

Un éxito, la segunda Expo Agroalimentaria

► La Sagarpa informó que las ventas a más de 40 países de productos mexicanos superaron los 19.6 mil mdp

[JOSÉ TENORIO]

Las ventas de la segunda Expo México Alimentaria 2017 Food Show, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos, con lo que este encuentro agroalimentario se consolidó como el más importante de América Latina, informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

Los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el gobierno de la República y productores nacionales, logró incrementar en 22.5 por ciento las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

La dependencia federal señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.

Refirió que, por país, Japón registró el 27 por ciento de los



La segunda edición de la Expo superó un 22.5% las ventas con respecto a la primera.

encuentros en la mesa de negocios; Canadá, 12 por ciento; China, ocho por ciento; Chile, seis por ciento; España, cinco por ciento; Corea del Sur, cinco por ciento; Qatar, tres por ciento y Emiratos Árabes, tres por ciento, entre otros.

Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar; la exportación

a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil), dátiles, berries y miel de abaje y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a mercados de Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave, de pecuarios miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca y los pesqueros, camarón, pescado y ostión.



SUCESO ESPECIAL

Se consolida expo alimentaria de México en top ten mundial

Las ventas registradas en la segunda edición de la expo México Alimentaria 2017 Food Show superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), lo que la consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo.

Así lo informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) al dar un balance de la expo realizada del 7 al 9 de diciembre, lapso durante el cual se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países.

La ventas se incrementaron 22.5%, en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas, gracias a los negocios realizados durante esta feria, impulsada por productores nacionales y el Gobierno.

Además, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 naciones, 150 extranjeros y 100 nacionales en los tres

días de la expo, llevada a cabo en el Centro Citibanamex, en la Ciudad de México.

Los encuentros se efectuaron a través de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, informó la dependencia federal a través de un comunicado.

El organismo de la Sagarpa refirió que por país, Japón registró 27% de los encuentros en la mesa de negocios; Canadá, 12%; y China, 8%; seguidos de Chile, España, Corea del Sur, Qatar y Emiratos Árabes, entre otros.

Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar; la exportación a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil), dátiles, berries y miel de abeja y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a mercados de Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave; de pecuarios: miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca; y los pesqueros: camarón, pescado y ostión. **REDACCIÓN**



MUESTRA ALIMENTARIA. La feria estuvo integrada por 800 stands que fueron visitados por 60 mil personas, entre productores, compradores y público en general.

CORTESÍA



Expo Alimentaria supera las expectativas

Las ventas en la segunda edición de la Expo Alimentaria

2017 Food Show, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos, informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

ENTRE LAS 10 MEJORES DEL MUNDO

Rompe expectativas la *Food Show*

Se consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina: Sagarpa

Las ventas en la segunda edición de la expo *México Alimentaria 2017 Food Show*, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

Con este resultado, la *México Alimentaria 2017 Food Show* se consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo, destacó la dependencia en un comunicado.

Los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el gobierno federal y productores nacionales, logró incrementar en 22.5% las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (Aserca), la dependencia señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.

La Sagarpa refirió que por país, Japón registró 27% de los encuentros en la mesa de negocios; Canadá 12%; China 8%; Chile 6%; España y Corea del Sur 5% cada uno, y Qatar y Emiratos Árabes, 3% en cada caso, entre otros.

Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar.

Además, la exportación a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil),

dátiles, berries y miel de abaje y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave, de pecuarios miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca y los pesqueros, camarón, pescado y ostión.

La feria estuvo integrada por cerca de 800 stands en 12 pabellones (alimentación, ganadería, pesca, acuicultura, agricultura, desarrollo rural, estados, innovación, tecnología, sanidad vegetal, salud animal e inocuidad), entre otros.

Se contó con una asistencia de casi 60 mil visitantes, entre productores, compradores, especialistas y público en general, añadió la Secretaría de Agricultura.

