

EVENTOS



INAUGURACIÓN
ALIMENTARIA MÉXICO
2015

ECONOMÍA



CANASTA BÁSICA
PRESENTA MÍNIMAS
VARIACIONES

ECONOMÍA



AUMENTA JALISCO
EXPORTACIÓN DE LIMÓN
A PAÍSES ASIÁTICOS

JURÍDICO



JURISPRUDENCIA
ACTOS ADMINISTRATIVOS



Eliges o te Eligen
**Premio al Mérito
Empresarial Restaurantero**
24 AÑOS RECONOCIENDO
A LOS MEJORES DE MÉXICO

EVENTOS



NOCHE DE SUPERHÉROES
Y PERSONAJES DE CÓMICS:
PASARELA GASTRONÓMICA

EVENTOS



SUPERIOR DE GASTRONOMÍA
INCREMENTA
OFERTA EDUCATIVA

GASTRONOMÍA



EL COCINERO MEXICANO,
MEMORIA DEL MUNDO

TECNOLOGÍA



FÁBRICAS DE VEGETALES
QUE ALIMENTAN A LA
POBLACIÓN DE CHINA



Anuncia tu **Restaurante**
y crece tu negocio



**mercado
libre**
Clasificados

PUBLÍCALO AQUÍ

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

El pasado martes 26 de mayo se llevó a cabo la inauguración de **Alimentaria México 2015** en el Centro Banamex de la Ciudad de México.

El presidium de la inauguración estuvo integrado por los principales representantes de la industria de alimentos y bebidas de nuestro país; Lic. José Navarro, Director General de **E.J. Krause de México**; Lic. Luis Musi Letayf, Vicepresidente de Enlace Institucional del Consejo Mexicano de la Carne (**COMECARNE**); Lic. Hugo Vela Reyna, Presidente Nacional de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (**CANIRAC**); la Lic. Elsa Ramírez Zamorano, Directora General de **Alfa Promoeventos**; el Ing. Luis Fernando Haro, Director General del Consejo Nacional Agropecuario (**CNA**); el Mtro. Héctor Rodrigo Hernández Rodríguez, Director General de Industrias Ligeras, en representación del Dr. Idelfonso Guajardo Villarreal, **Secretario de Economía**; el Sr. Toni Vals, Director General de **Alimentaria Exhibitions**; el Lic. Francisco Mijares Noriega, Presidente de la Asociación Mexicana de Restaurantes (**AMR**); el Lic. Armando Cobos, Presidente Ejecutivo de la Cámara Nacional de la Indus-

tria de Conservas Alimenticias (**CANAINCA**); el Lic. Arturo Cobián López, Presidente Ejecutivo de la Cámara Nacional de Fabricantes de Envases Metálicos (**CANAFEM**); y el Lic. Jonás Murillo González, Director General de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora y Similares de México (**CANAIMPA**).

Toni Vals Vidal, Director General en Alimentaria Exhibitions, hizo notar a visitantes y expositores la importancia que una exposición como Alimentaria México tiene en nuestro país, pues no sólo es una amplia conexión con la distribución y el food service mundial, sino que facilita las gestiones entre profesionales y crea las redes necesarias para que exista un máximo de oportunidades comerciales en México. Todo lo anterior respaldado por una sólida maquinaria como lo es Alimentaria, una exposición bien cimentada, con la experiencia necesaria para catapultar a México al comercio exterior.





Lic. José Navarro, Director de E.J. Krause México, dio la bienvenida al público asistente a la décimo cuarta edición de Alimentaria México, y a la novena edición de TecnoAlimentos Expo, dos exposiciones dirigidas al profesional de la industria de alimentos y bebidas, tanto del sector de la distribución, como del auto servicio, hotelería, restaurantería, catering y del food service, así como al profesional fabricante de alimentos y bebidas.

Alimentaria México se concentra en el rubro de los preparados, presentando bebidas con y sin alcohol, así como un amplio abanico de alimentos que va desde congelados, pasando por botanas, cárnicos, pescados, mariscos, entre otros. TecnoAlimentos Expo se concentra en la parte tecnológica del sector, conjuntando a las empresas fabricantes de saborizantes, colorantes, sistemas de conservación, maquinaria de procesamiento y más.

