

|                            |                             |                    |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Fecha<br><b>21.03.2026</b> | Sección<br><b>Revista 5</b> | Página<br><b>2</b> |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|

## México alimenta / al mundo

El campo mexicano se ha convertido en uno de los pilares económicos más estables del país.

**INDUSTRIA  
ALIMENTARIA**

# MÉXICO ALIMENTA AL MUNDO

**Con exportaciones que superan los 51 mil millones de dólares anuales, integración estratégica con Norteamérica y una creciente presencia en Asia y Europa.**

**H**ay sectores que hacen ruido y otros que construyen poder en silencio. La agroindustria mexicana pertenece a los segundos.

Mientras el debate público se concentra en la relocalización industrial, la inteligencia artificial o la volatilidad energética, el campo mexicano -tecnificado, certificado y profundamente integrado a los mercados globales- consolida una posición estratégica que trasciende lo agrícola: se ha convertido en uno de los pilares económicos más estables del país.

Con exportaciones anuales que superan los 51 mil millones de dólares, el sector agroalimentario no solo genera divisas; sostiene superávit comercial, articula cadenas logísticas complejas y posiciona a México como proveedor estructural de alimentos para Norteamérica, Europa y partes de Asia.

No es un fenómeno coyuntural. Es una transformación de fondo.

### DEL CAMPO TRADICIONAL A LA PLATAFORMA GLOBAL

La imagen romántica del campo mexicano poco tiene que ver con la realidad actual de la agroindustria exportadora. Detrás del aguacate que llega a los supermercados estadounidenses, de la cerveza mexicana que domina anaqueles en Europa o del tequila

premium que conquista Asia, hay sistemas de riego tecnificado, trazabilidad digital, agricultura protegida, certificaciones fitosanitarias y estrategias de marca global.

México dejó de competir solo por volumen. Hoy compite por posicionamiento.

La cerveza mexicana es ejemplo paradigmático: no es simplemente una bebida exportada, es una marca-país. El tequila dejó de ser un destilado regional para convertirse en un símbolo premium global. El aguacate pasó de producto agrícola a emblema de consumo saludable internacional.

En esa transición se redefinió la naturaleza del sector: de primario a agroindustrial.

“La agroindustria mexicana ya no depende únicamente de la tierra; depende de logística, financiamiento, escala y estrategia”, explica un consultor en comercio exterior.

Esa evolución cambió la conversación económica del país.

### EL SOCIO ESTRATÉGICO DE NORTEAMÉRICA

Más del 60% de las exportaciones agroalimentarias mexicanas se dirigen a Estados Unidos. La cifra no solo refleja cercanía geográfica, sino integración estructural.

El consumidor estadounidense depende del tomate sinaloense, de las berries de Jalisco, del aguacate michoacano y de la carne del norte del país. No se trata de intercambios ocasionales; es una cadena de suministro establecida, coordinada y difícil de sustituir en el corto plazo.

En un mundo donde la seguridad alimentaria se convirtió en tema geopolítico, México juega una carta estratégica.

Esa posición, sin embargo, implica responsabilidad. La alta concentración en un solo mercado obliga

Continúa en siguiente hoja



Página 1 de 4  
\$ 585552.00  
Tam: 1109 cm2

|                            |                             |                    |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Fecha<br><b>21.03.2026</b> | Sección<br><b>Revista 5</b> | Página<br><b>2</b> |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|

a pensar en diversificación, diplomacia comercial y fortalecimiento interno. La relación agroalimentaria con Estados Unidos es sólida, pero no puede ser el único eje.

## LOS TERRITORIOS QUE SOSTIENEN EL LIDERAZGO

**El éxito no es homogéneo. Está regionalizado y especializado.**

Michoacán opera como epicentro mundial del aguacate. Jalisco combina tequila premium y berries tecnificadas. Sinaloa mantiene su liderazgo hortícola. Sonora y Baja California consolidan proteína animal con estándares internacionales. El Bajío emerge como plataforma agroindustrial con potencial de nearshoring.

Cada clúster funciona como ecosistema productivo: productores, empacadoras, transportistas, certificadoras, financiamiento y exportadores coordinados.

Ese modelo territorial permitió economías de escala y sofisticación operativa. No es casualidad; es resultado de décadas de inversión y profesionalización.

## LOS EMPRESARIOS QUE ENTENDIERON LA ESCALA

**Detrás de la expansión global hay liderazgo empresarial.**

Grupos cerveceros con presencia multinacional. Casas tequileras que apostaron por la premiumización. Empresas cárnicas que integraron verticalmente su cadena de valor. Procesadores de alimentos que comprendieron la importancia de la marca y la distribución internacional.

Lo que distingue a estos líderes no es solo su capacidad productiva, sino su mentalidad global desde el origen. Entendieron que competir internacionalmente exige disciplina financiera, estandarización operativa y construcción de reputación.

México no exporta únicamente alimentos; exporta confianza sanitaria y cumplimiento regulatorio.

## LA OPORTUNIDAD DEL SIGUIENTE NIVEL

**Si el primer gran salto fue conquistar mercados, el siguiente es capturar más valor.**

El mundo no solo demanda materias primas; demanda alimentos procesados, listos para consumo, con trazabilidad y sostenibilidad verificable. Ahí está la frontera estratégica.

El nearshoring abre un nuevo capítulo. La relocalización de cadenas productivas puede trasladarse

también al procesamiento alimentario. Plantas de transformación, integración vertical y desarrollo logístico pueden convertir al país en algo más que proveedor primario: en centro regional agroindustrial.

Asia representa otra frontera. El crecimiento de clase media en esa región incrementa la demanda de proteína, bebidas premium y frutas de alta calidad. México tiene ventajas competitivas, pero necesita estrategia comercial agresiva y diversificación diplomática.

