

# BOLETÍN SEMANAL

JULIO 2, 2021



AMR  
ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE RESTAURANTES, A.C.  
DESDE 1948



DICARES  
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

f t i @AMRcdmx | www.amr.org.mx

## CDMX



LA CIUDAD DE MÉXICO  
CONTINÚA EN  
SEMÁFORO AMARILLO

## TURISMO



EL CNET EN ALIANZA  
CON INTERPROTECCIÓN  
PRESENTAN LA INICIATIVA  
"VIAJA SEGURO"

## RESTAURANTES



RESTAURANTES TOKS  
CELEBRA 50 AÑOS  
EN MÉXICO

## TURISMO



VISIT MEXICO APERTURA  
SU PRIMERA OFICINA  
INTERNACIONAL EN  
NUEVA YORK



22-26 OCTOBER 2021  
fieramilano



## GASTRONOMÍA



CERO BASURA Y BASADA EN  
PLANTAS: ASÍ ES LA COCINA  
CON CONCIENCIA AMBIENTAL

## TURISMO



GASTRONOMÍA, ELAS BAJO  
LA MANGA DE LA PAZ PARA  
REACTIVAR EL TURISMO

## GASTRONOMÍA



ALUMNAS DESARROLLAN  
INVESTIGACIONES PARA  
ELABORAR UN QUESO,  
UNA BEBIDA DE AMARANTO Y  
UNA JALEA DE JAMAICA

## RESTAURANTES



TERRAZA GASTRONÓMICA



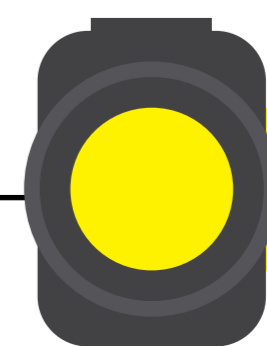
30% DE DESCUENTO EN JUEGOS PERIQUEROS  
JUEGOS RESTAURANTEROS, SILLAS Y MESAS.

Por tiempo limitado ó hasta agotar existencias, Aplican restricciones. WhatsApp: 22 24 13 40 51 www.amuebar.com



Consulta nuestro Aviso de Privacidad en [www.amr.org.mx](http://www.amr.org.mx)

General Gómez Pedraza 51 Int. 1, Col. San Miguel Chapultepec, CDMX | Tel.: 5250-1146 / 5531-0911 Juan Carlos Cuéllar | [comunicacion@amr.org.mx](mailto:comunicacion@amr.org.mx)



SEMÁFORO AMARILLO  
DEL 5 AL 11 DE JULIO



CDMX

# LA CIUDAD DE MÉXICO CONTINÚA EN SEMÁFORO AMARILLO



*Derivado de la conferencia de prensa del Gobierno de la Ciudad de México del día de hoy viernes 2 de julio de 2021, sobre el color del semáforo y la actividad Restaurantera, se les informa:*

## SEMÁFORO AMARILLO DEL 5 AL 11 DE JULIO



- Que la Ciudad de México continúa en **SEMÁFORO AMARILLO** para la próxima semana del lunes 5 al domingo 11 de julio de 2021, bajo el Programa "REACTIVAR SIN ARRIESGAR".

- **No se determinaron cambios a ninguna actividad económica** pese a que existe un incremento en enfermos por COVID 19 y en hospitalizaciones.

**Las medidas dictadas para los restaurantes continúan vigentes en los mismos términos que la semana anterior, siendo estas las siguientes:**

- Los establecimientos mercantiles que tienen como giro principal la venta de alimentos preparados, podrán brindar servicio al público conforme al horario permitido en su aviso o permiso de funcionamiento. Asimismo, podrán operar con un aforo máximo del 60% al interior de su local, con máximo 6 comensa-

les por mesa; y al aire libre con un máximo 8 comensales por mesa.

Las actividades deberán cumplir las medidas específicas de protección a la salud para cada sector, disponibles para su consulta en el enlace electrónico <http://medidassanitarias.covid19.cdmx.gob.mx> así como las siguientes:

- El Programa "CIUDAD AL AIRE LIBRE" para la colocación de Enseres Fijos. Verificar el Link [siapem.cdmx.gob.mx](http://siapem.cdmx.gob.mx), y consulta de lineamientos técnicos en [medidassanitarias.covid19.cdmx.gob.mx](http://medidassanitarias.covid19.cdmx.gob.mx)

- Las mesas al aire libre no podrá ser mayor al 75% de las mesas disponibles al interior del Establecimiento Mercantil.

- Se prohíbe fumar en espacios cerrados. En zonas de enseres al aire libre podrá destinarse una zona exclusiva para fumadores, siempre que se garantice que las personas no fumadoras en espacios abiertos estén 100% libres de humo de tabaco.