Por su parte el Lic. Hugo Vela Reyna, presidente Nacional de la Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, comentó *“La restaurantería es el segundo empleador más importante del país después del gobierno, pues en esta misma historia hay muchas historias de éxito, las cuales se han dado a través del trabajo y del crecimiento empresarial”*. Recalcando el millón y medio de empleadores directos, y los tres millones de empleadores adicionales indirectos que conforman la planilla de la industria de A&B.

La Lic. Elsa Ramírez, Directora General de Alfa Promoeventos, indicó que ambas exposiciones buscan proveer soluciones integrales, así como productos gourmet, comida saludable y productos especializados, pues la industria de alimentos se encuentra en una situación estable, ya que durante el 2013 presentó un crecimiento de 3.6 por ciento y en el 2014 un 3.5. *“México es el único país que exporta carne a China por su gran calidad. Por esas mismas relaciones comerciales con el país asiático, la industria del tequila se prevé que crecerá un 100 por ciento.*

El Ing. Luis Fernando Haro, Director General del Consejo Nacional Agropecuario, indicó que la industria de A&B es la más importante del país, ya que en el 2015 se fortaleció a través de avances tecnológicos y representa 75 por ciento dentro del PIB agro alimentario del país. Reforzando este planteamiento de crecimiento, el Mtro. Héctor Hernández Rodríguez, Director General de Industrias Ligeras, en representación oficial del Dr. Idelfonso Guajardo Villareal, Secretario de Economía, comentó que la Secretaría de Economía sigue de cerca a la industria de A&B, pues datos del INEGI indicaron que esta industria tuvo un incremento del 5 por ciento en bebidas y un 3 por ciento en alimentos, ubicándola en la posición número 9 de los diez principales productores de alimentos procesados a nivel mundial.

 FUENTE
 INFORMADOR



CANASTA BÁSICA

PRESENTA MÍNIMAS VARIACIONES

Del 18 al 22 de mayo pasado, los precios de los productos de la canasta básica en el país mostraron mínimas variaciones, siendo el aguacate el de mayor alza, al pasar de 20 a 34 pesos en mercados de Guadalajara.

De acuerdo con la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), el precio máximo del fruto se ubicó en 38.70 pesos; en tanto, la bolsa con dos kilos de azúcar se vendió en 26.49 pesos, el kilo de jitomate saladette en 19.49 pesos, el de limón en 11.20 pesos y el de cebolla en 9.90 pesos.

En tanto, en la Central de Abasto de la Ciudad de México el aguacate se vendió hasta en 30 pesos el kilo, el de jitomate en 13 pesos, el de limón en 10, el de azúcar en nueve y la cebolla se ofertó en cinco pesos el kilogramo.

En mercados de Tijuana, Baja California, el kilogramo de aguacate se ofertó hasta en 45 pesos, el de limón en 25 pesos, el de jitomate saladette en 18 pesos, el de azúcar y cebolla en 15 pesos, cada kilo, y la rejilla con 32 huevos se ofreció en un máximo de 75 pesos.

A su vez, mercados populares de Monterrey, Nuevo León, ofrecieron el kilo de aguacate en 40 pesos; el de azúcar en 19 pesos, el de ji-

tomate y cebolla en 12 pesos por kilo, respectivamente, y el de limón en 10 pesos; mientras que el blanquillo alcanzó 20 pesos el kilo.

En Mérida, Yucatán el aguacate no se pudo conseguir en mercados públicos, el huevo se cotizó en 27 pesos, el kilogramo de jitomate alcanzó 17 pesos, el de azúcar 11 pesos, la cebolla se ofreció en nueve pesos y el limón se vendió en siete pesos por kilo.

Por otra parte, mercados de Puebla ofrecieron el kilo de aguacate hasta en 32 pesos, el de jitomate se situó en 13 pesos, el de azúcar en 10 pesos, el de cebolla en ocho pesos, el de limón se ofertó en cinco pesos y el kilogramo de huevo se encontró en 23 pesos.

En Guadalajara, Jalisco el kilogramo de aguacate y de huevo alcanzaron 27 y 34 pesos por kilogramo, respectivamente, mientras que la cebolla se vendió en 10 pesos, el de azúcar en 10.50 pesos, el de limón en 10 pesos y el de jitomate en ocho pesos el kilogramo.

