

ECONOMÍA



INFLACIÓN DE FEBRERO -
PRESIONES SOBRE EL
PRECIO DE MERCANCIAS

EVENTOS



EL PROYECTO
GOÛT DE FRANCE /
GOOD FRANCE

JURÍDICO



BENEFICIOS FISCALES
A CONTRIBUYENTES

CAPACITACIÓN



ENTENDIENDO LA
N.O.M DE HIGIENE
PARA RESTAURANTEROS

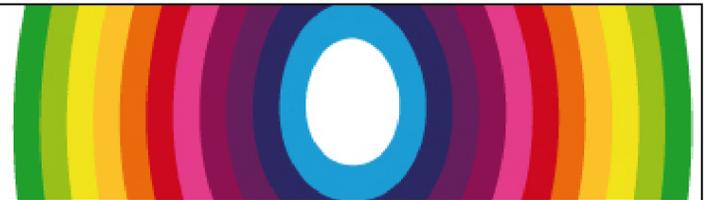
Alimentaria

MÉXICO

Expo Internacional de Alimentos, Bebidas y Food Service

26-28 de Mayo 2015

Centro Banamex
CIUDAD DE MÉXICO



PAÍS



CREAN UNIÓN NACIONAL
DE APICULTORES

FINANZAS



NECESARIO PRODUCIR
MÁS ALIMENTOS PARA
EVITAR IMPORTACIÓN

TURISMO



5 PUEBLOS PARA COMER
RICO Y DIFERENTE

GASTRONOMÍA



LA CEREMONIA DEL TÉ
ALREDEDOR DEL MUNDO



La Cocina Mexicana
9^{MO} FORO
SABOR Y SALUD:
LA NUTRICIÓN EN MÉXICO

19 DE MARZO 2015
CIENCIA(S), TECNOLOGÍA(S), CULTURA(S) E IDENTIDAD(ES)

FUENTE

INEGI / BANORTE - IXE ANÁLISIS

INFLACIÓN DE FEBRERO – PRESIONES SOBRE EL PRECIO DE MERCANCÍAS

La inflación en febrero se explica por presiones sobre los precios de otras mercancías derivado de un ligero traspaso de la depreciación de la divisa mexicana a la inflación.

Los precios al consumidor crecieron 0.19% m/m en febrero. De acuerdo al reporte del INEGI, el índice nacional de precios al consumidor presentó una variación de 0.19% m/m en febrero, por debajo de nuestro estimado de 0.29%. Por su parte, la inflación subyacente registró una variación de 0.34% vs. nuestro estimado de 0.39% mensual. La principal desviación con respecto a nuestro estimado vino por:

1. Una sobre estimación del índice de precios de los bienes agrícolas (-8.2pbs vs. nuestro -2.2pbs);
2. Una menor contribución del precio de mercancías (11.3pbs vs. nuestro 14pbs); y
3. Una menor contribución del precio de energéticos (-0.4pbs vs. nuestro 0.4pbs), como se muestra en la tabla de la siguiente página.

La inflación en febrero se explica por presiones sobre los precios de otros bienes así como en los de otros servicios. Al interior del reporte se destaca el alza de 0.51% en los precios de otros servicios. En particular, este incremento obedece principalmente por el aumento de 3.28% que se observó en los servicios de telefonía móvil y alza de 0.31% en el precio de los restaurantes. Por su parte, los precios de los bienes agrícolas se redujeron 0.88% m/m derivado de fuertes caídas en los precios del jitomate (-30.1% m/m), cebolla (-9.21% m/m) calabacita (-14.75% m/m) y nopales (-12.64% m/m). Del mismo modo, los precios de energéticos se redujeron -0.03% m/m derivado de la reducción de 0.37% en las tarifas de electricidad. Finalmente, los precios de mercancías se incrementaron 0.33% m/m derivado del alza de 0.59% en el componente de las mercancías no alimenticias, lo cual evidencia traspaso de la depreciación del tipo de cambio a la inflación.



INFLACIÓN POR COMPONENTES DURANTE FEBRERO % incidencia mensual

	INEGI	Banorte - IXE	Diferencia
Total	0.19	0.29	-0.102
Subyacente	0.25	0.29	-0.037
Mercancías	0.11	0.14	-0.031
Alimentos procesados	0.00	0.01	-0.005
Otros bienes	0.11	0.14	-0.026
Servicios	0.14	0.15	-0.006
Vivienda	0.04	0.04	-0.004
Educación	0.02	0.02	0.002
Otros servicios	0.09	0.09	-0.004
No subyacente	-0.07	0.00	-0.064
Agricultura	-0.08	-0.02	-0.060
Frutas y verduras	-0.12	-0.07	-0.047
Pecuarios	0.03	0.05	-0.012
Energéticos y tarifas	0.02	0.02	-0.003
Energéticos	0.00	0.00	-0.007
Tarifas del gobierno	0.02	0.02	0.005

Fuente: Banorte-Ixe con datos del INEGI y Banxico.