- Las mesas deberán colocarse con una distancia de 1.5 metros entre cada una y tener un diseño y tratamiento cromático unitario, con colores adecuados a la fachada del Establecimiento Mercantil y a la imagen urbana de la Colonia, Pueblo o Barrio dónde se instalen.

- **LAS MESAS EN ÁREAS EXTERIORES SERÁN HASTA 8 COMENSALES.**

- **LAS MESAS EN ÁREAS INTERIORES SERÁN HASTA 6 COMENSALES.**

- Se mantiene el distanciamiento entre mesas y el resto de las medidas sanitarias actuales y vigentes.

- El uso de QR es obligatorio para los Restaurantes.

- Filtro sanitario y uso de cubrebocas al ingresar.

- Continúa vigente el Programa **"REABRE"** para los Giros de Bares, Cantinas y Antros, exclusivamente para operar como **RESTAURANTES hasta las 24:00 horas**, conforme a los lineamientos dictados con anterioridad contenidos en el enlace electrónico <http://medidassanitarias.covid19.cdmx.gob.mx> (No abren como Bares, Antros o Cantinas).

En la Gaceta del 12 de marzo de 2021 se autorizó la reactivación del Programa "REABRE" pero únicamente en áreas exteriores al aire libre, encontrándose la Ciudad de México en semáforo naranja. Con el cambio de semáforo a color verde a partir del 7 de junio de 2021 bajo el Programa "REACTIVAR SIN ARRIESGAR", no se hizo ningún cambio al Programa "REABRE" en cuanto a que los Giros de Bares, Antros y Cantinas pudieran trabajar también en espacios cerrados, ni existe a la fecha disposición alguna en ese sentido. Por tanto, considero que EL PROGRAMA "REABRE" es aplicable en Áreas Exteriores.

- Continúan vigentes todas las medidas sanitarias dictadas tales como: Tapetes sanitizantes, toma de temperatura, registro de comensales, uso de cubrebocas, gel antibacterial al 70% de alcohol, lavado constante de manos, sana distancia de 1.5 metros entre personas, colocación de mesas de 1.5 metros de separación entre mesas, registro y uso del código QR para el ingreso al Establecimiento por parte de

los clientes, medidas de protección para los trabajadores, cubrebocas, careta que deben portar durante su jornada de trabajo.

- Se permiten Fiestas Infantiles en el Interior (aplica para Restaurantes y Salones de Fiestas) conforme a lo siguiente: Uso de cubrebocas permanente. Registrar a los invitados antes o el día del evento. Realización de Pruebas de Antígeno a los invitados para descartar posibles contagios en el evento. No alcohol. No baile. Máximo un aforo de 50 personas garantizándole un mínimo de 9 metros por persona. Las fiestas tendrán una duración hasta las 22:00 horas.

- Los Establecimientos Mercantiles que tienen como Giro principal la Venta de Alimentos Preparados podrán tener música viva, grabada o videograbada, con un límite máximo de volumen de 62 decibeles.

- Oficinas podrán trabajar con un aforo del 30%.

- Ventilación natural o en su caso recirculación de un mínimo del 40% hacia el exterior en las áreas de los comensales. Prohibida la recirculación al interior.

- La utilización de las áreas de juegos infantiles en los Establecimientos Mercantiles, con uso riguroso de cubrebocas, gel y limpieza constante.

- Interiores de Salones con Actividades Permitidas. (Se deberán cumplir las medidas sanitarias).

- Se permiten realizar en Salones cerrados lo permitido para las demás actividades económicas, observando las siguientes medidas sanitarias: Uso permanente de cubrebocas. Escaneo de QR al ingresar al Evento. Medidas de ventilación natural en espacios cerrados (CAMBIAR 40%).

- Continúan sin abrir Antros, Bares y Cantinas.

- Eventos Sociales sin restricciones de horario y aforo. (Considero que deberá ajustarse al horario y aforo permitido en su Licencia de Funcionamiento o Permiso de Impacto Vecinal).

- Gimnasios podrán funcionar con un aforo del 60%, y las restricciones dictadas en lineamientos anteriores.



## EL CNET EN ALIANZA CON INTERPROTECCIÓN PRESENTAN LA INICIATIVA "VIAJA SEGURO"



Los efectos de la pandemia, al cierre de 2020, dieron un golpe sin precedentes a la economía global y al turismo. Con la finalidad de impulsar, promover y reactivar los viajes en nuestro país de forma segura, el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), en alianza con INTERprotección, el broker de seguros líder en México y Latinoamérica, crean la iniciativa "Viaja Seguro".



