

RECONFIGURACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN ECONÓMICA EN LA INDUSTRIA DULCERA EN JALISCO.

Dra. Elena de la Paz Hernández Aguila

Dr. Juan José Morales Márquez¹

El trabajo muestra el desarrollo de la industria dulcera durante el período de sustitución de importaciones y las últimas dos décadas del siglo XX y describe como pasa de tener un mercado regional a uno nacional y posteriormente internacional.

Se pone énfasis en las estrategias empresariales y productivas que permitieron a los empresarios dulceros de Jalisco hacer frente al cambio de modelo económico y a la apertura de fronteras, donde vieron en el mercado norteamericano, principalmente en el latino, una oportunidad para consolidarse como los principales exportadores de dulce al sur de los Estados Unidos y, al mismo tiempo se convirtieron en los principales productores de dulce de México.

Al respecto, las estrategias fueron tanto de producción, innovación en los productos, ubicación de las plantas productivas y utilización de una mayor variedad de mano de obra. Finalmente, se muestra como esta industria al igual que otras consideradas como “triunfadoras” en su ramo poco a poco comienza a ser absorbida por las industrias transnacionales, al ver en la compra de estas empresas una oportunidad de ejercer un mayor control sobre el mercado de estos productos.

El trabajo se divide en siete apartados: introducción, la historia de la industria alimenticia en Guadalajara, la industria dulcera en el modelo de sustitución de importaciones, la industria

¹ Profesores Investigadores del Departamento de Estudios Socio-Urbanos de la Universidad de Guadalajara, Tel. (01) 33 3658 4630, elenadelapaz@hotmail.com, morales_juan@yahoo.com

dulcera y el cambio económico, el impacto de la apertura comercial, las estrategias de los industriales dulceros y, los retos y expectativas actuales de la industria dulcera.

Palabras clave: dulces, empresarios, apertura económica, candies, enterprenurs, economic openning.

1. INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX y en especial durante el período de sustitución de importaciones, la ciudad de Guadalajara se destacó por tener un crecimiento económico basado principalmente en su papel como centro productor y distribuidor de mercancías y servicios para su región y en general para el occidente de México.

En Guadalajara se desarrollaron pequeñas y medianas empresas, dedicadas principalmente a la producción de bienes de consumo básico. En ese sentido, las ramas que sustentaron por muchos años la economía local fueron la industria alimenticia, la del vestido y la del calzado.

Estas industrias se distinguieron por ser mayoritariamente de tamaño pequeño con una producción generalmente dirigida al mercado local, con bajo valor agregado en su creación, además de ser importantes generadoras de empleos directos e indirectos.

En este trabajo se pretende mostrar el impacto diferenciado que tuvo el proceso de apertura económica en la estructura de estas industrias de bienes básicos, en específico el caso de la industria dulcera de Jalisco. Nos interesa analizar los factores estructurales y las estrategias empresariales que le permitieron enfrentar la competencia en su mercado interno a diferencia de la industria del calzado y la del vestido que tuvieron un fuerte decrecimiento durante las últimas dos décadas.

El trabajo en cuestión se divide en siete apartados: una introducción, en el segundo se muestra la importancia de la rama del dulce dentro de la industria alimenticia en Jalisco, en el tercero el desarrollo y expansión de esta industria durante la etapa de sustitución de importaciones, el cuarto muestra su evolución en los años ochenta, el quinto apartado analiza el impacto de la apertura comercial sobre este sector de bienes básicos, el sexto señala las estrategias implementadas por los empresarios para enfrentar este proceso y, el último apartado reflexiona sobre la situación actual por la que atraviesa esta industria y sus perspectivas.

2. EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA EN GUADALAJARA

Desde los años treinta del siglo pasado, la agroindustria alimentaria de Jalisco tuvo un papel importante en el desarrollo del estado, pues ya para esas fechas participaba con el 22.0% del total de las empresas, al tiempo que absorbía una gran cantidad de mano de obra y tenía una participación igual de importante en el PIB industrial (Luna, 1988: 32). Los productos que más destacaban por su producción eran la caña de azúcar y sus derivados (alcohol y piloncillo), la producción de mezcal y los molinos de trigo y la transformación del mismo en galletas y pastas cuyo centro principal de producción era la ciudad de Guadalajara.

Hacia los años de 1940, la mayoría de los establecimientos comerciales de la ciudad eran pequeños y medianos, dedicados principalmente a la producción de alimentos, calzado y vestido; sin embargo, la industria alimentaria era la de mayor importancia en la entidad. De esta manera hacia 1945, el 76.0% de los establecimientos estaban en dicha rama alimenticia, la cual también empleaba al 39.0% del total de los trabajadores industriales (Padilla, 1988: 94 y 95).

A pesar de la importancia en cuanto a porcentajes de la industria alimentaria, se debe señalar que la mayoría de las empresas eran pequeñas y medianas, estaban ubicadas principalmente

en la ciudad de Guadalajara. Para esa época las grandes empresas en dicha rama eran las cervecerías y los ingenios.

Para el año de 1955, la rama industrial tenía el 40.3% del total de establecimientos, ocupaba el 34.0% del total de trabajadores y era la rama que más había invertido con el 28.2% del total, además era la que generaba mayor producción en dinero y en producción bruta con el 39.2% (Ibíd., 1988: 98 y 99).

La rama alimenticia era la empresa punta de lanza del desarrollo, lo cual también se correspondía con la producción de bienes de consumo inmediato. Para el año de 1959 se dictó una Ley Industrial en Jalisco, la cual buscaba atraer nuevas inversiones y consolidar al estado, así para 1965 la industria alimentaria tenía el 41.2% del total de establecimientos, ocupaba al 28.3% de los trabajadores, tenía el 31.1% del total de las inversiones, además de generar el 27.0% del valor agregado industrial (Padilla, 1988: 104 y 105).

Diez años después la industria alimentaria en Jalisco mostraba su gran fortaleza en el desarrollo industrial del estado, abarcaba el 47.9% del total de establecimientos, además del 23.6% de los trabajadores, era la que más inversiones recibía con el 22.3%, además su producción bruta era la más alta, asimismo, era la que más valor agregado industrial generaba con el 22.1% (Ibíd., 1988: 108 y 109).²

La producción de la industria alimentaria es muy amplia, y abarca en general la fabricación y la conservación de alimentos y suplementos tanto para el hombre como para los animales. Durante el período mencionado, a pesar de que la industria del dulce parecía ser una de las ramas menos desarrolladas de la industria alimenticia, en realidad se puede mencionar que

² Los datos con las cantidades en números exactos y pesos, pueden consultarse en el texto de Cristina Padilla, 1988.

buena parte de su crecimiento en esa época se dio dentro de la informalidad, debido principalmente a la escasa reglamentación del mercado interno y a la reducida demanda de certificación de la calidad que tenían tanto los productores, los comerciantes así como los consumidores de dulce.

3. LA INDUSTRIA DEL DULCE DURANTE EL PERÍODO DE SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES

Durante el periodo de sustitución de importaciones la producción de dulce se convirtió en una de las actividades más importantes dentro de la industria alimenticia, la cual ocupaba el primer lugar en la economía del estado de Jalisco.

