbank.org/	Validación de aranceles, socios comerciales, importaciones y exportaciones por producto.
Market Access Map - ITC	https://www.macmap.org/	Consulta de aranceles y acceso a mercados por país y producto.
Trade Map - ITC	https://www.trademap.org/	Consulta de flujos comerciales, importaciones por país y participación de competidores.

Matriz de Perfil Competitivo

Matriz de Perfil Competitivo por país - Nuez pecana mexicana												
Escala de calificación: 1 = débil / poco atractivo, 2 = bajo-medio, 3 = fuerte / atractivo, 4 = muy fuerte / muy atractivo. En factores de barreras y riesgo, una calificación alta significa menor barrera o menor riesgo.												
Factor crítico de éxito	Peso	Descripción	Emiratos Árabes Unidos Calificación	Emiratos Árabes Unidos Ponderado	Turquía Calificación	Turquía Ponderado	Italia Calificación	Italia Ponderado	India Calificación	India Ponderado	Marruecos Calificación	Marruecos Ponderado
Tamaño y poder adquisitivo del mercado	0.16	Capacidad del mercado para pagar nuez pecana premium.	4	0.64	3	0.48	4	0.64	5	0.8	2	0.32
Afinidad de consumo con frutos secos	0.14	Hábitos de consumo, uso en repostería, regalos, botanas y cocina.	4	0.56	4	0.56	4	0.56	5	0.7	3	0.42
Facilidad logística y acceso a canales	0.13	Infraestructura, puertos, distribuidores, retail moderno y horeca.	5	0.65	3	0.39	4	0.52	2	0.26	3	0.39
Barreras arancelarias y regulatorias	0.15	Calificación alta significa menores barreras o mayor facilidad de cumplimiento.	3	0.45	2	0.3	4	0.6	2	0.3	2	0.3
Intensidad competitiva y sustitutos	0.12	Calificación alta significa menor presión relativa de competidores/sustitutos.	3	0.36	2	0.24	3	0.36	2	0.24	3	0.36
Potencial de crecimiento	0.12	Crecimiento esperado del consumo, clase media o importaciones de frutos secos.	4	0.48	3	0.36	3	0.36	5	0.6	2	0.24
Posibilidad de diferenciación premium	0.10	Facilidad para posicionar origen mexicano, calidad, empaque y valor gourmet.	5	0.5	3	0.3	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Riesgo país, cambiario y operativo	0.08	Calificación alta significa menor riesgo para operar y cobrar.	4	0.32	2	0.16	4	0.32	3	0.24	3	0.24
TOTAL	1.00	Puntaje ponderado total por país		3.96		2.79		3.76		3.54		2.57

Matriz de Perfil Competitivo

Resumen ejecutivo - Perfil competitivo de mercados para nuez pecana mexicana

País	Puntaje CPM	Posición	Lectura				
Emiratos Árabes Unidos	3.96	1	Mercado premium, alto ingreso, logística superior y fuerte dependencia de alimentos importados.				
Italia	3.76	2	Afinidad con productos gourmet, repostería e industria alimentaria; marco UE con alto poder adquisitivo.				
India	3.54	3	Mercado enorme, alto consumo de frutos secos y fuerte potencial de crecimiento.				
Turquía	2.79	4	Cultura fuerte de frutos secos y cercanía a mercados regionales.				
Marruecos	2.57	5	Afinidad cultural con frutos secos, repostería y productos importados premium.				

Conclusión

La matriz indica que Emiratos Árabes Unidos e Italia son los mercados más competitivos para iniciar la exportación de nuez pecana mexicana. India presenta gran potencial por tamaño y consumo de frutos secos, pero es más complejo por precio, logística y regulación. Turquía y Marruecos son opciones secundarias o de nicho que requieren validación arancelaria y socios comerciales especializados.

