

EVENTOS



MOVIMIENTO DE CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

EVENTOS



LA LLAVE DEL PROGRESO 2016

JURÍDICO



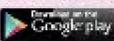
LICENCIA DE ANUNCIOS DE PROPAGANDA COMERCIAL

CAPACITACIÓN



GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

Busca nuestra App en:



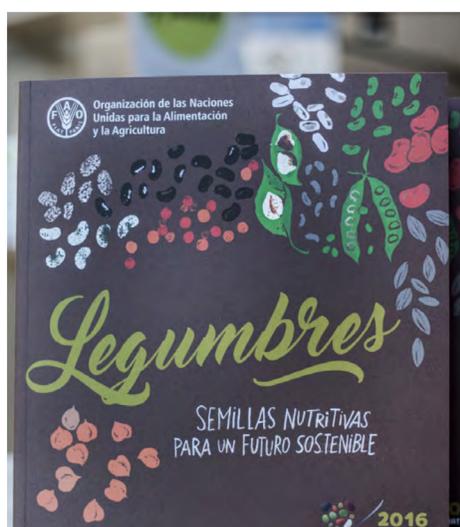
aware Prevenir es vivir...
Prevenir está en ti.
PAD PARA LA AUTO-EXPLORACIÓN DE SENOS

MUNDO



LAS SIETE CLAVES PARA ENTENDER LOS EFECTOS DEL BREXIT

GASTRONOMÍA



EL PODER DE LAS LEGUMBRES

AGRICULTURA



70% DE LOS PRODUCTORES, SIN ACCESO A SEMILLA MEJORADA

RESTAURANTES



BON JOVI ABRIÓ UN RESTAURANTE DONDE NO LE COBRA A LOS POBRES

BOLSA IMPRESA
BOLSA SIN IMPRESIÓN
con etiqueta desde 100 piezas

Lamitec
Empaque su calidad.
Pack your quality.

IP, AUTORIDADES Y CONSEJO CIUDADANO MOVIMIENTO DE CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL



El Consejo Ciudadano de la Ciudad de México y Diageo celebraron que el movimiento social “Actuando Mejor” haya impactado hasta el momento a más de 173 mil personas a través de capacitaciones y activaciones para generar el consumo responsable de alcohol en la zona de las colonias Roma - Condesa, por lo cual se amplía el programa a toda la ciudad con apoyo de la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).





Así lo anunciaron en conferencia de prensa los titulares del Consejo Ciudadano de la Ciudad de México, Luis Wertman Zaslav; de Diageo México, Erik Seiersen White; de la AMR, Francisco Mijares Noriega; de CANIRAC, Hugo Vela Reyna; y de la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial, Miguel Ángel Cancino.

En el acto, el presidente del organismo ciudadano, Luis Wertman, expuso que el programa Actuando Mejor tiene dos años en operación en la zona de las colonias Roma y Condesa, en la delegación Cuauhtémoc, donde se impactaron 200 establecimientos mercantiles entre restaurantes, bares, discotecas, tiendas de conveniencia, autoridades, vecinos y universidades.

Agregó que el impacto del programa en la zona ha permitido prácticamente erradicar la venta de alcohol a menores y fuera de horario, sobre todo en las tiendas de conveniencia; así como establecer dentro de la

formación de los nuevos policías auxiliares el taller de Actuando Mejor. Ahora, expuso, con el conocimiento adquirido en estos dos años era momento de llevar el programa a toda la ciudad.

Por su parte, el director general de Diageo México, Erik Seiersen, indicó que desde hace dos años que se originó el movimiento "Actuando Mejor" todos los esfuerzos se han focalizado en los siguientes principios: no beber y conducir; cero tolerancia a la venta de alcohol a menores; respeto a la abstinencia; consumo moderado, y fomento a la denuncia ante el Consejo Ciudadano.

En Diageo tenemos como misión construir una cultura y actitud de consumo, servicio y venta responsable de bebidas con alcohol. Para lograr una transformación es importante colaborar con aliados que estén verdaderamente comprometidos, por ello celebramos los resultados logrados hasta el momento con

Actuando Mejor y nos entusiasma la oportunidad de impactar a más personas con la suma de AMR y CANIRAC, agregó Seiersen.

Francisco Mijares Noriega, de la AMR, dijo que el objetivo de los restaurantes es tener clientes frecuentes y satisfechos, y no de una sola ocasión, de ahí la importancia de sumarse a esta iniciativa.