Su propósito es resaltar la importancia de conocer y atender todos los protocolos de bioseguridad que, a raíz de la pandemia por COVID-19, se exigen al viajar por el país, y sobre todo de contar con asistencia de viaje ante cualquier imprevisto relacionado con dicho padecimiento. Es así que INTERprotección crea VIGO un asistente inteligente que te da la tranquilidad de disfrutar tu viaje al máximo en el que se incluye asistencia médica, asistencia de viajes y asistencia por COVID-19.

Braulio Arsuaga, presidente del CNET, explicó que la pandemia por COVID-19 vino a transformar la manera de hacer turismo no sólo en México, sino en el mundo entero, por lo que los protocolos de bioseguridad cobran una relevancia vital a la hora de viajar.

*"Sabemos que es central que, tanto prestadores de servicios como viajeros, nos adaptemos a dichos protocolos para viajar seguros, que es justo el lema de "Viaja Seguro". Esta iniciativa busca, a través de contenidos multiplataforma, sensibilizar a los viajeros de la importancia de conocer las medidas de higiene que todos debemos aplicar para viajar de una mane-*

*ra segura y responsable dentro de México",* mencionó Arsuaga.

*"Hoy más que nunca es necesario contar con un aliado al momento de viajar a algún destino en México o el mundo, no solo para protegerte de la Covid-19, sino para cualquier contratiempo que surja en el lugar que visites, como perder un vuelo, enfermarse por probar algún alimento nuevo e incluso perder tu equipaje. Por estos motivos, hemos creado esta alianza para brindar a los viajeros la seguridad que necesitan, y a la vez reactivar y apoyar la economía de nuestro país",* puntualizó Gabriela Gutiérrez, CMO de INTERprotección.

Con productos como éste se pretende dar promoción nacional e internacional a los destinos turísticos de México de manera responsable, y recobrar la confianza de los viajeros e inversionistas, fomentando una postura fundamental para la reactivación económica.

**YouTube:** Viaja Seguro Oficial

**Facebook:** viajaseguromexico

**Instagram:** @viajaseguromexico



## RESTAURANTES TOKS CELEBRA 50 AÑOS EN MÉXICO



*A partir del 1° de julio y hasta el 15 de agosto, Restaurantes Toks invita a unirse a la celebración con Los 50 de Toks, una iniciativa en la que 50 platillos y bebidas tendrán hasta 50 por ciento de descuento.*

**Restaurantes Toks**, la cadena de restaurantes perteneciente al consorcio Grupo Gigante, celebra 50 años de sabor en México. Este tiempo se ha caracterizado por una evolución aderezada de crecimiento, innovación culinaria, pasión por el servicio, atención al detalle y enfoque en las personas, elementos que lo han posicionado como una firma restaurantera de gran tradición para las familias mexicanas.

De esta manera, llega a su primer medio siglo de existencia con más de siete mil colaboradores, 192 unidades en operación en más de 20 estados y ciudades del país como Ciudad de México, Estado de México, Monterrey, Puebla, Guadalajara, Querétaro, Quintana Roo, entre otros.

Fundado el 16 de julio de 1971, Toks marcó una nueva era en el desarrollo de la industria restaurantera en México con su primera sucursal ubicada en La Villa, en la Ciudad de México, con un formato de fuente de sodas y que en ese momento el concepto de cafetería no se encontraba plenamente acuñado en el país.

El arranque de operaciones de Toks nace bajo la visión de don Ángel Losada Gómez y se complementa con la integración del empresario Jaime Alverde Goya.

*"A 50 años de existencia, Toks se ha distinguido por su objetivo inicial de ser un lugar especial para compartir con familia y amigos, donde la calidad, el sabor y la tradición de los platillos y bebidas son prioridad en nuestras mesas. Queremos celebrar esta historia con los comensales, nuestros invitados más importantes y a quienes queremos seguir ofreciendo una calidez de servicio y la mejor experiencia en todas las ciudades donde operamos",* indica Juan Carlos Alverde Losada, director general de Grupo Restaurantera Gigante.

Tan solo de 2017 a la fecha, Toks ha atendido alrededor de 120 millones de clientes, casi la población de todo el país. Asimismo, en los últimos dos años ha preparado 48 millones de deliciosos platillos, lo que equivale a cinco veces la población de la Ciudad de México, en tanto su operación diaria recibe más de una tonelada mensual de frutas y verduras.



## RESTAURANTES

Algunos de los momentos más relevantes en estos 50 años son: en 2003, cuando inicia operaciones el comisariato para garantizar la experiencia culinaria; en el mismo año se crea la iniciativa Proyectos Productivos a la que hasta la fecha se han sumado siete comunidades y casi 600 productores beneficiados con la compra de insumos a precio justo como café, mole, granola, mermelada, chocolate y nuez caramelizada.

