

Estacionalidad agrícola, otro riesgo en el T-MEC



Además de fortalecer las reglas de origen, principalmente en la industria automotriz, otra medida que pretende imponer Estados Unidos en la revisión del T-MEC desde el primer mandato de Trump, es la estacionalidad en la exportación de productos agrícolas a fin de reducir las importaciones de productos como berries y aguacates en las temporadas de mayor producción o cosecha en Estados Unidos.

Desde luego México se ha opuesto siempre a la estacionalidad porque afectaría severamente a nuestras exportaciones y será un tema difícil en la revisión que inicia formalmente el 20 de julio en la Ciudad de México.

Al respecto, Juan Carlos Anaya, CEO de GCMA, Grupo Consultor de Mercados Agrícolas asegura que el sector agroalimentario debe llegar a la revisión con una agenda clara que implica defender el libre comercio, rechazar medidas como la estacionalidad, fortalecer la cooperación sanitaria y aduanera, resolver temas pendientes como el tomate, apertura al ganado en pie; biotecnología, y maíz genéticamente modificado temas laborales y trabajo forzoso que más importante ante la investigación del USTR bajo la sección 301.

En la balanza agropecuaria tenemos un superávit de 14.207 mdd. En 2025 exportamos 44,633 mdd de los cuales el 40.5% ferroso hortofrutícolas y de ahí el riesgo de la estacionalidad; e importamos 30,426 mdd, de los cuales el 35.9% son granos y oleaginosas.

GCMA impulsa una política agropecuaria trilateral, que incremente la competitividad y la seguridad alimentaria en la región.

AMCHAM, CABILDEO EN ESTADOS UNIDOS

En el marco de la revisión del T-MEC que inicia formalmente el próximo 20 de julio en la Ciudad de México, será clave la presión que ejerzan las empresas de Estados Unidos con la administración Trump para garantizar que el Tratado no sólo continúe 10 años sino que se pueda ratificar por 16 años en las mejores

circunstancias que permitan que se mantenga el crecimiento del comercio trilateral.

Oscar del Cueto, presidente de la AMCHAM, American Chamber México informó que la próxima semana viajará a Washington una nueva delegación empresarial para alzar la voz sobre los beneficios que ha tenido el Tratado en los últimos 30 años e impulsar medidas como fortalecer cadenas de proveeduría norteamericanas.

SCJN: FALLÓ A FAVOR DE FEMSA

El Premio Naranja Dulce es para los 8 Ministros de la SCJN en especial a Giovanni Figueroa Mejía porque fallaron a favor de FEMSA y en contra del SAT que pretendía cobrar un crédito fiscal por 2,868 millones de pesos.

El plano aprobó el proyecto de Figueroa Mejía quien aseguró que la revisión fiscal no era procedente y precisó que no se pueden revivir asuntos que ya son cosa juzgada.

Recordó que el artículo 14 de la Constitución establece que ninguna ley se puede aplicar en forma retroactiva en perjuicio de persona alguna.

Sorprendió también favorablemente la postura de Yasmín Esquivel quien aseguró que como “tribunal Constitucional estamos obligados a mandar un mensaje muy claro en el sentido de que México sí ofrece seguridad jurídica que demanda el sector privado y que la Corte no va a reabrir casos donde ya obtuvieron una victoria sobre la autoridad”.

LENIA BATRES, VOTO EN CONTRA

El Premio Limón Agrio es para la Ministra Lenia Batres quien desde luego votó en contra de la resolución de FEMSA y promueve la posibilidad de reabrir casos juzgados lo que ha generado una gran preocupación en el sector empresarial y acrecentar la incertidumbre sobre el nuevo poder judicial tras la “reforma del acordeón.” De aquí la importancia del fallo a favor de FEMSA.

No fue el único revés de Batres en la sesión del jueves de la SCJN porque por seis votos contra tres no se aprobó su proyecto de cobrar Impuestos sobre la Renta ISR a los beneficiarios de una cuenta de ahorro para el retiro en una afore.

#NO INGLÉS, CAMPAÑA SIN PRECEDENTES

Entre las muchas sorpresas que nos ha dejado hasta ahora el Mundial de Fútbol, está la inédita campaña #No inglés que se hizo rápidamente viral en redes sociales con múltiples empresas que se unieron con comunicados oficiales cambiando hasta hoy lunes, sus mar-



Fecha 06.07.2026	Sección Negocios	Página 14
----------------------------	----------------------------	---------------------

cas en un total, inusitado, divertido y muy bienvenido apoyo a la selección mexicana que nos inyectó una gran alegría y nos unificó en los partidos jugados en México.

Entre los comunicados más originales destacan el de Pepsi, pidiendo que lo llamen Peci; Subway cambiando a Metro; Halls por Pasillos; Carl's Jr por Carlitos y la estrella feliz; y Uber Eats por Uber come.

Los dos que más gustaron fueron el Liverpool que cambió a "Hígado alberca" tradu-

ciendo literalmente liver que en inglés es hígado, y pool por alberca.

Y por su uso del lenguaje destacó el de Huevo San Juan con un mensaje que decía: nosotros ya estábamos en español y nos sumamos a todo lo que sea apoyar a México. El cambio fue de Huevo San Juan "A Huevo San Juan" con la imagen de un huevo y el mensaje ¿Y si sí?

Las opiniones expresadas por los columnistas son independientes y no reflejan necesariamente el punto de vista de **24 HORAS**.