En el evento, el procurador Ambiental y de Ordenamiento Territorial, Miguel Ángel Cancino, se sumó al movimiento con la intención de apoyar que la actividad de los llamados antros se lleve a cabo bajo la norma, principalmente en materia de ruido, por lo que anunció que se establecerá un micrositio en su página de internet para dar a conocer los establecimientos que cumplen con la norma, principalmente de la delegación Cuauhtémoc, en una primera instancia.



El pasado jueves 23 de junio en el Hotel St. Regis de la Ciudad de México, se llevó a cabo la comida de votación para los ganadores de la Llave del Progreso 2016, organizada por AMAIT. Esta Asociación agrupa a los principales proveedores de la industria de la hospitalidad de las más diversas ramas de proveeduría. La Llave del Progreso se lleva a cabo desde 1986, y es un reconocimiento que honra a la industria turística y premia a sus más destacados hombres y mujeres. Fue creado para rendir público tributo a los ejecutivos y empresarios, restauranteros y hoteleros que con su dedicación, ejemplo, espíritu de servicio, capacidad de inversión y amor por México, han contribuido grandemente a la industria turística nacional.

Como cada año, desde hace 31 años el proceso de selección inicia por las propuestas de ternas que presentan los mismos asociados. Presentaron sugerencias y comentaron sobre los posibles nombres que en su opinión, reunían los requisitos para tal distinción.

Se valoró la labor de quienes con un sólido espíritu de servicio, actuaron a favor de los demás, creando empleos y fuentes de trabajo, capacitando y promoviendo la industria.

Posteriormente, durante la comida los invitados, tras analizar los currículos resumidos de cada persona, eligieron me-

dante voto secreto a los galardonados del año en cuatro categorías:

- **Ejecutivo Restaurantero:** Sra. Jane Pearson de Fernández Propietaria del Restaurante Sir Winston Churchill's.
- **Empresario Restaurantero:** José Cuaik Mena Presidente Ejecutivo del Grupo Hunan.
- **Ejecutivo Hotelero:** Gonzalo del Peón Suárez Presidente de AM Resorts.
- **Empresario Hotelero:** José Carlos Azcárraga, Director General de Grupo Posadas.

Entre los invitados a la comida de votación estuvieron presentes: representantes de Gobierno,

galardonados de años anteriores, presidentes de Cámaras y Asociaciones del ramo Turístico miembros de los Consejos (Consultivo y Directivo).

En una cena de gala, la noche anterior a la inauguración de ABASTUR® será el preámbulo para la entrega oficial del reconocimiento en un acto que será presidido por los consejos de AMAIT al que acompañarán, los galardonados de años anteriores, diversas las autoridades de gobierno y los presidentes de las diversas cámaras y asociaciones de la industria turística nacional.

LICENCIA DE ANUNCIOS DE PROPAGANDA COMERCIAL

FUE PUBLICADO EN LA GACETA OFICIAL DE LA CDMX DEL 30 DE JUNIO DEL 2016, AVISO AL PÚBLICO EN GENERAL MEDIANTE EL CUAL SE DA A CONOCER LA CONTINUACIÓN DE LA SEGUNDA ETAPA DE LA VENTANILLA DE PUBLICIDAD EXTERIOR, CON LA RECEPCIÓN DE SOLICITUDES PARA OBTENER LA LICENCIA DE ANUNCIOS DE PROPAGANDA COMERCIAL EN EL CORREDOR PUBLICITARIO "CALZADA PATRIOTISMO".

PRIMERO.- Se da a conocer la asignación adicional de 2 (dos) espacios para anuncios publicitarios en formato unipolar, resultado de la continuación de los trabajos de reordenamiento de anuncios de publicidad exterior en el Corredor Publicitario "Calzada Patriotismo", determinándose las siguientes ubicaciones:

UBICACIONES:

1. Av. Patriotismo No. 7, Col. Escandón 1º. Sección, Del. Miguel Hidalgo.
2. Calle 5 No. 49, Col. San Pedro de los Pinos, Del. Benito Juárez.
3. Empresa No. 8, Col. Mixcoac, Del. Benito Juárez.