En 2008 se crea el Instituto Toks, con el objetivo de impulsar el desarrollo de sus colaboradores, con un alto nivel de profesionalización, un sentido humano y compromiso social.

Asimismo, en 2017 se inaugura el nuevo Centro de Distribución de operación logística ubicado en calzada Azcapotzalco y con cinco mil metros cuadrados construidos, para optimizar sus procesos. Incluso, en ese mismo año el Café de Toks, uno de los Proyectos Productivos, se convierte en caso de estudio de la Universidad de Harvard. Este café orgánico proveniente de pequeños productores de la Reserva de la Biosfera del Volcán Tacaná, en el Soconusco, Chiapas, es el insumo principal de los más de 30 mil cafés que diariamente se sirven en Toks.

En lo que respecta a 2020, Toks desarrolló innovaciones para mantenerse en la preferencia de los comensales, como la creación de su programa de lealtad "A Comer Club" y la implementación del menú digital, el cobro a través de código QR y en mesa, así como la profesionalización del canal propio de Delivery y el arranque de iniciativas como Toks en casa, su oferta de platillos en presentación por kilo o medio kilo, empacados al alto vacío, para abrir, calentar y disfrutar en casa.



### Celebración con sabor

A partir del 1º de julio y hasta el 15 de agosto, Toks invita a unirse a la celebración del sabor de este 50 aniversario con "Los 50 de Toks", una iniciativa en la que 50 platillos y bebidas tendrán hasta 50 por ciento de descuento. Algunos de ellos serán el capuchino Toks con 30 por ciento de descuento; los tacos de pollo, los bísquets con mermelada y las enfrijoladas veracruzanas con 50 por ciento de descuento.

Además, por primera vez, contará con una selección de bebidas para celebrar, cuyos ingredientes estrella son Proyectos Productivos como el café y el chocolate. Esta gama de bebidas tendrá como novedades la malteada Tacaná, Golden Mojito, Café Affogato y una Margarita Frozen de mermelada de fresa y limón.

Durante el periodo de Los 50 de Toks, las vendedoras portarán uniformes del pasado, esto como homenaje a la trayectoria de medio siglo de vida de los restaurantes y como una manera de exaltar la evolución que Toks ha tenido a través de ese tiempo.

Otras novedades del menú de aniversario, a cargo del chef ejecutivo Víctor Fabela, son el Salmón a la Florentina con salsa marinera, espinacas a la mantequilla y tallarines con verduras al perejil y parmesano. Y para engalanar el gusto dulce, Toks tendrá un pastel conmemorativo de chocolate, con relleno de crema de avellana y nueces, cubierto con chocolate oscuro; mientras que la panadería que día a día se hornea, tendrá como sorpresa una concha de romero.



# VISIT MEXICO APERTURA

## SU PRIMERA OFICINA INTERNACIONAL EN NUEVA YORK

*Esta iniciativa busca atraer a los viajeros de todo el mundo a México en la era post pandemia.*

**Visit Mexico**, la plataforma digital de promoción turística de México, operada por Braintivity, inauguró las oficinas que serán sede de la agencia internacional de marketing turístico con financiación privada, las cuales están ubicadas en Midtown Manhattan en el 444 de la avenida Madison, en Nueva York, Estados Unidos.

Tras varias reuniones de trabajo con empresarios de la industria turística de México y Estados Unidos, así como con autoridades gubernamentales, se realizó la firma de un acuerdo exclusivo para formar **Visit Mexico USA**, dicho organismo tendrá la tarea de comercializar y promover el turismo de México entre los viajeros estadounidenses e internacionales.

Los ejecutivos que encabezarán las oficinas de Visit Mexico USA son el empresario e inversor inmobiliario Kent M. Swig, el ex funcionario de gobierno de Nueva York Gary K. Levi, y Álvaro Vitolo, ejecutivo de desarrollo de negocios internacionales. Junto a un equipo capacitado en generación de contenidos, estrategias digitales, marketing, desarrollo de software, salud, seguridad y bienestar ambiental, y con la presencia de diferentes autoridades del corporativo, dieron oficialmente inauguradas sus actividades el pasado 18 de junio.

*“Visit Mexico USA es una estrategia autofinanciada que está aportando un enfoque único y disruptivo a la comercialización y promoción de las maravillosas virtudes de todo México. En los últimos dos años y durante la pandemia, hemos estado desarrollando pla-*

*taformas digitales, creando alianzas internacionales y centrándonos en una estrategia que tendrá en esta primera etapa un gran impacto en los Estados Unidos”, Carlos González Director General de Braintivity y Visit México.*

La pandemia generó un impacto en la industria turística mexicana, pero al mismo tiempo permitió la innovación y desarrollo en las áreas digitales de la misma. México y Estados Unidos comparten una rica herencia y nuestro país siempre se ha distinguido por ofrecer una gran diversidad turística para todos sus visitantes, ahora con este nuevo modelo de Visit Mexico, la intención es ampliar este mensaje de una manera totalmente renovada con una campaña internacional que tiene como sede un icónico destino en el mundo de los negocios, el arte y la moda, y que espera convertirse en un referente fiel de la **riqueza cultural, histórica, gastronómica y natural** que México puede ofrecer a todo el mundo.