Sobre su crecimiento a lo largo del siglo XX se deben valorar distintos factores, como la importancia de la rama alimenticia en Jalisco, pero también el hecho de que el estado haya sido tradicionalmente uno de los principales productores nacionales de azúcar, así como de leche, los cuales forman parte de las materias primas para la elaboración del dulce.

Sobre la industria del dulce, se puede señalar que sus orígenes se encuentran en la época colonial cuando se comenzaron a preparar por parte de los conquistadores, quienes los llevaron a los distintos lugares a donde llegaron en el país y aprovecharon los frutos y las materias primas de cada región para con ello dar pauta a la creación de los dulces regionales o tradicionales.

Esta producción de dulces tradicionales sobrevivió a la etapa colonial y al siglo XIX, y se convirtió en la forma tradicional de producir dulce durante la primera mitad del siglo XX, sobre todo con el aumento del consumo de azúcar entre las clases populares.

Sobre la forma de producir dulce ya en el siglo XX, se puede señalar que las primeras empresas eran familiares, de tamaño pequeño y con formas de producción artesanales donde la tecnología utilizada era casi nula o rudimentaria; sin embargo, a medida que fue corriendo el tiempo y aumentando tanto la demanda como la importancia de esta industria, los métodos poco a poco fueron modernizándose.

Hernández (1997), señala que fue hacia 1932 cuando las industrias chocolateras desarrollaron las primeras producciones en masa, utilizando una base tecnológica avanzada para esa época. A partir de esa fecha, la industria del dulce se fortaleció en el estado; y ya para los años cuarenta algunas empresas lograron tecnificar su producción y se convirtieron en empresas de tamaño mediano.

En la década de los cincuenta iniciaron actividades varias de las familias que tradicionalmente se han dedicado a dicha actividad como los Durán, los Michel Velasco, los Ibarra, los Acosta y los Lugo. Unos años más tarde iniciarían la primera Asociación de Productores y Comerciantes de Dulces en el estado de Jalisco (Hernández, 1997).

En los años setenta, la producción de dulce en Jalisco, sólo estaba por debajo de la producción de la ciudad de México, entre las dos regiones producían entre el 70.0% y el 80.0% del total nacional. En esas dos localidades se encontraban instaladas la mayor cantidad de unidades productivas entre las que destacaban algunas de las grandes empresas dulceras tanto nacionales como internacionales como: Larín, La Colonial, La Azteca, Adams, Hershey's, Tutsi Pop y Anderson Clayton, convirtiéndose desde esa fecha en una de las ramas de mayor crecimiento y con una importancia cada vez más fuerte en el estado.

Entre las principales ventajas que tuvo la industria del dulce para subsistir durante el período de sustitución de importaciones, se pueden enumerar las siguientes: lo amplio del mercado, la relativa facilidad para conseguir las materias primas, el no depender de préstamos externos para crecer sino del ahorro para invertir y el hecho de contar con una mano de obra numerosa y que no necesitaba una gran capacitación, además de la baja inversión requerida para comenzar a producir en esta actividad.

4. LA INDUSTRIA DULCERA Y EL CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO (80S)

La llegada de los años ochenta y el cambio de modelo económico significaron la consolidación de la industria del dulce principalmente en Jalisco y en lo general en el país. En el caso jalisciense, las industrias poco a poco se fueron beneficiando de no tener grandes deudas, de ser un sector con escasa competencia por parte de los productos extranjeros y por la demanda que, al finalizar la década, tendrían sus productos en otros países, principalmente en los Estados Unidos.

Hacia 1989, de acuerdo al Directorio de la Cámara de la Industria Alimenticia, en Jalisco había 220 empresas dedicadas a la producción de dulce, de las cuales el 60.0% eran pequeñas, el 20.0% eran medianas y el 20.0% eran grandes; sin embargo, también se reconocían alrededor de 500 locales clandestinos que elaboraban entre el 50.0% y el 70.0% del total de la producción estatal (Hernández, 1997: 59).

Estas empresas clandestinas funcionan al margen de la normatividad de la industria, evaden impuestos, el seguro social, etc.; sin embargo, no por ello se encuentran fuera de la cadena industrial, pues en muchas ocasiones se encuentran vinculadas a las grandes empresas vía la maquila de productos, mediante el trabajo domiciliario o los procesos de producción poco tecnologizados y con tareas principalmente manuales y semimecanizadas.

En cuanto a la inversión para el crecimiento de las empresas, es importante señalar que las empresas dulceras en Jalisco se beneficiaron de las leyes existentes en el estado, pero no por ello hicieron uso de créditos estatales, ya que para su crecimiento utilizaron los ahorros familiares.

La existencia y el crecimiento de las empresas estaba altamente relacionada con los dos mercados de la industria, por un lado el de los productos tradicionales como las gomitas, los mazapanes, los bombones y los chicles y, por otro el mercado de los productos novedosos y que a pesar de su importancia no se consolidaban en su demanda como un mercado sólido como los distintos tipos de paletas de dulce y las distintas presentaciones de los caramelos (Hernández, 1997: 66).

En lo que se refiere a las materias primas, para la década de los ochenta, el mercado local proveía el 52.0%, el nacional el 47.0% y sólo el 1.0% provenía del extranjero, con lo cual la dependencia externa era mínima por no decir nula. La tecnología en los procesos de producción dependía del tamaño de las industrias y se puede señalar que para la época muchas de las empresas consolidadas se perfilaban como posibles exportadoras de dulce al extranjero, aunque manifestaban que sus problemas tenían que ver con los numerosos requisitos sanitarios que tenían que cumplir para vender sus productos en el exterior, principalmente en los Estados Unidos.

La industria del dulce para los ochenta generaba entre 5,000 y 8,000 empleos directos dependiendo de la época de la demanda estacional de producción y de mano de obra (Hernández, 1997 y SGG, 1989); gran parte de la mano de obra era femenina, la cual tenía una gran demanda principalmente por parte de las grandes empresas. Finalmente, se puede

señalar que la industria del dulce se preparaba lentamente para su despegue económico a partir de los años noventa.

5. EL IMPACTO DE LA APERTURA COMERCIAL

En la década de los noventa la industria dulcera en Jalisco tuvo un importante desarrollo pero no estuvo exenta de tropiezos. En 1994 la industria del chocolate, dulce y confitería contaba con 475 establecimientos, sobresalían diez importantes empresas con una aportación de más de 4,000 empleos. “La industria mostraba un comportamiento estable a pesar de la crisis económica” (El Informador, 25 de agosto de 1994).

Particularmente destacaba la sub-rama de producción de chocolate tanto como generadora de empleo, como entre las que aportaban un mayor valor agregado dentro de la industria alimenticia. En el año de 1993 éste ascendió a \$912,921 millones de pesos.³ Ese año fue muy trascendente para esta sub-rama industrial porque se inicia la comercialización de chocolate al extranjero. La Chocolatera Jalisco fue la primera industria exportadora de chocolate en México, dirigía su producción principalmente a los Estados Unidos de Norteamérica, a los mercados de Centro, Sudamérica y el Caribe (Partida, 1998).

