

BOLETÍN SEMANAL

JULIO 30, 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



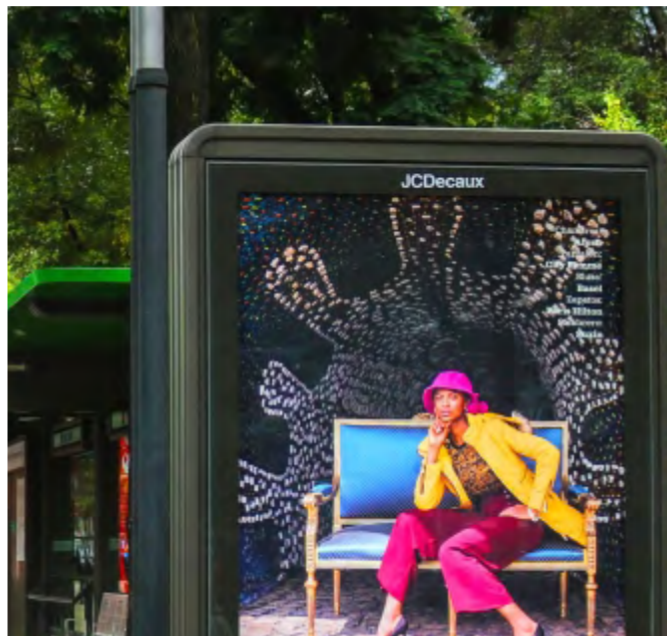
LA CIUDAD DE MÉXICO
CONTINÚA EN
SEMÁFORO NARANJA

ECONOMÍA



EL PIB DE MÉXICO CRECIÓ
19.6% EN EL SEGUNDO
TRIMESTRE DE 2021:
ES MENOS DE LO ESPERADO

CDMX



CDMX PREPARA
NUEVA LEY DE
PUBLICIDAD EXTERIOR

ECONOMÍA



HACIENDA PREVÉ
QUE ECONOMÍA CREZCA
6% EN 2021



22-26 OCTOBER 2021
fieramilano



GASTRONOMÍA



LA PANDEMIA CAMBIÓ
LA FORMA DE COMER:
TENDENCIAS QUE LLEGARON
PARA QUEDARSE

CAPACITACIÓN



LA UCSJ LANZA PROGRAMAS
PARA EMPRENDEDORES
Y COCINAS VIRTUALES

RESTAURANTES



ALSEA ALISTA INVERSIONES
POR 4,500 MDP
EN 2022 PARA ABRIR
150 RESTAURANTES

GASTRONOMÍA



GASTRÓNOMO DESARROLLA
UN TAMAL DE FRESA PARA
PACIENTES CON DIABETES
MELLITUS TIPO 2

La opción de **financiamiento más flexible para tu restaurante**, vas pagando conforme vas vendiendo



Resolvemos en **5 días** y no solicitamos ninguna garantía
Costo único, desde un principio, sabes lo que tienes que pagar, sin letras "chiquitas"

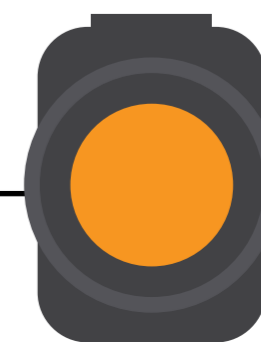
Obtén una cotización en 24 horas

Contacto:
+52 1 55 8402 1198
ismael@haycash.com.mx

Consulta nuestro Aviso de Privacidad en 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



SEMÁFORO NARANJA
DEL 2 AL 8 DE AGOSTO

CDMX

LA CIUDAD DE MÉXICO CONTINÚA EN SEMÁFORO NARANJA



Derivado de la conferencia de prensa del Gobierno de la Ciudad de México del día de hoy viernes 30 de julio de 2021, sobre el color del semáforo y la actividad Restaurantera, se les informa:

SEMÁFORO NARANJA DEL 2 AL 8 DE AGOSTO



- Que la Ciudad de México continúa en **SEMÁFORO NARANJA** para la próxima semana del lunes 2 al domingo 8 de agosto de 2021.

- **No obstante el Semáforo Naranja, no se determinaron cambios ni restricciones para la próxima semana a ninguna actividad económica autorizada. Por consiguiente:**

Las medidas dictadas para la Actividad Restaurantera continúan vigentes en los mismos términos en que están autorizadas, tales como:

- 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 comensales por mesa;

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, y consulta de lineamientos técnicos en 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://medidas-sanitarias.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.