Nota: Las contribuciones pueden no sumar debido al número de decimales en la tabla. Las correspondientes a 2011 pueden no sumar el total por el cambio en la metodología de cálculo del IPC.

Con estos datos, la inflación anual se ubica en 3% vs. 3.07% en el mes previo. Por su parte, la subyacente se ubica en 2.4% de 2.34% en enero. En este contexto, estimamos que la inflación se mantendrá alrededor de 3% en los próximos meses.

DE NUESTRO EQUIPO DE ESTRATEGIA DE RENTA FIJA Y TIPO DE CAMBIO

Tasas locales permanecen presionadas a pesar de baja inflación pero manteniendo preocupación sobre el Fed. El mercado de renta fija mexicano observó importantes pérdidas la semana pasada (33pb en promedio a lo largo de la curva de rendimientos) como resultado de un buen reporte laboral en EE.UU., el cual ha incrementado las preocupaciones sobre la posible normalización de política monetaria de la Reserva Federal iniciando en junio de este año (pronóstico Banorte-Ixe). En la sesión de hoy el mercado mantiene un tono de cautela, extendiendo el sell-off de la semana pasada, en esta ocasión en una magnitud de 2-3pb, a pesar de buenas noticias en el frente de inflación (nivel de precios menor al estimado por el mercado en febrero publicado esta mañana). El mercado ha reconocido que la dinámica de inflación será favorable este año (Banxico probablemente alcanzando su meta de 3% a finales de 2015). No obstante, los temores sobre el efecto de traspaso de la depreciación cambiaria sobre la inflación (el peso depreciándose 4.4% este año) ha deteriorado el sentimiento entre inversionistas, conforme éstos empiezan a asimilar este riesgo. En este sentido, las tasas locales empiezan a descontar un escenario de normalización más agresivo por parte de Banxico este año, con aumentos implícitos acumulados de 31bps en el 2T15, 59pb en 3T15 y 88pb en 4T15. En términos de valuación, la curva mexicana se ha tornado muy atractiva, especialmente en Bonos M con vencimiento de 10 a 20 años (Dic'24 a Nov'34).





La pendiente de la curva en estos nodos tiene valor y los diferenciales entre México y EE.UU. se han incrementado hacia niveles interesantes (Dic'24 vs. Treasury de 10 años en 383pb actualmente vs. promedio de 12 meses en 348pb y equilibrio de mediano plazo en 360pb). No obstante seguimos advirtiendo que el mercado pudiera ofrecer mejores niveles de entrada para posiciones largas direccionales más adelante. Es probable que la aversión al riesgo prevalezca a la espera del comunicado de política monetaria del Fed el próximo 18 de marzo, en donde pudiéramos observar un cambio en el forward guidance mediante la eliminación del término "paciente".

En términos de Udibonos, la valuación ha mejorado de manera considerable, especialmente en la parte media y larga de la curva. Las inflaciones implícitas del mercado oscilan alrededor del 3% en todos los plazos. Los breakevens más interesantes son los plazos de 10 años (2.98%) y 30 años (3.06%). El risk reward de estas estrategias podría ser de 60-75pb. No obstante, es importante tomar en cuenta que el carry negativo en los instrumentos utilizados en el IS15 ha sido un factor que ha afectado la demanda por estos instrumentos. En este sentido, creemos que entre abril y mayo el mercado probablemente migre hacia una estrategia en Bonos M a una que pondere más los Udibonos.

El peso se podría beneficiar de la caída de la inflación en el mediano plazo.

Nuestra divisa cotiza en estos momentos con una apreciación de 0.5% respecto al viernes en 15.42 por dólar. Sobre los potenciales efectos en la divisa es importante destacar que la inflación ha registrado una fuerte caída en los primeros dos meses de 2015 (en línea con nuestras expectativas y de Banxico) pasando de alrededor de 4.2% a 3.0%, lo que creemos que podría otorgarle mayor soporte en el futuro. En específico, las tasas reales de interés de corto plazo han aumentado (e.g. el rendimiento del Udibono de 3 años ha pasado de 1.2% a 1.6% en lo que va del año), el componente de poder de compra de la confianza del consumidor mostró un fuerte repunte en febrero y el sector exportador con destino a EE.UU. continúa mostrando un buen dinamismo. Pensamos que el peso podría contar con mayor soporte de afianzarse estas tendencias y reducirse la volatilidad externa, con la depreciación acumulada (sobre todo desde el 4T14) ayudando a generar una mejoría en el balance de cuenta corriente.

No obstante, advertimos que dicho efecto será gradual y podría observarse con mayor claridad hacia el 2S15, con los inversionistas aun defensivos a la espera de mayor definición del Fed. En este contexto retenemos nuestra sugerencia de compra de USD para la operación a pesar de la depreciación acumulada y señales técnicas de sobreventa del peso, pudiendo inducir un regreso moderado y mayor interés de compra de pesos por encima de 15.50 por dólar pero sin revertir la tendencia al menos por el momento.

