

Arnulfo R. Gómez

**Joyas de la
Exportación Mexicana
en 2024**

Abril 21 de 2025

Joyas de la Exportación Mexicana en 2024

*Adiós inútiles
Paquita la del Barrio*

*Ellos se ríen de mí porque soy diferente
Yo me río de ellos porque todos son igualitos*
Anónimo

El 28 de marzo de 2020, recibí un mensaje de mi gran amigo, Lic. Francisco J. Carrillo González, un buen mexicano verdaderamente preocupado por la situación de México, por su pobre desarrollo económico y por la deficiente aportación del comercio exterior a este proceso diciéndome ... *me gusta soñar con que algún día abriré un correo tuyo que hable de cómo se va enderezando el camino en lo que a comercio exterior respecta, pero parece muy difícil que ese día llegue.*

Al respecto, atendiendo sus buenos deseos y el de todos los mexicanos que queremos el progreso de nuestro país, **con el objetivo de mostrar que mucho se puede hacer en materia de comercio exterior mexicano**, en ese entonces analicé la información básica de su estructura en el año 2019, mismo ejercicio que realicé en los años siguientes, sobre los principales productos de exportación mexicana y la situación que prevalece en la burocracia mexicana.

Hoy, retomo sus comentarios y analizo la información más reciente sobre este sector que resulta de vital importancia para el desarrollo económico de México y sobre la cual debo señalar:

En 2024, la exportación total de México registró un incremento de 4.06%, totalizando 617,100 millones US, porcentaje superior al de 2023 que fue de 2.65%, pero inferior al de 2022 de 16.72% mismos años en que el monto fue de 593,005 y 577,698 millones US, respectivamente.

En este año, los 40 principales productos de exportación representaron el 45.16% del total y estuvieron constituidos, en primer lugar, por los vehículos automóviles que representaron el 5.06%, seguidos de las unidades de proceso, los camiones con carga máxima de 5 toneladas, partes y accesorios de vehículos y televisores de pantalla plana que, en conjunto, representaron el 15.71% de la exportación total, todos ellos con alto porcentaje de contenido extranjero.

Otro segundo grupo de 5 estuvo constituido por diversos tipos de vehículos, vehículos eléctricos y vehículos para el transporte de mercancías que representaron el 6.73%, los 3 con alto contenido de insumos extranjeros, y sólo 2 productos que podríamos considerar mexicanos: arneses para uso automotriz y aceites ligeros con 3.31%.

***Azul, productos netamente mexicanos Rojo, productos con alto grado de insumos extranjeros**

México: Principales Productos Exportados

	SA	Descripción	2021	2022	2023	2024
1.	8703239900	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos etc.	n. d.	1,111	29,889	31,237
2.	8471500100	Unidades de proceso, excepto las de las subpartidas 8471.41 u 8471.49	19,911	28,562	20,132	25,174
3.	8704319901	Camiones con carga máxima inferior o igual a 5 t	7,315	7,970	16,553	15,936
4.	8703229900	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05	n. d.	818	13,977	13,953
5.	8528720600	Televisores con pantalla plana	14,367	12,397	10,697	10,679
6.	8544309901	Arneses reconocibles como diseñados exclusivamente para uso automotriz.	7,834	9,176	10,665	10,568

7.	8701219900	Demás vehículos automóviles, tractores, velocípedos y vehículos terrestres	n. d.	n. d.	13,214	10,438
8.	2709000503	Aceites ligeros.	4,212	9,830	14,145	9,891
9.	8703800100	Vehículos eléctricos	3,160	3,299	5,140	9,479
10.	8704319999	Vehículos automóviles para el transporte de mercancías	12,742	14,790	8,921	9,234

En el tercer grupo encontramos aceites pesados y cerveza como productos verdaderamente originarios con 2.46%; en tanto que los equipos y sistemas de telecomunicación; los aparatos de grabación y reproducción de sonido y las partes para muebles constituyeron el 3.46%, con alto grado de insumos extranjeros.

En el siguiente grupo figuran como mexicanos, los minerales de cobre y sus concentrados con 0.80%; en tanto que los otros 4 productos, con 3,38% y alto valor de contenido extranjero correspondieron a instrumentos de medicina, cirugía, odontología y veterinaria; camiones de carga; partes y accesorios para vehículos; y automóviles, tractores etc.