12

PABELLONES

Alimentación, ganadería, tecnología y salud, entre otros

Se superan expectativas, dice Sagarpa

Ventas por 19.6 mil mdp en Expo México Alimentaria

Las ventas en la segunda edición de la Expo México Alimentaria 2017 Food Show, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

Con este resultado, la México Alimentaria 2017 Food Show se consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo, destacó la dependencia en un comunicado.

Los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el gobierno federal y productores nacionales, logró incrementar en 22.5 por ciento las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (Aserca), la dependencia señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.

El organismo de la Sagarpa refirió que por país, Japón registró 27 por ciento de los encuentros en la mesa de negocios; Canadá 12 por ciento; China

8.0 por ciento; Chile 6.0 por ciento; España y Corea del Sur 5.0 por ciento cada uno, y Qatar y Emiratos Árabes, 3.0 por ciento en cada caso, entre otros.

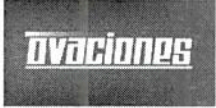
Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar.

Además, la exportación a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil), dátiles, berries y miel de abaje y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a mercados de Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave, de pecuarios miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca y los pesqueros, camarón, pescado y ostión.

La feria estuvo integrada por cerca de 800 stands en 12 pabellones (Alimentación, Ganadería, Pesca, Acuicultura, Agricultura, Desarrollo Rural, Estados, Innovación, Tecnología, Sanidad Vegetal, Salud Animal e Inocuidad), entre otros.

Se contó con una asistencia de casi 60 mil visitantes, entre productores, compradores, especialistas y público en general, añadió la Secretaría de Agricultura. (Notimex)



Fecha: 11/12/2017

Información

Página: 1

Primera plana

Area cm2: 328

Costo: 19,844

3 / 3

Redacción

EXITO

22.5%

incremento de negocios
realizados durante
esta feria respecto a la
primera edición cuando
se vendieron

16 mil

millones de pesos



Fecha: 11/12/2017

Información

Página: 1

Primera plana

Area cm2: 328

Costo: 19,844

1 / 3

Redacción

Nerviosismo por inminente alza de interés



Supera proyección la expo alimentaria

Las ventas en la segunda edición de la expo *México Alimentaria 2017 Food Show*, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), informó la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

Con este resultado, la "México Alimentaria 2017 Food Show" se consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo, destacó la dependencia en un comunicado.

Los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el gobier-

no federal y productores nacionales, logró incrementar en 22.5 por ciento las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (Aserca), la dependencia señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.



Supera expectativas Expo México Alimentaria 2017: SAGARPA

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) informó que las ventas en la segunda edición de la expo "México Alimentaria 2017 Food Show", realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), lo que la consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo.

Los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el Gobierno de la República y productores nacionales, logró incrementar en 22.5 por ciento las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mer-

cados Agropecuarios (ASERCA), la dependencia federal señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.

El organismo de la SAGARPA refirió que, por país, Japón registró el 27 por ciento de los encuentros en la mesa de negocios; Canadá, 12 por ciento; China, ocho por ciento; Chile, seis por ciento; España, cinco por ciento; Corea del Sur, cinco por ciento; Qatar, tres por ciento y Emiratos Árabes, tres por ciento, entre otros.

Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar; la

exportación a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil), dátiles, berries y miel de abaje y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a mercados de Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave, de pecuarios miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca y los pesqueros, camarón, pescado y ostión.

La feria estuvo integrada por cerca de 800 stands en 12 pabellones (Alimentación, Ganadería, Pesca, Acuicultura, Agricultura, Desarrollo Rural, Estados, Innovación, Tecnología, Sanidad Vegetal, Salud Animal e Inocuidad), entre otros, y se contó con una asistencia de casi 60 mil visitantes, entre productores, compradores, especialistas y público en general.



