

México

También es el

Principal Exportador Mundial de

Mango

El comercio exterior es la palanca del crecimiento económico de un país en vías de desarrollo como México, cuya característica fundamental es la debilidad del mercado interno, mismo que en los 25 años más recientes se ha reducido de tal manera que, México ha perdido posiciones como potencia económica mundial y sus habitantes han visto retroceder su nivel de vida debido al decreciente valor agregado de nuestra producción, especialmente la orientada a la exportación.

Sin embargo, la información contenida en este análisis nos muestra el desarrollo exitoso de dos proyectos ejemplares que, desde su origen, tuvieron una base sólida y que fueron implementados siguiendo un método lógico y coherente para generar riqueza en nuestro territorio.

El desarrollo positivo de ambos proyectos ha colocado a México como el principal país exportador mundial de aguacate y mango, y los dos son una muestra de lo que se puede hacer para contribuir al desarrollo económico del país generando valor en la producción nacional orientada al mercado doméstico y al de exportación, con programas y proyectos realistas.

Mayo 17 de 2026
arnulforgomez@outlook.com

México también es el principal exportador mundial de mango

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

Me es muy grato hacer referencia a una nota que habla de una experiencia muy positiva sobre la comercialización del mango en los EEUU y, de la cual, México es un importante protagonista.

El reportero Francisco Seva, especialista del sector agroalimentario internacional del diario Portal Frutícola, en su artículo ***El éxito del mango del mango en EEUU***, realiza una reseña del éxito logrado en EEUU con la comercialización del mango señalando que esta es una historia de distribución inteligente y promoción constante, por lo que, en las décadas más recientes, *“ha pasado de ser una fruta exótica a consolidarse como un producto habitual en los supermercados de Estados Unidos.*

“Este crecimiento no es casual: responde a una combinación de eficiencia logística, conocimiento del mercado y, sobre todo, al trabajo coordinado de actores clave como los distribuidores minoristas y la National Mango Board (NMB), que en sus más de 20 años de existencia ha impulsado el consumo de mango en el país.

“El crecimiento del mango en el mercado estadounidense está estrechamente ligado a la profesionalización del sector minorista. Grandes cadenas han invertido en sistemas avanzados de gestión que permiten optimizar la rotación del producto y minimizar pérdidas.

“Uno de los aspectos más valorados por el consumidor —la posibilidad de comprar mangos listos para consumir— es resultado de una coordinación eficaz entre importadores y distribuidores. El control del punto de maduración ha sido clave para generar confianza y fidelidad entre los clientes.

“Los distribuidores minoristas también han desempeñado un papel fundamental en la educación del consumidor. A través de campañas en tienda, materiales informativos y estrategias de marketing, han contribuido a que el mango deje de percibirse como un producto complejo.

“En este esfuerzo, la NMB ha sido un aliado esencial. Desde su creación, la organización ha desarrollado campañas nacionales, recetas, contenidos educativos y acciones promocionales que han ayudado a posicionar el mango como una fruta versátil, saludable y accesible.

“Durante más de 20 años, la NMB ha trabajado de forma consistente para aumentar el conocimiento y consumo del mango en Estados Unidos. Sus iniciativas han abarcado

Arnulfo R. Gómez

desde colaboraciones con chefs y nutricionistas hasta campañas digitales dirigidas a nuevos públicos.

“El impacto de esta labor se refleja en el crecimiento sostenido del consumo per cápita y en la mayor presencia del mango en la dieta cotidiana de los estadounidenses.

“Además, la organización ha contribuido a mejorar la comprensión del producto, facilitando su integración en diferentes momentos de consumo.

Los distribuidores minoristas han sabido capitalizar este impulso promocional, ampliando la oferta con nuevas variedades, formatos y propuestas adaptadas a las preferencias del consumidor. Desde mangos orgánicos hasta opciones listas para cortar, la innovación en el punto de venta ha sido constante.

“Esta capacidad de adaptación ha permitido mantener el dinamismo del mercado y responder a una demanda cada vez más sofisticada.