Matriz de Perfil Competitivo

Fuentes sugeridas para validar la matriz

Fuente	Uso	Link	Variables a validar
ITC Trade Map	Comercio internacional por producto y país	https://www.trademap.org/	Importaciones de nueces/frutos secos, proveedores, crecimiento y valor de mercado.
ITC Market Access Map	Aranceles y acceso a mercados	https://www.macmap.org/	Arancel aplicado a nuez pecana mexicana, preferencias, medidas de acceso.
World Bank Open Data	Indicadores macroeconómicos y de mercado	https://data.worldbank.org/	PIB, PIB per cápita, población, inflación y crecimiento económico.
World Bank WITS	Comercio, aranceles y competitividad	https://wits.worldbank.org/	Importaciones por producto, aranceles, socios comerciales y barreras.
USDA FAS GAIN Reports	Regulación alimentaria y tendencias agroalimentarias	https://www.fas.usda.gov/data	FAIRS reports, food retail, requisitos de importación, tendencias de consumo.
Comisión Europea - Food Safety	Regulación UE para alimentos	https://food.ec.europa.eu/food-safety_en	Aflatoxinas, contaminantes, etiquetado, inocuidad y controles de alimentos.

Variables ponderadas o Wiklund

Matriz de variables ponderadas / Wiklund para selección de mercado — Nuez pecana mexicana

Criterio	Peso	EAU score	EAU ponderado	Turquía score	Turquía ponderado	Italia score	Italia ponderado	India score	India ponderado	Marruecos score	Marruecos ponderado	Tipo de criterio	Descripción
Tamaño y crecimiento del mercado	15%	4	0.60	4	0.60	4	0.60	5	0.75	3	0.45	Alta	Demanda potencial de frutos secos, población/ingreso, crecimiento del consumo
Poder adquisitivo y segmento premium	12%	5	0.60	3	0.36	4	0.48	3	0.36	2	0.24	Alta	Capacidad del consumidor/canal para pagar pecana premium
Afinidad de consumo con frutos secos	12%	5	0.60	5	0.60	5	0.60	5	0.60	4	0.48	Alta	Cultura de consumo de nueces, botanas, regalos, repostería y horeca
Facilidad de acceso regulatorio/arancelario	13%	4	0.52	2	0.26	4	0.52	2	0.26	3	0.39	Alta	Aranceles, requisitos sanitarios, etiquetado, certificaciones, trámites
Logística y conectividad	10%	5	0.50	4	0.40	4	0.40	3	0.30	3	0.30	Alta	Infraestructura portuaria/aérea, rutas, eficiencia logística, distribución interna
Intensidad competitiva	10%	3	0.30	2	0.20	3	0.30	3	0.30	3	0.30	Baja	Presión de competidores directos y sustitutos
Distancia cultural y adaptación	8%	3	0.24	3	0.24	4	0.32	2	0.16	2	0.16	Baja	Idioma, hábitos, empaque, certificaciones culturales como halal, forma de compra
Estabilidad económica y riesgo país	8%	5	0.40	2	0.16	4	0.32	3	0.24	3	0.24	Alta	Inflación, volatilidad cambiaria, estabilidad macro y comercial
Rentabilidad esperada	7%	5	0.35	3	0.21	4	0.28	4	0.28	3	0.21	Alta	Margen potencial después de logística, arancel, distribución y posicionamiento
Acceso a canales y socios comerciales	5%	5	0.25	3	0.15	4	0.20	4	0.20	3	0.15	Alta	Importadores, distribuidores, retail moderno, horeca, e-commerce, industria alimentaria
Total / Puntaje final	###		4.36		3.18		4.02		3.45		2.92		