## LOS RIESGOS ESTRUCTURALES

**El liderazgo tampoco está blindado.**

El estrés hídrico en regiones productoras, la volatilidad climática y las tensiones comerciales son factores reales. La sostenibilidad dejó de ser discurso para convertirse en requisito de acceso a mercados.

La eficiencia en el uso del agua, la reducción de huella de carbono y la transparencia en la cadena productiva serán cada vez más determinantes.

Además, la dependencia del mercado estadounidense, aunque rentable, representa vulnerabilidad ante cambios regulatorios o políticos.

El crecimiento futuro dependerá tanto de innovación como de gestión de riesgo.

## UNA VENTAJA ESTRATÉGICA EN TIEMPOS INCIERTOS

En una economía global marcada por ciclos abruptos, el alimento mantiene una característica esencial: su demanda es estructural.

Esa estabilidad convierte a la agroindustria en uno de los activos más sólidos del portafolio económico mexicano. Genera empleo rural e industrial, atrae inversión extranjera, produce divisas y fortalece el superávit comercial.

Pero, más allá de la macroeconomía, hay una lectura estratégica: en un mundo tensionado por recursos, quien garantiza suministro alimentario tiene poder.

## MÉXICO YA JUEGA ESE PAPEL.

La pregunta hacia 2030 no es si el país puede seguir creciendo en exportaciones. La pregunta es si podrá escalar en valor agregado, diversificar mercados y blindar su sostenibilidad.

Si logra hacerlo, la agroindustria no será solo un sector exitoso. Será uno de los pilares estructurales del desarrollo económico mexicano en el siglo XXI.

Y quizá, su ventaja más silenciosa. »

|                            |                             |                    |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Fecha<br><b>21.03.2026</b> | Sección<br><b>Revista 5</b> | Página<br><b>2</b> |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------|

## TOP 10 EMPRESAS MEXICANAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS CON PRESENCIA GLOBAL

Estas compañías no solo dominan el mercado interno, sino que participan en cadenas globales de suministro y muchas son multinacionales con operaciones directas en múltiples continentes.

### 1. GRUPO BIMBO

**Descripción:** La panificadora más grande del mundo con presencia en más de 35 países y un portafolio global de marcas como Bimbo, Marinela, Barcel, Sara Lee, Oroweat, entre otras.

### 2. COCA-COLA FEMSA (KOF)

**Descripción:** El embotellador de Coca-Cola más grande del mundo por volumen de ventas y operaciones, con presencia en múltiples países de Latinoamérica y otras regiones.

### 3. ARCA CONTINENTAL

**Descripción:** Una de las mayores embotelladoras de Coca-Cola en el mundo y productora de snacks. Opera en México, Estados Unidos, Perú, Ecuador y Argentina.

### 4. SIGMA ALIMENTOS

**Descripción:** Una empresa multinacional mexicana especializada en alimentos refrigerados y procesados (carnes frías, quesos, lácteos y productos listos para consumo) con presencia internacional.

### 5. GRUPO MODELO (PARTE DE AB INBEV)

**Descripción:** Importante cervecera mexicana con marcas globales como Corona, Modelo Especial y Pacífico, exportada a decenas de países.

### 6. GRUPO LALA

**Descripción:** Líder en lácteos y productos derivados en México y con expansión en Norteamérica y Centroamérica.

### 7. PEPSICO ALIMENTOS MÉXICO / GRUPO GEPP

**Descripción:** Operaciones de PepsiCo en México incluyen botanas, bebidas y productos alimenticios ampliamente distribuidos. El Grupo GEPP (parte de PepsiCo) consolidó embotellado y distribución en el país.

### 8. GRUMA

**Descripción:** Multinacional mexicana, uno de los mayores productores mundiales de harina de maíz, tortillas y derivados, con presencia en América, Europa y Asia.

### 9. GRUPO HERDEZ

**Descripción:** Empresa de alimentos procesados con marcas como Herdez, Doña María y Del Fuerte, con exportación creciente a mercados de América del Norte y Europa.

### 10. CONSERVAS LA COSTEÑA

**Descripción:** Empresa tradicional mexicana de alimentos enlatados con presencia en más de 40 países, especialmente América y Europa.

### MICHOACÁN

Capital mundial del aguacate. Integración vertical y certificación internacional.

### JALISCO

Epicentro del tequila y berries tecnificadas. Modelo de premiumización.

### SINALOA

Hortalizas de exportación con agricultura protegida de alto nivel.

### SONORA Y BAJA CALIFORNIA

Proteína animal con estándares sanitarios internacionales.

### GUANAJUATO Y QUERÉTARO

Procesamiento agroindustrial y potencial de nearshoring.



Continúa en siguiente hoja

Página 3 de 4

|            |           |        |
|------------|-----------|--------|
| Fecha      | Sección   | Página |
| 21.03.2026 | Revista 5 | 2      |

**DE COMMODITIES A MARCAS GLOBALES**  
La transformación estructural del sector es clara: pasó de exportar volumen a exportar valor.  
Productos estratégicos 2025

|  | Producto     | Fortaleza clave           | Posicionamiento global |
|--|--------------|---------------------------|------------------------|
|  | Cerveza      | Escala industrial y marca | Líder exportador       |
|  | Aguacate     | Producción anual continua | Referente global       |
|  | Tequila      | Premiumización            | Categoría aspiracional |
|  | Berries      | Agricultura tecnificada   | Mercado premium        |
|  | Carne bovina | Trazabilidad              | Expansión asiática.    |

El aguacate se convirtió en ícono de consumo saludable