No obstante un año más tarde, en el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Norteamérica, las exportaciones tuvieron un fuerte desplome al ser detenidos 200 trailers con dulces mexicanos en la frontera de México con el estado norteamericano de California. La industria dulcera nacional exportaba a esta región de 250 mil a 300 mil cajas de dulce de diferentes clases, el gobierno de California argumentaba que los productos contenían plomo. El problema no sólo afectó a empresarios de Jalisco, también lo fueron los de Puebla y los del

³ El 1 de enero de 1993, se le quitaron 3 ceros a la moneda mexicana, por lo cual \$1,000 de antes de esa fecha, pasaban a ser \$1.

Estado de México (El Informador, 15 de octubre 1994). Una vez resuelto este problema coyuntural, la industria continúo su crecimiento.

A mediados de la década de los noventa, la industria dulcera mexicana se mantenía posicionada con éxito en el mercado extranjero con exportaciones anuales que ascendían a 137 millones de dólares. Fabricantes de dulces y chocolates concentrados en la sección 22 de la CANACINTRA reportaron que las importaciones de confites al país son de 22 millones de dólares. Las importaciones constituyan el 25.0% del producto vendido en territorio nacional, por lo que las oportunidades de los empresarios locales se mantenían estables. Con ingresos de 1,200 millones de pesos al año, la industria mexicana del dulce y el chocolate conservaba sus elevados estándares de calidad pese a que enfrentaba dificultades como el precio del azúcar.⁴ En 1996 se registró un importante repunte de 400.0% en todo el ramo en lo que se refiere a producción y exportaciones (El Informador, 30 de agosto 1996). El volumen de las exportaciones de chocolate de mesa y en polvo presentó un constante crecimiento, se comercializó en el extranjero 20% de la producción total de chocolate de mesa y 30.0% de la fabricación total del producto en polvo (Siglo XXI, 19 de julio 1997).

Un año más tarde, en 1997 se presentó otro tropiezo para el desarrollo de la industria del dulce ya que se dio un proceso de especulación y ocultamiento de azúcar calidad estándar, materia prima básica para la producción de dulce. En esos años la mayoría de los establecimientos que recibían dotaciones de UNPASA, -organismo distribuidor del azúcar-, tuvieron que pagar altos precios por el producto dado que la venta se realizaba al mejor postor y sólo una mínima parte se distribuía para el consumo humano a los precios oficiales. El abasto de azúcar se convertiría en un problema recurrente a lo largo de varios años.

⁴ 27, 000 empleos dependen del ramo de los cuales 19,000 pertenecen a obreros del caramelo y 8,000 a trabajadores del chocolate en 900 empresas ubicadas en 65% en Jalisco, 25.0% en D.F. 25.0% y 10% en Nuevo León y Puebla. (El Informador, 10 de mayo de 2004)

Al concluir la década de los noventa la industria dulcera se ubicaba como una de las más prósperas dentro del ramo alimenticio jalisciense, operando con una capacidad instalada de 70.0%, que representaba diez puntos porcentuales más que el resto de los rubros del sector (El Informador, 20 de septiembre de 1999). En esos años, Jalisco aportaba el 40.0% de la producción dulcera nacional y se consolidaba como el segundo productor más importante del país. Se reportaba la existencia de 157 empresas, las cuales comercializaban al exterior 15.0% de su producción. El mercado interno se mantenía estable, pese a la apertura comercial y la llegada de productos estadounidenses, dada la preferencia de los consumidores por la producción nacional. “Esta industria generaba 7,000 empleos directos y ventas de alrededor de 2 millones 300 mil pesos. Entre los productos más fuertes en la región figuraban: chicles, caramelo, chocolates,⁵ mazapanes y dulces de cacahuate” (El Informador, 16 de octubre 2000).

A nivel internacional algunas empresas comenzaron a manifestar interés por invertir o asociarse con los capitales de ese sector. Los empresarios de Apple se asociaron con dulceros jaliscienses en virtud de su experiencia en el manejo y manipulación de los colores, dado que la empresa multinacional mencionada requería de resina translúcida para sus procesos de producción (El Informador, 21 de septiembre 1998). Asimismo, un año antes empresarios de Jalisco, Hong Kong y Canadá habían creado un fondo de co-inversiones de 50 a 100 millones de dólares que permitiría la instalación de diferentes industrias en la entidad. Otro ejemplo, fue la comercializadora Kungsheung International de Hong Kong la cual mostró interés por trabajar con la industria dulcera (El Informador, 15 de marzo 1997).

El destino de las exportaciones mexicanas de artículos de confitería en esos años fueron: Estados Unidos 73.9%, Costa Rica 2.8%, Brasil y Nicaragua 2.6%, El Salvador 2.5% y Canadá

⁵ Aunque la sub-rama de chocolates es muy fuerte en la entidad, es una de las más afectadas debido a la competencia extranjera.

2.5%. Para el caso de Jalisco es muy similar el 78.3% de las exportaciones de artículos de confitería fueron dirigidas a los Estados Unidos, 7.5% Nicaragua, 3.1% Costa Rica, 2.4% Honduras y Canadá 1.8%. Jalisco contribuía con el 13.9% del total de exportaciones mexicanas de artículos de confitería (World Trade Atlas 2000, en COECYT-JAL 2001)⁶. El principal reto para la exportación de los productos mexicanos era adaptar la producción al gusto de los diversos países.

Los productos que más se exportaban eran: artículos de confitería sin cacao 73.7%, azúcar de caña o de remolacha y sacarosa 18.2%, demás azúcares incluidas la lactosa y la maltosa 6.1%, melaza de la extracción o del refinado de azúcar 2.0%. Para el caso de Jalisco artículos de confitería sin cacao 93.6%, azúcar de caña o de remolacha y sacarosa 4.1%, melaza 1.3% y demás azúcares 1.0% (World Trade Atlas 2000, en COECYT-JAL 2001).

A inicios de la primera década del siglo XXI, la estructura del sector de elaboración de chocolates, dulces, confitados, jarabe concentrado y color para alimento a nivel nacional estaba configurada con 641 micro-empresas, 104 pequeñas, 69 medianas y 23 grandes; de ese total en Jalisco se encontraban instaladas 117 micro-empresas, 18 pequeñas, 22 medianas y 5 grandes (SIEM 2001 en COECYT JAL 2001). Jalisco incrementó su participación de 40.0% a 60.0% de la producción nacional. Así un periódico publicaba que “El 60.0% de los dulces que se consumen en el país se producen en Jalisco” (El Informador, 17 de julio de 2001).⁷ Se señalaba como una de las industrias más dinámicas que trabaja en promedio anual a un 70.0% de su capacidad instalada. El porcentaje de empleos por tipo de unidad económica reportaba

⁶Desde finales de la década de los noventa se reportaban importantes exportaciones de dulce. Durante 1998 según datos de la prensa las ventas al exterior ascendieron alrededor de 30 millones de dólares. “Los dulces mexicanos prácticamente llegan a todo el mundo, incursionan en Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia, África, Israel, Kuwait, Corea, Nueva Zelanda, España, Alemania, Inglaterra entre otros” (El Informador, 9 de octubre de 1999). Los datos del COETCYT-JAL no consignan varios de esos países, como lugar de destino de las exportaciones mexicanas, pero empresas jaliscienses, como es el caso de Vero, si reportan exportaciones a los países mencionados incluso a los Emiratos Árabes (Milenio, 31 agosto, 2011).