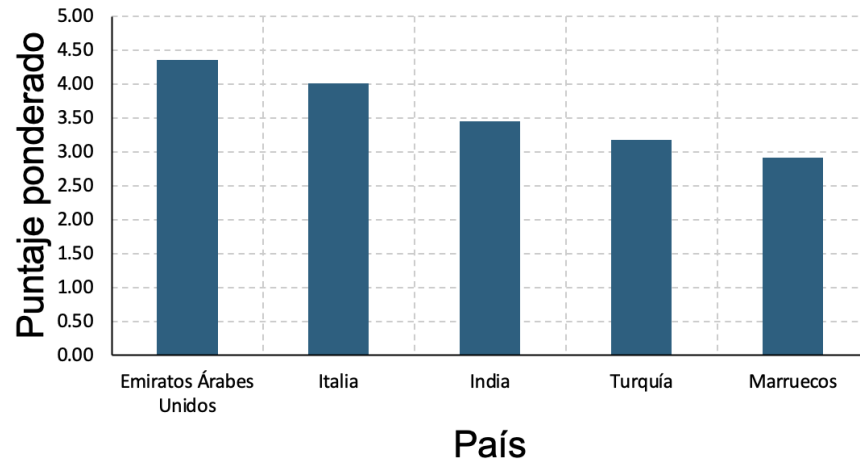
Matriz de Variables Ponderadas / Wiklund — Nuez pecana mexicana

Mercados analizados: Emiratos Árabes Unidos, Turquía, Italia, India, Marruecos | Elaborado: 2026-07-08

Ranking	País	Puntaje total	Recomendación
1	Emiratos Árabes Unido	4.36	Prioridad 1: mercado premium y hub regional.
2	Italia	4.02	Prioridad 2: mercado UE, gourmet e industria alimentaria.
3	India	3.45	Potencial alto, pero entrada gradual por complejidad.
4	Turquía	3.18	Mercado secundario; validar arancel y socios.
5	Marruecos	2.92	Mercado de nicho; entrada gradual y selectiva.

Conclusión ejecutiva

La matriz ponderada confirma como mercado más atractivo a Emiratos Arabes Unidos, seguido de Italia. India presenta alto potencial por tamaño y consumo de frutos secos, pero su complejidad administrativa, económica y logística reduce el puntaje. Turquía y Marruecos se consideran mercados secundarios o de nicho. La decisión recomendada es iniciar con EAU e Italia, evaluar India con estrategia especializada y mantener Turquía/Marruecos como opciones posteriores.



Variables ponderadas o Wiklund

Criterios, pesos y escala de calificación				
Criterio	Peso	Qué mide	Orientación	Cómo interpretar calificación alta
Tamaño y crecimiento del mercado	15%	Demanda potencial de frutos secos, población/ingreso, crecimiento del consumo	Alta	El mercado muestra volumen, dinamismo y oportunidad de crecimiento.
Poder adquisitivo y segmento premium	12%	Capacidad del consumidor/canal para pagar pecana premium	Alta	Consumidores con mayor ingreso o nichos premium desarrollados.
Afinidad de consumo con frutos secos	12%	Cultura de consumo de nueces, botanas, regalos, repostería y horeca	Alta	El consumo de frutos secos es común y aceptado.
Facilidad de acceso regulatorio/arancelario	13%	Aranceles, requisitos sanitarios, etiquetado, certificaciones, trámites	Alta	Menores barreras y mayor claridad regulatoria.
Logística y conectividad	10%	Infraestructura portuaria/aérea, rutas, eficiencia logística, distribución interna	Alta	Mejor conectividad y menor complejidad logística.
Intensidad competitiva	10%	Presión de competidores directos y sustitutos	Baja	Menor presión competitiva o posibilidad clara de diferenciarse.
Distancia cultural y adaptación	8%	Idioma, hábitos, empaque, certificaciones culturales como halal, forma de compra	Baja	Menor adaptación requerida para vender el producto.
Estabilidad económica y riesgo país	8%	Inflación, volatilidad cambiaria, estabilidad macro y comercial	Alta	Menor riesgo económico y comercial.
Rentabilidad esperada	7%	Margen potencial después de logística, arancel, distribución y posicionamiento	Alta	Mayor capacidad de sostener precio y margen.
Acceso a canales y socios comerciales	5%	Importadores, distribuidores, retail moderno, horeca, e-commerce, industria alimentaria	Alta	Mayor facilidad para encontrar canales de entrada.
Escala: 1 = muy desfavorable; 2 = desfavorable; 3 = medio; 4 = favorable; 5 = muy favorable. Para criterios donde la presión competitiva o distancia cultural son bajas, una				