DENTRO DE LA MISMA CONFERENCIA DE PRENSA, SE EMITIÓ UN MENSAJE DIRIGIDO PRINCIPALMENTE A LOS JÓVENES EN LAS PRÓXIMAS SEMANAS:

1. Evitar Fiestas y Reuniones y Espacios Cerrados.
2. Seguir usando el cubrebocas.
3. Si sales positivo o estuviste en contacto con algún positivo, aíslate por 10 días. Llama a LOCATEL o manda un Mensaje al 51515.

EL PIB DE MÉXICO CRECIÓ 19.6% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2021: ES MENOS DE LO ESPERADO



La economía de México creció 19.6% a tasa interanual en el segundo trimestre del año, según cifras preliminares difundidas este viernes por el instituto de estadística, INEGI.

La segunda economía más grande de América Latina registró una caída de 18.7% en el mismo periodo de 2020 por el impacto de la pandemia del coronavirus y por una recuperación de su principal socio comercial, Estados Unidos.

El Producto Interno Bruto (PIB) mexicano mostró una expansión de un 1.5% a tasa trimestral, según cifras desestacionalizadas preliminares, **por debajo del 1.7% esperado en un sondeo de Reuters, pero por arriba del repunte del 0.8% del trimestre previo.**

El INEGI detalló que el sector industrial, que representa un 30% de la actividad económica, creció 28,2% en el segundo trimestre. Por su parte, el vasto sector servicios, que representa el 60% del PIB, subió 17% y las actividades primarias crecieron 6,8%.

Frente al trimestre previo, las actividades primarias de la economía tuvieron una expansión de un 0.6%, mientras que las secundarias, compuestas principalmente por la manufactura de exportación, aumentaron en un 0.4%. Los servicios, en tanto, crecieron un 2.1%, detalló el INEGI.

La actividad económica en el país se ha venido beneficiando desde que la capital, **Ciudad de México, y otros estados comenzaron a suavizar las restricciones para hacer frente al avance de la pandemia**, aunque en las últimas semanas el país ha registrado un repunte de contagios.

Por otra parte, un alza en las exportaciones de México a Estados Unidos, con quien comparte una frontera de más de 3,000 kilómetros, también beneficiaron al país latinoamericano, pues prácticamente se duplicaron en abril y mayo a tasa interanual, aunque perdieron dinamismo en junio, según datos del INEGI.

Frente al mismo lapso del año previo, **la segunda mayor economía de América Latina se disparó un 19.7%, ligeramente menor al 19.8% que esperaban los analistas**, impulsado principalmente, por una baja base de comparación en el mismo lapso del año pasado.



“Después de ocho trimestres consecutivos con una tasa anual de crecimiento negativo, el Producto Interno Bruto finalmente en el 2021-T2 registró una tasa positiva; su valor relativamente elevado resulta de la comparación con el colapso de 2020-T2”, explicó Julio Santaella, jefe del INEGI, en su cuenta de Twitter.

El gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador evitó rebajar la carga impositiva y en su lugar apostó por la entrega de microcréditos, **programas sociales y por sus proyectos emblemáticos de infraestructura como la construcción de una refinería en Tabasco, en el sur del país.**

Tanto el autónomo banco central como el gobierno esperan que la economía tenga un rebote de entre 6 y 6,5% en todo 2021.

A inicios de junio, el Banco de México dijo en un reporte que **entre los principales riesgos que enfrenta la recuperación de la economía están retrasos en la producción o aplicación de vacunas contra el Covid-19** y cuellos de botella en las cadenas globales de suministro que afecten a sectores clave de la manufactura como el automotriz.

El INEGI dará a conocer la cifra definitiva de crecimiento del segundo trimestre el próximo 25 de agosto.

CDMX

CDMX PREPARA NUEVA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR; BUSCA RETIRAR ESPECTACULARES EN TODA LA URBE



Con este nuevo proyecto se busca generar un ambiente regulado y ordenado para todos los sectores económicos.

La jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum Pardo, dio a conocer que elaboraron una iniciativa de **Ley de Publicidad Exterior** y que busca generar un ambiente regulado y ordenado para todos los sectores económicos.

En conferencia de prensa, la mandataria local expuso que esta nueva regulación va a permitir reducir drásticamente la informalidad y la ocupación desordenada del espacio urbano, además, por medio de medidas de protección civil se busca proteger a la población local frente a situaciones de riesgo.