SEGUNDO.- Las personas físicas y/o morales que cuenten con asignación de los espacios publicitarios de los sitios autorizados, deberán solicitar la Licencia de Anuncios de propaganda comercial en el corredor publicitario "Calzada Patriotismo", para lo cual deberán ingresar a la página de internet de la Secretaría de Desa-

rollo Urbano y Vivienda, www.seduvi.df.gob.mx, para bajar el formato de solicitud, generar la línea de captura para pago de derechos de manera electrónica e inscribir en el sistema de SEDUVI-SITE las solicitudes de sus trámites, esto a partir del día hábil siguiente a la fecha de publicación del presente aviso.





TERCERO.- Una vez que se inscriban en el sistema de SEDUVI-SITE las solicitudes de trámites, **la recepción física de las mismas se llevará a cabo en el Área de Atención Ciudadana de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, sita en Avenida Insurgentes Centro número 149, Planta Baja, Colonia San Rafael, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06470, en la Ventanilla Número 13 de "Publicidad Exterior", con un horario de atención al público en general en días hábiles de 9:00 a 13:30 horas, para lo cual se deberá presentar la Solicitud de Licencia de Anuncio de Propaganda Comercial en Corredor Publicitario con clave de formato TSEDUVI-DGAJ_LPCMC_1, documento que se encuentra registrado en la Coordinación General de Modernización Administrativa de la Oficialía Mayor de la Ciudad de México, mismo que se encuentra a disposición para su consulta e impresión en el sitio electrónico de la Secretaría de Desarrollo**

Urbano y Vivienda, www.seduvi.df.gob.mx y en el sitio electrónico de la Autoridad del Espacio Público, www.aep.cdmx.gob.mx.

Asimismo, el portal de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda presentará la calculadora electrónica para la determinación del pago de derechos y la generación de líneas de captura debidamente catalogadas y validadas por el sistema de montos variables de la Secretaría de Finanzas, única fuente de información para la captación de derechos que prevé el Código Fiscal del Distrito Federal, en razón al tipo de trámite y licencia por obtener. Únicamente se recibirá una solicitud por inmueble, misma que deberá ser ingresada dentro de los 5 (cinco) días hábiles siguientes al en que surta efectos la presente publicación.

CUARTO.- A partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, contará con un plazo de 30 días hábiles para dar respuesta a

la misma, en caso de no haberlo aplicará la negativa ficta. Asimismo, de transcurrir el plazo de quince días hábiles sin que el interesado dé seguimiento a su propuesta de reubicación mediante la presentación de la solicitud de licencia correspondiente, la Autoridad del Espacio Público determinará el plazo de retiro del anuncio de referencia.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Publíquese el presente aviso en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

SEGUNDO.- El presente Aviso surtirá efectos al día hábil siguiente al de su publicación. Dado en la Ciudad de México, a los veintidós días del mes de junio de dos mil dieciséis.

EL SECRETARIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA
(Firma)
ARQ. FELIPE DE JESÚS GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ.

PRÓXIMO TALLER | GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO



OBJETIVO	Los participantes podrán crear un PLAN de EMPRESA adaptada a los tiempos actuales con el MODELO CANVAS. Podrán planificar proyectos, actividades del restaurante o una idea de negocio. Fomentará la comprensión, debate, creatividad y análisis de los integrantes de una organización generando participación de forma ágil y sintetizada.		
TEMARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción - Presentación del Modelo de Negocio Canvas - Análisis y generación de la idea de negocio - Construcción y desarrollo en grupo del Modelo Canvas - Conversación de intercambio 		
DIRIGIDO A	Gerentes de Restaurante, Social Media, Chefs, Propietarios, Gastrónomos.		
FECHA	Martes 5 de julio, 2016	HORARIO	9:00 a 15:00 hrs.
LUGAR	Oficinas AMR, Torcuato Tasso 325 Int. 103, Col. Polanco	COSTO	\$1,500 + IVA Socios: \$1,000 + IVA
PONENTE	Juan Antonio García Pineda. Presidente y fundador de KanoboSur, facilitador del Modelo Canvas.		
INFORMES	Noemí Alarcón / nalarcon@amr.org.mx / Tel. 5250 1146 - 5531 0911		

