

# Mercado de nostalgia en Estados Unidos: Una oportunidad para la exportación de productos mexicanos

Nostalgia Market in the United States: An  
Opportunity for the Export of Mexican Products

---

Ramón Sebastián Acle Mena<sup>1</sup> ORCID: [0000-0002-7313-3723](https://orcid.org/0000-0002-7313-3723)

Luis Daniel Bautista Castelán<sup>2</sup> ORCID: [0009-0000-0317-6384](https://orcid.org/0009-0000-0317-6384)

---

**Recibido:** 13/11/2023

**Aceptado:** 08/01/2024

1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. [raclemx@yahoo.com.mx](mailto:raclemx@yahoo.com.mx)

2 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. [luisdbc23@gmail.com](mailto:luisdbc23@gmail.com)

## Resumen

La presente investigación se desarrolla en el contexto de la migración, la nostalgia y exportación de México a Estados Unidos. El objetivo es determinar la existencia de un *mercado de nostalgia* en Estados Unidos, que represente una oportunidad para la exportación de productos mexicanos. Se utiliza primeramente la investigación documental para fortalecer la teoría y hacer una revisión sobre las novedades del contexto de la investigación. Los resultados obtenidos y contrastados con la teoría arrojan evidencia a favor de la importancia de la relación que tiene el *mercado de nostalgia* en Estados Unidos al ser una oportunidad para la exportación de productos mexicanos. Se concluye que el *mercado de nostalgia* de los productos mexicanos en Estados Unidos es un fenómeno relevante tanto social, cultural y económico debido al importante segmento de población mexicana que siente nostalgia y demanda de los productos de origen mexicano, además de poseer un poder adquisitivo significativo por lo que las exportaciones mexicanas se ven beneficiadas por el T-MEC.

**Palabras clave:** Migración, nostalgia y exportación.

## Abstract

This research is conducted in the context of migration, nostalgia, and Mexico's exports to the United States. The objective is to determine the existence of the nostalgia market in the United States that represents an opportunity for the export of Mexican products. Initially, a documentary research approach was used to strengthen the theoretical framework and provide an overview of the research context. The results obtained and compared with the theory provide evidence in favor of the significance of the relationship between the nostalgia market in the United States and its role as an opportunity for the export of Mexican products. It is concluded that the nostalgia market for Mexican products in the United States is a relevant phenomenon, both socially, culturally, and economically, due to the substantial Mexican population segment that experiences nostalgia and demands Mexican-origin products. Additionally, this population possesses significant purchasing power, which benefits Mexican exports under T-MEC

**Keywords:** Migration, nostalgia and exportation.

## Planteamiento del problema

La migración es un fenómeno mundial con desafíos diversos, tanto para los países de origen como para los de destino. Entre estos desafíos o problemáticas destacan la integración y diversidad cultural, la saturación de los servicios y recursos sociales, competencia laboral, tráfico y explotación de personas, narcotráfico, inseguridad, entre otras.

La migración de los mexicanos hacia Estados Unidos es una cuestión multifacética que involucra consideraciones económicas, sociales, legales y políticas. A lo largo del tiempo ha sido objeto de debate y llevado a una serie de desafíos y oportunidades para ambos países. La comprensión de esta problemática es fundamental para abordarla de manera efectiva y justa.

Es importante mencionar que los migrantes buscan de mejorar sus condiciones de vida, ocupando puestos laborales en sectores de la construcción, refinerías, minerías, el campo, restaurantes, limpieza de edificios y casas, por mencionar los más sobresalientes.

De acuerdo con Cervantes y Ostoloza (2023), el Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) reportó que, al cierre del tercer trimestre de 2022, las y los inmigrantes mexicanos ocuparon 7,429,790 puestos laborales; 4,847,874 integrados por personal de género masculino y 2,581,916 de género femenino, quienes, con su labor y remuneración económica, esperan obtener un mejor poder adquisitivo al que percibían en sus lugares de origen. Se reporta también que las y los mexicanos representan la mayoría étnica más importante, con poco más del 63% de los 57 millones de latinos que residen en territorio norteamericano, incluyendo a los estadounidenses que se identifican como mexicanos.

Los migrantes mexicanos también sufren por nostalgia, melancolía o añoranza de los días en sus lugares de origen, donde crecieron compartiendo con familiares y amigos festividades, alimentos, bebidas y música, que ahora en el país vecino del norte no es tan fácil de en-

contrarlos ante concurrido comercio de la diversidad étnica, pero que hacen grandes esfuerzos por satisfacer esta necesidad nostálgica.