Precisó que son tres elementos sustantivos los que contempla la iniciativa de ley, el primero consiste en que no se permitirán más espectaculares unipolares y se ordenarán los existentes, mientras que el segundo eje obliga a que las empresas **retiren los especta-**

culares en azoteas a más tardar en un año y tercero, que se establezca una serie de ordenamientos específicos para regular de manera clara la publicidad exterior y así disminuir la contaminación visual en la urbe.

“Esos son los tres objetivos que para mí son fundamentales y que es algo que la ciudadanía desde hace mucho tiempo ha estado pidiendo. Ha sido consensuada con la gran mayoría de las empresas que se dedican a publicidad exterior en la Ciudad de México”, aseguró.

Sheinbaum Pardo acotó que por esta ley **se busca retirar los 350 espectaculares que hay en toda la urbe**, además, habrá menos de 8,000 anuncios en toda la capital.



En tanto, el titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), Carlos Alberto Ulloa Pérez, informó que este proyecto de reforma está integrado por siete ejes generales bases: mejoramiento del paisaje urbano y natural, determinación clara y precisa de los medios publicitarios permitidos y prohibidos, prevención de riesgos derivados de la instalación y permanencia de medios publicitarios, especificación de trámites y delimitación de competencias, cambios en la integración y funcionamiento del Consejo de Publicidad Exterior actual.

Así como digitalización de trámites y procedimientos, además de transición a una nueva política de publicidad exterior en beneficio de la ciudad.

Por estos siete ejes también se busca concluir en el corto plazo el Programa para el Reordenamiento de Publicidad Exterior, definir el tipo de trámite requerido para la instalación legal de publicidad exterior (ya sea autorización, permiso o licencia), dar certeza jurídica a publicistas, anunciantes y demás responsables solidarios, así como revisión sobre los medios que se encuentran prohibidos y permitidos, así como sus características.

Ulloa Pérez detalló que la iniciativa de ley también propone delimitar las competencias entre las instancias del gobierno central y las alcaldías en función de vialidades primarias, secundarias y áreas de conservación patrimonial.

A la par, se busca que las licencias solamente las emitirá el gobierno central, mientras que las alcaldías van a autorizar los anuncios de bajo impacto en vías secundarias.

Prohibirán publicidad sexista

El consejero Jurídico y de Servicios Legales, Néstor Vargas Solano, dio a conocer que esta propuesta contempla la prohibición de publicidad que contenga lenguaje sexista y que cosifique a la mujer.

“Lo que se está estableciendo en la norma es que se prohíbe toda publicidad que contenga un lenguaje sexista”, ahondó.

Será la Seduvi y el Invea los encargados de vigilar que se cumpla esta nueva norma.

HACIENDA PREVÉ QUE ECONOMÍA CREZCA 6% EN 2021

El nuevo estimado es mayor al que se proyectó en abril pasado, de 5.3%; sin embargo, es menor al que se manejó en meses pasados por los funcionarios en entrevistas y eventos, en donde pronosticaban un alza hasta de 6.5 por ciento.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) prevé que este año la economía mexicana presente un rebote de 6%, luego de la caída de 8.5% anual que se registró en el 2020 como consecuencia de la crisis económica y sanitaria del Covid-19.

El nuevo estimado es mayor al que se proyectó en abril pasado en los Pre Criterios Generales de Política Económica (PCGPE) para el 2022, de 5.3%; sin embargo, es menor al que se manejó en meses pasados por los funcionarios en entrevistas y eventos, en donde pronosticaban un alza hasta de 6.5 por ciento.

Gabriel Yorio, subsecretario de Hacienda, explicó en videoconferencia que las modificaciones del Producto Interno Bruto (PIB) se realizan en fechas específi-

cas, como los PCGPE, Informes Trimestrales y el Paquete Económico.

"Hemos tenido un mejor desempeño de la economía de lo que se esperaba (...) esto nos ha llevado a revisar las cifras y modelos econométricos (...) La economía mexicana, ahora, tiene un soporte de 6% que tendrá que ser monitoreado", dijo.

Añadió que esperan que el desempeño de la economía mexicana sea mayor en el tercer y cuarto trimestres de este año ante una mayor reapertura de la economía, pese a la tercera ola de contagios del Covid. *"No se prevén confinamientos como los del año pasado".*

Ante esto, no descartó modificar la expectativa del crecimiento del PIB para la entrega del Paquete Económico 2022, en septiembre próximo.