“El éxito del mango en Estados Unidos es, en gran medida, el resultado de una colaboración eficaz entre importadores, distribuidores minoristas y organismos de promoción. Mientras los primeros garantizan el suministro, los segundos optimizan la llegada al consumidor y entidades como la NMB generan el contexto necesario para estimular la demanda.

“Con un consumidor cada vez más interesado en alimentos frescos y saludables, el mango tiene un amplio margen de crecimiento en el mercado estadounidense. En este escenario, los distribuidores minoristas seguirán desempeñando un papel protagonista, apoyados por el trabajo continuo de promoción y educación que ha caracterizado a la NMB.

“Detrás de cada mango en el supermercado hay una historia de coordinación, innovación y esfuerzo compartido que explica por qué esta fruta tropical se ha ganado un lugar destacado en la mesa de millones de consumidores.

<https://www.portalfruticola.com/noticias/2026/05/12/mango-exito-eeuu/> (Click)

Comentarios

La información proporcionada por el estudioso y reportero Francisco Seva es realmente importante pues, hace referencia a las diversas etapas de un proceso que ha sido extraordinariamente exitoso.

En el caso del mango mexicano, el inicio de su historia de éxito en la producción y su exportación se remonta al año de 1987, cuando se inició la implementación del Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate a Europa que propuse siendo el Consejero Comercial de México para el BENELUX y Países Escandinavos, con sede en

Rotterdam, mismo que fue aprobado por la Comisión de la Comunidad Económica Europea en el marco del Acuerdo de Cooperación México-CEE en 1984, en Bruselas.

Origen y desarrollo del proyecto de promoción y exportación del aguacate mexicano a Europa

<https://inep.org/index.php/libros/8-libros/10-articulos/3215-2025-oct-1-origen-y-desarrollo-del-proyecto-de-promocion-y-exportacion-de-aguacate-mexicano-a-europa-arnulfo-r-gomez> (Click)

En 1987 y 1988, durante las visitas que realicé a Michoacán con el Consultor contratado por la Comisión de la CEE, M. Gerard Boyer Vidal y el representante de BANCOMEXT en ese estado, Lic. Eduardo Ochoa Mancilla, para realizar los ajustes e implementación adecuada del proceso de exportación de aguacate, aprovechamos la ocasión para investigar sobre otros productos que fueran factibles de exportar a Europa entre los cuales se incluyó al mango, el melón, la piña y el limón.

Debido al éxito alcanzado en la exportación del aguacate, en 1989, durante la reunión de la Comisión Mixta México CEE, en Bruselas, como Gerente de Promoción Internacional para Europa Occidental de BANCOMEXT, propuse realizar el Proyecto de Promoción y Exportación de Mango a Europa, mismo que fue aprobado bajo el mismo esquema de financiamiento a fondo perdido por parte de la CEE.

La importante información que recabamos durante las visitas a Michoacán en 1987 y 1988, permitió que en 1990 se iniciara la implementación del Proyecto de Promoción y Exportación de Mango, siguiendo el mismo esquema de estudio y operación utilizado para el proyecto del aguacate, el cual tuvo como base la creación de una sólida plataforma exportadora, la definición de los calibres, el empaque, el preenfriado, la red de frío, la logística, los estándares y normas sanitarias y fitosanitarias que, en un principio incluyó un proceso de fumigación y, posteriormente, un sistema hidrotérmico a fin de evitar cualquier problema sanitario, especialmente en relación con la mosca de la fruta.

En el caso del proceso hidrotérmico, se presentaron problemas pues el calor del proceso deterioraba la calidad y aspecto de la fruta, lo que disminuía su competitividad en relación con el mango procedente de Florida, además de que también reducía el periodo de vida de la fruta mexicana en el anaquel.

Afortunadamente, este proceso fue superado y, en la actualidad, el control sanitario se realiza a través de un proceso riguroso de inspección y certificación continua de las huertas y las empacadoras para obtener un producto de óptima calidad.

Tortillas, totopos y aguacate en Europa enero 3, 2023 (Click)

En agosto de 1990, fui designado Consejero Comercial de México para Quebec y las Provincias Marítimas de Canadá, motivo por el cual, la coordinación y continuación del Programa de Promoción y Exportación de Mango quedó a cargo del Lic. Eduardo Ochoa Mancilla, Representante de BANCOMEXT en el estado de Michoacán.