****Incluye entrega en digital del libro Generación de Modelos de Negocios.**

INICIO

FUENTE
OK DIARIO

LAS SIETE CLAVES

PARA ENTENDER LOS EFECTOS DEL BREXIT



1. La salida de Reino Unido se produce en un momento de crisis existencial del proyecto europeo, sacudido por las secuelas económicas, políticas, sociales y financieras derivadas de la Gran Recesión, por un anémico crecimiento postrecesivo y agravadas por la avalancha de refugiados procedentes de la situación existente en Oriente Medio. En este contexto, el adiós a Europa tiene implicaciones de una extraordinaria

gravedad. Este es el aspecto relevante con independencia de cuál sea el impacto del Brexit sobre la economía de Gran Bretaña. La manifestación inmediata de ello es la pésima evolución de los mercados de capitales, lo que forzará a una acción rápida del BCE para, por ejemplo, mantener bajo control las primas de riesgo y la estabilidad financiera.



2. La economía británica es una potente fuente de demanda de los bienes y servicios producidos por los países continentales. Las importaciones británicas representan un 8% del PIB de Holanda, un 12% del irlandés, un 4% del checo, un 3% del danés, un 7% del belga o un 2,3% del español por citar algunos ejemplos. Si la Unión Europea decide castigarlos con una nueva versión del napoleónico bloqueo continental o se produjese una fuerte caída de los flujos comerciales británico-continentales, el efecto negativo sobre buena parte de las economías continentales sería muy significativo, sobre todo, en un escenario de bajo crecimiento en Europa.

3. Britania es el segundo contribuyente neto al presupuesto comunitario detrás de Alemania. Aporta el equivalente al 0,5-0,6% de su PIB a las arcas de la UE lo que representa aproximadamente el 7% de aquel. Su salida de las instituciones continentales se traducirá bien en un recorte proporcional de los gastos bien en un aumento de las contribuciones procedentes de otros Estados. En las actuales circunstancias económicas y políticas europeas, ambas medidas serían difíciles de acometer.

4. La salida del Reino Unido altera de manera sustancial el equilibrio de poderes en la UE. Bajo las actuales reglas

de votación del Consejo Europeo, los Estados más liberales -Britania, los Nórdicos y Holanda- suponen el 25% del voto en ese órgano. Este grupo ha sido paladín de la oposición a numerosas iniciativas intervencionistas y del impulso a la agenda reformista de la UE. Junto a Alemania llegan al 35%. Es decir, la minoría suficiente para bloquear cualquier propuesta iliberal. Esa capacidad de veto desaparece con lo que los Estados con mayor propensión al estatismo tendrían mayoría. En una Europa muy estatizada, necesitada de reformas contra su esclerosis y con una creciente resistencia a aplicarlas, la pérdida del contrapeso británico sería una verdadera tragedia.



5. El adiós de Gran Bretaña a la UE alimenta las fuerzas euroescépticas de izquierdas y de derechas cuya fuerza es ya significativa en muchas naciones del continente. Hay pues serias posibilidades de un contagio político con un elevado potencial centrífugo. Esto conduciría en el extremo a que otros Estados decidiesen seguir el ejemplo británico y, en todo caso, a intensificar las presiones populistas dentro de ellos para satisfacer unas demandas que resultan incompatibles con el marco institucional vigente en la UE. En este contexto, las presidenciales francesas del

año próximo adquieren un tinte dramático. El Brexit introduce a Europa en una espiral desestabilizadora de muy difícil control.

6. Por su historia, por su red de relaciones globales, por su potencia diplomática y económica, Gran Bretaña es un sofisticado soft power y un nada despreciable poder militar. El abandono británico de la UE supondría sin duda alguna una pérdida de su ya mermada capacidad de influencia en la escena internacional. En términos geopolíticos y geoestratégicos, en un mundo inestable e incierto, esto es un grave e insoluble problema. Europa

que es un gigante económico en horas bajas se transformaría en un enano político a escala mundial.

7. El Reino Unido es uno de los principales socios comerciales de España, uno de los principales destinos de la inversión española en el mundo y un inversor relevante en España. En consecuencia, al menos en el corto plazo, el Brexit tiene un impacto negativo sobre las compañías con fuertes intereses en Reino Unido, que se están viendo afectadas con mucha intensidad y cuyo comportamiento bursátil está acusando de manera intensa el Brexit.