Asimismo, la dependencia modificó el precio promedio anual de la mezcla mexicana de petróleo de 42.1 a 58.8 dólares por barril, mientras que la plataforma de producción la pasó de 1,857 a 1,794 miles de barriles diarios.

“Con la actualización del marco macroeconómico, se prevé que los ingresos presupuestarios al cierre del 2021 sean mayores en 251,800 millones de pesos respecto a los previstos en la Ley de Ingresos de la Federación (LIF) 2021 derivado, principalmente, de mayores ingresos petroleros en 101,600 millones de pesos y de mayores ingresos tributarios no petroleros en 64,200 millones de pesos”; agregó la SHCP el Informe sobre Finanzas Públicas y la Deuda Pública del segundo trimestre de 2020.

Otras modificaciones que hizo la dependencia fueron respecto al tipo de cambio. A diferencia de lo aprobado en la LIF 2021, de 22.1 pesos por dólar, ahora espere que la moneda cotice en 20.1 pesos por dólar.

Asimismo, prevé que la deuda, en su medida más amplia, cierre en un menor nivel del previsto. Ahora, el Saldo Histórico de los Requerimientos Financieros del Sector Público (SHRFSP) se prevé en 50.8% del PIB, en lugar de 53.7% previsto.



La Industria Restaurantera **NO BAJA LA GUARDIA**

“Nuestro compromiso es con tu seguridad y tu tranquilidad”



BIENVENIDA/O



Aún enfrentamos grandes desafíos por la pandemia y el sector restaurantera mantiene y refuerza el protocolo Mesa Segura, que implementa las medidas de higiene de las autoridades mexicanas y de la Organización Mundial de la Salud.

APLICAMOS



Filtro sanitario



Gel desinfectante



Uso de cubrebocas obligatorio



Aforo permitido por las autoridades



Menú en pizarrón o QR

ADEMÁS



Capacitación permanente a empleados



Entrega de equipo a personal



Sanitización y limpieza continua

Si al visitar un restaurante detectas que no se aplican las medidas descritas, por favor envíanos tus comentarios a:

>> mesasegura@canirac.org.mx <<



Para mantener una reactivación socioeconómica segura, el compromiso es de todas y todos. Te invitamos a seguir las siguientes recomendaciones:



Mantén la sana distancia



Continúa utilizando el cubrebocas



Lávate las manos frecuentemente



Vacúnate contra COVID-19



No bajemos la guardia
y juntos contribuyamos a controlar esta pandemia



INICIO



LA PANDEMIA CAMBIÓ LA FORMA DE COMER: TENDENCIAS QUE LLEGARON PARA QUEDARSE



Todo cambió con la crisis sanitaria. Absolutamente todo, incluso nuestra forma de alimentarnos y convivir alrededor de la mesa. Algunas cosas que se quedaron en marzo de 2020 quizás regresen pero algunas otras tendencias creadas a partir de la pandemia revolucionaron nuestra forma de comer.

Ha quedado normalizado comer en la banqueta o pedir el mandado hasta la puerta de nuestras casas. También cambió la forma en la que adquirimos alimentos y de quiénes lo hacemos. Algunas son buenas noticias y alientan un comercio más justo para todos.

LAS TENDENCIAS SOBRE COMER EN PANDEMIA

¿Te volviste la señora de las plantas y ahora no solo tienes decoraciones preciosas sino hierbas aromáticas y hasta especias? ¿Prefieres pedir de cenar a quedarte en casa un viernes cuando antes no había poder humano que te mantuviera quieto? ¿Le entraste más a alimentos saludables?

No, no eres el único, todos compartimos estos cambios a medida de nuestras posibilidades.

TODO LLEGA A TU CASA

Si tienes un teléfono móvil lo más probable es que tengas instalada una -o más- aplicación de envíos a domicilio o comida para llevar. Imagínate que los usuarios de este tipo de programas **incrementó un 300% tan solo en los primeros seis meses de confinamiento.**

Seguro al principio tuviste experiencias complicadas como que tu comida llegó desecha o fría, o que te cobraran cargos extras por cosas que no pediste.

Aunque muchos prefieren salir a comer que pedir a domicilio, esta tendencia llegó para quedarse porque tiene una ventaja: practicidad. El diseño de empaques y montajes ha cambiado drásticamente y los alimentos que viajan cada vez están más adecuados para hacerlo.