⁷ Declaración de Carlos Luna González, director de la Cámara de la Industria Alimenticia en Jalisco.

que en las micro-empresas se ocupaban 1,017 personas; en la pequeña 924, en la mediana 4,997, y en la grande 4,345, lo que significa un total de 11, 283 empleados (SIEM, 2001).

No obstante un año después se presentó un decrecimiento tanto en la producción como en el número de empleados. De 1998 a 2003 la sub-rama elaboración de dulces, chicles y productos de confitería tuvo un decrecimiento respecto del número de unidades productivas de -19.0% y en la elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares de -20.9%. Respecto al personal ocupado se presentó una reducción de 14,377 a 13,793 trabajadores que representó un -4.0%.

El personal ocupado disminuyó en el sector de productos de chocolate fabricados a partir de chocolate, en un -56.7%, aunque se incrementó en la elaboración de productos de chocolate a partir de cacao en un 25.4%. En la elaboración de azúcar disminuyó de 3,350 a 2,692 o sea un -19.6% (SEIJAL, 2009).

El decrecimiento de la industria dulcera a nivel nacional, quizás pueda explicarse por el encarecimiento de la fructuosa y la escasez de azúcar⁸ que se presentó en 2002 y 2003. El precio de la fructosa afectaba la competitividad de los dulceros, la que proviene de: Estados Unidos, Guatemala, Ecuador y Brasil es de bajo precio y de buena calidad y es utilizada por empresarios nacionales y extranjeros. Sin embargo, “la industria mexicana tiene más alto precio en esa materia prima”. (declaración de Fernando Topete Dávila, El Informador, julio de 2002).

Durante esos años los productores de azúcar provocaron con movimientos especulativos el desabasto de azúcar en la entidad. El apoyo que las autoridades fiscales le otorgaron al azúcar solo fue aplicable a los dulces para exportación, por lo que no fue una solución para la problemática de la industria nacional de dulce.

⁸ En Manzanillo se descubrió una importación irregular de 2 mil toneladas de azúcar provenientes de Guatemala, mientras que las bodegas de los ingenios mexicanos estaban saturadas. El azúcar de Guatemala, Ecuador y Brasil es más barata que la mexicana (El Informador, 3 de agosto de 2002).

Otro de los problemas que se presentaron para la industria dulcera nacional y jalisciense fue la competencia de productos extranjeros en el mercado interno, ya que no pagan arancel. En opinión de los empresarios, los productos de contrabando al no pagar aranceles se convierten en una competencia desleal y desplazan a los artículos mexicanos. La industria dulcera ha sido de las más afectadas ya que al mercado nacional y jalisciense ingresan dulces con aranceles bajos. El arancel para importar dulce se calcula en función del contenido estimado de azúcar en el mismo. Pero no existen mecanismos adecuados para verificar el contenido del dulce (El Informador, 30 de diciembre de 2003).

La entrada de productos ilegales creó una sobre oferta y orilló a que la venta de mercancías legales disminuyera. Las empresas jaliscienses para no cerrar sus establecimientos recurrieron a disminuir su planta laboral y a trabajar bajo la informalidad para incrementar su competitividad.

Los industriales dulceros y chocolateros de Jalisco manifestaron al gobierno la necesidad de implementar un arancel especial a los productos extranjeros, elaborados con azúcar y reforzar la vigilancia en las aduanas para enfrentar el contrabando. Afirman que la introducción de dulces de Argentina, Brasil y Centroamérica, así como de chocolates de Bélgica y Suiza no han afectado en forma directa al mercado en México, pero si el creciente contrabando de toneladas de bombón, chocolate y mazapán.

Enrique Michel Velasco, empresario del Mazapán la Rosa uno de los corporativos dulceros más importantes de Jalisco, exigía “una competencia justa para evitar la fuga de empresas”... y

señalaba que “su empresa podría salir del país si no se tienen respuestas concretas para sacar del bache financiero a México”.⁹

Mientras los empresarios jaliscienses competían en el mercado interno contra los productos extranjeros, las dificultades para exportar su producción no dejaban de presentarse. Aún con la firma del TLC, la prohibición para que los productos mexicanos ingresaran a California, se volvió a presentar en 2004. En el mes de mayo el Departamento de Salud de California emitió alertas sanitarias contra los dulces mexicanos, 32 empresas dulceras recibieron demandas del Estado de California. La Food Drug Administration (FDA) estableció que los dulces no deberían tener más de 0.005% de plomo mientras que el Estado de California estimaba que el mínimo permisible es de 0.002%. Melanie Rose directora de Asuntos públicos de la Asociación Nacional de Confitería de E.U. explicó que la FDA impone reglas para todas las regiones de Estados Unidos.; sin embargo, algunos condados cambian la ley.

“Estados Unidos no pretende proteger su industria dulcera. Las reglamentaciones de salubridad que dicta el gobierno estadounidense hacia los dulces mexicanos no son medidas proteccionistas, ni tratan de inhibir la venta de productos de nuestro país. El problema radica en que los productores nacionales desconocen las normas” afirmó Enrique García Chávez presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates y Dulces. “son reglas que deben cumplir todos los exportadores” (El Informador, 5 de agosto de 2004).

En sus declaraciones, los empresarios de Jalisco afirmaban cumplir con los lineamientos de medición de acuerdo a dicho organismo, pero no los establecidos por las autoridades sanitarias del estado de California. Algunos de ellos afirmaron ser afectados por dichas medidas. El

⁹ Enrique Michel señaló que planeaban invertir 12 millones de dólares en la planta ubicada en Tlajomulco para la producción de botanas y 4 millones para la ubicada en el Salto para incursionar en las bebidas de chocolate. En lo que va del año esta empresa ha registrado un crecimiento en la producción de 9% en los más de 160 productos con que contaba mazapán de la Rosa para 2003. Se generarán 170 plazas laborales además de los 2,300 empleos que conforman la plantilla de la empresa. Tendrá capacidad de 700 kg. Por hora. (El Informador, 27 noviembre 2003).

representante de la empresa Teco del Yaqui productora de dulces de chamoy afirmó que disminuyó sus ventas en 20.0% afectada por la restricción del estado de California. Por otra parte, el propietario de la empresa Ricaleta, mencionó que en los últimos dos años cayeron en 40.0% sus ventas, porque al país ingresaron productos extranjeros que desplazaron a los elaborados en México. Las compañías transnacionales más importantes de la confitería a las que se han tenido que enfrentar las mexicanas son: Nestlé, Hershey, Cadbury Schweppes, Ferrero, Ricolino, Turín, Pepsico, Tupsi Pop, Canel's, Warner Lambert, Adams, Trident y Efferm (Ríos, 2007).

Las dificultades señaladas llevaron a que durante 2005 y 2007 la balanza comercial de México fuera deficitaria. No obstante, en una encuesta realizada por Ríos (2007), el 63.3% de los empresarios dulceros encuestados manifestó que la apertura económica le benefició y un 73.3% afirmó haber exportado sus productos en los últimos diez años.