INICIO

FUENTE
EL SOL DE MÉXICO



AUMENTA JALISCO EXPORTACIÓN DE LIMÓN A PAÍSES ASIÁTICOS

Por su calidad e inocuidad, se incrementó la demanda de exportación del limón persa de Jalisco, particularmente a varios países asiáticos que ya aumentaron los pedidos en fechas recientes.

El titular de la Secretaría de Desarrollo Rural de Jalisco (Seder), Héctor Padilla Gutiérrez, informó que se envió el tercer contenedor de limones persa hacia Corea del Sur de este año, luego que este país abriera sus fronteras.

Mencionó que el precio que se paga en Asia por este cítrico es un incentivo que compensa el esfuerzo realizado, ya que existe un exigente protocolo que implica revisiones periódicas a las plantaciones de los limoneros de parte del gobierno del país comprador.

Además, dijo, se tiene que cumplir con los trámites ante las autoridades federales mexicanas, todo con el fin de asegurar la trazabilidad de la fruta, desde el huerto hasta el destino comercial.

Detalló que el precio pagado en Asia al limón persa va de 15 a 20 mil pesos la tonelada. Mientras que en Estados Unidos va de los cinco a 10 mil pesos; y de cuatro mil pesos en el mercado mexicano, por lo que la exportación rinde buenos dividendos.

Aseguró que es favorable esta situación para la citricultura de Jalisco, motivo para que los productores de otras empacadoras se sumen a la exportación, lo que implica cumplir con los requisitos necesarios que piden los países compradores, y los que se requieren ante el Servicio Nacional de Sanidad e Inocuidad Alimentaria (Senasica).

Indicó que las oportunidades se abren en determinadas épocas del año, tanto en Estados Unidos como en Japón y Corea del Sur. Citó que actualmente el mercado coreano ofrece un precio del doble que el que se paga en la Unión Americana, por lo que debe aprovecharse la coyuntura.





En lo que ha sido la reciente incursión en Corea del Sur, comentó que sus clientes pensaban que se trababa del limón de Veracruz debido a la fama de esta entidad como zona productora y exportadora de limón y con experiencia en el envío al exterior desde hace varias décadas.

Sin embargo, *“sorprendió de parte de sus compradores coreanos cuando se dieron cuenta que Jalisco cumple con un producto de calidad, a pesar de que la producción de este cítrico en San Martín Hidalgo inició en forma tecnificada hace apenas 15 años”*, dijo.

Padilla Gutiérrez abundó en que la organización Cítricos Selectos del mencionado municipio de la Región Valles, está abierta a concretar alianzas con más agrupaciones de

citricultores de otros municipios para aumentar su oferta exportable.

Manifestó que el objetivo es que crezca la presencia de limón jalisciense en Estados Unidos y otros países de Asia y Europa, donde ya se ha incursionado con esta fruta.

La zona citrícola de San Martín Hidalgo supone 700 hectáreas y hay planes de nuevas plantaciones. Hay dos empacadoras de limón persa; Este municipio exporta actualmente 80 por ciento de su producción.

En volumen, el principal destino de exportación es Estados Unidos; en Jalisco hay más de 20 empacadoras de esta fruta, de las que solamente dos exportan actualmente.

JURISPRUDENCIA ACTOS ADMINISTRATIVOS

Jurisprudencias publicadas la revista del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, Séptima Época / Año V / Núm. 46 / Mayo 2015.

La jurisprudencia de la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación que se derivó de la contradicción de sentencias, es del tenor siguiente:

“ACTOS ADMINISTRATIVOS. PARA CUMPLIR CON LA GARANTÍA DE LEGALIDAD PREVISTA EN EL ARTÍCULO 16 CONSTITUCIONAL, DEBEN CONTENER EL LUGAR Y LA FECHA DE SU EMISIÓN.” [N.E. Se omite transcripción consultable en Época: Novena Época, Registro: 191486, Instancia: Segunda Sala, Tipo de Tesis: Jurisprudencia, Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Tomo XII, Julio de 2000, Materia(s): Constitucional, Administrativa, Tesis: 2a./J. 61/2000, Pág.: 5].

Como se puede observar, el señalamiento de la fecha de emisión en los actos administrativos no se estableció como un simple capricho del legislador, sino atendiendo a

necesidades específicas de que el gobernado no quede en incertidumbre y esté en posibilidad de verificar las facultades del servidor público que lo emite, así como la vigencia de los preceptos legales que se aplican en dicho acto.