TEXTO

JUAN ANTONIO GARCÍA PINEDA

www.kanobosur.com

EL PODER DE LAS LEGUMBRES: *GRANDES CHEFS DEVELAN SUS RECETAS EN UN NUEVO LIBRO*

Los amantes de los guisantes (arvejas), frijoles pintos, lentejas y de todo tipo de leguminosas, verán como se les abre el apetito y desarrollan sus habilidades culinarias gracias a un nuevo libro ilustrado que ofrece recetas de famosos chefs internacionales, apasionados por uno de los alimentos más versátiles del mundo: las legumbres.





La FAO presentó “Legumbres, semillas nutritivas para un futuro sostenible”, una obra que embarca a los lectores en un viaje de 190 páginas a través de la cocina mexicana y las culturas del mundo, ahondando en las ollas y las historias locales para explorar las raíces indígenas, los beneficios actuales y los sabores imperecederos de la gastronomía basada en las legumbres secas.

Además de proporcionar una visión general de las legumbres y cómo benefician a la nutrición, la salud, la biodiversidad y la seguridad alimentaria, el libro explica paso a paso qué debe buscarse a la hora de comprarlas, cómo cultivarlas en casa, y la forma de cocinarlas. Para ello acompaña a diez chefs de renombre internacional en su visita diaria al mercado y de vuelta a sus fogones para preparar tres sencillas recetas, basadas

en la legumbres, y compartir así sus secretos culinarios mejor guardados.

Y el libro no sólo se dirige al paladar de los lectores -también está lleno de información, gráficos y anécdotas curiosas sobre las legumbres: su diversidad, donde se cultivan y que países las producen y comercializan, y sobre sus características nutricionales.

“Es una publicación con abundantes ilustraciones y espléndidas fotografías, y muestra las muchas maneras en que las legumbres contribuyen a la seguridad alimentaria, la agricultura sostenible, la adaptación al cambio climático y la salud en general”, aseguró el Director General de la FAO, José Graziano da Silva en el acto de presentación hoy en Roma. *“Las legumbres -añadió- son una alternativa asequible a las*

proteínas animales y un cultivo cada vez más importante para los pequeños campesinos”.

Embajadores especiales

En la ceremonia Graziano da Silva nombró a la bloguera y escritora del Reino Unido Jenny Chandler -especializada en cuestiones alimentarias- Embajadora Especial para el Año Internacional de las Legumbres 2016 en Europa. Además de escribir en su blog, Chandler es autora de cuatro libros de cocina, entre ellos uno dedicado exclusivamente a recetas con legumbres.

La autora británica se suma a un grupo de embajadores regionales para el Año Internacional que apoyarán a la FAO en la promoción de los beneficios para la salud y el medio ambiente de las legumbres a través de eventos internacionales y los medios de comunicación.





Además de Chandler, se trata de Joyce Boye (Canadá-América del Norte), Kadambot Siddique (India-Asia), Elizabeth Mpofo (Zimbabwe-África) y Magy Habib (Egipto-Próximo Oriente). Está pendiente de ser nombrado un embajador para América Latina y el Caribe.

¿Por qué las legumbres?

De falafel al dahl y el chile, el libro muestra cómo las legumbres forman parte de la cultura alimentaria y la dieta habitual en todo el planeta y un ingrediente clave en muchos de los platos emblemáticos de las gastronomías nacionales y regionales.

Aunque de pequeño tamaño, las legumbres están llenas de proteínas: el doble de las que tiene el trigo y tres veces más que el arroz. En particular cuando se consumen con cereales, las legumbres aumentan la calidad de las proteínas de las comidas. También son ricas en

micronutrientes y vitaminas del grupo B, y el hecho de que son baratas las hace ideales para mejorar la dieta en las zonas más pobres del mundo.

Sin embargo, sus beneficios para la salud no se detienen ahí. Las legumbres son también excelentes para controlar el peso, el colesterol y la salud digestiva y para combatir la anemia en mujeres y niños. Y debido a que no contienen gluten, son ideales para las personas celíacas.

Beneficios para la biodiversidad y la adaptación al cambio climático

Debido a que las legumbres ayudan a fijar el nitrógeno en nuestros suelos, logran que las tierras de cultivo sean más sanas y productivas, haciendo a los agricultores menos dependientes de los fertilizantes sintéticos y que exista una menor huella de carbono.

Además, al mejorar la salud general del suelo, favorecen un entorno rico para los gérmenes, insectos y bacterias de diversos tipos, lo que también incrementa la biodiversidad del subsuelo. En la era del cambio climático, las legumbres tienen mucho que ofrecer a los agricultores que buscan adaptar su producción a las condiciones cambiantes del clima: con cientos de variedades para elegir, existe un tipo de legumbre para casi todos los entornos.