## **Pregunta de investigación**

¿Existe un *mercado de nostalgia* en Estados Unidos que represente una oportunidad para la exportación de productos mexicanos?

## **Objetivo de la investigación**

Determinar la existencia de un *mercado de nostalgia* en Estados Unidos que represente una oportunidad para la exportación de productos mexicanos.

## **Justificación**

El *mercado de nostalgia* es un fenómeno importante en Estados Unidos. Genera un vínculo emocional a través de una fuerte conexión con México, y la nostalgia fortalece esta relación, permitiendo el acceso a productos y experiencias que fortalecen la identidad cultural, mitigando la sensación de estar lejos de su lugar de origen. De esta forma, se logra un sentimiento de pertenencia que ayuda a nuestros connacionales a sentirse más conectados y pertenecientes a lo mexicano.

La creciente población de mexicanos en Estados Unidos ha generado una demanda significativa de productos y experiencias que reflejen su cultura. Las empresas y emprendedores pueden capitalizar esta demanda creando y ofreciendo productos que apelen a los sentimientos de nostalgia de esta población, que puede ser una base sólida para oportunidades de negocios. Empresas que comprenden la importancia de la conexión emocional y cultural pueden desarrollar estrategias de marketing efectivas y ofrecer productos que resuenen con la audiencia mexicana en Estados Unidos.

El *mercado de nostalgia* entre los mexicanos en Estados Unidos es importante porque no solo satisface las necesidades emocionales y

culturales de esta población, sino que también presenta oportunidades significativas para el desarrollo de negocios y la conexión comunitaria.

## **Marco teórico y revisión literaria**

### **Migración**

La migración es catalogada como un fenómeno que siempre ha estado presente en la vida del hombre. Desde tiempos remotos, las personas tuvieron que partir de su lugar de origen a lugares de destino en búsqueda de alimentos, vivienda y vestimenta, dejando de ser sedentarios para ser nómadas y, a medida que la sociedad fue avanzando, el hombre tuvo que migrar con la intención de mejorar su entorno y calidad de vida de su familia (Gutiérrez, Romero, Arias, & Briones, 2020).

Se entiende por migración al proceso de desplazamiento espacial de la población vinculado al desarrollo de las personas, que ha traído como consecuencia la diversidad étnica y cultural que se observa en la actualidad (De La Vega, 2005). Se produce al realizar un cambio de residencia de un lugar llamado “origen” hacia otro llamado “destino”; es decir, el fenómeno se compone de la salida (emigración), por tiempo determinado, de un individuo de una comunidad, estado o país de origen, y la llegada (inmigración) al nuevo territorio o lugar de destino, haciéndose el cruce de fronteras, y realizando la diferencia entre las migraciones internas y las internacionales. Al respecto (Rodicio & Sarceda, 2019) manifiestan que las migraciones reflejan una constante problemática que reporta beneficios más allá de los puramente económicos. Gracias a ellas muchos países han podido modernizarse y abrirse a la pluralidad social que conlleva recibir personas de muy diferentes culturas.

La migración en gran escala, de México a Estados Unidos, empezó en el siglo XX, impulsada por factores económicos y políticos, pero principalmente la mano de obra barata requerida por Estados Unidos. Durante la Revolución Mexicana muchos mexicanos huyeron de la violencia y la inestabilidad, y buscaron refugio en el vecino país

del norte. Con el Programa Bracero, durante y después de la segunda guerra mundial, el gobierno de los Estados Unidos estableció un permiso especial para que los trabajadores agrícolas mexicanos pudieran entrar temporalmente a llenar los puestos de trabajo dejados por los americanos que se fueron a la guerra. En 1986, el Congreso de los Estados Unidos aprobó la ley de Reforma y Control de la Migración (IRCA), cuyo objetivo era proporcionar un camino hacia la ciudadanía de muchos inmigrantes indocumentados que ya vivían en el país.