Variables ponderadas o Wiklund

Supuestos de calificación por país					
País	Síntesis	Fortaleza principal	Debilidad principal	Estrategia de entrada	Prioridad
Emiratos Árabes Unidos	Mercado de alto ingreso, importador de alimentos y plataforma regional.	Poder adquisitivo, logística y canal premium.	Distancia cultural y necesidad de adaptación halal/etiquetado.	Producto premium, gourmet, horeca, retail moderno y regalos.	Alta
Italia	Mercado europeo sofisticado con afinidad por ingredientes gourmet y saludables.	Afinidad gastronómica, UE, industria alimentaria y canales especializados.	Regulación estricta de inocuidad, trazabilidad y contaminantes.	Entrar con certificaciones, calidad, trazabilidad y enfoque B2B/ingrediente.	Alta
India	Mercado enorme con alto consumo de frutos secos, pero sensible al precio y complejo.	Tamaño de mercado y consumo de frutos secos en festividades.	Aranceles, requisitos regulatorios, logística interna y sensibilidad al precio.	Entrada gradual por ciudades de alto ingreso, e-commerce y regalos premium.	Media
Turquía	Alta cultura de frutos secos, pero con competencia local fuerte y volatilidad económica.	Afinidad de consumo y buena posición geográfica regional.	Aranceles/requisitos y presión de sustitutos locales como pistache y avellana.	Diferenciación para repostería, chocolatería y canal gourmet.	Media-baja
Marruecos	Mercado de nicho con afinidad por frutos secos, dulces y hospitalidad.	Oportunidad en horeca, turismo y retail importado.	Mercado más pequeño y menor poder adquisitivo relativo.	Entrada selectiva con importador local y presentaciones premium pequeñas.	Baja-media

Variables ponderadas o Wiklund

Fuentes sugeridas para validar variables

Fuente	URL	Uso en la matriz	Variables a validar
Trade Map - ITC	https://www.trademap.org/	Tamaño del mercado y competidores	Importaciones, exportaciones, socios comerciales, crecimiento
Market Access Map - ITC	https://www.macmap.org/	Acceso arancelario	Arancel aplicado, preferencias, medidas de acceso
WITS - Banco Mundial	https://wits.worldbank.org/	Comercio y barreras	Aranceles, comercio por producto, socios y competitividad
World Bank Open Data	https://data.worldbank.org/	Variables económicas	PIB, PIB per cápita, inflación, población, comercio
Logistics Performance Index	https://lpi.worldbank.org/	Logística y conectividad	Aduanas, infraestructura, envíos internacionales, trazabilidad
USDA FAS GAIN	https://gain.fas.usda.gov/	Regulación y mercados alimentarios	Reportes FAIRS, guías de exportador, ingredientes alimentarios
Comisión Europea - Food Safety	https://food.ec.europa.eu/	Regulación UE	Contaminantes, aflatoxinas, inocuidad y etiquetado

Uso de la IA como herramienta de Análisis de Mercados



ChatGPT



¿Cómo la IA puede potenciar las exportaciones y facilitar el acceso global de las MiPymes mexicanas?

Ejemplo de Prompts.

Error de las MiPymes	Prompt para la IA
1. Falta de información sobre mercados extranjeros	“Analiza el mercado (o servicio) en (País o Países). Dame datos de importaciones (volumen y valor), tendencias de consumo, principales competidores (nacionales e internacionales) y precios promedio.”
2. Desconocimiento de normativas y trámites aduaneros	“Explícame los requisitos aduaneros, fitosanitarios y de etiquetado para exportar (Producto) desde (País) hacia (País o Países). Hazme un checklist paso a paso con referencias a normativas de la (país de destino de la exportación).”
3. Altos costos logísticos y financieros	“Compara costos de envío de (Producto) desde (País) a (País de destino) en transporte marítimo y aéreo. Incluye seguros, aranceles, comisiones y tiempos de tránsito. Sugiere la opción más rentable para exportar en volúmenes de (20 y 40 pies).”
4. Falta de contactos y redes comerciales	“Identifica ferias, cámaras de comercio y asociaciones en (País de destino) donde pueda contactar compradores de (Producto) (ej. Cámara de Comercio, distribuidores de productos orgánicos, etc.). Dame enlaces y contactos clave verificables.”