**México**  
visitmexico.com



# Son una gran pieza las **empresas** porque **generan empleos.**



EL BIENESTAR DE TODOS  
ES NUESTRA EMPRESA



*Voz de las Empresas*

Consejo de la Comunicación





## CERO BASURA Y BASADA EN PLANTAS: ASÍ ES LA COCINA CON CONCIENCIA AMBIENTAL



*El restaurante Silo, en Londres, es un proyecto donde no hay botes de basura porque simplemente no los necesitan. Ahí no hay empaques de plástico ni detergentes para limpiar superficies. Tampoco hay jabones no biodegradables y mucho menos envases de un solo uso.*

Rhodora, en Brooklyn, basa su cocina en conservas y optimización de ingredientes con la finalidad de no generar residuos y reducir su huella de carbono.

Desde hace unos cinco años se puso sobre la mesa de los grandes restaurantes del mundo el objetivo –y necesidad– de que las cocinas sean sustentables. Han sido años de ensayos y errores: creación de huertos, compostajes y reciclaje.

**¿Para qué?** Terminar con el desperdicio de dos terceras partes de los alimentos que se producen y atender a los 150 millones de personas que viven con hambre, según el pronóstico del Banco Mundial para octubre de 2021.

### OPERAR UN RESTAURANTE BAJO EL ESQUEMA DE CERO RESIDUOS

De acuerdo con *What a Waste 2.0*, una persona que vive en países con economías fuertes o en vías de desarrollo genera un kilo de desechos por día. Con esta cifra, **¿cómo concebir un restaurante sin un bote de basura?**

Lo primero que Douglas McMaster, mente maestra de Silo tuvo claro fue que esto no supondría ninguna ganancia económica aunque sí daría un factor de diferenciación con otros restaurantes.

Volvamos a la basura. A los residuos orgánicos los volvió el eslabón que cierra el círculo de producción: él y su equipo de investigación y desarrollo diseñaron un compostero que mediante un proceso de *digestibilización* de los residuos, en 24 horas todas las sobras de comida pueden utilizarse como abono de tierra.

**¿Qué hay de los empaques?** La mayoría de los alimentos los utilizan. Este punto toca dos temas de conciencia ambiental: todos los productos son locales, es decir, que se cultivan o crían a no más de 100 millas a la redonda. Esto disminuye la huella de carbono por transportación al tiempo que permite una relación con proveedores en los que todo se mueve en empaques de vidrio o reutilizables.

Los quesos llegan en hieleras desde las granjas, los huacales en los que les entregan los vegetales van y vienen y lo mismo sucede con los cartones de huevo. Las especias, sal, azúcar y otros no perecederos se compran siempre a granel.





En otros casos, como sucede en el restaurante FREA de Berlín, el menú es completamente vegano por lo que los insumos que se reciben son aprovechados en su totalidad mediante encurtidos, fermentos y otras conservas. Lo que sobra se composta y alimenta a su huerto doméstico.

### NO TODO ES COMIDA EN UN RESTAURANTE

Hablemos de la limpieza. En un restaurante de cero residuos como lo es Nolla en Helsinki no hay guantes de plástico para lavar trastes ni sanitizantes industriales que desprendan el cohambre de las cacerolas; ellos elaboran sus propias sustancias, las cuales se basan generalmente en vinagre, pieles de cítricos, bicarbonato y otros residuos de alimentos.

Para evitar el uso de químicos en los baños, en Silo diseñaron un sistema donde el agua de la llave filtra y limpia mediante rayos UV y también elimina las bacterias para que las personas ya no necesiten jabón.

Algo similar pasa en Nolla pues llueve la mitad del año. Ellos utilizan el clima a su favor con sistemas de captación de agua que satisfacen todas las necesidades del lugar durante todo el año.

La decoración y utilería de estos restaurantes también responde a la empatía con el medio ambiente. Tanto Nolla como Silo y FREA utilizan muebles, vajillas, cojines, mantelería, cristalería, decoraciones y plaqué creados a partir de material reciclado.

### OTRA CARA DE LA CONCIENCIA AMBIENTAL: EL ORIGEN DE LOS INGREDIENTES

En 2006, la FAO publicó el primer diagnóstico de la degradación de los ecosistemas que responsabilizaba a la ganadería para la alimentación como primer causal de daño pues no solo causa la emisión de gas metano que acrecienta el efecto invernadero sino que también desperdicia mucha agua y fomenta los monocultivos.