	SA	Descripción	2021	2022	2023	2024
11.	2709000501	Aceites pesados	15,627	13,045	8,861	8,474
12.	8517621799	Equipos y sistemas de telecomunicaciones:	6,302	7,094	7,832	7,180
13.	2203000100	Cerveza de malta.	5,588	6,031	6,163	6,722
14.	8537109999	Aparatos de grabación o reproducción de sonido	3,485	4,510	5,616	6,184
15.	9401999901	Partes para muebles 9401.20.01.00.	n. d.	155	5,850	6,059
16.	9018909999	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria	3,539	4,021	4,718	5,659
17.	8704219902	Camiones peso total con carga máxima > a 2,721 kg, pero > o = a 4,536 kg	2,756	2,209	3,150	5,264
18.	8708299999	Partes y accesorios de vehículos automóviles	4,098	6,331	5,285	5,000
19.	2603000100	Minerales de cobre y sus concentrados.	4,277	4,191	4,561	4,925
20.	8708999999	Vehículos automóviles, tractores, demás vehículos terrestres, partes y accesorios	3,176	4,314	4,716	4,908

En el quinto grupo figuran el fueloil y el oro en bruto como netamente mexicanos con 1.43%, en tanto que el resto correspondieron a partes para aeronaves; máquinas y aparatos para acondicionamientos de aire; y computadoras en forma de sistemas, con 2.11%.

El sexto grupo está constituido refrigeradores, aguacates y tequila con 1.86%; en tanto que los productos con alto contenido de insumos extranjero fueron motores de émbolo y productos no identificados en la tarifa general de exportación con 1.20%.

	SA	Descripción	2021	2022	2023	2024
21.	2710199905	Fueloil (combustóleo).	2,943	4,698	n. d.	4,674
22.	9806000600	Partes para el submontaje, montaje o producción de aeronaves o aeropartes	2,726	3,388	4,265	4,582
23.	8415900299	Máquinas y aparatos para acondicionamiento de aire	2,630	3,497	3,958	4,244
24.	8471499100	Computadoras presentadas en forma de sistemas.	n. d.	103	n. d.	4,177
25.	7108129100	Oro. Las demás formas en bruto.	n. d.	238	3,439	4,129
26.	8418100100	Refrigeradores < o = a 200 kg, excepto con cajones exteriores separados.	3,986	4,876	4,767	3,998
27.	8407340399	Motores de émbolo (pistón) alternativo y motores rotativos,	2,838	3,221	3,108	3,789
28.	0804400100	Aguacates	3,269	3,321	3,153	3,787
29.	2208900301	Tequila contenido en envases con capacidad inferior o igual a 5 litros.	200	3,677	3,821	3,708
30.	9999999999	Códigos arancelarios no catalogados en la tarifa.	4,024	3,603	3,819	3,661

Los siguientes 5 productos incluyen aceites medianos con 0.55%, netamente mexicanos, en tanto que el resto son otro grupo de productos no identificados en la tarifa general de exportación, circuitos modulares, cajas de velocidad automáticas, así como equipos y sistemas de telecomunicaciones, elaborados con alto porcentaje de insumos extranjeros, con 2.23%.

Finalmente, en el 8º grupo aparece la plata como producto mexicano con 0.45%, en tanto que los productos con insumos extranjeros corresponden a instrumentos y aparatos de medicina,

Arnulfo R. Gómez

cirugía, odontología o veterinaria con 1.80%; mecanismos de frenos de disco y sus partes; aparatos de redes de área local y convertidores catalíticos.