Se logra alcanzar los 19.6 mmdp lo que la consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina



Expo México Alimentaria 2017 supera expectativas; alcanza los 19.6 mmdp: Sagarpa

***La dependencia destacó que se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores**

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) informó que las ventas en la segunda edición de la Expo México Alimentaria 2017 Food Show, realizada del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), lo que la consolida como la exposición agroalimentaria más importante de América Latina y una de las 10 mejores del mundo.

Según un comunicado, los negocios realizados durante esta feria, impulsada por el Gobierno de la República y productores nacionales, logró incrementar en 22.5 por ciento las ventas en comparación con la primera edición, cuando se vendieron 16 mil millones de pesos, destacando los productos cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA), la dependencia federal señaló que, en tres días, se registraron más de cinco mil encuentros de negocios entre productores, agroempresarios, compradores e importadores de 40 países, 150 extranjeros y 100 nacionales.

La Sagarpa detalló que, por país, Japón registró el 27 por ciento de los encuentros en la mesa de negocios; Canadá, 12

por ciento; China, ocho por ciento; Chile, seis por ciento; España, cinco por ciento; Corea del Sur, cinco por ciento; Qatar, tres por ciento y Emiratos Árabes, tres por ciento, entre otros.

Entre los resultados de estas mesas, se lograron acuerdos para el embarque de cinco contenedores de carne de res a la semana (aproximadamente 100 toneladas) con destino al país árabe de Qatar; la exportación a la Península Arábiga de atún enlatado, leche en polvo (fórmula infantil), dátiles, berries y miel de abaje y agave, así como aguacate, frutas y hortalizas a mercados de Asia y Medio Oriente.

Los productos agrícolas más demandados fueron aguacate, mezcal, berries, frutos secos, chiles, aceites, salsas, limón, tequila y miel de agave, de pecuarios miel de abeja, carne de res, queso de cabra, jamón y carne seca y los pesqueros, camarón, pescado y ostión.

La feria estuvo integrada por cerca de 800 stands en 12 pabellones (Alimentación, Ganadería, Pesca, Acuicultura, Agricultura, Desarrollo Rural, Estados, Innovación, Tecnología, Sanidad Vegetal, Salud Animal e Inocuidad), entre otros, y se contó con una asistencia de casi 60 mil visitantes, entre productores, compradores, especialistas y público en general.



Amplia la oferta de productos agropecuarios mexicanos.

CON PIES Y CABEZA



ESPECIAL

- Supera los 19 mil 600 mdp, 3 mil 600 mdp más que hace un año

EXPO ALIMENTARIA AUMENTA 22% LAS VENTAS

Las ventas en la segunda edición de la Expo México Alimentaria 2017. Food Show, que se celebró del 7 al 9 de diciembre, superaron los 19 mil 600 millones de pesos (mil 32 millones de dólares), informó la Secretaría de Agricultura. Detalló que los negocios incrementaron 22.5 por ciento los ingresos en comparación con el primer encuentro, cuando vendieron 16 mil millones de pesos. A través de su Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, destacó la venta de cárnicos, pesqueros, frutas, hortalizas, bebidas y salsas.

■ La baja impactará ganancias, pese a ser cultivo estratégico

Prevé Sagarpa que los cultivos de maíz blanco caerán hasta 7% para 2030

A pesar de que el maíz blanco es cultivo estratégico en el país, para 2030 su producción caerá cerca de 7 por ciento con respecto al cierre de 2016, de acuerdo con estimaciones de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

El documento *Planeación agrícola nacional 2017-2030*, elaborado por esta dependencia, indica que la producción de maíz blanco en 2016 fue de 24 millones 560 mil toneladas, con un crecimiento constante respecto de los años anteriores; sin embargo, prevé que se reducirá a 24 millones 310 mil toneladas al cierre de 2018.

La Sagarpa estima que en 2024 la producción seguirá cayendo a 23 millones 575 mil toneladas y en 2030 se producirán 22 millones 800 mil toneladas en todo el país, lo que representa una reducción de un millón 697 mil toneladas, es decir, 6.97 por ciento menos que en 2016.