INFORMACIÓN

GOÛT DE FRANCE / GOOD FRANCE
rendezvousenfrance.com

EL PROYECTO GOÛT DE FRANCE / GOOD FRANCE



GOÛT DE FRANCE / GOOD FRANCE, EL 19 DE MARZO DE 2015.
UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA SABOREAR FRANCIA Y HACERLA SABOREAR

Goût de / Good France reunirá en vísperas de la primavera, el **19 de marzo de 2015**, a más de 1,000 cocineros en 5 continentes para celebrar la gastronomía francesa. Este acontecimiento, bajo la forma de una cena, rendirá homenaje a la excelencia de la cocina francesa, a su capacidad de innovación y a los valores que vehicula: compartir, disfrutar, así como cuidar la salud de sus contemporáneos y del planeta.

En 1912, Auguste Escoffier inició "las Cenas de Epicuro" -el mismo menú, el mismo día, en varias ciudades del mundo y para el mayor número de comensales-. En 2015, Goût de / Good France desarrolla esta hermosa idea con la voluntad de asociar a todas las categorías de restaurantes en todo el mundo. Este acontecimiento será una de las primeras ilustraciones concretas de la inclusión en el Patrimonio Mundial de la UNESCO de nuestra gastronomía y su influencia a través del mundo.



Goût de/Good France tiene como objetivos:

1. PROMOCIONAR EL TURISMO FRANCÉS – Esta cena inédita, que tendrá una visibilidad mundial, se inscribe dentro de este propósito y enviará al extranjero una señal fuerte sobre el atractivo de Francia, a través del dinamismo y la creatividad de los chefs.

2. DEFENDER CON ORGULLO LOS COLORES DE LA COCINA FRANCESA, con unos mensajes con un fuerte valor añadido:

- El mensaje de la MODERNIDAD – En el siglo XXI, la cocina francesa no se impone de forma hegemónica en la escena culinaria mundial. Los cocineros participantes no renuncian a su propia tradición culinaria sino que les proponemos combinarla con la cocina francesa.

- El mensaje de la EXCELENCIA – Vitalidad, modernidad y responsabilidad: la cocina se convierte en el escaparate de valores positivos para Francia, con una dimensión generosa asociada a los placeres de la mesa.

* Una cocina hecha con productos frescos, de temporada y procedentes del terruño local, y preparada con menos grasa y sal.

* Una cocina para todos los bolsillos, de la tasca a la gran mesa gastronómica.

El proyecto Goût de / Good France dispondrá de un plan de comunicación de alcance internacional, permitiendo al conjunto de cocineros participantes destacar su cocina, su saber hacer, en todo el mundo, con el apoyo activo de las embajadas y de Atout France.

Presentamos el Menú que ofrecerá el próximo 19 de marzo, el restaurante ARTURO'S, Socio de la AMR.



“Hablar de cocina – de cocina francesa – es hablar de alegría de vivir, de ligereza, de optimismo y de placer – unas ideas absolutamente centrales para la imagen del Destino Francia”.

Alain Ducasse

Gougères de emmental y
copa de champagne

Terrine de pollo y morillas

Callo de hacha Nantaise

Filete de róbalo,
salsa americana

Medallones de cordero,
gratin Dauphinois

Queso brie, compota de higos
y dátiles al oporto

Pastel de chocolate Belga



INICIO

TEXTO

ÓSCAR DOMÍNGUEZ URBINA
Asesor Jurídico AMR

BENEFICIOS FISCALES A LOS CONTRIBUYENTES DEL RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL

Fue publicado en el Diario oficial de la federación del 11 de marzo del año en curso, DECRETO por el que se amplían los beneficios fiscales a los contribuyentes del Régimen de Incorporación Fiscal.

DECRETO

ARTÍCULO PRIMERO. *Los contribuyentes personas físicas que en 2014 optaron por tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal previsto en el Título IV, Capítulo II, Sección II de la Ley del Impuesto sobre la Renta, podrán aplicar el 100% de reducción del impuesto sobre la renta que determinen conforme a dicho régimen durante todo el segundo año de tributación en el mismo.* Para aplicar los porcentajes de reducción de la tabla establecida en el artículo 111 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, los contribuyentes a que se refiere el párrafo anterior considerarán como primer año de tributación en el Régimen de Incorporación Fiscal, el segundo año en el que apliquen el 100% de reducción del impuesto sobre la renta.