La labor realizada por los productores de mango, en coordinación con el Lic. Ochoa Mancilla, permitió mantener una corriente continua y creciente de exportación de mango de tal manera que, actualmente, el mango ocupa el 10º lugar como exportación agropecuaria mexicana, con una exportación de 565 millones US, en el año de 2025 y, México, es el principal país exportador de mango a nivel mundial.

Aguacate y mango siguen triunfando mundialmente

<https://inep.org/index.php/libros/8-libros/10-articulos/2986-2025-jul-28-aguacate-y-mango-mexicanos-siguen-triunfando-mundialmente-arnulfo-r-gomez> (Click)

En Canadá, mi Programa de Actividades a desarrollar incluyó un Proyecto Prioritario de Promoción de Exportación de Productos Agropecuarios a través del cual se lograron exitosas ventas a Canadá e importantes inversiones en México, entre los cuales podemos contar al ajo, la cebolla, el melón, el jitomate, el pepino, la fresa etc., sobre los que abundaré en análisis específicos, posteriormente, así como de aguacate que, en el año 2025, exportamos por 272 millones US, lo que constituyó el 86% de su importación total y, también, 90 millones US de mango, guayabas y mangostanes, equivalente al 51% de sus compras de este rubro, incluido en una fracción arancelaria genérica.

México: Principales Exportaciones Agropecuarias

BANXICO	Total		Aguacate			Tomate	Pimiento	Café	Cítricos	Pepino	Fresa	Melón	Mango				Ajo y cebolla
Millones								crudo				sandía papaya					
US	Valor	%Δ	Valor	%Δ	%	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	%Δ	%		
1993	2,790		19		0.68	395	163	253	40	85	22	69	110		3.94		146
1994	3,037	8.85	30	57.89	0.99	395	161	360	42	137	32	96	104	-5.45	3.42		154
1995	4,573	50.58	34	13.33	0.74	586	221	706	49	150	44	127	105	0.96	2.3		190
1996	4,122	-9.86	43	26.47	1.04	540	176	677	60	128	53	149	137	30.48	3.32		206
1997	4,436	7.62	43	0	0.97	523	254	827	57	108	27	153	128	-6.57	2.89		179
1998	4,320	-2.61	54	25.58	1.25	589	290	617	62	155	69	148	125	-2.34	2.89		192
1999	4,438	2.73	59	9.26	1.33	535	273	581	92	140	64	191	123	-1.6	2.77		188
2000	4,752	7.08	74	25.42	1.56	463	374	614	81	177	50	180	110	-10.57	2.31		199
2001	4,435	-6.67	78	5.41	1.76	532	422	211	89	191	43	188	125	13.64	2.82		200
2002	4,196	-5.39	103	32.05	2.45	609	351	158	90	194	51	146	96	-23.2	2.29		188
2003	5,023	19.71	195	89.32	3.88	868	425	155	122	262	55	189	117	21.88	2.33		195
2004	5,666	12.8	211	8.21	3.72	909	577	174	176	343	60	285	109	-6.84	1.92		226
2005	5,981	5.56	366	73.46	6.12	881	599	183	171	284	87	290	87	-20.18	1.45		302
2006	6,836	14.3	329	-10.11	4.81	1,119	584	265	208	381	129	340	99	13.79	1.45		239
2007	7,415	8.47	601	82.67	8.11	1,069	609	306	245	410	117	340	119	20.2	1.60		256
2008	7,895	6.47	577	-3.99	7.31	1,205	624	288	263	421	129	385	111	-6.72	1.41		319
2009	7,726	-2.14	645	11.79	8.35	1,211	563	310	208	261	93	474	137	23.42	1.77		292
2010	8,610	11.44	604	-6.36	7.02	1,618	616	300	262	264	142	451	163	18.98	1.89		279
2011	10,309	19.73	837	38.58	8.12	2,065	659	552	273	259	144	391	190	16.56	1.84		327
2012	10,914	5.87	878	4.9	8.04	1,681	773	630	286	360	224	426	254	33.68	2.33		330
2013	11,302	3.56	1,106	25.97	9.79	1,766	868	409	297	434	202	485	299	17.72	2.65		375
2014	12,332	9.11	1,395	26.13	11.31	1,644	892	334	376	410	233	481	282	-5.69	2.29		328
2015	13,126	6.44	1,632	16.99	12.43	1,680	925	299	386	437	225	514	328	16.31	2.50		453
2016	14,845	13.1	2,103	28.86	14.17	1,934	1,106	242	485	483	311	511	379	15.55	2.55		441
2017	16,000	7.78	2,710	28.86	16.94	1,825	1,047	342	527	495	431	448	459	21.11	2.87		402
2018	16,508	3.17	2,494	-7.97	15.11	2,048	1,165	317	596	517	413	461	423	-7.84	2.56		393
2019	17,832	8.02	2,932	17.56	16.44	1,975	1,327	251	604	557	568	526	441	4.26	2.47		387
2020	18,285	2.54	2,700	-7.91	14.77	2,370	1,475	335	556	609	589	485	450	2.04	2.46		452
2021	19,911	8.89	3,270	21.11	16.42	2,349	1,550	350	722	645	735	526	495	10	2.49		480
2022	21,398	7.47	3,550	8.56	16.59	2,433	1,394	627	862	705	788	582	528	6.67	2.47		506