6. LAS ESTRATEGIAS DE LOS EMPRESARIOS DULCEROS

El desarrollo y consolidación de la industria del dulce no puede comprenderse sin reflexionar sobre las acciones promovidas por sus empresarios. Las estrategias emprendidas fueron diversas y se han modificado a lo largo de los años, algunas de las más importantes son:

a) *Estrategias de localización. Los poblados rurales paraíso perdido del empresario urbano.*

Los orígenes de la industria dulcera en Jalisco se remontan a los años veintes cuando concluye la Guerra Cristera, si bien la mayor parte de las empresas se instalaron en la ciudad de Guadalajara, algunos industriales buscaron establecerse en poblados con cuencas lecheras o donde se producían las materias primas para la fabricación de los dulces regionales producidos con métodos artesanales y que eran los que principalmente se elaboraban en esa época, son los casos de las marcas: *La Vaquita* en el municipio de Arandas, *Fradi* en San Miguel el Alto,

Montes en Poncitlán y otras empresas en Ciudad Guzmán, Tizapán, Eztatlán y Lagos de Moreno. Estos empresarios tuvieron la habilidad de ajustarse y reproducir los patrones de consumo más habituales que formaban parte de la dieta de la población, además de aprovechar la coyuntura de la Segunda Guerra Mundial y el proceso de sustitución de importaciones.

De los años cuarenta a los sesenta la Zona Metropolitana de Guadalajara sería sede de la concentración industrial, el número de empresas instaladas en el ámbito rural se redujo y entre ellas predominaban las de pequeña escala.

Como ya se mencionó, en la década de los cincuenta aparecen algunas de las familias jaliscienses que años más tarde se consolidarían en la industria dulcera, una parte importante de sus empresas fueron instaladas en la Zona Metropolitana de Guadalajara. A partir de los años sesenta la política estatal de industrialización tuvo un giro: la industria clandestina pasó a ser hostigada por diversas dependencias estatales y empezó a mirar al campo. Este fenómeno se volvió más significativo en la década de los setenta (Hernández, 1997), a ello contribuyó la pérdida de autonomía estatal en el terreno de franquicias fiscales, que establecía tres zonas económicas en el país según el grado de concentración industrial, la proximidad del mercado y la infraestructura disponible. Guadalajara estaba ubicada en la zona 1 (la cual carecía de estímulos), y los restantes 122 municipios en la zona III, de mayor beneficios (Padilla, 1988).

Así, en los años setenta algunas empresas dulceras comenzaron a salir de Guadalajara y su zona metropolitana y se ubicaron en municipios rurales circunvecinos en busca de los estímulos fiscales, además del objetivo de abaratar sus costos de producción, eludir pago de salarios mínimos y prestaciones sociales, haciendo uso de fuerza de trabajo femenina rural, jóvenes inexpertas dispuestas a aceptar las malas condiciones de trabajo impuestas por las empresas.

b) Cambio tecnológico

En la década de los cuarenta los empresarios dulceros iniciaron un proceso de semi-tecnificación de su planta productiva para acelerar el crecimiento y la expansión del mercado interno. Si bien podemos señalar que dicho proceso fue ininterrumpido por cuatro décadas, este no alcanzó un nivel significativo. La actividad donde se implementó un mayor desarrollo tecnológico fue la fabricación de chocolate.

El cambio tecnológico dista de ser una de las estrategias fundamentales que permitieron aumentar la productividad en dicho sector. El crecimiento del sector se logró con base en la intensificación del trabajo, la profundización de la división del mismo, la contratación de maquila, el trabajo a domicilio y el crecimiento horizontal.

c) Estrategias sobre la fuerza de trabajo.

1. Feminización de la fuerza de trabajo

La utilización de fuerza de trabajo femenina en la industria dulcera ha mostrado una tendencia creciente a lo largo de los años. La participación de las mujeres que representaba en 2003 el 45.0% de la fuerza de trabajo, para 2008 se incrementó al 60.0% (CIAJ, 2011). Los empresarios dulceros argumentan su preferencia por las obreras aludiendo su habilidad manual, destrezas y responsabilidad. Pero las razones inconfesadas son que las mujeres aceptan salarios bajos, fluctuación de jornadas y días laborales y contratación eventual por tiempo indefinido con mucha más facilidad que los hombres, lo cual es una condición importante en una industria con demanda estacional.

2. Empleo estacional de acuerdo a la demanda

La producción de dulce es estacional, durante la temporada de calor la demanda de golosinas y chocolates se reduce significativamente y se incrementa durante el período de invierno. Por

este comportamiento las empresas funcionan con “descansos”, que son obligatorios y que las obreras aceptan con la promesa de una próxima recontratación en temporada de alta demanda. Algunas otras empresas optan por disminuir la jornada laboral. En una encuesta realizada en 2004, se detectó que el 33.3% de las empresas dulceras redujo el horario de sus trabajadores en temporadas de baja productividad (Ríos, 2007).

3. Trabajo a domicilio

El trabajo a domicilio fue una estrategia muy utilizada por este sector empresarial para abatir costos de producción. Esta práctica se mantuvo a lo largo de varias décadas aún por las grandes empresas dulceras. El trabajo a domicilio, se detecta principalmente en actividades manuales de envoltura de dulce. Cabe señalar que en fechas recientes se presentan nuevas modalidades de externalización de la fuerza de trabajo.

4. Externalización de la fuerza de trabajo

En los últimos años en el sector alimentario y particularmente en la clase “elaboración de dulces, chicles y productos de confitería” se ha producido un proceso de externalización o outsourcing de la fuerza de trabajo. Según la información de la CIAJ (2011), el personal suministrado por otra razón social se incrementó significativamente de 2003 a 2008, sumando en este último año la cantidad de 1,901 trabajadores. También se incrementó en un 62.0% anual, el monto total por pagos al personal no dependiente de la razón social en consonancia con el notable aumento de este tipo de trabajadores.

Las empresas dulceras que recurren a este tipo de personal lo hacen principalmente para allegarse de los servicios de obreros y técnicos en producción, aunque también hay empresas del ramo que por esta vía emplean a administrativos, contables y trabajadores de dirección (CIAJ, 2011).

d) Comercialización en el mercado interno

La comercialización ha constituido una estrategia clave para el crecimiento y desarrollo de la industria dulcera. Si bien algunas formas han cambiado con el tiempo otras permanecen.

El comercio del dulce tuvo como pilar fundamental el trabajo de agentes “antes identificados por la literatura como agentes viajeros, y que se presentan en dos modalidades. 1) los que trabajan reconocidos legalmente por la empresa que tienen, un salario y comisión por venta, y que gozan de las prestaciones de ley, y 2) los agentes comisionistas que no figuran en la nómina de la empresa, que trabajan por una comisión que va del 3 al 7.0% de sus ventas (antes era del 7 al 10.0%), y a cambio corren los riesgos de la transacción, ya que los contratos de compra venta se realizan directamente entre el comisionista y el cliente¹⁰.