Ese mismo documento hace una serie de recomendaciones que se orientan a modelos alimentarios basados en plantas para regenerar la tierra y también rescatar especies vegetales nutritivas en peligro de desaparecer.

Alineado a estas sugerencias, Eleven Madison Park, uno de los restaurantes más populares de Nueva York anunció que después de un año de pandemia reabría sus puertas con un menú 100% basado en plantas también cuidando la procedencia e impacto ambiental de éstas.

Aunque hay varios lugares cuya carta es vegana y la propuesta no es nueva, este acontecimiento es un punto de partida en los restaurantes de alta cocina para que el cuidado del medio ambiente también se refleje en los platos y se convierta en una práctica habitual.

*“Estamos en un momento de coyuntura: la naturaleza nos demostró con la crisis sanitaria que todo es finito así que lo que tenemos, hay que cuidarlo. Como restauranteros la responsabilidad es mayor porque el impacto ambiental de nuestros negocios también lo es”,* Chef David Humm.



## GASTRONOMÍA



## EL CAMBIO TAMBIÉN PERMEA EN OTRAS ECONOMÍAS

En Latinoamérica y el sudeste asiático la tendencia se orienta más bien a disminuir gradualmente el consumo de insumos animales. Se acuñó el término gastronomía *plant-based*, un movimiento que aprovecha los vegetales en su totalidad y solo emplea los demás para preparaciones complementarias como fondos, salsas y terminados. Algunos restaurantes en México con este modelo de cocina son el Sud 777 y el Ticuchi.

Limitar la lista de ingredientes supone varios retos para los cocineros: buscar vegetales de calidad, optimizar sus sabores y aromas al tiempo que sorprendan a los comensales.

## ¿ES VIABLE HACER COCINA ENFOCADA EN LA EMPATÍA CON EL AMBIENTE SIN GASTAR UNA FORTUNA?

Aunque la oleada de comer con base en plantas pareciera ser más económica, hacerlo de forma correcta no lo es pues la calidad de un ingrediente dependerá siempre de la forma en la que fue cultivado y el sue-

lo del que viene, cosas que no se obtienen con bajo presupuesto.

Lo mismo sucede con los proyectos de cero residuos: requieren una inversión importante y no hay retribución económica representativa, más bien tiene que ver con motivaciones sociales y conciencia ambiental de quienes invierten el dinero.

Si bien no existen restaurantes en México que tengan lineamientos tan puristas sobre la nula generación de residuos, sí hay quienes enfocan su cocina en la calidad y origen de los ingredientes cuyo gasto compite en el mercado tanto para los empresarios como para los comensales.

En paralelo, la crisis sanitaria dejó un efecto positivo en el consumo e impulsó la economía local, la cual colabora con reducir huellas de carbono y apostar por productos de temporada, disponibles de acuerdo con la región y con una calidad superior.

La cultura de cero residuos y valoración de los ingredientes parecieran ser prácticas reservadas solo a las grandes economías por la inversión que requieren; sin embargo, los cambios paulatinos que se enfocan a la empatía y conciencia ambiental son la mejor opción de cambio para los países en desarrollo.

Fuente: Animal Gourmet

INICIO



# GASTRONOMÍA, EL AS BAJO LA MANGA DE LA PAZ PARA REACTIVAR EL TURISMO



*Esperan reproducir la incitativa del Pasaporte Gastronómico de la mano de DiDi Food en otras ciudades de México para impulsar la recuperación del sector.*

Desde el cielo, La Paz semeja un pequeño oasis donde confluyen ríos en medio del desierto, de montañas escarpadas, de dunas que avanzan lento entre el viendo, mientras a la ciudad la abraza el mar; **ya entierra, su malecón late al comprar del oleaje de barcos al paio, restaurantes, bares que poco a poco vuelven a cobrar vida** y toma un respiro después de un año complicado por la pandemia del Covid-19 que generó un desplome de visitantes, principalmente de abril a junio del año pasado.

La directora de Turismo Municipal, Carmen Rubio, cuenta que el 80% de la población vive del turismo de alguna forma, ya sea gastronómico, náutico u hotelero; y aunque ya han empezado a volver los turistas la recuperación avanza despacio por el incremento de contagios tras las elecciones y el cambio del semáforo epidemiológico.

*"En el turismo es un acabose, porque dejan de visitarnos el turismo nacional e internacional, somos de los pocos estados que estamos pasando por esta situación",* asegura la funcionaria, de hecho, estima que la recuperación del sector solo es de entre un 40 a 50%; tan solo por la pandemia y sus efectos han cerrado alrededor de 50 a 60 restaurantes en La

Paz, donde los pequeños comercios fueron los más afectados.