“Las legumbres, semillas nutritivas para un futuro sostenible”, profundiza en estos y muchos otros aspectos sobre el poder de las legumbres. El libro de tapa dura está disponible por el momento en español inglés y francés (con versiones en árabe, ruso y chino en preparación) y está a la venta por 29,95 dólares EEUU en los distribuidores de las publicaciones de la FAO.

FUENTE
2000AGRO

70% DE LOS PRODUCTORES DEL SECTOR SOCIAL, SIN ACCESO A SEMILLA MEJORADA



El 70 por ciento de los productores del sector social no usan semilla mejorada porque está roto el eslabón entre los productores y el desarrollo tecnológico de variedades, nuevas o propias, para la diversidad de regiones y microrregiones del país, afirmó el presidente de la Central Campesina Independiente (CCI), Francisco Rojas Pérez.

Por ello, consideró que existe un amplio campo de acción en la producción de semillas, debido a que no existe un organismo público que genere en cantidades suficientes las variedades desarrolladas para llevarlas a los productores del sector social.

En este sentido, señaló que el gobierno debe asumir la responsabilidad de dotar de recursos a las instituciones y centros de investigación dedicadas al desarrollo de semillas, así como apoyar a los productores para que constituyan empresas productoras o bien, retomando las acciones de la Productora Nacional de Semillas (Pronase).

“En síntesis, la CCI propone el desarrollo de una política pública integral y nacionalista que recupere la capacidad de pro-

ducir semillas de los productos básicos y estratégicos y aquellos que son de importancia alimentaria o económica para el país. Asimismo, propone que se protejan las semillas de los granos y alimentos nacionales, ya que es inaceptable que la producción de algunas semillas originarias de México como es el caso del jitomate, sea inexistente en el país”, apuntó Rojas Pérez.

La producción de semillas —destacó— es estratégica y cuestión de seguridad y soberanía alimentaria; además, el cambio climático es un nuevo factor que no se puede soslayar, por lo que las nuevas variedades resistentes al rigor climático, de ciclos más cortos, serán determinantes para garantizar en el futuro la producción agrícola de México.

Por otra parte, Francisco Rojas Pérez urgió a ordenar el mercado de semillas, ya que al ser tan limitada la oferta, los productores o distribuidores de insumos, manejan precios desproporcionados impactando considerablemente en los costos de producción, que en algunas regiones y productos significa hasta el 20 por ciento del total.

Asimismo, resaltó la necesidad de que las autoridades sancionen a empresas que defraudan a los productores entregando semilla que no es de la calidad que se declara o entregando menor peso, esto, incluso con programas de apoyo como el Programa de Incentivos para Productores de Maíz y Frijol (PIMAF).

INICIO

FUENTE
DIARIO UNO

BON JOVI

ABRIÓ UN RESTAURANTE DONDE NO LE COBRA A LOS POBRES



El músico de rock Jon Bon Jovi abrió un restaurante en el estado norteamericano de Nueva Jersey donde los pobres no pagan, a cambio de lavar sus platos luego de la comida.

El astro pop abrió junto a su esposa Dorothea y Toms River la casa de comidas Soul Kitchen, situada sobre la costa atlántica de Nueva Jersey y decidió que allí los pobres pueden sentarse a la mesa y comer sin necesidad de pagar.

“Todo el mundo debería ser capaz de comer en un restaurante,

especialmente en una sociedad donde una familia de cada cinco vive en la pobreza y donde un estadounidense de cada seis no puede comprar comida”, dijo el músico que vendió 120 millones de discos.

El restaurante es parte del plan humanitario que Jon y Dorothea impulsan a través de la “Jon Bon Jovi Soul Foundation” y en el anexo hay una escuela de cocina, un “banco de alimentos” para los sin techo, escuela para niños en situación de riesgo y un centro de orientación para los problemas de la vida

cotidiana -impuestos, la salud, el bienestar - con intención de ayudar al sector marginado a causa de la crisis o por falta de capacitación del mercado laboral.

Dorothea aseveró que en el restaurante no hay ninguna diferencia de trato: **“no hay ninguna diferencia de trato: todos reciben la misma comida porque el objetivo es vencer el hambre”.**

INICIO