ARTÍCULO SEGUNDO. *Los contribuyentes personas físicas que en 2014 optaron por tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal previsto en el Título IV, Capítulo II, Sección II de la Ley del Impuesto sobre la Renta, y que apliquen lo dispuesto en el "Decreto por el que se otorgan beneficios fiscales a quienes tributen en el Régimen de Incorporación Fiscal", publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de septiembre de 2014, podrán aplicar el 100% de reducción del impuesto al valor agregado y el impuesto especial sobre producción y servicios, por las actividades que realicen con el público en general en las que se deban pagar dichos impuestos, durante todo el segundo año de tributación en el citado régimen.* Para aplicar los porcentajes de reducción de la tabla establecida en el Artículo Segundo del mencionado decreto, los contribuyentes a que se refiere el párrafo anterior considerarán como primer año de tributación en el Régimen de Incorporación Fiscal, el segundo año en el que apliquen el 100% de reducción de los impuestos mencionados en el párrafo anterior.





ARTÍCULO TERCERO. Los contribuyentes personas físicas que en 2014 optaron por tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal previsto en el Título IV, Capítulo II, Sección II de la Ley del Impuesto sobre la Renta, y que hayan aplicado el subsidio previsto en el Artículo Sexto del “Decreto por el que se otorgan estímulos para promover la incorporación a la seguridad social”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de abril de 2014, **podrán aplicar el 50% del subsidio de la contribución de seguridad social que corresponda, por el año de 2016. A partir del 1 de enero de 2017, los contribuyentes a que se refiere el párrafo anterior continuarán aplicando los porcentajes de subsidio establecidos en la tabla prevista en el Artículo Sexto mencionado en el párrafo anterior, a partir del porcentaje correspondiente al tercer año de tributación de la citada tabla.** Los contribuyentes a que se refiere el primer párrafo de este artículo considerarán como primer año de tributación en el Régimen de Incorporación a la Seguridad Social el año de 2015.

ARTÍCULO CUARTO. Los beneficios a que se refiere el presente Decreto, no se considerarán como ingreso acumulable para los efectos del impuesto sobre la renta.

ARTÍCULO QUINTO. El Servicio de Administración Tributaria y el Instituto Mexicano del Seguro Social, podrán expedir las disposiciones de carácter general necesarias para la correcta y debida aplicación del presente Decreto.

TRANSITORIO Único. El presente Decreto entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, a diez de marzo de dos mil quince.- Enrique Peña Nieto.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Luis Videgaray Caso.- Rúbrica.

PRÓXIMO CURSO | ENTENDIENDO LA NORMA OFICIAL MEXICANA DE HIGIENE PARA RESTAURANTEROS



OBJETIVO

Reconocer las modificaciones principales de la Norma Oficial Mexicana de Higiene / Comprender y aplicar las diferencias entre recomendaciones y obligaciones en materia de higiene en la cocina y el servicio / Cumplir los requisitos básicos dictados por el gobierno en el manejo integral de plagas.

TEMARIO

1. Introducción a la Norma Oficial Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2014.
2. Cambios y modificaciones.
3. Diferencias entre recomendaciones y obligaciones dentro de la misma.
4. Importancia de la creación de MIP (manejo integral de plagas).
5. Revisión de puntos básicos de las empresas que fumigan establecimientos.
6. Métodos de control de plagas internos.
7. Creando conciencias de la limpieza y desinfección en el personal.

DIRIGIDO A

Gerentes, Administradores y Dueños de restaurantes.

FECHA

Jueves 26 marzo 2015

HORARIO

9:00 a 13:00 hrs.

LUGAR

Oficinas AMR, Torcuato Tasso
325 Int. 103, Col. Polanco

COSTO

\$700 + IVA
Socios: \$500 + IVA

PONENTE

Erika Platas Ochoa / Consultora de Adapta Consultores y del Distintivo H.

INFORMES

Noemí Alarcón / nalarcon@amr.org.mx / Tel. 5250 1146 - 5531 0911

CUPO LIMITADO (25 Participantes) | Descuento del 20% en más de 3 participantes.

INICIO

 FUENTE
 SAGARPA

CREAN UNIÓN NACIONAL DE APICULTORES PARA IMPULSAR PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE MIEL EN MÉXICO Y EL MUNDO



La actividad apícola nacional se sustenta en un inventario compuesto por 1.9 millones de colmenas y en el sector laboran alrededor de 45 mil apicultores de todo el país. La producción de miel, en promedio, durante los últimos cinco años ha sido de 57 mil 200 toneladas; México se encuentra en el quinto lugar, después de China, Argentina, Estados Unidos y Turquía.

Con el fin de abastecer de manera oportuna y con calidad, el creciente mercado nacional e internacional de miel mexicana, quedó constituida la Unión Nacional de Asociaciones de Apicultores de México (UNAAMEX) con representantes de los estados Guanajuato, Jalisco, Michoacán, San Luis Potosí, Tamaulipas, Veracruz, Yucatán, Puebla, Estado de México y Querétaro. Actualmente la apicultura en México ocupa un papel importante como generadora de divisas, ya que se han obtenido récords en producción y exportaciones.