Según datos del gobierno estatal, si bien en años anteriores las cifras de turismo de La Paz iban en aumento muestran ahora una caída de gran proporción en la afluencia turística durante 2020, donde llegaron 286,600 pasajeros por vía aérea, **mientras que la ocupación hotelera estima que visitaron este destino 303,092 turistas.**

**Esta es la cifra más baja de ocupación hotelera que el municipio ha registrado desde 2014, cuando alcanzaron los 289.5 mil visitantes,** después cada año eran aumentos, 330.2 mil para 2015, 323.8 durante 2016, 353.6 en 2017, 427.3 mil en 2018 y su máximo de 503.7 mil turistas en 2019 antes de la pandemia.

Además, **el turismo náutico se va consolidando poco a poco en el municipio de La Paz, ya que en el 2019 fueron 5,829 los visitantes** que arribaron en mega cruceros a puertos paceños, pero a partir del confinamiento en 2020, este sector vio suspendidas sus actividades, de acuerdo con información estatal.



## TURISMO



## VOTA BOTANA, EL PLAN PARA REACTIVAR EL TURISMO GASTRONÓMICO

La oferta gastronómica **es otro pilar de La Paz, en los últimos años han surgidos restaurantes frente al malecón**, a la orilla del mar o entre sus calles, la música, el ruido de los cubiertos, el olor de sus cocinas se mezcla con el oleaje y su olor a sal.

Buscan ofrecer al comenzar platillos creativos, tratado de reflejar los sabores de México y de La Paz; donde la iniciativa **Vota Botana y el Pasaporte Gastronómico es una de sus estrategias para la reactivación económica del municipio.**

**Carmen Rubio asegura que será un parteaguas para despegar en el sector turísticos y restaurantero**, ya que *"con iniciativas como el Pasaporte Gastronómico estamos enfocando nuestro apoyo a todo tipo de ideas que sumen como esta... queremos que se siga realizando año con año en nuestro municipio y en más municipios de Baja California Sur"*.

Y es que **se trata de una guía gastronómica para que la gente pueda disfrutar de diferentes botanas que los chefs de los restaurantes** hacen especialmente, la gente puede tener su pasaporte de forma gratuita y empezar a recorrer los sitios más representativos, donde también se han sumado otros aliados, como la compañía de Delivery DiDi Food.

Para el **chef Álvaro Morales, impulsor de la iniciativa, Vota Botana podría incrementar entre un 15 o 25%** de las ventas de los restaurantes; además considera que el impacto turístico va ligado siempre con la gastronomía, por lo que espera que haga más fuerte a los restauranteros, quienes están *"pasando una mala época"*, inclusive llevarlo a otras ciudades.

**"Esperamos tenga un impacto interesante, sobre todo en tema de comunicación y gracias a este**

**proyecto y la compañía DiDi vamos a poder llevarlo a otras ciudades"**, aseguró Morales, ya que lo más importante en este momento es pasar el tema de la pandemia y reforzar la formación, así como profesionalización de sus servicios.

La iniciativa comenzó el 21 de junio y se mantendrá vigente hasta julio 2021, donde las personas podrán realizar un tour culinario entre más de 40 restaurantes participantes y votar por el platillo favorito para ser premiado.

Al respecto, **el líder de Operaciones de DiDi Food en la región Oeste, Andrés Del Cos, considera que su objetivo es apoyar la reactivación económica de Baja California Sur** tras los estragos de la emergencia sanitaria, además de ser un aliado de la industria restaurantera para impulsar sus ventas y maximizar su visibilidad en su plataforma, por lo que digitalizarán esta ruta gastronómica y sus usuarios puedan participar.

*"En momentos donde nos encaminamos a una pronta recuperación tras los estragos de la pandemia, se vuelve crucial sumar esfuerzos con distintas dependencias y organizaciones civiles para acelerar la reactivación económica y en DiDi Food nos entusiasma ser un aliado clave para lograrlo"*, aseguró el directivo.

**Para el presidente de la Canirac La Paz, Luis Aguilar, coincide en la transcendencia de este proyecto**, afirma que es algo que ha funcionado en otros lados, por lo que como asociación se sumaron al proyecto, ya que considera fortalece la gastronomía y el turismo en el municipio, pero sobre todo de reactivación económica.

*"El fin común es el de fortalecer al sector, salir de este bache en el que estamos aún atorados y el golpe sea más leve"*, asegura el representante del sector restaurantero.

