

Fecha 16.04.2025	Sección Urbes y Estados	Página 37
----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Desaceleración Industria alimenticia de Jalisco prevé crecimiento menor a 5%

Patricia Romo
estados@eleconomista.mx

Guadalajara, Jal. Debido a factores como la política arancelaria de Estados Unidos, una baja producción por la sequía y las restricciones para la venta de productos con alto valor calórico en las escuelas, la industria alimenticia de Jalisco prevé un crecimiento inferior a 5% este año.

“Estamos a la espera de nuevas reacciones desde el otro lado de la frontera. Si hay una meta de crecimiento, pero muy pequeña (...) por debajo de 5% este año”, comentó a **El Economista**, el presidente de la Cámara de la Industria Alimenticia de Jalisco (CIAJ), Fernando Acosta.

“Lógicamente el deseo de los empresarios es crecer a doble dígito, aunque los últimos tres o cuatro años ha sido complicado alcanzarlo por el tema de la pandemia”, agregó el industrial.

Subrayó que la sequía ha causado una baja en la producción de algunos insumos como el azúcar y el maíz, lo que también supone un reto importante para el sector.

“Hay un tema climatológico en puerta, hay un tipo de maíz que es de temporal, que se cosecha a finales de agosto y principios de septiembre, y cuando el temporal no es bueno, ahí se sufre en la producción de maíz, y

es uno de los retos que vienen ahorita por la temporada de estiaje, va a haber poca agua”, explicó.

Si bien la imposición de aranceles en Estados Unidos de 25% al acero y el aluminio pudiera generar un aumento en el precio de algunos alimentos por el uso de empaques y latas, el presidente de la CIAJ descartó un alza considerable en dichos productos.

“He platicado con algunas personas que se dedican al tema y no lo ven prometedor (...) también es cierto que cada vez más productos que han declinado el uso de la lata”, enfatizó.

Por el contrario, abundó, los aranceles globales que impuso el presidente Donald Trump, abren oportunidades para que la industria alimenticia de Jalisco supla los productos asiáticos que consumía la Unión Americana o bien, conquiste nuevos mercados internacionales.

“Se abren oportunidades para suplir a los productos que estaban llegando de Asia a Estados Unidos (...) pero algo muy importante también: debemos descubrir también nuevos mercados, no nada más el país vecino; sí es una realidad que el consumo es impresionante, hay 13 millones de mexicanos allá, pero también está el otro escenario, Centroamérica es un mercado muy interesante, ya no digo Sudamérica que es menos explotado”, acotó.

