

Fecha 24.05.2026	Sección Forma y Fondo	Página 15
---------------------	--------------------------	--------------

# Más expectativas que realidades

**C**on el acuerdo final de actualización del Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM), el País espera incrementar sus exportaciones hasta en un 50 por ciento hacia 2030, una meta que si bien parece factible, queda todavía muy lejos de lo que representa el comercio con Norteamérica.

De acuerdo con datos de Banco de México (Banxico) correspondientes al primer trimestre de 2026, México realizó exportaciones por un valor total de 175 mil 586 millones de dólares, de los cuales, apenas el 4.6 por ciento se destinó a Europa en su totalidad, es decir, incluidos los países fuera de la eurozona.

Incluso, las exportaciones a Asia, región con la que más que tratados de libre comercio predominan los acuerdos de facilitación comercial, los envíos mexicanos a esa zona alcanzaron el 5.4 por ciento del total del primer trimestre.

## NALLELY HERNÁNDEZ

En contraste, pese a los dimes y diretes comerciales desde el arranque del segundo mandato de Donald Trump, la región de Norteamérica, que incluye solo a Estados Unidos y Canadá, representó el 86 por ciento del valor de las exportaciones mexicanas en la primera parte de 2026.

Para la Secretaría de Economía, con la modernización del acuerdo, cuya vigencia arrancará en 2027, sectores como el agroalimentario será de los “grandes ganadores” del acuerdo, sin embargo, al momento este segmento no es significativo en el comercio con la Unión Europea.

“El campo y el sector agroindustrial mexicanos son los grandes ganadores. El ACI (Acuerdo Comercial Interino) generará un boom de las exportaciones agropecuarias mexicanas. Productos mexicanos importantes como plátano de Chiapas, Tabasco, Oaxaca, entre otros; miel de Yucatán, Chiapas, Jalisco, entre otros; azúcar y otros edul-

corantes especiales (piloncillo) de Veracruz, Jalisco, San Luis Potosí, Morelos, entre

otros; espárragos de Sonora, Baja California Sur, Guanajuato, entre otros; tomates en conserva de Sinaloa, San Luis Potosí y Michoacán; limón de Michoacán, Veracruz, Colima, Oaxaca, entrarán sin arancel o en mejores condiciones arancelarias a Europa, y con los más altos estándares sanitarios y fitosanitarios, que permiten tener un valor agregado frente a otros competidores”, asegura la dependencia.

Sin embargo, sólo en marzo, para casos como el limón, en sus variedades del limón agrio o criollo, el persa y la lima, el 99.5 por ciento se envió solo a Norteamérica, mientras que el resto se fue a países de Latinoamérica.

Juan Carlos Anaya, director general de Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA), explica que, en lo que va de 2026, las exportaciones agroalimentarias a Europa representan 152.7 mi-

llones de dólares, poco más del 1 por ciento de las ventas totales mexicanas al exterior.

Mientras que los europeos se decantan por productos como el tequila, el café y la nuez, el nuevo marco de comercio prevé facilitar las exportaciones de plátano, espárragos y limón persa, productos todavía con presencia marginal en el Viejo Continente.

“Los productos mencionados en el Acuerdo Comercial Interino, plátano, miel, espárragos, limón, tomate, tienen presencia marginal hoy en la Unión Europea”, indica.

“El acuerdo crea la ventana arancelaria, pero la conquista del mercado requerirá inversión en logística, certificaciones sanitarias y promoción comer-



Fecha <b>24.05.2026</b>	Sección <b>Forma y Fondo</b>	Página <b>15</b>
----------------------------	---------------------------------	---------------------

cial activa”, considera Juan Carlos Anaya.

Turenna Ramírez, especialista en comercio exterior de Holland & Knight, señala que las metas establecidas por la Secretaría de Economía no son imposibles, pero requieren trabajo adicional a librar ba-

rreras arancelarias para afianzarse en el mercado europeo, pues incluso México ya tendría competencia regional por la firma de la UE con la zona Mercosur.

“El anuncio un poco antes (que el TLCUEM), el tratado entre Mercosur y la Unión Europea, en donde hablan de un acuerdo comercial extraordinariamente amplio y que ya pondría la zona de libre comercio más grande del

mundo y, pudiera haber desplazado a México”, explica la especialista. ■



Juan Carlos

Tomada de su FB

Anaya



Turenna Ramírez

www.hklaw.com



***El acuerdo crea la ventana arancelaria, pero la conquista del mercado requerirá inversión en logística, certificaciones sanitarias y promoción comercial activa”.***

**Juan Carlos Anaya**, director general de Grupo Consultor de Mercados Agrícolas