¿Cómo la IA puede potenciar las exportaciones y facilitar el acceso global de las MiPymes mexicanas?

5. Ausencia de una cultura exportadora	“Diseña un plan de capacitación para mi empresa productora de (Producto) en (País de exportación) que busca exportar a (País). Incluye temas básicos de Incoterms, contratos internacionales, financiamiento y estrategias de internacionalización.”
6. Aventurarse sin estrategia definida	“Elabora una estrategia de internacionalización para una empresa (exportadora) de (Producto) hacia (país de destino). Incluye análisis FODA, PESTEL, CAGE, 5 Fuerzas de Porter, Matriz de perfil competitivo, Wiklund, objetivos de exportación y pasos iniciales para penetrar el mercado (destino).”
7. Desconocimiento de la cultura de negocios del país destino	“Descríbeme las prácticas culturales y de negocios en (país de destino) para negociar con distribuidores de (sector/industria). Incluye etiqueta en reuniones, horarios, estilos de negociación y costumbres relevantes para cerrar acuerdos.”
8. Falta de cotizaciones detalladas	“Genera un ejemplo de cotización internacional de (producto) (país de origen) hacia (país de destino) bajo el Incoterm CIF (puerto). Incluye desglose de costos: flete marítimo, seguro, embalaje, comisiones y costos portuarios.”
9. Estrategias de precios mal diseñadas	“Crea un modelo de cálculo de precios de exportación de (producto) hacia (país de destino), considerando costos de producción, transporte, aranceles, márgenes de utilidad y precios de referencia en el mercado de (país).”

1. Ejemplo de Prompt

Actúa como consultor experto en inteligencia de mercados internacionales y exportaciones. Analiza el potencial de exportación de [PRODUCTO] desde México hacia [PAÍS O PAÍSES]. Incluye datos de mercado, importaciones, competidores, precios, canales de distribución, requisitos aduaneros, normativas, logística, costos y perfil del comprador. Además, realiza los análisis PESTEL, CAGE, 5 Fuerzas de Porter, Matriz de Perfil Competitivo y modelo de Wiklund. Usa fuentes verificables como Trade Map, Market Access Map, UN Comtrade, WITS, Banco Mundial, OMC y organismos oficiales. Entrega matrices comparativas, ranking de mercados, recomendación del mejor país para iniciar y acciones concretas a 30, 60 y 90 días. No inventes datos; si falta información, indica dónde validarla.

2. Principales mercados consumidores y compradores potenciales

Ranking preliminar de mercados

País / región	Atractivo	Razón principal	Riesgo principal
Estados Unidos	Muy alto	Mayor mercado natural, cercanía, T-MEC, compradores industriales	Alta competencia con productores estadounidenses
China	Alto, pero riesgoso	Gran comprador internacional de nueces y frutos secos	Investigación antidumping contra pecanas de México y EE.UU.
Unión Europea	Medio-alto	Consumo saludable, orgánico, gourmet e ingredientes	Regulaciones estrictas, trazabilidad, residuos, etiquetado
Canadá	Medio-alto	Mercado estable, alto ingreso, cercanía T-MEC	Volumen menor que EE.UU.
Japón / Corea	Medio	Consumidor premium, alto poder adquisitivo	Exigencia alta en calidad, inocuidad y presentación

Estados Unidos es un mercado estratégico porque sigue siendo gran productor, consumidor e importador/exportador. En 2024, la producción estadounidense de pecana fue reportada en 120 mil toneladas métricas, y sus exportaciones alcanzaron 53.7 mil toneladas métricas con valor de 381 millones de dólares. southernagtoday.org

China debe analizarse con cautela: en septiembre de 2025 inició una investigación antidumping contra pecanas de Estados Unidos y México, con posible conclusión en septiembre de 2026 y eventual extensión. [Reuters](https://reuters.com)