Cabe recordar que previo a que la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación emitiera su jurisprudencia, el Código Fiscal de la Federación en su artículo 38 no establecía la obligación de la autoridad de señalar el lugar y fecha de emisión, y fue hasta el 28 de junio de 2006 que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto mediante el cual se adiciona la fracción III de dicho precepto legal, para regular que es un requisito de los actos administrativos que se deban notificar, el señalar el lugar y la fecha de emisión.





De lo anteriormente expuesto, surge la necesidad de hacer la distinción entre la emisión del acto y su notificación al particular.

De esta manera, la emisión del acto administrativo constituye un ejercicio interno de la autoridad en la que el Titular expresa la voluntad final del Órgano que representa y en la que se delimita la situación particular de un gobernado, sea respondiendo una instancia o resolviendo un procedimiento, **sin que la sola emisión del acto administrativo afecte la esfera jurídica del gobernado, pues es hasta que se hace de su conocimiento cuando surte efectos jurídicos.**

En relación con el tema de la notificación, el Poder Judicial de la Federación ha establecido jurisprudencia en el sentido de que la notificación es la forma en que el acto administrativo se comunica a las partes como consecuencia de la exteriorización de la vo-

luntad del Estado, y que la culminación de los procedimientos que establece la ley para desarrollar la actividad administrativa, tiene como uno de sus elementos de eficacia la publicidad, que asume la forma de notificación cuando sus efectos son particulares, atento a lo cual, **no es suficiente que se declare la voluntad de la administración, sino que es imperativo que llegue a la órbita de los particulares para que produzca efectos.**

De forma que a través de la notificación, los particulares afectados conocen el contenido del acto y este adquiere eficacia porque su conocimiento les permite reaccionar en su contra.

Y que, por consiguiente, **la eficacia se consume en el momento en que quien ha sido afectado por un acto toma conocimiento de su existencia, contenido, alcance y efectos vinculatorios, NO ANTES.**

Publicado originalmente en
www.claustronomia.mx

NOCHE DE SUPERHÉROES Y PERSONAJES DE CÓMICS: LA PASARELA GASTRONÓMICA 2015

La noche del 22 de mayo, los alumnos del Colegio de Gastronomía de la Universidad del Claustro de Sor Juana, nos deleitaron con su tradicional Pasarela Gastronómica, un evento que se caracteriza por diseñar atuendos empleando alimentos.

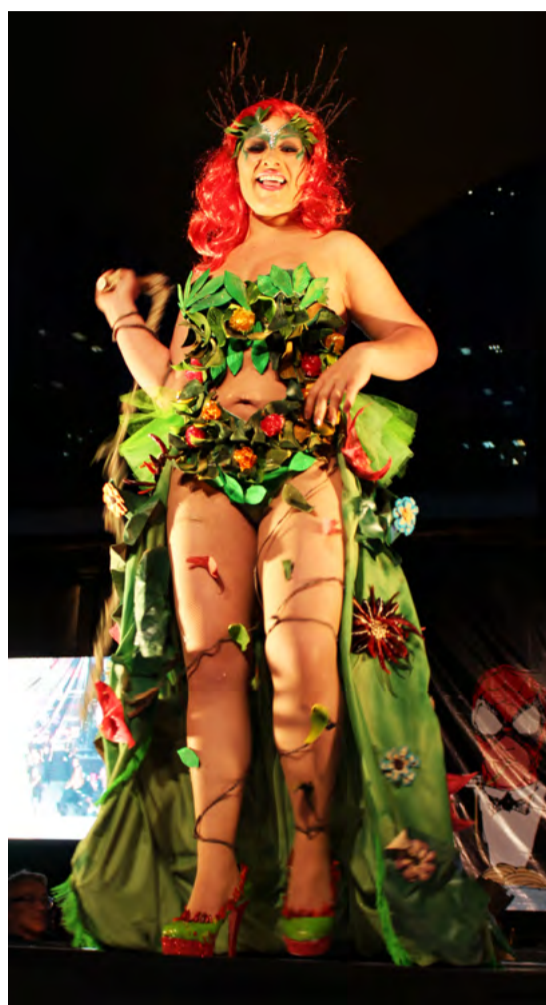
Para este noveno año, el tema fue **“Cómics: historias extraordinarias”** y el desfile contó con 26 trajes. Al igual que en ediciones anteriores, el concurso se dividió en dos categorías: general, que constó de vestimentas inspiradas en cómics internacionales de diversos géneros, y especial, donde los alumnos presentaron prendas basadas en historietas mexicanas. En la primera fueron seleccionados los tres primeros lugares y en la segunda uno.