Es necesario destacar que el fenómeno migratorio entre estos dos países tiene una larga historia basada en diversos factores, entre ellos la vecindad geográfica, los estrechos lazos culturales y la creciente interdependencia económica que hacen inevitable la generación de flujos migratorios entre ambos países. Este último factor de desplazamiento es esencialmente un fenómeno laboral impulsado por la interacción de variables que operan en ambos lados de la frontera, como la oferta y la demanda de trabajadores mexicanos en la zona norte (Consejo Nacional de Población, 2002). Es por eso que el fenómeno migratorio de los mexicanos a Estados Unidos es considerado como la única nación cuya población emigrante se ha concentrado históricamente, casi en su totalidad, en un solo lugar.

Dentro de territorio americano, los estados con mayor índice de hispanos son; California, Texas, Florida, Arizona, Nuevo México, Nueva York, Nueva Jersey e Illinois, estos ocho estados contienen aproximadamente el 74% de la población latina residente en la nación, por lo tanto, la alta concentración de latinos y de mexicanos hace que el *mercado de la nostalgia* represente para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Familiar la oportunidad de expandir su mercado, incrementar sus utilidades, diversificar sus productos y posicionar sus marcas (Romero & Monterde, 2018).

## **Nostalgia**

La nostalgia de los migrantes mexicanos en Estados Unidos, se puede describir como un anhelo emocional por su país de origen, en extrañar

mucho de lo que complementó su vida antes de ser migrante. Este sentimiento de añoranza puede ser provocado por varios factores como la separación de la familia, la falta de familiaridad con la nueva cultura y su entorno y, al mismo tiempo, de las tradiciones y costumbres mexicanas.

Este sentimiento de nostalgia puede ser particularmente fuerte en los migrantes que han dejado atrás a sus familias y comunidades de origen en México, y se manifiesta al desear cubrir las necesidades de añoranza, principalmente el de los alimentos tradicionales mexicanos, la música, festividades y otras formas de expresión cultural que aún siguen arraigadas.

Los *productos de nostalgia*, y en este caso los mexicanos, son preferidos por su sabor, sazón, elaboración y calidad, entre otras cualidades que los hacen ser, en algunos casos, únicos, ya que sus ingredientes o el lugar donde se elaboran solo pueden ser provenientes de México, haciéndolos diferentes e inigualables. Asimismo, son preferidos por su confianza en las marcas con las cuales crecieron y consumieron en una época de su vida, y son productos diferenciados del resto del mundo, generando lealtad y tradición, además de orgullo por su origen.

El sentimiento de nostalgia entre los migrantes mexicanos en Estados Unidos es una experiencia profundamente compleja y multifacética. Más allá de evocar recuerdos de su lugar de origen, este sentimiento despierta una serie de actitudes y prácticas socioculturales que enriquecen su experiencia migratoria. La nostalgia, en este contexto, es una emoción que surge del desplazamiento físico y emocional que enfrentan los migrantes. Les permite mantener una conexión con su México querido, independientemente de la distancia física que los separa.

## **Exportación**

Desde los inicios de la Independencia de México, la relación comercial entre estos países ha experimentado cambios muy importantes y han sido reflejo de la evolución histórica para México.

Es por eso que México pasó de ser una colonia española que exportaba plata a ser un país independiente con acuerdos comerciales con más de 40 países alrededor del mundo y que, con su evolución exportadora, ya no son solo productos agrícolas y materias primas como lo fue en el inicio, pues en la década de 1980 se inició con la diversificación de productos manufacturados de alto valor agregado como los eléctricos, automóviles, maquinaria y autopartes, entre otros.

Esta transformación ha pasado de períodos de aislamiento geográfico al desarrollo de las comunicaciones, y de ser una economía cerrada a una abierta al comercio y a la inversión extranjera (Trade Links, 2010). La relación comercial entre México y Estados Unidos ha crecido significativamente debido a la importancia que representa para la economía de ambas naciones. Para México el vecino país del norte representa una gran oportunidad económica y esto se refleja con el último tratado celebrado.

## **Hipótesis**

Existe un *mercado de nostalgia* en Estados Unidos que representa una oportunidad para la exportación de productos mexicanos.

## **Metodología**

Para este trabajo de revisión se decidió abordar la investigación y así lograr un acercamiento al contexto del estudio, cumpliendo el objetivo planteado. Como primer punto se recurrió a la investigación documental haciendo una revisión de artículos científicos y sitios webs sobre las palabras claves incluidas en el cuerpo teórico, para posteriormente contrastar los resultados obtenidos con la teoría y llegar a una posible conclusión.