Gurría Treviño, coordinador general de Ganadería de la SAGARPA, precisó que la actividad apícola nacional se sustenta en un inventario compuesto por 1.9 millones de colmenas y en el sector laboran alrededor de 45 mil apicultores de todo el país. Los principales estados productores de miel son: Yucatán con nueve mil 654 toneladas; Campeche, siete mil 074; Jalisco, siete mil 076; Chiapas; cinco mil 117, y Veracruz, cuatro mil 124 toneladas. Esto, con un valor de la producción estimado en dos mil 168 millones de pesos, de acuerdo con el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP).

En lo que respecta a la miel orgánica, indicó que se tiene registrada una producción promedio anual de cuatro mil toneladas, la cual se envía casi en su totalidad a los mercados de la Unión Europea. En el rubro de la exportación, abundó, se reporta un promedio de 32 mil 354 toneladas de miel en los últimos cinco años, consolidándose México en el tercer lugar mundial como exportador, después de China y Argentina. Los principales países de destino en el 2014 fueron Alemania con 16 mil 739 toneladas; Estados Unidos, siete mil 278; Bélgica, cinco mil 029; Arabia Saudita, cuatro mil 109, y Reino Unido, tres mil 233. Desataca el crecimiento de las exportaciones en los últimos años a Estados Unidos y los Emiratos Árabes.

INICIO

FUENTE
 EL SOL DE MÉXICO



NECESARIO PRODUCIR MÁS ALIMENTOS PARA EVITAR IMPORTACIÓN

Debido a que en México existe un crecimiento población que demanda mayor cantidad de alimentos, es necesario producir más, luego de que 50 por ciento de lo que consume se importa, señaló el presidente y director de Monsanto Latinoamérica Norte (LAN), Manuel Bravo.

Durante el segundo foro **“Hablemos sobre maíz transgénico”**, realizado en la Universidad Iberoamericana, detalló que México importa 30 por ciento del maíz que consume, 95 por ciento de la soya y más de 65 por ciento de arroz, algodón y trigo que necesita el país.

El directivo de la empresa mundial enfocada en biotecnología e innovación para la industria agrícola, destacó que por ello México necesita producir más alimentos. Enfatizó que el principal reto que tiene Monsanto es involucrarse más en el campo ya que existe un crecimiento poblacional mundial que demanda una mayor cantidad de alimentos, por lo que entre sus estrategias está el acercamiento con diversos sectores de la sociedad.

Por su parte, el responder los cuestionamientos planteados por los estudiantes respecto al mejoramiento genético, en especial del maíz, el director de Asuntos Regulatorios de Monsanto LAN, Eduardo Pérez Pico, dijo que los agricultores han mejorado las plantas originales de acuerdo a su distribución.

“En la medida en que se fue domesticando el maíz se fue distribuyendo a nivel mundial y se generaron diversos patrones en Norteamérica, Brasil, Argentina, Asia y México” agregó.

Abundó que cada maíz tiene sus propias características, ya sean en resistencia a enfermedades, plagas, fortaleza de tallo y de raíz, *“es a partir de este conocimiento diverso que hemos enfocado los programas de mejoramiento genético”*.

Por su parte, el director jurídico de Monsanto LAN, Rodrigo Ojeda, aclaró que Monsanto está lejos de ser un monopolio pues se ajusta a lo que establece la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Lo anterior, ante la inquietud de los jóvenes a quienes aclaró que ninguna planta es patentable, pero lo que sí se puede registrar como invención es la tecnología.

“No se puede patentar el maíz. Lo que sí es patentable es lo que podemos aplicar y desarrollar para que esa planta presente mejoras y sea innovadora”, destacó Rodrigo Ojeda.

INICIO

FUENTE
MÉXICO DESCONOCIDO

5 PUEBLOS PARA COMER RICO Y DIFERENTE

Te presentamos cinco poblados ideales para disfrutar de la rica gastronomía que, durante años, ha identificado a nuestro país en el mundo. ¡Deléitate con los sabores de Hidalgo, Michoacán, Morelos, Veracruz y Yucatán!

Apatzingán, Michoacán

Dentro de la rica gastronomía que identifica al estado de Michoacán, no puedes dejar de probar los deliciosos platillos de la Tierra Caliente. Apatzingán es un poblado que puede funcionar muy bien para “cumplir con este propósito”, sobre todo si viajas de la zona del centro hacia la región de la costa del Pacífico para disfrutar de sus bellas playas y escenarios naturales. Los guisos típicos de este destino son el aporreadillo (carne semiseca y deshebrada), la morisqueta (arroz con frijoles bañados con salsa y queso o carne) y los caldos de olla. Pero no puedes dejar de saborear también los uchepos o las corundas, especie de tamales de origen prehispánico, y que encontrarás en cualquier plaza o jardín este poblado y sus alrededores. Durante tu visita, te recomendamos detenerte en el mercado López Rayón o en el popular restaurante La Tradición.

Cómo llegar: Apatzingán se localiza a 89 y 191 km. al suroeste de Uruapan y Morelia, respectivamente, por la autopista No. 37 con rumbo a Lázaro Cárdenas.