3. Datos de mercado e importaciones

Aquí hay una limitación técnica importante: en varias bases internacionales, la nuez pecana aparece dentro de códigos amplios como HS 0802.99 u otros códigos residuales de nueces comestibles. Eso puede mezclar pecana con otros frutos secos. Por eso, para cifras exactas por país se recomienda validar con:

- ITC Trade Map: importaciones por HS 0802.99 / 0802.90 / código nacional.
- UN Comtrade: flujo por país, origen y destino.
- WITS Banco Mundial: aranceles e importaciones.
- Market Access Map: aranceles, reglas de origen y medidas no arancelarias.
- Aduanas nacionales: clasificación específica por país.

UN Comtrade permite consultar estadísticas anuales y mensuales de comercio internacional por producto y país, cubriendo cerca de 200 países y más del 99% del comercio mundial de mercancías. [comtrade.un.org](#)

Matriz comparativa de mercado

Criterio	Estados Unidos	China	Unión Europea	Canadá	Japón/Corea
Tamaño de mercado	5	5	4	3	3
Cercanía logística	5	2	3	4	2
Facilidad regulatoria	4	2	3	4	3
Arancel preferencial	5	2	4	5	3
Riesgo comercial	3	2	4	4	4
Competencia	3	3	4	4	4
Precio premium	3	4	4	3	5
Facilidad de entrada MiPyme	5	2	3	4	2
Puntaje total / 40	33	22	29	31	26

Ranking recomendado:

1. Estados Unidos
2. Canadá
3. Unión Europea: España, Alemania, Países Bajos y Francia
4. Japón / Corea
5. China, solo con análisis legal y antidumping actualizado.

4. Competidores internacionales

Los principales competidores de México son:

País competidor	Fortalezas	Debilidades frente a México
Estados Unidos	Producción consolidada, marca país, industria procesadora, red de compradores	Costos laborales mayores, competencia interna, dependencia climática
Sudáfrica	Crecimiento productivo, presencia en China	Mayor distancia hacia América del Norte
China	Producción local emergente y gran mercado interno	Calidad y consistencia pueden variar; también importa producto
Australia	Imagen premium agroalimentaria	Volúmenes más limitados y lejanía
México	Cercanía a EE.UU., calidad, experiencia exportadora, T-MEC	Dependencia de EE.UU., necesidad de mayor marca, certificaciones y valor agregado

México es reconocido como segundo gran productor mundial de pecana después de Estados Unidos; estudios de New Mexico State University destacan que México produce principalmente variedades mejoradas y que las principales zonas productoras cuentan con condiciones adecuadas de luz, suelo y agua. pubs.nmsu.edu

5. Precios de referencia

Los precios varían mucho según:

- Con cáscara o sin cáscara.
- Entera, mitades, pedacera o harina.
- Convencional u orgánica.
- Calibre.
- Humedad.
- Color.
- Certificaciones.
- Volumen.
- Incoterm.
- Temporada.

Como referencia comercial, Tridge reporta que el precio global de nuez pecana cruda en 2024 se movió en un rango aproximado de **8.65 a 12.84 USD/kg**, aunque sus datos deben usarse solo como referencia comercial y validarse con cotizaciones reales. Tridge Para México, Tridge muestra alta variación de precios de exportación, con rangos amplios dependiendo de presentación y operación. Tridge