La caída impactará directamente en las ganancias por este cultivo. Mientras en 2016 representó un mercado de 87 mil 350 millones de pesos, en 2030 este producto generará 81 mil 310 millones, una pérdida en valor económico de 6.04 por ciento.

Aunque la reducción en "producción deseable" casi llega a 7 por ciento, la disminución del consumo y la demanda será de sólo 3.44 por ciento.

El documento, presentado en septiembre pasado, señala que el maíz es el producto más representativo de México, por su importancia cultural y económica.

"El maíz blanco representa

86.94 por ciento de la producción (entre maíz blanco y amarillo) y se destina principalmente al consumo humano. Esa producción satisface la totalidad del consumo nacional".

En tanto, el maíz amarillo se destina a la industria o fabricación de alimentos balanceados para la producción pecuaria. Lo cultivado en México sólo representa 24 por ciento de los requerimientos nacionales.

Al contrario del maíz blanco, la producción de café crecerá 471.5 por ciento para 2030; la de jitomate, 125.8 por ciento; la de Higuierilla, 113.1 por ciento; la de sorgo dulce, 100 por ciento, y la de jatropha, 200 por ciento.

El algodón tendrá un crecimiento discreto de 3 por ciento y el trigo cristalino de 4 por ciento; sin embargo, entre los 41 tipos de cultivos analizados sólo el maíz blanco tiene un porcentaje negativo en su crecimiento.

La *Planeación agrícola nacional 2017-2030* detalla que a fin de realizar la proyección para los siguientes 13 años, esta dependencia analizó la tendencia en la demanda de

productos, regiones óptimas de producción conforme a condiciones agroclimáticas y estrategias nacionales y regionales para hacer competitiva y rentable la producción.

Además, señala que su objetivo es consolidar y fortalecer las políticas públicas y estrategias del plan nacional de desarrollo y el programa sectorial de la Sagarpa a corto plazo, pero con visión de futuro. La finalidad es definir "la ruta sobre la cual México deberá transitar en los siguientes años con base firme, sólida, consistente y congruente", concluye el documento.

NÉSTOR JIMÉNEZ

PUEDEN PATENTAR SUBPRODUCTOS

Chinos acaparan los derivados del nopal

POR CARLOS TREJO

La delegación Milpa Alta ocupa el primer lugar en producción de nopal verdura en la Ciudad de México, con 250 mil 292 toneladas anuales que son cultivadas en dos mil 864 hectáreas.

Sin embargo, las estimaciones de los productores indican que 60 mil toneladas de nopal no logran venderse, lo que representa 24% de las pérdidas del cultivo en la zona sur de la gran urbe.

A la señora Anastasia Catalina Guzmán Pérez no solo le preocupa esta situación, sino también que algunos países como China, estén muy interesados en incrementar su producción de nopal porque traería consecuencias para México.

Sobre la tierra que ocupa para cultivar entre 35 y 40 toneladas anuales de nopal de la variedad "Milpa Alta", menciona que varios productores de la delegación han tenido reuniones para hablar sobre el tema y, de acuerdo con lo expuesto, China busca transformar esta cactácea en subproductos.

"A ellos (chinos) nos les interesa mucho el nopal en fresco, como a nosotros, porque lo procesan. Ellos tratan de que todo el proceso que tienen, lo patenten. Entonces, nosotros ya no vamos a poder transformarlo porque () van a tener

■ México cuenta con casi la mitad de las 200 variedades de cactáceas que hay en toda América

la certificación (patente), expuso la mujer de 62 años de edad.

Con guantes de plástico y nopales con espinas en la mano, que minutos antes cortó, Guzmán Pérez menciona que a México llegarían los subproductos chinos -medicinas, alimentos y cosméticos- y dejarían a los agricultores mexicanos estancados en la producción primaria.