Valladolid, Yucatán

El nombre de la “Sultana del Oriente” amerita letras de oro en la gastronomía mexicana. No solamente ofrece la deliciosa generalidad de la cocina yucateca, sino que además tiene espléndidos platillos locales como la longaniza, los lomitos, la cochinita y el escabeche oriental. Y a eso hay que agregar el Xtabentún, el clásico licor dulce y anisado de la región. En especial, te recomendamos comer todo esto y más en La Casona, en el Centro Histórico (Calle 41 y 44). Sobra decir que hay mil cosas que ver para después de comer: grandes monumentos, cenotes espectaculares e increíbles zonas arqueológicas levantadas por los antiguos mayas.



Cómo llegar: Valladolid se localiza a 165 km tanto de Mérida como de Cancún, por la autopista entre ambas ciudades (180 D).

Papantla, Veracruz

Este destino, ubicado al norte del estado de Veracruz, es definitivamente uno de los mejores sitios para comer en México. Sólo en tamales tiene una variedad increíble: de frijol, pescado, picadillo, camarón o chicharrón, además del clásico zacahuil. Hay atoles morado, de reyes (camote) y de bolitas; bocoles, molotes, machucas de plátano y bollos de anís; moles, enmoladas, enchiladas y mucho más. Hacen falta meses para probar todas las delicias locales. No puedes dejar de disfrutar su amplio abanico de tesoros gastronómicos.

Cómo llegar: Papantla se localiza a 230 km al norte del Puerto de Veracruz y a 280 al sur de Tampico siguiendo por la carretera costera (federal núm. 180). De la Ciudad de México se ubica a 293 km al noreste siguiendo por la autopista a Tulancingo y después a Poza Rica (federal núm. 130).



Real del Monte, Hidalgo

Por supuesto, hay que visitar sus lindas calles, su parroquia, su panteón inglés, sus casonas y todos los bonitos rincones que han servido una y otra vez como escenarios de películas y telenovelas. Pero para en verdad “interiorizar” en este Pueblo Mágico del Corredor de la Montaña hidalguense hay que probar su antojito clásico: el paste. Esta rica empanada, herencia de los mineros ingleses que trabajaron en la región hacia finales del siglo XIX y principios del XX, lleva relleno dulce o salado. También hay que disfrutar los ricos cocoles con nata y los deliciosos tamales de dulce. ¡Te encantarán!

Cómo llegar: Real del Monte se localiza a 110 km al noreste de la Ciudad de México después de superar la capital de Hidalgo, Pachuca, y tomar la carretera con rumbo a Huejutla (federal núm. 105).



Yecapixtla, Morelos

El templo y convento de San Juan Bautista, fundado por los agustinos en 1535, y que forma parte de la Ruta de los conventos de la región de los volcanes, reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, es sin duda el máximo atractivo de esta población morelense. Sin embargo, otra buena razón para visitar Yecapixtla es el saborear su exquisita “cecina”: una carne de pierna de res, tasajada en lonjas delgadas, que se sala y se deja secar un poco para después convertirse en una verdadera maravilla gastronómica. Ésta la puedes comer o comprar por kilo en cualquiera de los restaurantes ubicados en los alrededores de la iglesia. ¡Su sabor te conquistará!

Cómo llegar: Yecapixtla se localiza a 97 km al sureste del DF siguiendo por la carretera a Cuautla (federal núm. 115).

TEXTO

HEIDI JOHANNSEN STEWARD

FOTOS

ANNA WILLIAMS

LA CEREMONIA **TÉ** *del* ALREDEDOR DEL MUNDO

Una taza de té no es simplemente una bebida:
es la historia del mundo en sí mismo.

Antes que el acero, que el petróleo, antes que los coches, las armas o la Coca-Cola. Antes que todo eso existía el té, una de las primeras materias primas globales de la civilización, así como una de las más duraderas y apreciadas. La idea de beber té se le atribuye (como tantas otras cosas buenas de la vida) a los chinos, quienes aseguran haber descubierto efectos curativos y relajantes de poner sus hojas en remojo en agua caliente allá por el año 2737 a.C. Y aunque la práctica viajó rápidamente por el Próximo y Lejano Oriente a través de la ruta de la Seda, llegó a Occidente relativamente tarde, alrededor del siglo XVI, cuando los portugueses y los holandeses, y posteriormente los ingleses, comenzaron a construir sus baluartes en Asia.

Sin embargo, una vez introducida, la costumbre floreció por sí misma. Especialmente los ingleses se volvieron locos por el té. Todavía hoy, en los países colonizados por el imperio desaparecido hace tiempo existe cierto apego por esta bebida (una prueba de la ocupación es que se sirve caliente y en taza). De hecho, degustar una taza de té significa ser partícipe de una tradición milenaria que va mucho más allá del simple disfrute de la bebida con teína. En el Japón del siglo XVI, por poner un ejemplo, las casas de té disponían de unas puertas tan diminutas que obligaban a los visitantes a entrar a gatas, y para lo cual era necesario despojarse de la espada y dejarla en el exterior. De esta manera se garantizaba una actitud humilde por ambas partes y asimismo la promesa de un encuentro civilizado, exento de intenciones violentas. Y aunque creamos firmemente (y con mucha razón) que el chai es la bebida nacional de la India, no fue realmente un hecho hasta la década de los años cincuenta, momento en el que el Consejo del Té de la India (que debe su existencia a los británicos) puso en marcha una campaña para popularizar la bebida.