La creatividad y el conocimiento de las técnicas culinarias son elementos clave en este concurso. Hojas de totemoxtle, maíz, chiles secos, diferentes tipos de frijol, hoja de aguacate, pepitas, chapulines, verduras deshidratadas, tortillas, caramelos, entre otros, fueron los ingredientes favoritos para confeccionar los diseños.

Algunos modelos estaban inspirados en superhéroes como Spiderman, Hulk, Hawkman y Hawkgirl, así como La Bestia de X-Men; otras surgieron de mangas japoneses como Digimon (Digimon Adventure V-Tamer 01), Sailor Moon (Pretty Soldier Sailor Moon) y los Caballeros del Zodiaco (Saint Seiya). Entre los villanos que cobraron vida se puede nombrar a Hiedra Venenosa, She-Venom, Harley Quinn y Mystique. El cómic latinoamericano estuvo presente con Mafalda, mientras que la historieta mexicana engalanó con originales atuendos basados en El Payo, Águila Solitaria y la Familia Burrón.

Los resultados del primer lugar en la categoría general fueron para “Naturaleza exótica”, de Tupac Amaru Nicasio e Izaíd Rojas; el segundo fue para “She-Venom”, de Eduardo Salazar y Ángel Estrada y el tercero para “Hawkgirl”, de Mariana Vega. En la categoría especial, el ganador fue “La Patrya”, creado por Mariela Arenas y Luis Héctor Castilla.





PRIMER LUGAR
“Naturaleza exótica”,
de Tupac Amaru Nicasio
e Izaíd Rojas.

Este atuendo estuvo inspirado en la villana del cómic Batman, Hiedra Venenosa, cuya particular belleza hacen de ella una misteriosa amante de la naturaleza y protectora del medio ambiente que emplea toxinas de plantas para cometer sus crímenes.

La modelo Lizbeth Guevara, portó un espectacular vestido cubierto principalmente de hojas de pastillaje y flores elaboradas a base de isomalt; los tacones fueron recubiertos de caramelo suave, lenteja y flores de Jamaica; las enredaderas que cubrieron sus extre-

midades estaban elaboradas de chocolate plástico.

En la parte posterior, un conjunto de motivos caracterizaron lo natural del diseño con cáscara de tomate, hoja de maíz, penca de plátano y plantas carnívoras fabricadas con chiles secos, maíz, semilla de girasol, tortilla y frijol.

Su látigo hecho de hojas de maíz representó el poder que identifica a este personaje. El tocado constó de una corona de chocolate oscuro con rosas de caramelo.



SEGUNDO LUGAR
“She-Venom”,
de Eduardo Salazar y
Ángel Estrada.

Dicho diseño estuvo basado en el personaje de Patricia Robertson, una comunicóloga que forma parte del ejército de los Estados Unidos, quien en una misión en Canadá se convirtió en She-Venom a causa de un alienígena.

Aquí, los alumnos confeccionaron un vestido de corte sirena, una de las tendencias actuales de la alta costura. La parte superior fue de látex falso creado con grenetina; en el centro se diseñó

una araña con incrustaciones de rosas pequeñas cristalizadas que simbolizaron la nobleza y bondad femenina.

En la parte inferior lucieron olanes de grenetina seca que simulaban el veneno que corría por el cuerpo de Robertson y por atrás del atuendo se colocaron burbujas de grenetina y chiles pasilla tostados, con detalles de caramelo y ceniza de tortilla, para encarnar lo amargo de su maldad.