El contexto de la investigación se concentró en el fenómeno de la migración de los mexicanos a Estados Unidos, haciendo que aparezca el sentimiento de nostalgia y por lo tanto la necesidad de consumir productos de origen mexicano que les recuerde sus orígenes, haciendo



notar la gran oportunidad de este *mercado de nostalgia* y la necesidad de exportar productos de México a Estados Unidos.

## **Análisis e interpretación de los resultados**

La información obtenida, de acuerdo con los tipos de investigación y a sus técnicas, contribuyó a contrastar la teoría en sus conceptos y criterios con la realidad de la migración de los mexicanos a Estados Unidos; un fenómeno de gran importancia en lo económico, político y social; así como del sentimiento de nostalgia de los migrantes de primera y segunda generación, que crece cada vez más y demanda productos de origen mexicano, y gracias al buen funcionamiento y desarrollo que tiene el último Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), permite y brinda oportunidad para que las empresas mexicanas exporten sus productos hacia Estados Unidos.

El T-MEC firmado el 30 de noviembre de 2018, también conocido como Acuerdo entre Estados Unidos, México y Canadá (USMCA) por sus siglas en inglés, surge para sustituir el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), cuyo objetivo era facilitar el comercio exterior entre México, Estados Unidos y Canadá. Este nuevo tratado continúa enfocado en el mismo objetivo que su antecesor, no obstante, las disposiciones modifican parcialmente el tratado anterior y tendrá una duración de 16 años y si después de este periodo sus integrantes deciden extenderlo, podrán hacerlo. Durante este lapso, los tres países deberán reunirse cada 6 años para realizar un análisis de su evolución, e incluye modificaciones en el sector laboral, tecnología, farmacéutica, medio ambiente, economía, entre otros (Thomson Reuters, 2022). Los resultados del tratado actualmente han sido favorables para México, ya que, en este primer semestre de 2023 se consolidó como primer socio comercial y proveedor de Estados Unidos con una participación del 15.7% desbancando así a Canadá con un 15.4% y China con un 10.9 (El Economista, 2023).

La relación comercial entre México y el país vecino se manifiesta de manera tangible en el volumen de exportaciones e importaciones

que ambos realizan anualmente. Según datos del Observatorio de Complejidad Económica (OCE) en 2022, México exportó bienes por un valor de 326 mil millones de dólares a Estados Unidos, destacando la significativa influencia de esta relación. Los principales productos que México exportó a Estados Unidos fueron; ordenadores, coches y vehículos de motor, piezas y accesorios (OEC, 2021), así como cerveza, tequila, aguacate, tomate, berries (frambuesa y mora), pimienta, carne de bovino, fresas, productos de panadería y confitería (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Social, 2022).

Dentro de este sector de productos que México exporta a Estados Unidos, es importante mencionar el papel que juegan los productos de nostalgia a esta gran minoría étnica, considerada actualmente la más grande e importante, que son los latinos, de los que los mexicanos de primera y segunda generación representan 34 millones, y cuentan con un poder económico sobresaliente. De estos productos destacan el tequila y la cerveza, aunque también destacan por su originalidad y sabor el aguacate, chiles, chocolate, mole, dulces, refrescos, botanas, frituras y medicamentos.

Es importante mencionar que estos productos son una gran oportunidad al *mercado de nostalgia* de los mexicanos en Estados Unidos, y suelen tener algunas dificultades para poder ser exportados, ya que las barreras comerciales y restricciones arancelarias que pone EE.UU. son muy exigentes, sobre todo en los productos del sector agropecuario y de artesanías, concentrándose principalmente en aquellas pequeñas y medianas empresas mexicanas.

## Conclusiones

Es importante mencionar que se logra el objetivo y la hipótesis al determinar que existe una relación de causalidad entre el *mercado de nostalgia* en Estados Unidos como una oportunidad para la exportación de productos mexicanos. Esto se logró al contrastar la información documental obtenida de la revisión de artículos científicos, con las ci-

fras y datos de organismos gubernamentales y oficiales relacionados al comercio exterior.

Por lo tanto, se destaca la complejidad de la migración y su profundo impacto en la identidad cultural y el comercio internacional, utilizando el caso de los mexicanos que emigran a Estados Unidos como un ejemplo ilustrativo. La migración es un fenómeno arraigado en la historia de la humanidad, impulsado por una variedad de motivos que abarcan desde la búsqueda de mejores oportunidades de vida hasta la huida de situaciones de conflicto y desastres naturales.