La externalización u outsourcing en la comercialización dulcera

Hace aproximadamente unos tres años iniciaron nuevas reglas para los agentes comisionistas:

- 1) se cerró la pirámide de la comercialización, sólo se vende a clientes distinguidos que son clasificados por la empresa como cliente oro, diamante o plata.
- 2) Se exige a los comisionistas un mínimo de venta
- 3) Quien se excede de 30 días para pagar, no recibe la comisión
- 4) Hay un descenso de la comisión a 3%
- 5) Las empresas exigen garantías al comisionista (firman documento)
- 6) Si un cliente no paga el comisionista es responsable del 100% de la pérdida¹¹

Otro mecanismo importante de comercialización ha sido a través de las ferias y exposiciones.

Guadalajara conserva la sede de la EXPOGOLOSINAS desde 1996, ahora CONFIEXPO. En

¹⁰ Entrevista con un comisionista de la industria del dulce en Jalisco.

¹¹ Entrevista con un comisionista de la industria del dulce de los Altos de Jalisco.

ese año la Feria inició con 136 expositores nacionales, diez años después este número ascendió a 316 Cabe señalar que en las ferias también asisten expositores extranjeros, en 1996 iniciaron con 10 y una década después se incrementó a 24 (véase Gráfica # 1).

Además de estos mecanismos formales de comercialización hemos de señalar que la venta de dulce se realizar también en casas habitación en las colonias populares de Jalisco, en el transporte urbano, los cruceros, las escuelas primarias y secundarias así como tiendas establecidas de regalos, papelerías, abarroteras e importantes comercializadoras de dulce en el mercado más importante de Guadalajara, El Mercado de Abastos. En el caso de las dulceras trasnacionales la publicidad por televisión ha sido una estrategia para lograr altas ventas, lo cual parece tener la misma trascendencia para las industrias locales.

e) *Comercialización en mercados extranjeros*

Por varias décadas los empresarios de la industria dulcera de Jalisco realizaron la comercialización de sus productos en el mercado nacional, fue hasta finales de los años ochenta, que se inicia la comercialización al extranjero. Esta estrategia se consolidó con el proceso de apertura comercial. Las exportaciones se realizaban principalmente por empresas medianas y grandes. Los empresarios Jaliscienses primero incursionaron hacia el mercado de Estados Unidos y en los noventa penetran el mercado europeo. En la actualidad distribuyen sus productos también en el continente asiático y africano. Si bien este proceso no ha estado exento de dificultades, como ya se hizo referencia en apartados anteriores, cabe señalar que esta estrategia ha redundado en un importante fortalecimiento de esta industria, a diferencia de otros productos mexicanos el dulce logra ser competitivo en calidad y precio en otros mercados.

f) Alianzas estratégicas y proceso de monopolización

En la década de los ochenta, se realiza un incipiente proceso de monopolización de la industria concentrado en algunas de las familias de empresarios jaliscienses. El caso de Bimbo ilustra el de un corporativo nacional que ha promovido diversos procesos de adquisiciones y fusiones en los últimos años. En fechas recientes ha dirigido sus proyectos de expansión hacia la industria dulcera, adquiriendo importantes empresas jaliscienses como: Yoico, Coronado, Chocolatera la Corona y recientemente, durante el 2011, todos los activos de Dulces Vero, que implicaba la marca y 190 submarcas, maquinaria formulaciones de productos y cinco plantas con 1,500 empleados.

La adquisición de Vero no parece ilustrar el caso de adquisiciones hostiles que responden al interés de desplazar la competencia en una industria, sino un interés de la panificadora por ampliar su portafolio de productos en el mercado hispano de Estados Unidos, donde Dulces Vero ya tenía presencia (Milenio 31 de agosto de 2011).¹²

Es importante señalar que este proceso de centralización del capital también se realiza por el capital extranjero de esta industria.

El caso de Hersey es el de una empresa transnacional fabricante de chocolate, instalada en México desde 1969, que en 1981 llega a El Salto, Jalisco; y que se expande hacia el sector de la confitería adquiriendo una próspera empresa jalisciense Dulces Lorena.¹³

La monopolización en el sector dulcero también impacta a empresas instaladas en otras entidades del país. Barry Callebaut AG, líder del mercado mundial en la elaboración de

¹² Dulces Vero surge en 1952, y exportaba sus productos a más de 20 países y mantenía finanzas sanas.

¹³ Dulces Lorena fabricaba la marca *Pelón pelo rico* que llegó a tener el 40% de las ventas de Hersey.

productos de cacao y chocolate firmó en 2011 un contrato de outsourcing a largo plazo con Chocolates Turín en México (que opera desde 1928). Como parte de la transacción Barry Callebaut adquirirá una de las instalaciones de producción de Turín, ubicada en la ciudad de Toluca (Confinoticias, 6 agosto 2011).

7. LA INDUSTRIA DULCERA, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

En la primera década del siglo XXI la balanza comercial de la industria dulcera fue favorable a excepción de los años 2005 y 2007 (SEIJAL, 2009). Durante 2007 las autoridades sanitarias de Estados Unidos reiteraron otra denuncia por presencia de plomo en los dulces mexicanos,¹⁴ lo que condujo a impedir las exportaciones de dulce a ese país. No obstante un año después la industria mexicana y la jalisciense se mostraban fortalecidas.

En 2008 Jalisco consolidaba su primer lugar en producción de dulces. De cada 10 dulces que se fabricaban en México 6 provenían de Jalisco. Así, dos de las industrias más importantes de la rama dulcera en el estado (la de elaboración de chocolate y productos de chocolate a partir del cacao y la de elaboración de dulces, chicles y productos de confitería), daban empleo a 11,947 trabajadores (CIAJ, 2011). El crecimiento en los mercados nacional e internacional se dio gracias a la oferta de productos novedosos, diferenciados y de bajo costo.

Durante los últimos tres años los empresarios de Jalisco afirman que sus empresas han repuntado, han incrementado e innovado sus líneas de producción y aseveran tener presencia en 21 naciones.¹⁵ El incremento notable de expositores en la CONFIEXPO en los últimos años

¹⁴ El representante de los empresarios dulceros, Arturo Guillén Arámbula, presidente de CIAJ afirma que se trata de una campaña de desprestigio porque esta industria va ganando mercado en el país vecino. (El Informador, 31 de agosto de 2007).

¹⁵ De esta forma, empresas como Dulces Beny han obtenido éxito y sus propietarios afirman que ha repuntado en los últimos años. Se encuentran bien ubicadas en el segmento de paletas, malvaviscos, gomas de mascar y productos con chocolate. Han crecido en el mercado nacional e internacional, gracias a la oferta de productos novedosos y diferenciados. Eduardo Segura director comercial afirmó que en Confiexpo 2009 se presentaron nuevos productos

da cuenta de la expansión notable de dicha industria. Cabe mencionar que este crecimiento es producto del comportamiento de las grandes y medianas empresas; en cambio, las micro y pequeñas empresas no tuvieron una evolución tan favorable y resultaron poco significativas en la producción global del sector (CIAJ, 2011).