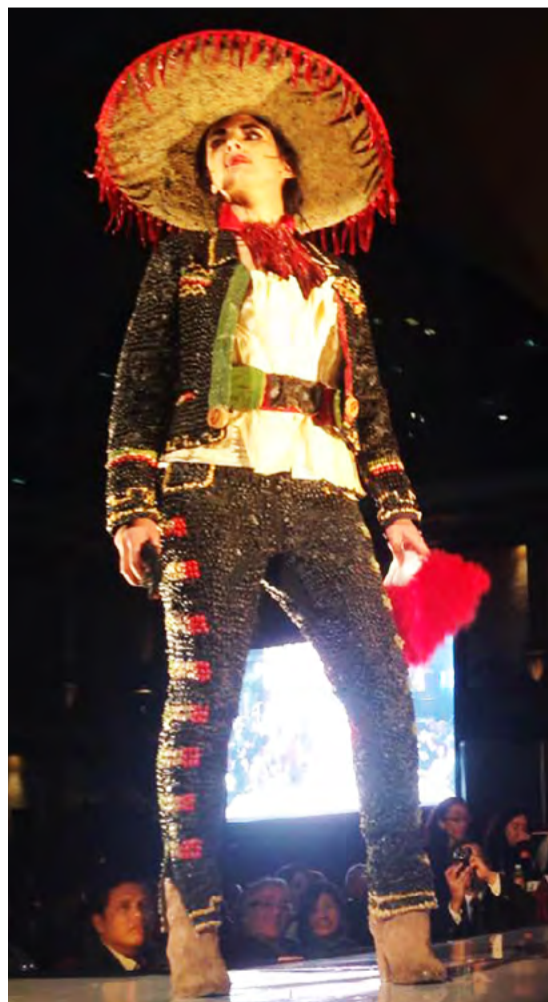


TERCER LUGAR “Hawkgirl”, de Mariana Vega.



El traje estuvo conformado por un crop top de encaje realizado con ajonjolí, falda hecha de hoja de plátano tejida, los zapatos se cubrieron de flores de Jamaica, mientras que los accesorios se elaboraron con azúcar: un brazalete de pasta quebrada con decoración de glacé royale, aretes de pastillaje con forma de mazo, velo francés y flor de isomalt.

“La Patrya”, de Mariela Arenas y Luis Héctor Castilla.



Estuvo inspirado en “El Payo: un hombre contra el mundo”, cuyo personaje principal es Juan José Panadero, un charro mexicano del pueblo Vilmayo que lucha contra los abusos e injusticias del cacique Tomás Pesquería.

El atuendo de la Patrya exhibió aplicaciones de frijol en su chaqueta y pantalón, así como maíz para los detalles. Sus botas fueron decoradas con de chocolate, maíz y pimientos de colores.

El cinturón estaba elaborado con nopal y cáscara de aguacate para simbolizar la base de la cultura mexicana. La camisa lució hojas de maíz para mostrar la importancia de este alimento en la identidad nacional. En tanto que el tocado fue realizado con chile de árbol, guajillo y jitomate.

Para los autores de este diseño, el Payo es el superhéroe mexicano que todos podríamos ser al indignarnos contra la injusticia, defender a los nuestros y actuar en favor de nuestra patria.

INFORMACIÓN

www.superiordegastronomia.edu.mx

SUPERIOR DE GASTRONOMÍA INCREMENTA OFERTA EDUCATIVA Y PRESENTA A SU NUEVO CHEF DE RESTAURANTE

El pasado 25 de mayo, el Colegio Superior de Gastronomía presentó de manera oficial sus nuevos proyectos académicos, en donde destacó la presencia del Chef Vicente Torres.

Durante el evento, el MBA Arturo Anaya Muñoz, Rector de esta casa de estudios, se dirigió a los asistentes para comunicarles las actualizaciones en temas de ampliación de la oferta académica, mejora de infraestructura e incorporación de personalidades a su planta docente. Dentro de estos se encuentran:

1. La innovación en equipamiento: actualmente cuenta con diferentes laboratorios, como el de cómputo equipado con red de datos gigabit y con uso del sistema operativo Chrome y Google Apps for Education, además de videoproyección inalámbrica en todos los salones de clase. Un laboratorio de ciencia de los alimentos, donde se experimenta con aditivos y elaboración de menús de dietas especiales, entre otros.

2. La incorporación de un huerto urbano, espacio operado por un grupo de alumnos conscientes de la necesidad de cultivo, manejo y cosecha de productos.

3. Un total de 14 hornos combi de tecnología Rational, dos hornos Baxter para la elaboración de productos de panificación, así como utensilios y equipo menor como máquinas de alto vacío, controladoras de temperatura para cocciones lentas, entre otras.