2023	21,809	1.92	3,153	-11.18	14.46	2,670	1,593	394	884	805	749	638	537	1.7	2.46	476
2024	23,355	7.09	3,787	20.11	16.21	3,030	1,845	405	868	911	800	625	602	12.1	2.58	519
2025	20,969	-10.22	3,906	3.14%	18.63%	2,315	1,720	863	800	726	675	635	565	-6.15	2.69	389
Σ93/25	345,146		40,518	20,458	11.74	45,832	25,621	13,335	10,839	12,444	8,354	11,935	8,337	414	2.42	10,208
Δ% 93/25	652		20,458			486	955	241	1900	754	2968	820	414			166
AS 93/25	18,179		3,887			1,920	1,557	610	760	641	653	566	455			243
2025*	100		18.63%			11.04%	8.20%	4.12%	3.82%	3.46%	3.22%	3.03%	2.69%			1.86%

Elaborado con datos de BANXICO. Millones US. *Porcentaje del total

Apuntes finales

El comercio exterior es la palanca del crecimiento económico de un país en vías de desarrollo como México, cuya característica fundamental es la debilidad del mercado interno, mismo que en los 25 años más recientes se ha reducido de tal manera que, México ha perdido posiciones como potencia económica mundial y sus habitantes han visto retroceder su nivel de vida debido al decreciente valor agregado de nuestra producción, especialmente la orientada a la exportación.