	SA	Descripción	2021	2022	2023	2024
31.	999999999	Códigos arancelarios no catalogados en la tarifa.	3,972	3,563	3,781	3,630
32.	8473300401	Circuitos modulares.	1,246	1,505	1,589	3,436
33.	2709000502	Aceites medianos	4,609	8,712	4,574	3,419
34.	8708400300	Cajas de velocidades automáticas.	2,906	3,556	3,760	3,313
35.	8543709999	Equipos y sistemas de telecomunicaciones	1,268	1,769	2,626	3,309
36.	9018399999	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria,	2,221	2,458	2,615	3,064
37.	8708309901	Mecanismos de frenos de disco o sus partes componentes.	2,060	2,511	2,828	2,927
38.	7106910100	Plata en bruto.	2,812	2,465	2,521	2,796
39.	8517621701	Aparatos de redes de área local ("LAN").	875	1,013	1,413	2,636
40.	8421320100	Convertidores catalíticos.	-	-	2,367	2,466
		Suma de productos seleccionados	162,974	198,028	258,489	278,709
		% de productos seleccionados	32.92	34.28	43.58	45.16
		Exportación total de México	494,949	577,698	593,005	617,100

Comentarios

Durante los años 2023 y 2024, de los 40 principales productos de exportación mexicana, un total 29 de ellos se caracterizaron por su alto contenido de insumos extranjeros, con cifras de 209,964 y 221,509 millones US, que correspondieron a 34.73% y 35.90% del gran total de 593,005 y 617,100 millones US, respectivamente.

Sin excepción, todos ellos productos industriales con alto valor, mayormente maquilados y ensamblados con insumos extranjeros en nuestro país, que son reexportados con reducido valor agregado mexicano como es el caso de los automóviles cuyo porcentaje con información publicada por BANCOMEXT es de 26%, así como los productos electrónicos en los que figuran preeminentemente las unidades de proceso con 20% y los televisores de pantalla plana con 10%, así como los instrumentos y aparatos médicos; las partes para submontaje y montaje de aeronaves y aeropartes; partes automotrices etc.

En este universo de 40 principales productos de exportación, los productos netamente mexicanos sólo fueron 11, mismos que alcanzaron un valor total de 52,525 y 57,200 millones US, con una participación en el gran total de 8.86% y 9.27%.

Importante es señalar que, en el año 1993, el valor de contenido nacional en la Exportación Total fue de 58.8% y, excluyendo al petróleo, el porcentaje de sólo 52.91%. Para el año 2012, el porcentaje fue de 39.13% y sin petróleo, se redujo a sólo 31.18%, situación completamente anómala, deprimente y contraria al objetivo propuesto por el TLCAN, A continuación, presento la más reciente información disponible.

México: Estructura de la Exportación por Rubros

	Exportación										Valor							
	Total	Definitiva								IMMEX				Agregado Total		% S/P		
		Total 1	% Δ	Petróleo	% Δ	Agroind	% Δ	Otros	% Δ	Total	% Δ	Reexp	% Δ	VA 2	% Δ		1 + 2	% Δ
1993	51,832	16,731	32.28	6,485	12.51	3,990	7.70	6,256	12.07	35,101	67.72	21,355	41.20	13,746	26.52	30,477	58.80	52.91
1994	60,833	19,284	31.70	6,624	10.89	4,432	7.29	8,228	13.53	41,549	68.30	32,160	52.87	9,389	15.43	28,673	47.13	40.67
1995	79,823	24,437	30.61	7,420	9.30	6,278	7.86	10,739	13.45	55,386	69.39	41,409	51.88	13,977	17.51	38,414	48.12	42.81
1996	96,000	26,786	27.90	10,705	11.15	6,332	6.60	9,749	10.16	69,214	72.10	50,713	52.83	18,501	19.27	45,287	47.17	40.54
1997	110,380	25,262	22.89	10,334	9.36	7,018	6.36	7,910	7.17	85,118	77.11	60,377	54.70	24,741	22.41	50,003	45.30	39.65
1998	117,500	19,899	16.94	6,448	5.49	7,532	6.41	5,919	5.04	97,601	83.06	69,016	58.74	28,585	24.33	48,484	41.26	37.85
1999	136,703	21,090	15.43	8,830	6.46	7,915	5.79	4,345	3.18	115,613	84.57	79,467	58.13	36,146	26.44	57,236	41.87	37.85

