



E La industria mexicana busca nuevos caminos para responder al vendaval arancelario de Trump

México apuesta por incrementar su mercado interno y trata de diversificar sus exportaciones ante la volatilidad de su principal socio comercial. Un desafío ambicioso tanto para el Gobierno como para el sector privado

**EYANIR CHINEA**

México - 27 JUL 2025 - 03:30 CST



La industria del cuidado personal es un ejemplo de lo integradas que están las economías de Norteamérica: muchos de los ingredientes naturales que se utilizan en la elaboración de cremas hidratantes, champús o maquillajes se obtienen en México o Latinoamérica. Luego, esos componentes se convierten en productos semiterminados en Estados Unidos o Canadá. Finalmente, son envasados de nuevo en México, desde donde son exportados. Para este sector, un [aumento arancelario](#), como el prometido por la Administración de Donald Trump, representaría un aumento de precios imponderable.

“Es una amenaza considerable y somos conscientes de eso, tanto acá como nuestros pares en Canadá y Estados Unidos”, explica Carlos Barbuza, presidente de Canipec, la cámara que agrupa a empresas del ramo, como Colgate o Revlon. “Es un escenario complicado. Como empresa, la opción es empezar a diversificarse a otros mercados. Como industria, Estados Unidos es nuestro principal socio comercial, tanto en importaciones como exportaciones”, agrega, enumerando que el año pasado sus afiliados vendieron un 55% de su producción a Estados Unidos, valorada en unos 4.150 millones de dólares. “Los aranceles habían salido de nuestro vocabulario, pero han vuelto”, dice encogiéndose de hombros.



[Los constantes cambios de parecer de su vecino](#) están llevando a México a repensar su rol de maquilador y evaluar nuevas potencialidades industriales, con el fin de abastecer su demanda interna y reducir su dependencia de las importaciones. Pero también para buscar nuevos mercados de exportación, un proyecto que tanto el Gobierno de Claudia Sheinbaum como el sector privado reconocen como ambicioso. Un nuevo escenario que pondrá a prueba las cadenas de valor, el diálogo entre el sector público y privado y el complejo operar de las fábricas que ensamblan desde autos hasta electrodomésticos.

Vidal Llerenas Morales, subsecretario de Industria y Comercio, señala en entrevista que, para el gobierno, llegó la hora de hacer “política industrial”, invocando un concepto relacionado al programa de reconstrucción posguerra conocido como el Plan Marshall. “México va a seguir exportando a [Estados Unidos](#), pero también se tendría que abrir a otros sectores. Por ejemplo, producir más autos para el mercado nacional y para otros que no consumen lo que ahora producimos, que básicamente son autos de alta gama con motor de combustión para Estados Unidos”, ejemplifica, agregando potencialidades para aumentar la producción local de fármacos, ropa, calzado o equipos médicos. “La electromovilidad es una oportunidad mirando a Europa y América Latina”,

El inconveniente del tiempo

Pero para lograr un proyecto de esta magnitud se requerirá más que un sexenio. En algunos sectores incipientes, como aeronáutica o semiconductores, el panorama es lograr cierto grado de madurez en el plazo de una década. Desde la Secretaría de Economía, comandada por Marcelo Ebrard, un ex precandidato presidencial, sostienen que la atracción de capital extranjero está en marcha, aunque sin revelar nuevas inyecciones para la segunda mitad del año.



El [Plan México, la flamante hoja de ruta de la presidenta](#), incluye un portafolio de inversiones, nacionales y extranjeras, de 277.000 millones de dólares y la atracción de unas 2.000 empresas que se quieren radicar en el país, particularmente en zonas bautizadas como Polos de Desarrollo Económico para el Bienestar. “Hay dos tipos de polos de desarrollo que se están planteando: en lugares más aislados y más al sur del país, con mayores incentivos fiscales y donde hay mayores niveles de pobreza. Y también los polos de desarrollo donde se pueda hacer *offshore*. Si en Guadalajara y en Monterrey se hace industria muy tecnológica, o en Querétaro o en Tijuana, por qué no hacerla en Durango o en Altamira. Además, por precios relativos de mano de obra”, agrega Llerenas.

Para Isaac Cruz, analista del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la estrategia está enviando señales “alentadoras” al mercado. Sin embargo, persisten dudas sobre cómo se llegarán a concretar los objetivos. México no tiene el entorno resuelto en áreas medulares como generación de agua y energía, incubación de talento o seguridad jurídica y ciudadana. “La integración económica y comercial con Estados Unidos es una realidad, es muy intensa y representa una fuente de ingresos importante para el país, por lo que sí vale la pena seguir apostando por esa relación. Pero es cierto que no se tiene que depender enteramente de ello”, dice el investigador.

Hecho en México y el T-MEC

Como parte de su estrategia, el gobierno ha relanzado su marca Hecho en México, un programa que incluye capacitación y financiamiento con fondos públicos para incentivar la producción local. La imagen del águila resiliente y bravía del escudo mexicano mirando hacia adelante, reproducida en el logo de la plataforma, también se ha convertido en un estandarte de orgullo para el gentilicio. Un token alrededor del cual los industriales locales se pueden congregan en momentos de alta incertidumbre.



“México ya no solamente es hermoso por sus playas y artesanías, sino como un México moderno que está haciendo aviones, dispositivos electrónicos, semiconductores y que puede producir lo que consume y no tiene por qué estar importando tantas cosas”, dice Bárbara Botello, una política de carrera que está encargada del programa, desde su despacho decorado con el logo y mapas de la República que esbozan planes.

Mirando hacia el futuro, ahora viene la hora de los resultados, mientras persisten las dudas sobre esta renovada política industrial. Y en este ínterin, el país también se prepara para la revisión del acuerdo comercial con Estados Unidos y Canadá, que –en teoría– protege la mayor parte de su intercambio de la imposición abrupta de aranceles. El T-MEC estará vigente hasta el 2036, así que si en la revisión no se llegara a un acuerdo, la ruta es mantenerlo tal y como está redactado. Aunque nada está escrito en piedra.

“Mucha gente espera que la revisión se convierta en una renegociación por el contexto en el que estamos”, dice Barbuza, el representante gremial de la industria mexicana del cuidado personal. “Nos estamos preparando para tener una agenda propositiva y no jugar a la defensiva, porque el juego de poner barreras es perder-perder”.

[Plan México: La industria mexicana busca nuevos caminos para responder al vendaval arancelario de Trump | Economía | EL PAÍS México](#)