Empresas compradoras / prospectos B2B

Empresa	País / ciudad	Perfil	Contacto verificable	Comentario comercial
John B. Sanfilippo & Son, Inc.	Estados Unidos	Procesador y comercializador de nueces; maneja marcas como Fisher, Orchard Valley Harvest y canales de ingredientes, contract packaging y exportación.	Sitio oficial y sección de proveedores. John B. Sanfilippo & Son, Inc.	Prospecto fuerte para volumen, ingredientes industriales y marca privada.
Golden Peanut and Tree Nuts	Estados Unidos / El Paso, TX	Empresa de nueces y tree nuts; aparece en National Pecan Shellers Association.	Tel. 770-752-8160; correo: Grant.Belden@goldenpeanut.com . iLovePecans	Muy relevante para pecana mexicana por ubicación en Texas y enfoque en tree nuts.
Atalanta Corporation / Gellert Global Group	Elizabeth, New Jersey	Importador de alimentos en EE.UU.; Atalanta es descrita como el mayor importador privado de alimentos en EE.UU. dentro de Gellert Global Group. gellertglobalgroup.com	Tel. 908-351-8000; dirección: 1 Atalanta Plaza, Elizabeth, NJ 07206. atalantacorp.com	Buen prospecto para producto gourmet, ingredientes, retail y distribución nacional.
Adcock Pecans	Tifton, Georgia	Proveedor/procesador de pecana listado por Georgia Pecan Commission.	801 W. 7th Street, Tifton, Georgia; Tel. 800-348-5566. georgiapecans.org	Puede funcionar como comprador, procesador o referencia de benchmark competitivo.
Atwell Pecan Company, Inc.	Wrens, Georgia	Empresa de pecana listada por Georgia Pecan Commission.	705 South Main Street, Wrens, GA 30833; Tel. 800-548-6887. georgiapecans.org	Prospecto para nuez con cáscara o descascarada, sujeto a validación de programa de compras.
Hudson Pecan Company, Inc.	Ocilla, Georgia	Empresa de pecana listada por Georgia Pecan Commission.	449 Vo Tech Dr., Ocilla, GA; Tel. 229-468-9473. georgiapecans.org	Relevante para comparar especificaciones, calidades y precios de mercado.

2. Ejemplo de Prompt

Actúa como consultor experto en inteligencia de mercados internacionales.

Tengo una empresa ubicada en [país] que produce/vende [producto o servicio]. Mi principal problema es la falta de información sobre mercados extranjeros.

Identifica los mejores países para exportar este producto, considerando tamaño de mercado, importaciones, crecimiento, principales proveedores, competidores, precios de referencia, canales de distribución, barreras de entrada, requisitos regulatorios, logística y perfil del comprador B2B/B2C.

Usa fuentes verificables como ITC Trade Map, Market Access Map, WITS, UN Comtrade, OMC, Banco Mundial, organismos aduaneros y reportes sectoriales. Incluye links de consulta.

Entrega una matriz comparativa, ranking final de mercados, recomendación del mejor país para iniciar y acciones concretas para los próximos 30 días. No inventes datos; si falta información, indica

2. Ejemplo de Prompt

Actúa como consultor experto en negocios internacionales. Tengo una empresa ubicada en México que produce Nuez Pecana natural y quiero encontrar el mejor mercado para exportar. Realiza un estudio integral de selección de mercado internacional que incluya: clasificación arancelaria o categoría del servicio, tamaño de mercado, principales países compradores, acuerdos comerciales, bloques regionales, barreras de entrada, PESTEL, CAGE, 5 Fuerzas de Porter, Matriz de Perfil Competitivo, Matriz de Variables Ponderadas/Wiklund, competidores directos e indirectos, buyer persona B2C y B2B, logística, puertos, documentación aduanera, medios de pago, e-commerce, estrategia de entrada, riesgos y plan de acción de 90 días.

Usa fuentes verificables como OMC, ITC Trade Map, Market Access Map, WITS, Banco Mundial, UN Comtrade, OECD, IMF, CIA World Factbook, Freedom House, V-Dem, autoridades aduaneras, ministerios de comercio, organismos sanitarios y reportes sectoriales. Incluye links de todas las fuentes utilizadas.

Entrega el resultado en matrices comparativas, con ranking final de mercados, recomendación estratégica y plan de acción.

No inventes datos. Si no hay información disponible, indícalo claramente y sugiere dónde validarla.

HAGAMOS UN TRUEQUE



EN VIVO

6:00 PM

Hora Centro

4:00 PM

Hora Noroeste



YouTube Live

Facebook Live

LinkedIn Live

Twitter Live

Escúchanos en:



www.tlcasociados.com.mx

www.tlcmagazinemexico.com.mx