La industria de la elaboración de chocolate y productos de chocolate a partir de cacao en Jalisco tuvo una evolución muy positiva con un crecimiento anual de 17.0% en el número de trabajadores, el 25.0% anual en el valor de la maquinaria y equipo y del 13.8% de la producción bruta entre el periodo de 2003 a 2008 (CIAJ, 2011). No obstante, es importante reflexionar que particularmente esta rama es la que podrá enfrentar mayores complicaciones para competir debido a los altos costos del arancel para importar cacao. En México, la importación de chocolate terminado tiene un arancel de 1.0%, sin embargo el ingreso de cacao al país para producirlo tiene un gravamen de 23.0% (Confinoticias, 2011). A esta problemática se debe agregar que los costos de azúcar incrementan mes con mes 2.0% y se suma un 7.0% de gastos de importación fletes y trámites aduanales.

También se debe tener presente la competencia de chocolates procedentes de Bélgica, Polonia y otros países de Europa que compiten en el mercado interno.

Por otra parte la elaboración de dulces, chicles y productos de confitería no es menos importante en Jalisco, desde el punto de vista del empleo ocupaba a 9,668 trabajadores en 2008, lo que constituía un 12.0% de los empleados de la industria alimentaria en el estado. En este sector destaca la presencia de micro empresas y pequeñas empresas, que a pesar de casi

que han sido bien recibidos por el mercado. Desde hace unos años la compañía ha llevado a cabo la implementación de diversas estrategias de mercado a través de su equipo de mercadotecnia y diseño gráfico, mismas que se han centrado en el rediseño de marcas y productos para su mejor penetración en el mercado (El Informador, 9 de agosto 2009). Por otra parte, Dulces Vero y la Rosa reportan crecimiento debido al lanzamiento de nuevos dulces. Actualmente Vero tienen presencia en 21 naciones.

no exportar, crecieron en los últimos años, cuando el conjunto del sector disminuyó (CIAJ, 2011).

Cabe señalar que este sector experimentó un descenso en la producción bruta total entre 2003 y 2008 del 12.7% anual (CIAJ, 2011). Algunos de los problemas podrían estar relacionados, con el abasto y encarecimiento de la azúcar, con la competencia “desleal” que enfrentan en el mercado interno y las restricciones que en diversas coyunturas han obstaculizado las exportaciones a los Estados Unidos.

En la coyuntura actual los dulceros además han tenido que confrontar las presiones sociales que derivaron en el intento de prohibir la venta de dulces y “productos chatarra” al interior de las escuelas públicas del estado. En un país como México, clasificado como el número uno en sobre-peso infantil y alto incrementó en el índice de diabetes, los empresarios de este sector tendrían que incluir prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Actualmente algunos empresarios han promovido la iniciativa de fabricar “dulces saludables”.

Aproximadamente 200 empresas de las 490 que componen el sector en Jalisco están reduciendo azúcar en sus productos con el objetivo de combatir el sobrepeso. Pero cabe señalar que esta medida también coadyuva para hacer frente al disparo de costos del edulcorante. El aumento del costo de azúcar que es un problema añejo en esta industria sigue presente.

Se están fabricando productos de confitería presuntamente saludables que aportan nutrientes a la salud como vitaminas del complejo B, fibras y antioxidantes y con bajo uso de aditivos y conservadores. Empresa Tierra Blanca originaria de Tepatitlán se dedica a la fabricación de jarabe de agave y fibra de inulina, en beneficio de la salud incluso de personas diabéticas.

Chocolates Asher introdujo al mercado productos con sal de mar y sin azúcar y afirma que son estos productos los que más se venden.

Se pretende avanzar a proporcionar dulces sin colores ni sabores artificiales. Los dulces sin jarabe de maíz y la utilización de caña de azúcar pura en su lugar.

Las investigaciones de mercado que recientemente se han realizado por compañías transnacionales sugieren que los dulces saludables están alcanzando un nicho en la audiencia y que su venta está creciendo (Confinoticias, 06/08/2011). Cabe señalar que por los costos de estos productos difícilmente llegarán al público en general.

Finalmente, en los últimos años ha aumentado el número de trabajadores de la industria del dulce en los municipios de Tlajomulco y El Salto, lo que coincide con una disminución de los empleos dulceros en la ciudad de Guadalajara, lo que hace parecer que las industrias se están yendo hacia los nuevos espacios de la zona conurbada (gráfico # 2).

BIBLIOGRAFÍA

Cámara de la Industria alimenticia de Jalisco (2011), Diagnóstico de la industria alimentaria de Jalisco 2011. (Mimeoografiado).

CoecytJal, (2001) Sector Dulces y Chocolates, Gobierno del Estado de Jalisco. (Mimeoografiado).

CoecytJal, (2008) Sector Dulces y Chocolates, Gobierno del Estado de Jalisco. (Mimeoografiado).

CoecytJal, (2009) Sector Dulces y Chocolates, Gobierno del Estado de Jalisco. (Mimeoografiado).

Directorio de Expositores, (2011) Confiexpo 2011, Cámara de la Industria alimenticia de Jalisco. (Mimeoografiado).

Hernández, Elena de la Paz (1997) *La fábrica se va al campo*. Ed. Universidad de Guadalajara, México.

Luna, Rogelio (1988) “*Estado, industria y economía, 1930 – 1940*”, en *Jalisco desde la revolución*, Tomo XIII, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Padilla, Cristina (1988) “*La pequeña y mediana industria 1940 – 1980*”, en *Jalisco desde la revolución*, Tomo XIII, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Partida Rocha, Raquel (1998) *El impacto de la reestructuración productiva en la industria electrónica y alimenticia de Jalisco*. Tesis Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara, Centro de Investigaciones Superiores en Antropología Social.

Ríos Almodóvar, Jesús Gerardo (2007), “La industria del dulce en Guadalajara” en **Comercio Exterior, vol. 57**, núm. 9, México, 732-740.

Secretaría General de Gobierno (1989) *Estudio de mercado de trabajo de la industria alimenticia en la sub-rama de dulces, chocolates y confituras en la Zona Metropolitana de Guadalajara*. Mimeoografiado, Guadalajara, Jal.

Sistema Estatal de Información Jalisco (2009) Industria del Dulce, Gobierno del Estado de Jalisco.

ANEXO 1

Industria Alimenticia, Subsector: Azucares y Artículos de Confitería del estado de Jalisco (Valor Agregado Censal Bruto)

Clasificación	Concepto	Valor Agregado Censal Bruto (Miles de pesos)		Tasa Crecimiento %
		1998	2003	
SECTOR	Industria manufacturera	46,664,507	64,085,656	37.3%
SUBSECTOR	Industria alimentaria	8,476,798	13,495,373	59.2%
RAMA	ELABORACIÓN DE AZÚCAR, CHOCOLATES, DULCES Y SIMILARES	1,531,130	3,058,104	99.7%
SUBRAMA	ELABORACIÓN DE AZÚCAR	653,587	1,275,605	95.2%
SUBRAMA	ELABORACIÓN DE CHOCOLATE Y PRODUCTOS DE CHOCOLATE A PARTIR DE CACAO	184,895	399,198	115.9%
SUBRAMA	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CHOCOLATE A PARTIR DE CHOCOLATE	21,988	15,019	-31.7%
SUBRAMA	ELABORACIÓN DE DULCES, CHICLES Y PRODUCTOS DE CONFITERÍA QUE NO SEAN DE CHOCOLATE	670,660	1,368,282	104.0%

FUENTE: SEIJAL; Sistema Estatal de Información Jalisco, con datos proporcionados por los Censos Económicos 1999 y 2004, INEGI.