4. Actualmente el Colegio se encuentra en proceso de certificación para continuar con

el Distintivo H, así como la certificación ISO 22000, que se encuentra en fase de implementación. El certificado ServSafe se ofrece a todos los miembros de nuestra comunidad universitaria.

5. A los laboratorios de cocinas de aprendizaje donde los alumnos aprenden las técnicas, hasta las técnicas de especialidad culinaria, como la mexicana, en donde se suma la Chef Sylvia Kurczyn.

6. El posgrado en Artes Culinarias y Tendencias Europeas cuenta con un plan de estudios único en México, avalado por Culinary Arts Academy Switzerland, que otorga doble acreditación gracias al convenio que Superior de Gastronomía mantiene con esta Institución Suiza. Cada año contamos con la presencia del Chef Omar Morales, orgullo superior y chef ejecutivo del Hotel Ciutat de Tarragona, que participa durante un periodo lectivo en el que el eje es la formación profesional en creatividad conceptual gastronómica.





7. Dentro del área de Educación Continua se mantienen actualizados los programas para cursos, talleres y diplomados. El Diplomado en Alta Escuela, el Diplomado Profesional en Vinos para la Formación de Sommelier y el Diplomado en Chocolatería, Panadería y Repostería son los de mayor demanda.

8. Superior de Gastronomía inicia la Maestría en Dirección de Empresas de Alimentos y Bebidas / MBA in Food and Beverage, con fechas tentativas de inicio en octubre y febrero 2016. Su finalidad es ofrecer oportunidades de crecimiento a aquellos profesionales que cuentan con la experiencia y la visión para dirigir y hacer crecer este sector. El plan de estudios ha sido desarrollado en conjunto con representantes reconocidos de la industria, con el objetivo de apegarse a las ne-

cesidades reales de la misma, ofreciendo así una solvente visión de futuro, además de su aplicación inmediata el campo laboral.

9. El restaurante-escuela "Monte Cervino" comienza una nueva etapa práctica y académica gracias a la incorporación del Chef Vicente Torres, con la expectativa de que dicho restaurante sea una fuente de motivación, creando experiencias cada vez más cercanas a la realidad de la Industria restaurantera y de alimentos.

10. Durante el mes de agosto, la Corte de Másters Sommeliers de América, hará gala con su presencia en el Colegio para llevar a cabo el Curso Introductorio y Examen de Certificación nivel 2, este último por primera vez se realizará en México.

La ceremonia concluyó en un cóctel con cava Mas Codina Brut Reserva y canapés ofrecidos por el Chef Vicente Torres, a manera de degustación del nuevo menú del restaurante Monte Cervino.

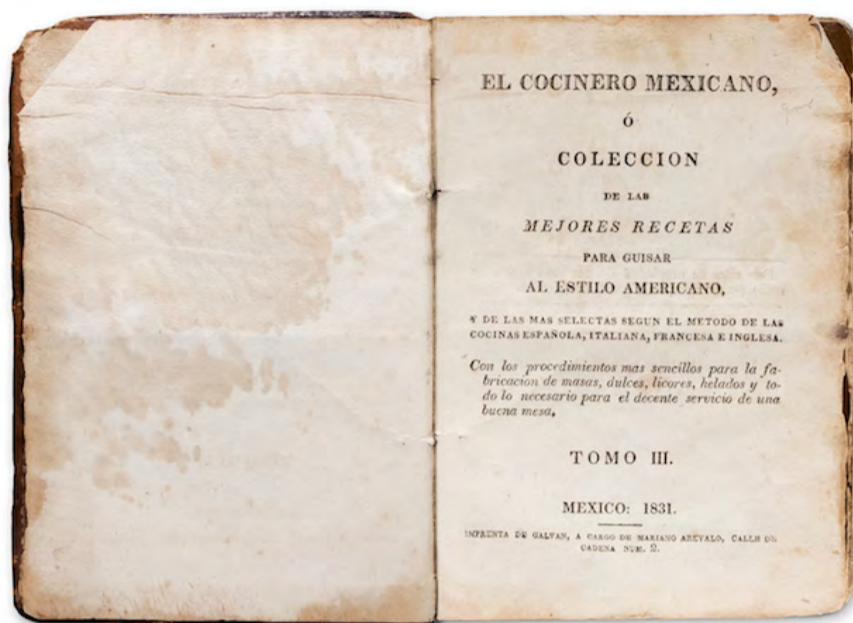
Para realizar reservaciones al restaurante "Monte Cervino", comunicarse al 5584-3800 ext. 171 a 177. El horario de desayunos es de 8:30 a 10:30 hrs. y comidas de 13:30 a 16:30 hrs.