MÉXICO VS CHINA

La Ley de Propiedad Industrial define el concepto de la denominación de origen como "el nombre de una región geográfica del país" y sirve para designar un producto originario de la misma, con calidad o característica exclusivas, entre ellas los factores naturales y los humanos.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) refiere que "una denominación de origen existe sin necesidad de que se declare la existencia de ésta, es decir, que regularmente, por la costumbre o tradición, algunos productos con características especiales o singulares son designados con el nombre o lugar donde se producen".

Al respecto, el investigador titular del Instituto de Biología de la UNAM, Salvador Arias, afirma que si bien el país de Asia oriental pue-

de patentar cualquier producto derivado del nopal, no es posible que obtenga la certificación de origen de éste.

"Ellos no lo pueden hacer () porque si hay una zona de origen", aclara el experto en cactáceas, al señalar que México cuenta con casi la mitad de las 200 variedades de nopal que hay en toda América.

"Se requiere hacer un estudio del genoma del nopal y estudiar a profundidad los factores de producción y sus características", apunta Pedro Javana Ponce, especialista de la Universidad de Chapingo.

Esto porque esta cactácea es endémica de México y es una aportación hacia el mundo, coincide el subdirector de Servicios, Vinculación y Extensión de la Dirección de Cultura y Servicios de esa casa de estudios.

Para Arias Montes, el aspecto biológico es la razón suficiente para que China u otros países no puedan tener la denominación de origen del nopal.

Pero en principio de debe entenderse qué variedad de las casi 100 debe ser sujeta a esa certificación. "No podemos generar la denominación de origen de (todas) porque, en forma silvestre, () no recono-

cen los límites políticos. Hay algunas que se prologan hacia Estados Unidos y otras a Centroamérica”, insistió.

Pese a ser una especie nativa de México, China tiene ya tres mil hectáreas para producir vinos, licores, cerveza, medicina, cosméticos a partir del nopal, expuso Javana Ponce en entrevista por separado.

Refiere que México tiene el respaldo del Convenio sobre Diversidad Biológica, cuyo objetivo es una participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de recursos genéticos y “frenar la biopiratería”.

“Debemos pensar que al no patentar los subproductos y valoramos el nopal, estamos perdidos”, concluyó Arias Montes. **Notimex**

MARAVILLAS DEL NOPAL

se promoverán en el mundo

811 MIL

toneladas
Producción en
México
en 2016*

*Equivalente al peso del Coliseo Romano

Se exporta
a más de

17

PAISES
EU, el mayor
comprador: 44,7
mil toneladas

6.4

KILOS
Consumo anual
per cápita

Sabías que...

Recientemente en el sur de Madagascar se presentó una intensa sequía que se enfrentó con éxito gracias al nopal, que fue alimento para población y ganado

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación iniciará una campaña para impulsar esta planta cuyo uso alimenticio en México es milenario; conócela

Beneficios

- Contiene vitamina A, B, B2, clorofila, proteínas, calcio, potasio, fósforo, sodio y 17 aminoácidos que en conjunto eliminan toxinas
- Tiene propiedades anticancerígenas, controla los síntomas de la diabetes, ayuda a eliminar el colesterol, inhibe el crecimiento de varias especies bacterianas
- Puede cultivarse en países con problemas de sequía (pues es adaptable a condiciones difíciles) y ofrecer soluciones alimentarias.
- Puede servir como forraje para el ganado

250,292

TONELADAS

son cultivadas en dos mil 864 hectáreas en la delegación Milpa Alta, ocupa el primer lugar en producción de nopal en la Ciudad de México

Los investigadores llamaron a la academia, productores y el gobierno para tomar decisiones sobre cómo empezar el proceso de certificado y denominación de origen del nopal

60,000

TONELADAS

de nopal no logran venderse, lo que representa 24% de las pérdidas del cultivo en la zona sur de la gran urbe