2000	166,424	29,168	17.53	14,553	8.74	8,512	5.11	6,103	3.67	137,256	82.47	97,680	58.69	39,576	23.78	68,744	41.31	35.68
2001	158,542	27,113	17.10	11,928	7.52	8,116	5.12	7,069	4.46	131,429	82.90	87,755	55.35	43,674	27.55	70,787	44.65	40.15
2002	160,682	30,999	19.29	13,392	8.33	8,250	5.13	9,357	5.82	129,683	80.71	87,414	54.40	42,269	26.31	73,268	45.60	40.65
2003	165,355	37,955	22.95	16,676	10.08	9,208	5.57	12,071	7.30	127,400	77.05	85,943	51.97	41,457	25.07	79,412	48.03	42.20
2004	189,200	48,708	25.74	21,258	11.24	10,512	5.56	16,938	8.95	140,492	74.26	98,096	51.85	42,396	22.41	91,104	48.15	41.59
2005	213,995	63,118	29.50	28,329	13.24	12,196	5.70	22,593	10.56	150,877	70.50	105,926	49.50	44,951	21.01	108,069	50.50	42.95
2006	250,461	76,290	30.46	34,707	13.86	14,212	5.67	27,371	10.93	174,171	69.54	121,404	48.47	52,767	21.07	129,057	51.53	43.73
2007	271,875	88,658	32.61	37,937	13.95	14,728	5.42	35,993	13.24	183,217	67.39	154,333	56.77	28,884	10.62	117,542	43.23	34.03
2008	291,348	86,198	29.59	43,342	14.88	16,283	5.59	26,573	9.12	205,150	70.41	173,304	59.48	31,846	10.93	118,044	40.52	30.12
2009	229,704	60,521	26.35	25,614	11.15	16,024	6.98	18,883	8.22	169,183	73.65	140,294	61.08	28,889	12.58	89,410	38.92	31.26
2010	298,473	75,463	25.28	35,919	12.03	18,108	6.07	21,436	7.18	223,010	74.72	187,890	62.95	35,120	11.77	110,583	37.05	28.44
2011	349,375	94,331	27.00	49,322	14.12	21,716	6.22	23,293	6.67	255,044	73.00	210,368	60.21	44,676	12.79	139,007	39.79	29.89
2012	370,915	92,766	25.01	42,837	11.55	22,481	6.06	27,448	7.40	278,149	74.99	225,780	60.87	52,369	14.12	145,135	39.13	31.18
93/12	319,083	76,035	-7.27	36,352	-0.96	18,491	-1.64	21,192	-4.67	243,048	7.27	204,425	19.67	38,623	-12.40	114,658	-19.67	-21.73

Elaborado con datos de la SE. 3) Sin petróleo

A partir del año 2013, la Secretaría de Economía suspendió la publicación de la estadística del comercio exterior con sus diversos agregados y, en 2021, la suspensión total, motivo por el cual es difícil precisar el monto y porcentaje de los diversos agregados de la exportación y la importación, pero mucho peor es que, ante la ausencia de información, es imposible conocer adecuadamente la evolución del comercio exterior, así como definir una estrategia para su desarrollo.

Dentro de ese universo, los 11 productos netamente mexicanos corresponden al rubro de

- **materia primas e insumos** que incluye arneses reconocibles como diseñados exclusivamente para uso automotriz, aceites ligeros, aceites pesados, minerales de cobre y sus concentrados, fueloil, aceites medianos y plata;
- **bienes de consumo** constituido por cerveza de malta, refrigeradores, aguacate y tequila.

Haciendo referencia a la pregunta de mi amigo, el Lic. Francisco Carrillo en relación con el pobre desarrollo de nuestro comercio exterior, le reitero que estos enormes retrocesos son terribles debido a que no ha habido una estrategia de competitividad, de fomento, de promoción de las exportaciones ni de inversión extranjera, con programas, proyectos y políticas públicas realistas, ni una estructura de promoción que incidan favorablemente en el desarrollo económico de México debido a que la mayor parte de los funcionarios encargados de diseñarla, son improvisados burócratas habilitados como expertos en comercio internacional.