INICIO

TEXTO

PATRICIA LÓPEZ GUTIÉRREZ
Historiadora y docente de la
Universidad del Claustro de Sor Juana

EL COCINERO MEXICANO, MEMORIA DEL MUNDO



En tiempos pasados, los manuales de cocina eran escritos que buscaban satisfacer las dudas que tenían las mujeres sobre cocina, salud y belleza. De tal modo, un manual era un texto en el que se podían encontrar agrupados muchos de los conocimientos que el “oficio de ser mujer” exigía: desde cómo prepara deliciosos platillos y bebidas con los cuales halagar el paladar de sus familias, hasta cómo con especias, flores, plantas, frutos y vegetales preparar brebajes o ungüentos paliativos o estéticos.

Poco a poco, fueron desapareciendo de estos libros los consejos de belleza y de medicina del hogar para dejar campo completo a los métodos de preparación de alimentos y a las indicaciones acerca del arte de trinchar y servir la mesa. Un notable ejemplo de tal evolución es, en su título completo, *El cocinero mexicano o Colección de las mejores recetas para guisar al estilo americano, y de las más selectas según el método de las cocinas española, italiana, francesa e inglesa. Con los procedimientos más sencillos para la fabricación de masas, dulces, licores, helados y todo lo necesario para el servicio de una buena mesa.*

Fecha en 1831, *El cocinero mexicano* distribuye su contenido en mil novecientas sesenta y siete recetas agrupadas en diecisiete tratados que indican la preparación de sopas, guisos con carnes, aves y pescados, salsas, postres, dulces, helados y licores. Este recetario entre otros editados en los años siguientes a la consumación de nuestra Independencia, es una obra pionera no sólo en la construcción de un género literario, sino también en la forja de identidad nacional así como en la edificación y pulimento de la cocina mexicana. Si bien acumula saberes culinarios, también es un espejo que refleja el estado económico, social, mental y cultural de la sociedad que lo produjo y lo consumió.

Recientemente, Fundación Herdez logró el registro de *El Cocinero mexicano* como “Memoria del Mundo, América Latina y el Caribe”, programa promovido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Vaya la presente nota como una invitación a leer este libro más que como recetario, sino como un documento que conforma nuestra historia nacional y que refuerza nuestro sentimiento pertenencia.

INICIO

FUENTE
EL FINANCIERO

FÁBRICAS DE VEGETALES QUE ALIMENTAN A LA POBLACIÓN DE CHINA

Con el objetivo de proporcionar alimentos de mejor calidad, por la expansión de la población y la reducción de los terrenos para sembrar, las fábricas en China producen frutas y verduras en serie y ya no sólo ensamblan iPhones o maquilan ropa.



Las fábricas en China ya no sólo ensamblan iPhones o maquilan ropa, también producen frutas y verduras.

Estas fábricas nacieron con el objetivo de proporcionar alimentos de mejor calidad, por la expansión de la población y la reducción de los terrenos para sembrar, explicó Qichang Yang, doctor de la Academia China de Ciencias de la Agricultura, durante el Congreso de Agricultura en Ambientes Controlados.

Las fábricas incluyen tecnología y técnicas, que permiten la producción de alimentos en serie en lugares cerrados. En la actualidad, son más de 100 plantas que venden los alimentos que producen a supermercados y restaurantes, y son consumidos en escuelas, casas y otros lugares.

En Beijing existe una fábrica de alrededor de 8 mil metros cuadrados que produce toneladas de verduras, como jitomates, papas y betabeles, por mencionar algunas.

Las japonesas Spread y Fujitsu, así como la china IEDA son algunas de las jugadoras principales en la 'fabricación' de alimentos, detalló Yang.

Spread, fundada en 2006 y que se describe como una empresa que produce vegetales sanos todo el año, libres de pesticidas y con luz artificial, tiene un capital de 10 millones de yenes, que representa alrededor de 82 mil 644 dólares.

Fujitsu reportó ingresos por 4.8 billones de yenes, que ascienden a alrededor de 39 mil 610 millones de dólares.

INICIO