

SAGARPA

SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PESCA Y ALIMENTACIÓN



SECRETARIO

■ Incentivar producción nacional: campesinos

Exigen más arancel a maíz amarillo de EU

Productores de maíz pidieron al gobierno federal imponer aranceles, cuotas y cupos a importaciones de maíz amarillo provenientes de Estados Unidos, ya que las 14 millones de toneladas que se compran al año dañan la producción nacional, propician la baja del precio al productor y el alza al kilogramo de la tortilla.

Juan Pablo Rojas, presidente de la Confederación Nacional de Productores Agrícolas de Maíz de México, pidió al secretario de Agricultura, José Calzada, a garantizar una comercialización preferencial, control y normalización de precios para las cosechas, así como dejar de buscar otras opciones internacionales como Brasil y Argentina, para allegarse el maíz amarillo, ante la posible cancelación del Tratado de Libre Comercio.

Si se establecieran aranceles, cuotas y cupos a las importaciones de maíz amarillo se incentivaría la producción nacional de ese grano, que apenas es de alrededor de 3 millones de toneladas anuales y se cultiva en 625 mil 180 hectáreas. Habría que ampliar la superficie de siembra de este grano, precisó.

Insistió en que al importar 14 millones de toneladas de maíz amarillo de Estados

Unidos, la pérdida económica rebasa los 60 mil millones de pesos en agravio de los productores nacionales. Los precandidatos a la Presidencia de la República no tienen propuestas viables para resolver la descapitalización en la que se encuentra el sector primario y la rama productiva más importante del país, señaló.

El productor dijo que se requiere fortalecer la producción de maíz amarillo, apoyar al campesino con tecnología que le permita incrementar la productividad y estimó urgente desarrollar una industria nacional de semillas de este tipo de grano.

DE LA REDACCIÓN.

Exigen maiceros limitar compras del grano amarillo procedente de EU para no encarecer más el kilo de tortilla

Patricia Carrasco

Maiceros demandan al gobierno de Enrique Peña Nieto, imponer aranceles, cuotas y cupos a las importaciones de maíz amarillo provenientes de Estados Unidos, pues las 14 millones de toneladas que México compra al año dañan la producción nacional, propician la baja al precio al productor y alza al precio del kilogramo de la tortilla, como sucedió al inicio del año.

Así lo manifestó Juan Pablo Rojas Pérez, presidente de la Confederación Nacional de Productores Agrícolas de Maíz de México, al precisar que si se establecieran aranceles, cuotas y cupos a las importaciones de maíz amarillo se incentivaría la producción nacional de ese grano el cual ronda apenas los 3 millones de toneladas producidas al año y se cultiva en 625 mil 180 hectáreas. Habría que ampliar la superficie de siembra de este grano.

En una entrevista insistió en que al importar 14 millones de toneladas de maíz amarillo de la Unión Americana a nuestro país, la pérdida económica rebasa los 60 mil millones de pesos en

agravio de los productores nacionales.

El líder maicero urgió al Secretario de Agricultura, José Calzada, a garantizar una comercialización preferencial, control y normalización de precios "para nuestras cosechas" y dejar de buscar otras opciones internacionales para allegarse el maíz amarillo como son Brasil y Argentina ante la posibilidad de que se cancele el Tratado de Libre Comercio.

Externó que es preocupante y urgente aplicar una política pública que haga rentable el campo con fines productivos, es urgente redireccionar, supervisar y acompañar la aplicación de los subsidios al pequeño, mediano y hasta gran productor, los cuales generan dependencia e incapacidad para hacer frente a los objetivos de "unos vecinos voraces como es Estados Unidos de Norteamérica.

Es lamentable que el gobierno federal se preocupe tanto por ver de dónde consigue el maíz amarillo si se acaba el Tratado de Libre Comercio y no resuelva problemas como el hecho de que el trasladar una tonelada de maíz amarillo de Chicago o Texas vía Estado de

Jalisco en México, el flete cueste 300 pesos, mientras el mismo tonelaje procedente de Guerrero o Oaxaca salga en poco más de mil pesos la tonelada.

Lo importante, aseguró, es fortalecer la producción de maíz amarillo, para ello se requiere apoyar al productor con tecnología que le permita incrementar la productividad.

En su opinión, es urgente desarrollar una industria nacional de semillas de maíz amarillo, detener el desinterés de los productores en la producción primaria porque se quedan en el autoconsumo para ir pasando.

Se hace indispensable contar con más infraestructura para que los productores se estimulen y se orienten a la producción de maíz amarillo al contar con caminos saca cosecha, con centros de acopio del grano y áreas de almacenamiento.

Asimismo, lamentó que en pleno proceso preelectoral y en el electoral que se avecina, no veamos a los precandidatos a la Presidencia de la República con alguna propuesta viable para resolver la descapitalización en la que se encuentra el sector primario, y la rama productiva más importante de nuestro país.



Se renuevan

Más opciones

Sigue adelante

Modernizan su flota

La flota aérea mexicana comercial cerró el 2017 con 355 aviones, con una antigüedad promedio de 8.8 años, según la Dirección General de Aeronáutica Civil. Dicha cifra es menor a la de 2016, que fue de 360 aviones.

Algunas aerolíneas llevaron a cabo la sustitución de sus equipos durante el año pasado. Pero, en los últimos seis años, la flota pasó de 257 a 355 aeronaves, un crecimiento de 38%, pasando de una antigüedad de 10.3 años a 8.8 años.