Funcionarios mexicanos en la Luna agosto 19, 2019

Contrariamente, los cuatro bienes de consumo a los que hice referencia anteriormente fueron objeto de un proceso promoción y desarrollo muy sano y exitoso, que tuvo bases muy sólidas debido a que los líderes que se encargaron de promover y conducir el proceso de exportación son personas con amplio conocimiento del producto y del mercado doméstico, lo que les permitió definir una estrategia con objetivos y actividades muy precisas para acceder a nichos reales en los mercados externos.

La cerveza, principalmente de Grupo Modelo, liderada por la Cerveza Corona, fue objeto de un programa que se inició teniendo como base su consolidación como la cerveza más importante en el mercado doméstico a pesar de que era un producto del grupo empresarial más joven del sector cervecero en México, pero que, a base de calidad, tecnología, innovación, desarrollo de logística, esquemas de comercialización etc. logró captar el 57% del mercado nacional.

Arnulfo R. Gómez

Con esta sólida base, en los años 80's, bajo la dirección del Lic. Valentín Díez Morodo, Vicepresidente Ejecutivo y Director de Ventas Nacionales de Grupo Modelo, se inició la prospección en el mercado norteamericano con un éxito rotundo que tuvo su origen en varios factores que incluyeron el conocimiento de las barreras arancelarias y no arancelarias que había que cumplir en el mercado de destino, el registro de marcas; la obtención de los permisos y certificados; la logística de traslado a nivel internacional utilizando transporte multimodal; las prácticas de comercialización, así como la selección de importadores y distribuidores en los diversos mercados, entre muchos otros elementos.

Este delicado proceso permitió iniciar la venta de un producto auténticamente mexicano, con el mismo envase de cristal transparente y etiqueta pintada que se utilizaba en el mercado doméstico, con la creación de un patrón de consumo, con un producto orientado al nivel Premium, mismo esquema que posteriormente se replicó en Canadá, en España y en el resto de Europa, para también llegar a América Latina, el Caribe, Asia, África y Oceanía, de tal manera que actualmente la Cerveza Corona es la cerveza de exportación más vendida a nivel mundial, presente en 184 países en los 5 continentes.

En el caso de Canadá, siendo yo el Consejero Comercial para Quebec y las Provincias Marítimas, el contacto con el Lic. Díez Morodo y el Representante de Grupo Modelo para Canadá, Lic. Roberto S. Viejo, se constituyó en una constante, través de la cual se les envió información de inteligencia comercial sobre el mercado de bebidas y, en especial, de la cerveza.

En el caso de los refrigeradores producidos por la empresa MABE, también es el resultado de un largo proceso de desarrollo que se inició en los años 80's con la producción y exportación de minibares, mismos que eran objeto de consumo en un nicho constituido por las residencias para estudiantes universitarios y en los hoteles en los EEUU.

El conocimiento del mercado nacional e internacional se logró a través de esa exportación original, que le permitió ir incorporando otros electrodomésticos en su cartera de productos que actualmente incluyen lavadoras de ropa, refrigeradores de hasta 200 kilos de peso y estufas de gas, y que como señalé, forman parte del selecto grupo de productos mexicanos con alto grado de integración nacional, misma en la que la integración vertical realizada por los altos ejecutivos de la empresa jugó un papel determinante.

Conviene señalar que un factor decisivo en este proceso de conquista de los mercados externos que, además de EEUU incluye a América Latina, ha sido el liderazgo del Licenciado Luis Berrondo, Presidente del Consejo de Administración y Director General de Controladora MABE, S. A. de C. V., y del Ing. Rafael Nava Uribe, Director de Relaciones Institucionales de MABE, quienes también participan activamente en el COMCE; Don Luis como Miembro del Consejo Directivo Nacional y Don Rafael como Presidente de la Sección Internacional de América del Sur.

El caso del aguacate también es el resultado de un largo proceso de estudio y promoción que se inició en el año de 1973, cuando realicé mis estudios de especialización en Técnicas de Comercio Exterior en París, en l'Agence de Coopération Technique, Industrielle et Économique du Ministère de l'Économie et des Finances de Francia (ACTIM), becado por

Arnulfo R. Gómez

CONACYT y, como parte final del programa de estudios, elaboré una tesina sobre la comercialización de productos perecederos en el mercado francés.