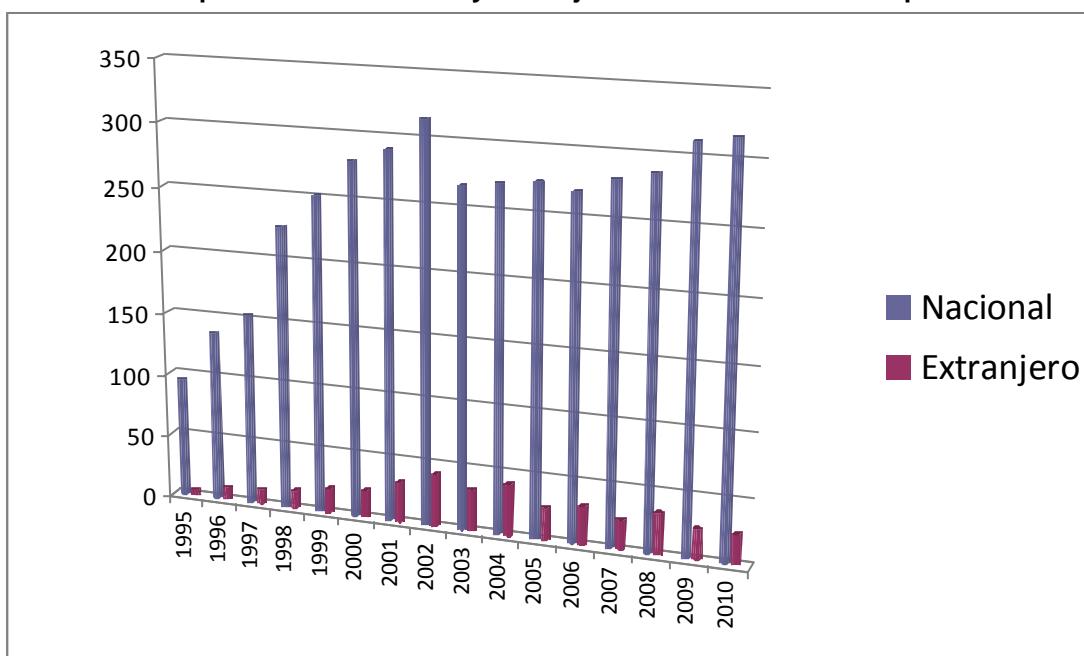
ANEXO 2

Comercio Exterior de Azucares y Artículos de Confitería del estado de Jalisco

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
			Dólares
1999	\$ 22,311,837.47	\$ 13,029,444.75	\$ 9,282,392.72
2000	\$ 41,765,742.70	\$ 15,142,958.05	\$ 26,622,784.65
2001	\$ 30,532,052.92	\$ 16,021,157.83	\$ 14,510,895.10
2002	\$ 28,371,006.24	\$ 15,881,016.52	\$ 12,489,989.72
2003	\$ 23,818,322.58	\$ 16,664,184.77	\$ 7,154,137.81
2004	\$ 42,044,966.22	\$ 18,677,540.48	\$ 23,367,425.74
2005	\$ 45,171,093.09	\$ 64,646,243.48	\$ 19,475,150.39
2006	\$ 62,260,905.98	\$ 57,840,565.31	\$ 420,340.67
2007	\$ 103,826,270.46	\$ 104,943,275.79	\$ (1,117,005.33)
2008	\$ 138,430,782.34	\$ 103,162,106.75	\$ 35,268,675.59
2009/09*	\$ 113,434,741.76	\$ 120,048,939.08	\$ (6,614,197.32)

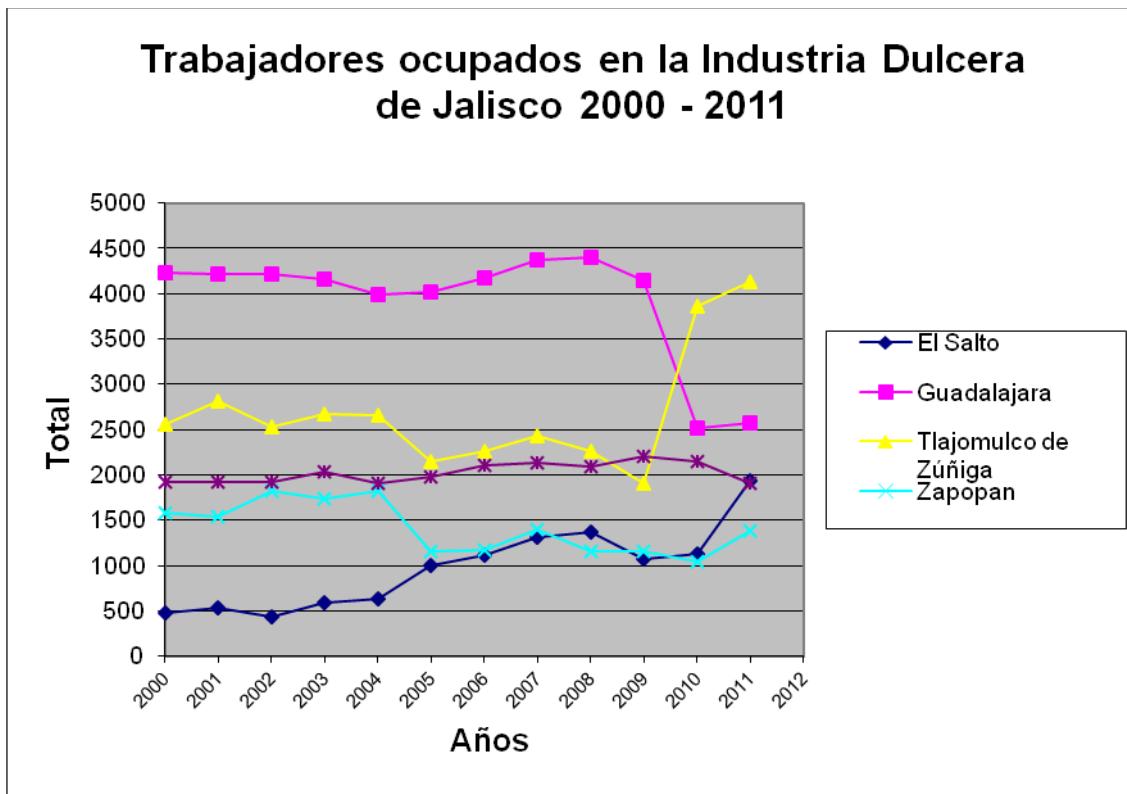
FUENTE: SEIJAL; Sistema Estatal de Información Jalisco, con datos proporcionados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Gráfica # 1
Expositores nacionales y extranjeros en las ferias Confiexpo



Fuente: Elaboración propia don datos del Directorio de Expositores. Confiexpo 2011.

Gráfica # 2



Fuente: Elaboración propia con datos de SEIJAL. Documentos Oportunos