Lo cierto es que no exageramos al afirmar que el té en sí mismo relata la historia del mundo: el modo en que diversos pueblos viajaron de un continente a otro portando en el equipaje sus costumbres, y cómo esos hábitos se asimilaron, adaptaron y transformaron.



INDIA



Si bien el rosa vivo es el color de la India, el aroma del chai es su fragancia. Casi cada bloque de edificios, en cada pueblo o ciudad, tiene su propio encargado de preparar el chai. Se hace con té negro, generalmente Assam, cocido lentamente en leche, endulzado con azúcar, miel o panela, y especiado con canela, jengibre, anís estrellado, hinojo, pimienta, nuez moscada y clavo. “En la India lo cuecen durante bastante tiempo, por lo que sale muy rico y cremoso”, comenta Stewart (cofundadora de la conocida y reputada compañía de tés Bellocq); “cuando lo hago en casa también añado una rodaja de jengibre fresco, ya que le aporta un matiz extra y de esta manera refuerza su calidez y sensualidad”.

ISLAS BRITÁNICAS

Puede que ellos no lo descubrieran, pero nadie (excepto los chinos) adora tanto el té como los británicos. Las dos grandes aportaciones del Reino Unido al té son de hecho relativamente recientes. La primera, el Earl Grey -una mezcla de té negro en la que la nota floral distintiva se la da el aceite de bergamota- fue inventado por Charles Grey, segundo conde de Grey, en la década de 1830. La segunda, la hora del té, un tentempié que se toma en torno a las 16 horas, se le atribuye a Anna Russell, duquesa de Bedford, en 1841. No debe confundirse con el high tea o té superior, que tiene lugar entre las 17 y 19 horas y que incluye un plato caliente. Dos siglos más tarde, el té ha llegado a estar tan asociado a Gran Bretaña como la mismísima reina quien, por supuesto, es una gran apasionada de la bebida.



MARRUECOS

Todo el que haya estado en Marruecos sabe que no hay saludo o bienvenida que se precie sin un vaso (o varios) de té a la menta, el cual se prepara de dos maneras: dulce o muy dulce. “Tradicionalmente, el hombre más anciano de la casa es el encargado de prepararlo”, explica Stewart. “Este té es una combinación del explosivo té verde chino con grandes cantidades de menta fresca, y azúcar según el gusto”. Su parte favorita de la ceremonia es justo el momento de servirlo. “Se vierte levantando la tetera, a cierta distancia del vaso”, nos cuenta Stewart. Como si se estuviera escanciando sidra. “Es un ritual bello y sofisticado, pero además sirve para airear el té y reforzar su sabor, de tal manera que toda la habitación queda impregnada del aroma a menta que desprende”.



Es posible que ninguna cultura del mundo ame tanto los rituales como los japoneses. Allí, asuntos que en Occidente resultan mundanos, como la luna llena, los primeros brotes de la primavera o el cambio de color de las hojas, son motivo de celebración. Por ello no sorprende que degustar una taza de té se realice con similar elegancia y formalidad. “En su origen, la ceremonia del té era una ocupación de la élite, y a los gobernantes del antiguo Japón les proporcionaba el entorno adecuado para forjar lazos sociales”, dice Stewart. “Incluso hoy todo se cuida al detalle: el tipo de recipiente, los colores, la estación del año. Hay una sensación de armonía, de equilibrio entre lo dulce y lo amargo”. Pero más allá de la experiencia estética, la ceremonia del té es algo aún máspreciado si cabe: es un momento atemporal, cuando todo se ralentiza y lo único que requiere tu concentración es el amargo sabor del té verde en tu paladar.

INFORMACIÓN

ALIMENTARIA MÉXICO 2015
www.alimentaria-mexico.com



Alimentaria

MÉXICO

Expo Internacional de Alimentos, Bebidas y Food Service

Impulsando la industria de alimentos y bebidas
Distribución y Food Service

Por ser un evento dirigido exclusivamente a profesionales del sector, Alimentaria México se coloca como la única exposición en su tipo en nuestro país, ya que por su carácter internacional reúne a la oferta y la demanda de los subsectores de la alimentación y las bebidas, además atraer a compradores nacionales e internacionales de la distribución y del *food service*.

Las principales ventajas que **Alimentaria México** tiene tanto para visitantes como expositores son; la posibilidad de acceder a nuevos nichos de mercado gracias a la reunión que se da en el piso de exposición de los principales profesionales de la industria en búsqueda de nuevos productos y proveedores.