Evolución del PIB Mundial y la Participación de México

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	10,582	10,936	11,458	12,214	13,037	13,815	14,452	14,713	14,449	20,612	21,433	20,807	22,940	26,007	27,721	29,185								
2	4,304	4,115	4,446	4,815	4,755	4,530	4,515	5,038	5,231	13,842	14,732	15,222	16,863	18,308	18,270	18,748								
3	1,946	2,077	2,501	2,813	2,848	2,995	3,556	4,577	5,089	4,952	5,080	4,911	5,103	4,262	4,527	4,659								
4	1,641	1,787	2,055	2,418	2,542	2,754	3,426	3,745	3,408	3,966	3,862	3,781	4,230	4,167	4,213	4,026								
5	1,378	1,500	1,844	2,119	2,290	2,718	3,102	2,954	2,698	2,864	2,869	2,638	3,108	3,346	3,638	3,909								
6	1,334	1,466	1,657	1,949	2,198	2,321	2,661	2,930	2,420	2,789	2,831	2,593	2,946	3,125	3,371	3,645								
7	1,168	1,276	1,577	1,806	1,859	1,950	2,213	2,408	2,198	2,713	2,716	2,551	2,940	2,797	3,057	3,162								
8	757	772	907	1,069	1,174	1,319	1,474	1,779	1,669	2,087	2,001	1,848	2,120	2,106	2,305	2,372								
9	739	760	896	1,026	1,154	1,260	1,469	1,696	1,490	1,885	1,839	1,600	2,016	2,190	2,191	2,241								
10	628	708	729	793	935	1,108	1,397	1,632	1,377	1,725	1,736	1,587	1,824	1,799	2,173	2,171								
11	560	627	11,458	782	892	1,061	1,393	1,553	1,365	1,716	1,702	1,464	1,648	2,296	2,060	2,161								
12	548	524	4,446	722	877	1,053	1,239	1,224	1,308	1,665	1,647	1,364	1,646	1,952	1,839	1,870								
13	494	510	2,501	669	834	975	1,173	1,110	999	1,421	1,394	1,335	1,611	1,725	1,794	1,853								
14	432	474	2,055	658	734	949	1,053	1,056	944	1,420	1,387	1,247	1,440	1,448	1,742	1,797								
15	377	424	1,844	657	686	781	948	1,047	900	1,222	1,258	1,089	1,286	1,466	1,621	1,722								
16	334	307	1,657	409	506	734	849	952	871	1,043	1,120	1,040	1,150	1,319	1,371	1,396								
% Part	2.22	2.18	1.87	1.79	1.86	1.92	1.84	1.77	1.52	1.41	1.44	1.24	1.24	1.37	1.62	1.74								
1) México	7,544	7,593	7,075	7,485	8,278	9,068	9,643	10,017	8,003	9,687	9,862	8,069	9,967	11,283	13,678	14,006								
2) Mundial	5,524	5,616	6,195	6,885	7,366	7,882	8,789	9,514	8,908	11,432	11,557	10,920	12,314	13,030	13,474	13,933								
3) Mx/Mun %	37	35	14	9	12	15	10	5	-10	-15	-15	-26	-19	-13	1	0.5								
Rango México	49	49	53	56	57	60	63	67	70	73	71	76	72	77	72	72								
Σ Mundial	33,659	34,775	39,034	43,940	47,607	51,575	58,221	63,839	60,489	85,690	87,552	83,582	94,599	106,432	110,549	106,432								

Elaborado con datos del FMI. Millones US. 1) PIB Per Cápita de México 2) PIB Per Cápita Mundial

PIB Per Cápita mexicano sobre PIB Per Cápita Mundial

Funcionarios mexicanos en la Luna agosto 19, 2019

Sin embargo, la información contenida en este análisis nos muestra el desarrollo exitoso de dos proyectos ejemplares que, desde su origen, tuvieron una base sólida para su desarrollo y que fueron implementados siguiendo un método lógico y coherente para generar riqueza en nuestro territorio.

El aguacate sigue descollando en la exportación mexicana. Febrero 25 de 2025 INEP
2025 Feb 24 El aguacate sigue descollando en la exportación mexicana. Arnulfo R. Gómez. (inep.org) (Click)

El desarrollo positivo de ambos proyectos ha colocado a México como el principal país exportador de aguacate y mango a nivel mundial, y los dos son una muestra de lo que se

Arnulfo R. Gómez

puede hacer para contribuir al desarrollo económico del país generando valor en la producción nacional orientada al mercado doméstico y al de exportación con programas y proyectos realistas.

Conviene señalar que, debido a la actividad realizada como Consejero Comercial de México en el BENELUX y Países Escandinavos, para promover la exportación de aguacate a Europa, en octubre de 2013, S. A. R. Phillippe me Condecoró como Caballero de la Orden de la Corona del Reino de Bélgica.

Así mismo, en enero de 2023 fui distinguido con el Trofeo Excelencia en el Comercio Exterior por la Alcaldesa de la ciudad de Nuevo Laredo, debido a la labor de promoción de exportación de productos agropecuarios, principalmente de aguacate y mango, que mayormente utilizan la aduana de esa ciudad para acceder al mercado de la costa del Atlántico, su principal destino. Esta situación, también propició que, en el mes de mayo, el aguacate mexicano ingresara al libro de Guinness al incluir en su acerbo, información sobre la realización de la más grande Exhibición Mundial de Aguacate Mexicano en el supermercado El Río Grande Latin Market, en su local de Dallas, Texas.