En las conclusiones señalaba que México había realizado exportaciones de aguacate a Francia y al resto de Europa de manera irregular e intermitente, algunas de ellas con pérdidas financieras para los empresarios mexicanos debido a que el proceso de exportación no había podido ser implementado óptimamente, motivo por el cual el producto frecuentemente llegaba en condiciones poco satisfactorias para su comercialización.

Este estudio fue entregado a la Consejería Comercial del Instituto Mexicano de Comercio Exterior en París (IMCE), lo que motivó que se me extendiera la beca para realizar un Curso Práctico de Comercio Exterior en dicha oficina, periodo durante el cual realicé numerosas labores de promoción y otros estudios de mercado que incluyeron al cacahuete, un producto con enormes posibilidades en el mercado europeo, para el cual había una oferta mexicana muy interesante pero que, actualmente, importamos y dependemos en un 60% del producto extranjero para satisfacer las necesidades del mercado interno, debido a la carencia de una estrategia y políticas públicas que nos permitieran el desarrollo adecuado de la producción nacional de cacahuete. Otros estudios incluyeron fresa, jitomate etc.

Los intentos de algunos empresarios mexicanos para exportar aguacate a Europa continuaron pero, desgraciadamente, tampoco fructificaron como se deseaba lo que se tradujo en exportación irregular, sin embargo, la exportación de aguacate mexicano de manera sistemática y continua tuvo su origen en el **Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate a Europa** que, como Consejero Comercial del Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE) para el BENELUX y Países Escandinavos con sede en el Puerto de Rotterdam, el puerto más importante del mundo en aquella época, propuse realizar como parte de mi **Programa de Actividades 1984**, mismo que incluía otros productos agroindustriales entre los que se contaba al cacahuete y las pasitas, por lo que solicité a México la información de apoyo para iniciar la investigación y promoción en el mercado del BENELUX.

La respuesta de IMCE México fue que del cacahuete no se había encontrado empresario alguno interesado en exportar debido a la decreciente producción nacional; que de pasitas, definitivamente no había oferta mexicana y que para realizar la promoción del aguacate, sería necesario que me pusiera en contacto con una empresa especializada en investigación de mercados de la ciudad de Amsterdam, que el Consejero en Francia había conocido en SIAL de París, para que cotizara sobre un estudio de aguacate del mercado Europeo, misma que presentó una cotización que me pareció muy elevada.

Al estar acreditado ante la Comisión de la Comunidad Económica Europea (CEE), inicié las negociaciones con funcionarios de la misma para que dicho estudio fuera financiado por la CEE. La respuesta de la Comisión de la CEE fue positiva señalándome que para realizar este proyecto debería quedar inscrito en un Programa de Cooperación México-CEE. Por esta circunstancia, presenté la solicitud como propuesta mexicana para el desarrollo del Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate en la V Reunión de la Comisión Mixta México - Comunidad Económica Europea (CEE), que se celebró en la ciudad de México en diciembre de 1984.

Arnulfo R. Gómez

Esto tuvo como resultado el patrocinio de la Comisión de la CEE del Proyecto con el otorgamiento de un financiamiento a fondo perdido de 250,000 Unidades de Cuenta (ECUS), lo que permitió realizar un estudio detallado del mercado y diseñar una estrategia para acceder al mercado europeo.

Con base en este estudio se definieron los detalles del proyecto y la estrategia de acceso que incluyó la organización de los exportadores mexicanos a través de la Unión de Productores y Exportadores de Aguacate de Michoacán (UPEAM), a fin crear una plataforma exportadora y contar con una fuente confiable y continua de suministro, la selección de importadores, una campaña de promoción haciendo la ponderación de las características y propiedades del fruto a través de folletos, además de la elaboración de recetas para su consumo.

Así, se determinó llevar a cabo este proyecto teniendo como objetivo iniciar la exportación al mercado europeo, con destino principal al mercado francés que era el mayor centro de consumo de aguacate en Europa, y se consideró como punto de embarque y de acceso ideal al Puerto de Houston y al de Rotterdam, respectivamente, por las facilidades de logística que ambos presentaban, así como por la frecuencia de los buques.