Y SI SALIMOS, COMEMOS AL AIRE LIBRE

Todos los restaurantes que tienen la posibilidad de hacerlo sacaron sus mesas a las aceras, jardines y hasta estacionamientos para servir de comer ahí aunque más allá de crear tendencias, satisfacen la necesidad de convivir en espacios abiertos durante la pandemia.

Esto no solo sucede en México y Latinoamérica; de hecho, un estudio de la agencia Alix Partners en el Reino Unido aseguró que la reapertura con mesas en espacios públicos es un factor que hace la diferencia entre el cierre definitivo de un restaurante o su sobrevivencia ante la crisis económica.

En la CDMX, el programa **reactivar sin arriesgar** propone mantener este formato incluso si se llegara al semáforo verde, con la intención de que los establecimientos de alimentos y bebidas puedan mantenerse en funciones.

LA APUESTA POR LA SALUD: LOS ALIMENTOS NATURALES

Sí, al principio de la pandemia todo mundo atascó su carrito del súper de latas de atún y cajas de cereal; sin embargo, con el paso del tiempo y las declaraciones de la OMS sobre el **mantenimiento del sistema in-**

munológico como un arma contra la COVID-19, los ingredientes no procesados salieron a relucir.

El jengibre, por ejemplo, pasó de ser solo un condimento a patrocinar los antibióticos naturales en los licuados matutinos. La leche dorada hecha con cúrcuma -que también es otro antimicótico que nos regala la tierra- se colocó en el radar de todos los que buscaban bebidas reconfortantes además del café o las infusiones.

Surgieron mil y un negocios que surtían canastas de vegetales cultivados en las cercanías; aprendimos a hacer conservas en casa, pan de masa madre y a valorar cada uno de los productos de la alacena.

CONQUISTAMOS LA COCINA

Ese espacio donde hay una estufa, una cafetera, una tarja y, con suerte algo de comida dejó de ser ajeno a nuestra cotidianidad. Aprendimos a hacer panqué de plátano y otros más arriesgados hasta panes de hogaza.

Muchos descubrimos lo mágico que es comer en casa a pesar de enfrentarnos a problemas como el **cálculo de comida o cómo almacenar los alimentos para que no se echan a perder**. Todos esos aprendizajes son oro, créenos.

SEÑORA DE LAS PLANTAS... COMESTIBLES

Estuvimos encerrados en casa, un lugar que para muchos era solo para dormir y pasar los fines de semana. ¿Qué sucedió después? Pues había que ponerlo bonito. El negocio de venta de plantas online creció exponencialmente y con él, una de las tendencias más bonitas de la pandemia: cultivar plantas para comer.

Así, miles de personas utilizaron sus espacios libres para sembrar hierbas aromáticas, hortalizas y algunas especias.

MUCHO *PRIME* PERO TAMBIÉN MUCHO CONSUMO LOCAL

Las plataformas de venta en línea son una maravilla pero aceptémoslo, comprar a la gente del barrio también se disfruta.

La pandemia ayudó a que la compra a comercios locales -para comer o de ingredientes- se volviera una de las tendencias más fuertes. Valoramos la cercanía y la practicidad de conocer las habilidades del vecino.

Los tianguis y mercados sobre ruedas de barrio se convirtieron en "espacios más seguros" que los supermercados por tener la ventaja de estar al aire libre.



CAPACITACIÓN

LA UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA LANZA PROGRAMAS PARA EMPRENDEDORES Y COCINAS VIRTUALES



Inicia en agosto con el Taller de autoempleo gastronómico y los cursos Administración de negocios gastronómicos con indicadores, Trámites legales para negocios gastronómicos, Manejo higiénico de los alimentos y una Cata de cervezas.

Una de las modalidades educativas que se están desarrollando con mayor aceptación en los tiempos actuales son las cocinas virtuales, sobre todo, porque son una forma de autoempleo, señala Marco Covarrubias, director del Centro de Investigación y Capacitación en Gastronomía de la Universidad del Claustro de Sor Juana.

Entrevistado con motivo del lanzamiento del programa **Cocinas virtuales**, dijo que está dirigido a todo público que quiera profesionalizar lo que sabe, o capacitarse en algún aspecto de la gastronomía.