El contacto directo con los grandes compradores y distribuidores en México es otra gran virtud de esta expo, pues le permitirá conocer de viva voz la situación actual de la industria para replantear o reforzar sus estrategias comerciales.

Otro gran beneficio se enfoca en la obtención de una mayor rentabilidad de las inversiones realizadas en México, pues gracias al carácter global de Alimentaria se crean y fortalecen alianzas con productores internacionales. Lo que se traduce en éxito con las principales marcas del sector.

Como ya lo habíamos abordado anteriormente, **Alimentaria México** no sólo impulsa a la industria de alimentos y bebidas alrededor del mundo, sino que busca reforzarla y capacitarla en aras de un crecimiento integral.

En esta ocasión ahondaremos en las conferencias y mesas redondas orientadas y de interés para profesionales de la distribución, el *food service* y la industria en general. Pues la alimentación se da en la mesa y su crecimiento no podía estar alejada de ella.



En la pasada edición de **Alimentaria México** se contó con la Conferencia Magistral y Mesa Redonda **“Desarrollo y crecimiento de los restaurantes en México”** en la cual se presentó al sector restaurantero nacional como una de las industrias más fuertes, convirtiéndola en parte vital de la economía del país. De igual manera permitió conocer ampliamente las experiencias de importantes restauranteros sobre la mejor manera de mantenerse en este mercado tan competitivo, de cómo han logrado expandirse y como impactan al consumidor.

Entre los participantes pudimos encontrar a grandes personajes de la restaurantería mexicana; la chef **Carmen “Titita” Ramírez Degollado**, propietaria del Restaurante El Bajío; el Lic. **Fernando Del Moral**, director general de la Hacienda de los Morales; el Ing. **Federico Bernardo de Quiroz**, vicepresidente de asuntos gubernamentales de la Asociación Mexicana de Restaurantes, el Lic. **Abraham Bleier**, director general de Grupo Garabatos y como moderador Ángel Rivas, Editor Suplementos Buena Mesa del Periódico Reforma.

Así mismo se llevó a cabo la Mesa de discusión **“Tendencia de las Redes Sociales Gastronómicas, ¿realmente impactan en mi negocio?”**, la cual buscó dar pie a la reflexión sobre el verdadero poder que las nuevas tecnología tienen sobre los consumidores de los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas.

Expertos en el tema como Vivian Alderete de Dónde Comeré, Álvaro J. Gómez de Gourmetepic, Mariana Castillo de Menumanía, José Sandoval de Vinus Tripudium, Cristina Potters de Mexico Cooks y Valentina Ortiz Monasterio de Animal Gourmet coordinados por Claudio Poblete de Culinaria Mexicana, ofrecieron una serie de consejos y tácticas para mejorar la comunicación con el público.

Al siguiente día, también con temática inclinada hacia los medios de comunicación, se realizó la Mesa de discusión **“Periodistas gastronómicos con el tema Crítica y Crónica retos del periodismo culinario en Latinoamérica”**, donde especialistas en el tema como Elsie Méndez de Sabores de México, Rubén Hernández de Crónicas del Sabor, Mariana Camacho de Grupo Expansión, Nadia Luna de Crónicas del Sabor, Alejandro Zárate de Central Culinaria, Andrés Amor del Conocedor, Daniela Cachón de Culinaria Mexicana y Fernanda Balmaceda de Elgourmet.com, nuevamente coordinados por Claudio Poblete de Culinaria Mexicana, ofrecieron un panorama actual sobre las principales características y herramientas que los empresarios de la industria de alimentos y bebidas necesitan para formar parte de las publicaciones gastronómicas del momento.

Todas estas conferencias y mesas redondas se ofrecieron con un solo objetivo, otorgar a los visitantes y expositores de Alimentaria México un mundo de posibilidades para hacer crecer su empresa a niveles internacionales.

Los invitamos a que no se pierdan **Alimentaria México 2015** que se llevará a cabo del **26 al 28 de mayo** en el **Centro Banamex** de la Ciudad de México.



Pre-registro en línea SIN COSTO para visitar la exposición

Mayores informes: cvaldes@ejkrause.com

Alimentaria Exhibitions

Fira Barcelona



CIUDAD DE MEXICO
26-28 DE MAYO 2015
Centro Banamex

www.alimentaria-mexico.com

INICIO

La Cocina Mexicana

9^{NO.} FORO SABOR Y SALUD: LA NUTRICIÓN EN MÉXICO

CIENCIA(S), TECNOLOGÍA(S), CULTURA(S) E IDENTIDAD(ES)

UNIVERSIDAD DEL
CLAUSTRO DE SOR JUANA
COLEGIO DE GASTRONOMÍA

**19 DE MARZO 2015
DE 9:00 A 18:00 HORAS**

INFORMES E INSCRIPCIONES AL TEL. 51.30.33.40

IZAZAGA 92, COL. CENTRO, C.P. 06080, MÉXICO, D.F.

INICIO