Fuente: Forbes México

INICIO



## ALUMNAS DESARROLLAN INVESTIGACIONES PARA ELABORAR UN QUESO, UNA BEBIDA DE AMARANTO Y UNA JALEA DE JAMAICA

*Presentaron sus trabajos en el XII Congreso Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos y VII Congreso Internacional sobre Innovación y Tendencias en Procesamiento de Alimentos.*

Cuatro estudiantes del **Colegio de Gastronomía** de la **Universidad del Claustro de Sor Juana** desarrollan investigaciones sobre la elaboración de un queso para personas intolerantes a la lactosa, una bebida a base de amaranto y una jalea de jamaica.

Así lo dio a conocer la Dra. V Daniela Barrera García, coordinadora de titulación del Colegio de Gastronomía de la Universidad del Claustro de Sor Juana, quien agregó que ya los trabajos fueron presentados en el XII Congreso Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos y VII Congreso Internacional sobre Innovación y Tendencias en Procesamiento de Alimentos, que se llevaron a cabo en la ciudad de Guanajuato.

Paulina Elizabeth Bautista Ramírez presentó su investigación **Desarrollo de un queso tipo crema a base de kéfir para personas con intolerancia a la lactosa**; Cecilia Elizabeth de la Cruz Reyes dio a conocer **Desarrollo de una bebida alcohólica a base de amaranto** y Sofía Guadalupe Romo Calderón y Laura Itzel Sánchez Albarrán presentaron **Desarrollo de una jalea de jamaica (*Hibiscus sabdariffa L.*) utilizando sustitutos de azúcar**.

La Dra. Daniela Barrera García señaló que estas investigaciones servirán, por un lado, para la titulación de las alumnas, y por otro, son la base para futuros trabajos que complementen información y que, en consecuencia, puedan tener aplicaciones en la industria, con lo cual beneficiaría a esta población que tiene problemas con estos ingredientes.

Explicó que la licenciatura en Gastronomía cuenta con materias para fomentar estos trabajos, particularmente en séptimo y octavo semestres en donde cursan las asignaturas de Taller de investigación gastronómica I y II, lo que permite desarrollar propuestas alimentarias en el Colegio de Gastronomía.

Dijo que su participación en congresos es muy importante, ya que las alumnas comparten experiencias con investigadores nacionales e internacionales, estudiantes y profesionales que están involucrados con la Ciencia y la Tecnología de los Alimentos.

Ambos congresos se llevaron a cabo del 16 al 19 de junio, organizados por las universidades de Guanajuato y Autónoma de Nuevo León.

Fuente: Universidad del Claustro de Sor Juana

INICIO



## RESTAURANTES

## TERRAZA GASTRONÓMICA



*Pasa un día al aire libre y probando los platillos de tus restaurantes favoritos en Terraza Gastronómica.*



Qué ganas de pasar un día del fin de semana al aire libre, en una terraza, comiendo rico y disfrutando del exterior, sobre todo luego de un año de confinamiento. Y eso lo podemos hacer en **Terraza Gastronómica**, que funcionará de manera temporal en el **Campo Marte** y que tiene la intención de reactivar tanto a la industria restaurantera como a la Miguel Hidalgo, la alcaldía en donde se encuentra la sede de este evento.

En el estacionamiento del Campo Marte se instalaron seis proyectos gastronómicos que nos encantan, cada uno en un stand para que puedas acercarte y comprar tu comida favorita para después sentarte en alguna de las mesas de tipo picnic que montaron en el lugar. Además hay una barra de coctelería a cargo de Limantour y, una barra de papas a la francesa y chelas y, para el postre un camioncito de helados Roxy. Y los restaurantes que podrás probar son Butcher and Sons, Coma Pizza, Vaca Marina, San-To y Ouzeria.

Además del espacio para picnic, el Restaurante Campo Marte recibirá a cocineros invitados que armarán pop ups especiales para los asistentes que quieran comer ahí. Ya pasaron por sus cocinas Alain Fainsod de Yoru, Luis Valle de Mariscos Don Vergas y Philip David e Ignacio Salgado de Vaca Marina, estos últimos estarán cocinando para ti hasta este próximo 11 de julio (puedes enterarte de los próximos pop ups a través del IG @experienciaplus).

La Terraza Gastronómica es el espacio perfecto para pasar los fines de semana: está completamente techada, por eso de las lluvias, es apta para toda la familia y además puedes llevar a tu perrito. Así que animate a pasar el día comiendo en el exterior.

***Puedes visitar la Terraza Gastronómica de jueves a domingo, ¡es entrada libre!***





•  OpenTable®

# Salir a comer está de regreso

Reabre y recupérate, No importa en qué parte del proceso te encuentres, obtén las herramientas, la orientación y los conocimientos que te ayudarán a tener éxito.

[restaurant.opentable.com.mx/salir-a-comer-esta-de-regreso](https://restaurant.opentable.com.mx/salir-a-comer-esta-de-regreso)