En 1987, siendo Gerente para Europa Occidental de BANCOMEXT con sede en la ciudad de México, le di continuidad al Proyecto llevando a cabo su implementación en coordinación con el Consejero Comercial de México en Francia, Lic. Eric Alvarez, el Jefe de Oficina Estatal de BANCOMEXT en Michoacán, Lic. Eduardo Ochoa Mancilla, y la supervisión del Consultor Gerard Boyer Vidal en Francia, logrando iniciar la implementación del proyecto de exportación continua y sistemática de aguacate a Europa.

Esto permitió conocer el volumen de la oferta nacional y la oferta exportable, que este volumen de la oferta era de calidad óptima, con precios competitivos y se definió con precisión la dimensión total del mercado europeo, así como el mercado meta, en este caso el mercado francés, con acuerdos muy precisos con importadores y observando estrictamente las normas sanitarias y fitosanitarias, así como los estándares del mercado europeo.

También se determinó aprovechar la temporada en la que en ese mercado no se presentaba mucha competencia de otros proveedores (ventana agrícola) pero, sobre todo, que se definió una estrategia con una plataforma exportadora que incluyó la organización de la parte productiva para realizar el empaque, el etiquetado, el pre-enfriado, la cadena de frío y, muy importante, la logística completa para acceder al mercado de manera adecuada.

Importante es señalar que la Primera Intifada en Israel, llevada a cabo en noviembre de 1987, también favoreció a participación mexicana en el mercado europeo pues, los trabajadores palestinos ejercieron un boicot para realizar la cosecha de ese producto en Israel que, en esa época era, el más importante proveedor de aguacate a Europa.

En el año de 1987, último año sin plataforma exportadora, la exportación total de aguacate mexicano a todo el mundo fue de 1,675 toneladas.

Durante la primera temporada de implementación del proyecto, en el año de 1988, se alcanzó una exportación a Europa, principalmente a Francia, de 24 millones US, con 11,800 toneladas, aprovechando la ventana agrícola que se genera en ese mercado durante

Arnulfo R. Gómez

la temporada noviembre-abril. El total de exportación mexicana de aguacate en el mismo año fue 13,100 toneladas (27 millones US) lo que representó un incremento de 682% en volumen y 1,100% en valor en un solo año.

A partir de este año, la exportación de aguacate presentó un crecimiento constante llegando a 78,555 toneladas en el año 1995, con 39,958 toneladas a Europa, 23,424 de las cuales se dirigieron al mercado francés.

La experiencia ganada y la habilidad desarrollada con la exportación de aguacate al mercado europeo sirvieron de base para que, a partir de 1990, siendo yo el Consejero Comercial de México en Quebec y las Provincias Marítimas de Canadá, se realizara la promoción en ese mercado, lo que permitió desarrollar la exportación a esas provincias y al resto de Canadá. En el año 2024, la exportación de aguacate a Canadá ascendió a 256 millones US.

Estas experiencias sirvieron para demostrar que el aguacate mexicano era de calidad superior a la de otros orígenes y que estaba libre de plagas, específicamente el procedente del estado de Michoacán, por lo que teniendo como base el principio de la OMC relativo a zona libre de plagas en México y el de baja prevalencia de plagas en EEUU, en el año de 1996 se determinó que se podía iniciar la exportación de aguacate mexicano a 19 estados de la Unión Americana; en 2001 se logró el acceso a 12 estados más; en 2005 a otros 16 estados adicionales y, a partir del 2007, ya se pudo exportar a los 50 estados de ese país.

A partir del año 2016, el aguacate se convirtió en la principal exportación agrícola mexicana. En 2024, el aguacate se consolidó como el **principal producto agrícola de exportación mexicana** con un valor total de 3,787 millones US, y se ubicó en el 28º lugar en la exportación total de México, consolidando a México como el principal productor y exportador mundial de aguacate, que llega a 54 países.

Conviene señalar que, tomando como base el Proyecto de Aguacate que promoví en 1984, en el año 1989 inicié la promoción de exportación del mango mexicano sobre las mismas bases de cooperación con la CEE, financiado por la Comisión de la CEE, de tal manera que, en el año 2024, el mango se ubicó como la décima exportación agrícola mexicana con 544 millones US y México se situó como el principal exportador mundial.