El programa Cocinas virtuales son clases grabadas y disponibles por cuatro meses y el resto de la oferta se refiere a programas a distancia y en vivo, donde el estudiantado recibe atención personalizada. Este es el caso de: Taller de autoempleo gastronómico, Trámites legales para negocios gastronómicos, Manejo higiénico de los alimentos y Cata de cerveza.

Covarrubias reconoce la experiencia en gastronomía que tiene la Universidad del Claustro de Sor Juana: *"Desde 1993 nuestra casa de estudios dedica parte de sus esfuerzos a esta área y desde entonces se preocupa por garantizar que su oferta gastronómica cumpla con los más altos criterios de calidad, en beneficio de la formación educativa"*.

"La nueva normalidad nos permite compartir con más personas la experiencia acumulada de casi tres décadas. Tradicionalmente, nuestras clases de cocina estaban limitadas a habitantes de la Ciudad de México y estados vecinos, ahora Cocinas virtuales podrá llegar a cualquier persona que tenga acceso a internet, sin importar en qué lugar se encuentre".

El Taller de autoempleo gastronómico y los cursos Administración de negocios gastronómicos con indicadores, Trámites legales para negocios gastronómicos, Manejo higiénico de los alimentos y una Cata de cervezas, son programas especializados en gestión de negocios de alimentos y bebidas, cuya modalidad es virtual.

También se aprenderá, de manera profesional, a cocinar pan, pasteles, postres, platillos de la gastronomía mexicana o de diferentes países, siempre con la guía de un chef especializado.

Con relación a los costos de las clases únicas en el programa de Cocinas virtuales, Covarrubias explica que son de 300 pesos por clase.

Fuente: Universidad del Claustro de Sor Juana

INICIO

ALSEA ALISTA INVERSIONES POR 4,500 MDP EN 2022 PARA ABRIR 150 RESTAURANTES



La empresa también prepara la emisión de un bono para prepagar la deuda a corto plazo y mejorar su nivel de apalancamiento.

Alsea, el operador de restaurantes de comida, retomará el ritmo de crecimiento que tenía previo a la pandemia. La compañía alista inversiones de entre 4,200 y 4,500 millones de pesos, de los cuales 40% se destinarán a la apertura de 150 nuevas tiendas en México y Europa, principalmente de las cadenas Domino's Pizza y Starbucks. La compañía no detalló en qué invertirá el resto del dinero.

Rafael Contreras, director de finanzas de la empresa, explicó que ambas marcas son las que reportan un mayor nivel de retorno. En el segundo trimestre del año, las ventas de Domino's Pizza en México incrementaron 14.3%, en comparación con el segundo trimestre del 2019, mientras que la misma marca en Colombia logró un incremento de 27.6%. Starbucks en México reportó un incremento de 14.1%, en comparación con las ventas registradas en el mismo periodo de 2019.

Las ventas de comida rápida representaron 35% del total de las ventas, mientras que las cafeterías 29%, de acuerdo con datos de su estado financiero del segundo cuarto del año.

Las apertura de nuevas tiendas ocurre después de que la empresa cerró cerca de 180 sucursales localizadas en ubicaciones poco rentables, como parte de su estrategia para hacer frente a la pandemia a través del recorte de gastos operativos. Este año, 32 restaurantes de la compañía bajaron la cortina y, de acuerdo con Contreras, no hay planes para continuar con los cierres.

"Cerraron porque los sitios no eran los mejores, por lo que estaríamos buscando ubicaciones con mayor rentabilidad", dijo el directivo en un encuentro virtual con medios para comentar sus resultados del segundo trimestre del año.

RESTAURANTES



Alista emisión de un bono en EU

Para continuar con la mejora del nivel de deuda, Alsea alista la emisión de un bono para prepagar parte de su deuda, mientras trabaja con un comité de bancos para refinanciar hacia 2026 el resto de la deuda a largo plazo.

“Tenemos una estrategia de refinanciamiento de la deuda, porque tenemos amortizaciones importantes en 2022 y 2023. Estamos trabajando con agencias calificadoras para emitir un bono en Estados Unidos a finales de septiembre u octubre, por alrededor de entre 300 y 500 millones de dólares, a un plazo de entre 5 a 7 años”, puntualizó.

A principios del mes de julio de 2020, Alsea llegó a acuerdos con bancos para la obtención de una dispensa en cuanto a diversos términos en sus contratos de crédito hasta el 30 de junio de 2021. Posterior-

mente, el 5 de abril de 2021, anunció la extensión de la dispensa anteriormente mencionada hasta el 30 de junio de 2022.