Volaris y VivaAerobus son las aerolíneas que tienen aviones más jóvenes con una edad promedio de 4.1 y 4.6 años, la primera suma 70 y la segunda 24 unidades, respectivamente, ambas operan Airbus. Le siguen Interjet con 78 unidades cuya edad es de seis años; Aeroméxico con 73 con edad de 7.3%; Aeromar con 12 de 8.2 años; Aeroméxico Connect con 59 con una edad de 8.5 años.

Las empresas que utilizan aeronaves de mayor edad que ronda entre los 15 y casi 30 años son Mas Air, TAR, Aero Calafia, Estafeta, Magnicharters y Aerounión.

Valor agregado

United Airlines, que en México lleva Rolf Meyer, lanzó United Vacations México, una nueva opción para sus pasajeros con el que podrán encontrar mejores ofertas y paquetes a los diferentes destinos que opera la aerolínea.

Para ello se aliaron con BD TravelSolution, de Karol Rattinger, que será la encargada de brindar las soluciones tecnológicas para realizar reservaciones a diferentes empresas, por lo que la alianza permitirá a los pasajeros de la aerolínea contar con un paquete dinámico.

Así, podrán reservar hoteles, realizar rentas de autos, así como contratar traslados terrestres y tours, además

de poder elegir entre más de 1,000 actividades disponibles para sus viajes.

A través de su plataforma, los clientes contarán con más de 180 hoteles a nivel mundial, así como una gran variedad de formas de pago, entre otros.

Cambios

Mexichem nombró a Daniel Martínez-Valle como su nuevo CEO, tras la renuncia de Antonio Carrillo, quien cruzó la frontera norte para trabajar en una empresa estadounidense.

Martínez-Valle sigue siendo el mandamás de Kaluz, donde llegó hace ya ocho años. Antes estuvo como director de Estrategia y Planeación Mundial en Cisco y previo a eso fue socio fundador de una empresa de capital de riesgo y CEO de Aquanima, una compañía de gestión de suministro global para grandes corporaciones en Europa y Latinoamérica.

What?

El idioma inglés es una pieza indispensable en el rompecabezas educativo mexicano, que de manera automática puede llevar al éxito profesional, destacó la escuela de inglés en línea, Oghma.

Según comentó, impulsar un buen nivel de este idioma en los estudiantes no es una prioridad en México, lo cual es notorio cuando únicamente en 17 de las 32 entidades del territorio nacional se reconoce que este idioma es una herramienta importante para elevar el nivel educativo de los alumnos.

Por ello, dijo, es importante tomar cursos de liderazgo y manejo personal que hoy están tan de moda, especialmente el inglés, que puede llevar al éxito.

Para el Super Bowl

Ahora que todo el mundo está hablando del Super Bowl que se celebra este domingo, déjeme decirle que Estados Unidos representa casi 77% de las exportaciones de todo el aguacate que se produce en México.

De hecho, según la Sagarpa, que lleva José Calzada Rovirosa, con una producción histórica de 1 millón 997,629 toneladas en el 2017, México se consolidó como el principal generador del fruto a nivel mundial.

Este producto tuvo presencia en mercados de Europa, Asia, Australia, así como en Norte, Centro y Sudamérica, por más de 2,710 millones de dólares de enero a noviembre del año pasado.

Los principales destinos de exportación de este producto son EU, Japón, Canadá, España, Francia, Países Bajos, El Salvador, China, Honduras y Guatemala, que en conjunto representan cerca de 98% del total de las exportaciones realizadas. Luego de EU, el segundo país al que se le manda aguacate es Japón (7%), Canadá (6.7%); España (1.7%); Francia (1.7%) y Países Bajos (1.6 por ciento).

Sigue adelante

Giant Motors Latinoamérica, que dirige Elías Massri, lanzó al mercado mexicano su primer sedán J4 Trend bajo la marca JAC. Este automóvil nos dicen, es armado en Ciudad Sahagún, Hidalgo.

Además, del J4 Trend, Giant Motors ha sacado al mercado sus modelos SEI2 y SEI3 en el segmento de las camionetas SUV.

Pese a que el año pasado la industria automotriz nacional cerró con una caída en ventas de 4.6%, JAC entra de lleno a la competencia por el mercado de los sedanes.

Exitosa colocación

Crédito Real, de Ángel Romanos, cerró con éxito su oferta de bonos con vencimiento al 2022 por 170 millones de francos suizos (CHF) en el mercado suizo. Dichos papeles pagan una tasa anual del 2.875 por ciento. Han sido calificados con el grado "BB-" por Fitch Ratings y Standard and Poor's.

Usará los recursos de la colocación para cubrir honorarios y gastos de la oferta, pagar ciertas obligaciones financieras y para usos corporativos generales.

NOMBRES, NOMBRES Y... NOMBRES

#OPINIÓN

ALBERTO
ACUILAR



ESTE MES VENCE el Acuerdo de Suspensión que los productores mexicanos de tomate suscribieron en 2013 con el Departamento de Comercio que hoy comanda **Wilbur Ross**. La caducidad de 5 años pactada se da en el contexto de las complicadas negociaciones del TLCAN, y las posiciones proteccionistas contra el campo mexicano. Ya suenan los tambores de guerra frente a la presión de los agricultores de Florida. Los productores aquí representados por CAADES que lleva **Ulises Robles** y la Asociación Mexicana de Horticultura Protegida a cargo de **Oscar Woltman** se han preparado, con el apoyo del CNA de **Bosco de la Vega**. En 2013 hubo amagos para detonar una investigación por dumping contra el jitamate mexicano. Se preestablecieron precios para mantener un abasto que implica casi 2 mil millones de dólares. Se ve cuesta arriba refrendar un nuevo convenio. Están muy atentas ECONOMÍA de **Ildefonso Guajardo** y SAGARPA de **José Calzada**.