Un aspecto especialmente intrigante abordado en este artículo es el papel de la nostalgia en la vida de los migrantes mexicanos. Esta no solo representa un anhelo emocional por el país de origen, sino que también desempeña un papel crucial en la construcción y mantenimiento de la identidad cultural de los migrantes en un entorno extranjero. Los productos y experiencias que evocan la nostalgia les permiten mantener una conexión con sus raíces y compartir su herencia con las generaciones futuras.

Desde una perspectiva comercial, el artículo resalta las oportunidades que presenta el mercado de nostalgia de los migrantes mexicanos en Estados Unidos. Los productos mexicanos, reconocidos por su sabor, calidad y autenticidad, ocupan un lugar destacado en un mercado altamente competitivo.

La creciente población latina, con una representación significativa de mexicanos, ha impulsado esta demanda, lo que beneficia especialmente a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Familiares. Sin embargo, a pesar de estas oportunidades, existen desafíos comerciales en forma de barreras y restricciones arancelarias que pueden dificultar la exportación de ciertos productos, especialmente en el sector agropecuario y de artesanías. Estos obstáculos, aunque significativos, no deben subestimarse, ya que afectan principalmente a las pequeñas y medianas empresas mexicanas.

En resumen, la migración, la nostalgia y el comercio internacional están interconectados de manera intrincada en el contexto de

los migrantes mexicanos en Estados Unidos. Este artículo subraya la importancia de reconocer y comprender este fenómeno desde una perspectiva tanto sociocultural como económica, y ofrece una visión valiosa de cómo estos elementos se entrelazan en la vida de los migrantes y en la dinámica comercial entre México y Estados Unidos.

## Referencias

- Cervantes, J., y Ostolza, R. (2023). *Notas de remesa*. Recuperado el 18 de septiembre de 2023, de Empleo en los Estados Unidos de los trabajadores mexicanos inmigrantes: <https://www.cemla.org/foroderemasas/notas/2023-01-notas-de-remesas.pdf>
- Consejo Nacional de Población. (2002). *Migración Internacional*. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de Migración, remesas y desarrollo: <http://www.conapo.gob.mx/work/models/OMI/Resource/497/bol19.pdf>
- De La Vega. (2005). *Mundos en movimiento: Movilidad y migración de científicos y tecnólogos venezolanos*. Venezuela: Fundación Polar – Instituto de Investigaciones Científicas (IVIC).
- El Economista. (08 de Agosto de 2023). *México se consolida como primer socio comercial y proveedor de EU a junio*. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/empresas/Mexico-se-consolida-como-primer-socio-comercial-de-Estados-Unidos-20231107-0060.html>
- Gutiérrez, J., Romero, J., Arias, S., y Briones, X. (2020). Migración: Contexto, impacto y desafío. Una reflexión teórica. (U. d. Zulia, Ed.) *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(2), 299-313. Recuperado el 20 de octubre de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431024/html/OEC>.
- OEC. (2021). *México-Estados Unidos*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2023, de <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/mex/partner/usa>
- Rodicio, M., y Sarceda, M. (2019). Inserción sociolaboral de mujeres emigrantes retornadas: Desde Venezuela a España. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(4), 11-21.
- Romero, N., y Monterde, M. (2018). El consumo por nostalgia, un negocio creciente en Estados Unidos. *Biolex*, 10(18).
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Social. (2022). *Prensa*. Recuperado el octubre 13 de 2023, de Cerveza, tequila y aguacate, los principales productos mexicanos que se consumen en Estados Unidos: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/cerveza-tequila-y-aguacate-los-principales-productos-mexicanos-que-se-consumen-en-estados-unidos?idiom=es>
- Thomson Reuters. (18 de Octubre de 2023). *T-MEC: Los beneficios del nuevo tratado para México*. Obtenido de <https://www.thomsonreutersmexico.com/es-mx/soluciones-de-comercio-exterior/blog-comercio-exterior/los-beneficios-nuevo-tratado-mexico>
- Trade Links. (2010). *Lazos Comerciales*. Recuperado el octubre 13 de 2023, de 200 Años de Comercio Exterior de México: [http://www.economia-snci.gob.mx/sic\\_php/pages/bruselas/trade\\_links/esp/sepesp2010.pdf](http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/bruselas/trade_links/esp/sepesp2010.pdf)