Al 30 de junio de 2021, la empresa contaba con líneas comprometidas hasta por 75.7 millones de euros, para disponer conforme sea necesario de acuerdo a la solvencia de la operación en Europa.

Ante una tercera ola de contagios de COVID-19 en México y el mundo, el director de finanzas de Alsea considera que podría haber un impacto negativo en el caso de que se determinaran nuevos cierres por restricciones de movilidad.

“Es imposible determinar el impacto porque aún no se saben las medidas que serán impuestas, pero confiamos en que las autoridades tomarán las mejores decisiones para protección de la salud de los ciudadanos, como para la reactivación económica”, refirió.

EL GASTRÓNOMO RODOLFO HERNÁNDEZ ARANZA DESARROLLA UN TAMAL DE FRESA PARA PACIENTES CON DIABETES MELLITUS TIPO 2



Su reto, realizar una reformulación de ingredientes para producir un alimento con mayor aporte de fibra y proteína de valor biológico. Dará a conocer su investigación en el congreso de la Asociación Mexicana para el Estudio Multidisciplinario del Síndrome Metabólico 2021 y en la 13° Conferencia Científica Anual sobre Síndrome Metabólico.

La investigación ***Elaboración de tamal de fresa, como alternativa de consumo para pacientes con Diabetes mellitus tipo 2***, de Rodolfo Alejandro Hernández Aranza, alumno del Colegio de Gastronomía de la Universidad del Claustro de Sor Juana (UCSJ), se dará a conocer en el congreso de la **Asociación Mexicana para el Estudio Multidisciplinario del Síndrome Metabólico A.C. 2021 (AMESI)**, a efectuarse en agosto.

Así lo informó la Dra. Aláide Jiménez Serna, profesora investigadora del Centro de Investigación y Capacitación en Gastronomía de la UCSJ, quien integra el cuerpo asesor de este estudio.

Dijo que la aplicación de esta investigación permitirá disminuir considerablemente la carga calórica respecto a un tamal ordinario, además de tener un

grado de satisfacción elevado en pacientes con esta condición.

Uno de los principales padecimientos de la población mexicana es la Diabetes mellitus tipo 2, de ahí la importancia de desarrollar un tamal que puede ser incluido en la dieta, ya que contiene un mayor aporte de fibra soluble y proteína de mayor valor biológico.

“El reto de este estudio fue realizar una reformulación de ingredientes que permitieron obtener una innovación, que es un tamal con una carga calórica menor, con más aporte de proteína, sin tener una diferencia significativa en el sabor y aspecto que caracteriza a un tamal ordinario y que por su composición física y química puede ser integrado en la dieta de personas que padezcan DM tipo 2”, explicó.



Rodolfo Alejandro Hernández Aranza, alumno del Colegio de Gastronomía presentará esta investigación el 6 y 7 de agosto en la **13° Conferencia Científica Anual sobre Síndrome Metabólico**, y que también se celebrará en paralelo la **I Cumbre Internacional Virtual Cardiometabólica y Renal**, ambas organizadas por **AMESI**.

La Dra. Alaíde Jiménez Serna destacó que esta investigación, al igual que otras que ya están en procesos finales o concluyentes, es el resultado del convenio suscrito por el Centro de Investigación y Capacitación en Gastronomía de la Universidad del Claustro de Sor Juana y el Instituto de Ciencias Aplicadas y Tec-

nología (ICAT) de la Universidad Nacional Autónoma de México.

En este caso, se formó un cuerpo asesor que estuvo integrado por las doctoras María Soledad Córdova Aguilar (ICAT-UNAM) y Alaíde Jiménez Serna (UCSJ), en colaboración con la Dra. Deni Nava Arenas (UCSJ).

También anunció que la investigación de Rodolfo Hernández Aranza competirá por alguno de los tres primeros premios que otorga la **13° Conferencia Científica Anual sobre Síndrome Metabólico**, y el trabajo se publicará en su revista anual.



USA correctamente el
CUBREBOCAS



No saludes de beso, ni de mano y
GUARDA TU DISTANCIA



LÁVATE LAS MANOS
frecuentemente



NO SALGAS
con síntomas o enfermo



VACÚNATE
contra **COVID-19**

• • •

**¡Sé responsable
y cuídate!**

• • •



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



CANIRAC
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE
RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS



DICARES
Distribución de Comida de Restaurantes, A.C.