Tortillas, totopos y aguacate en Europa enero 3, 2023

En el caso del tequila, en 1976, siendo yo el Gerente de Promoción para Europa Occidental del Instituto Mexicano de Comercio, ante la inminente reanudación de relaciones diplomáticas con España, en mi programa de promoción, incluí la necesidad de lograr el Reconocimiento de la Denominación de Origen del Tequila por parte España y de la CEE, situación que refrendé cuando, en 1977, se reanudaron las relaciones con España al ser designado Consejero Comercial Adjunto para España y Portugal con sede en la Embajada en Madrid.

Inicialmente, la promoción de tequila se realizó a través de una Semana de Productos Mexicanos en El Corte Inglés, evento que se convirtió en una exitosa promoción anual de México en los principales almacenes de esa cadena en toda España.

En 1980, al ser designado Jefe de la Oficina Comercial para Cataluña y la Comunidad Valenciana y, siendo yo el Comisario del Pabellón Mexicano en la Feria Internacional de

Arnulfo R. Gómez

Barcelona FIB'80, realicé una promoción especial del tequila con la participación del Consorcio Internacional COINSA, con la presencia de su Director General, Lic Guillermo Mendoza Tarré representando a un total de 39 marcas, con un éxito extraordinario que dio una proyección enorme al tequila en España y Europa. En 2024, se exportaron 3,708 millones US a 160 países y ocupó el 29º lugar en la exportación total de México.

Historia del Registro del Tequila abril 10, 2019

Conviene señalar que mis actividades como Consejero Comercial para el BENELUX y Países Escandinavos con sede en Rotterdam fueron verdaderamente exitosas a pesar de que, 4 de mis 5 “*colaboradores*” eran personas recomendadas con enorme ignorancia de los temas de comercio exterior, por lo que sus actividades eran verdaderamente deficientes, sin embargo, mediante un esfuerzo extraordinario pude sacar adelante la operación de la Consejería Comercial y, como resultado de las mismas, dos productos que fueron objeto de proyectos iniciados por mí, en el año 2024 figuraron como 1º y 10º en la exportación agrícola mexicana y, en ambos casos, Mexico ocupa el 1er lugar en la exportación mundial: **Aguacate y Mango**.

En el caso del tequila, el reconocimiento de la Denominación de Origen le dio un gran impulso a su exportación en Europa pues, se eliminaron del mercado a numerosos tequilas piratas. En relación con la cerveza en Canadá, la inteligencia comercial permitió conocer numerosos aspectos del mercado y su comercialización, entre ellos, la competencia generada por la introducción de la Ice Beer de Molson al mercado canadiense.

Apuntes finales

El desarrollo de las ventas al exterior de la cerveza, los refrigeradores, el aguacate y el tequila, los ha convertido en las **Joyas de la Exportación Mexicana**, junto con el mango del cual Mexico es el principal exportador mundial, aunque no figura entre los 40 principales productos de exportación mexicana.

Estos antecedentes constituyen una muestra clara de que el comercio exterior puede y debe ser una verdadera palanca para el desarrollo económico de nuestro país.

México y el TLCAN. Enorme improvisación, simulación y frivolidad. Memoria Política de México INEP

<https://inep.org/index.php/libros/8-libros/10-articulos/2392-2025-marzo-5-mexico-y-el-tlcan-enorme-improvisacion-simulacion-y-frivolidad-arnulfo-r-gomez>

Desgraciadamente, en México, el manejo de este sector tan importante ha sido prostituido mediante la improvisación y la simulación ejercida por improvisados burócratas, habilitados como expertos en comercio internacional, que aplican modelos, teorías y dogmas que han originado un retroceso enorme de nuestro país a partir de 1994.

La enorme inestabilidad que presenta el panorama económico mundial y la relación con los Estados Unidos es una oportunidad enorme que debemos aprovechar pues, como socios estratégicos y sus vecinos más cercanos, se renuevan las posibilidades que, desgraciadamente, nuestros altísimos funcionarios no han sabido ni pudieron aprovechar desde el inicio de las negociaciones del TLCAN en 1991 y, menos, desde su entrada en vigor en 1994.