BOLETÍN SEMANAL

FEBRERO 23, 2024

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

DICARES Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

Jurídico

OBLIGACIÓN DE LOS PATRONES DE PROPORCIONAR A TODOS SUS TRABAJADORES CAPACITACIÓN

LEER MÁS

Eventos

LA MAGIA DE LOS ACEITES DE OLIVA EUROPEOS BRILLA EN LOS WORLD OLIVE OIL AWARDS "SABOREA LA VIDA"

LEER MÁS

Economía

ECONOMÍA MEXICANA CRECIÓ 3.2% EN 2023

LEER MÁS

Capacitación

CURSO MÉTODOS PRÁCTICOS PARA EL CONTROL DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

LEER MÁS

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

LXXVI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA | Martes 27 Febrero

Somos Industria #SomosAMR

Capital Humano

IMSS ALISTA LA PUBLICACIÓN DE CRITERIOS PARA EL TELETRABAJO

LEER MÁS

Economía

CERVEZA, EL AGROALIMENTO DE MÉXICO MÁS EXPORTADO EN 2023

LEER MÁS

Capital Humano

REDUCCIÓN DE LA JORNADA LABORAL: CLAVES PARA LOGRAR LA TRANSICIÓN

LEER MÁS

Gastronomía

PABLO SAN ROMÁN: 30 AÑOS DEL CHEF VASCO EN MÉXICO

LEER MÁS

Av. Insurgentes Sur 1079 Piso 6,
Col. Nochebuena, Benito Juárez, CDMX
Tel. 55 5250 1146

AVISO DE PRIVACIDAD
Juan Carlos Cuéllar
comunicacion@amr.org.mx

Jurídico

OBLIGACIÓN DE LOS PATRONES DE PROPORCIONAR A TODOS SUS TRABAJADORES CAPACITACIÓN O ADIESTRAMIENTO

La Ley Federal del Trabajo obliga a los Patrones a proporcionar a todos los trabajadores y éstos a recibir, la Capacitación o el Adiestramiento en su trabajo que les permita elevar su nivel de vida, su competencia laboral y su productividad.

El objetivo debe alcanzarse conforme a los Planes y Programas formulados de común acuerdo, por el Patrón y el Sindicato o la mayoría de los Trabajadores.

Los Patrones podrán convenir con los Trabajadores que la Capacitación o Adiestramiento se proporcione dentro de la misma empresa o fuera de ella, por conducto de personal propio, Instructores especialmente contratados, Instituciones, Escuelas u Organismos Especializados, o bien, mediante Adhesión a los Sistemas Generales que se establezcan.

Todas las personas que impartan a los Trabajadores Capacitación o Adiestramiento deberán estar autorizados y registrados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

La Capacitación o Adiestramiento a los trabajadores deberá impartirse durante las horas de su jornada de trabajo, salvo que, atendiendo a la naturaleza de los servicios, Patrón y Trabajador convengan que pudieran impartirse de otra manera, como también en el caso de que el Trabajador desee capacitarse en una actividad distinta a la ocupación que desempeña, en cuyo supuesto, la Capacitación se realizará fuera de la jornada de trabajo.

Los Trabajadores a quienes se imparta Capacitación, quedan obligados a: Asistir puntualmente a los cursos, a atender las indicaciones de las personas que los impartan, y presentar los exámenes de evaluación, de conocimientos y aptitud o de competencia laboral que sean requeridos.

Las empresas que tengan más de 50 trabajadores constituirán Comisiones Mixtas de Capacitación, Adiestramiento y Productividad integradas por igual número de representantes de los Trabajadores y de los Patrones y serán los encargados de: Vigilar, instrumentar, operar y mejorar los Programas de Capacitación y Adiestramiento, proponer los cambios necesarios en la maquinaria, equipos y organización de trabajo, proponer las medidas acordadas por el Comité Nacional y los Comités Estatales de Productividad, vigilar el cumplimiento de los acuerdos de productividad, y resolver las objeciones que presenten los trabajadores por la distribución de los beneficios de la productividad.

Los Patrones deberán conservar a disposición de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Economía, los Planes y Programas de Capacitación, Adiestramiento y Productividad que se hayan acordado establecer, así como cualquier modificación a los Planes y Programas ya implantadas.

Los Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento se elaborarán dentro de los sesenta días hábiles siguientes a que se inicien las operaciones en el Centro de Trabajo y referirse a periodos no mayores de dos años, comprender todos los puestos y niveles existentes en la empresa, indicar las etapas durante las cuales se impartirá la Capacitación y el Adiestramiento al total de los trabajadores de la empresa, señalar el Procedimiento de Selección a través del cual se establecerá el orden en que serán capacitados los Trabajadores de un mismo puesto y categoría. Deberán basarse en Normas Técnicas de Competencia Laboral, si las hubiera para los puestos de trabajo de que se trate.

Si el patrón no conserva a disposición de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social los Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento, o cuando dichos Planes y Programas no se lleven a la práctica, será sancionado conforme a lo dispuesto por la Ley Federal del Trabajo, sin perjuicio de que la Secretaría adopte las medidas pertinentes para que el Patrón cumpla con esa obligación.

Los Trabajadores que hayan sido aprobados en los exámenes de Capacitación y Adiestramiento, tendrán derecho a que el Instructor les expida la constancia correspondiente que autentificada por la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento de la Empresa, se harán del conocimiento de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, para que lo registre y los tome en cuenta al formular el Padrón de Trabajadores Capacitados.

Cuando se implemente un Programa de Capacitación y Adiestramiento, algún Trabajador se niegue a recibir Capacitación bajo este Programa por considerar que tiene los conocimientos necesarios para el desempeño de su puesto y del Inmediato Superior, deberá acreditar documentalmente esa capacidad mediante el Certificado de Competencia Laboral o presentar y aprobar ante la Entidad Instructora el examen de suficiencia. De ser así, se le extenderá la Constancia de Capacitación o Habilidades Laborales.

La Constancia de Competencias o de Habilidades Laborales, es el documento con el que el Trabajador acreditará haber llevado y aprobado un Curso de Capacitación.

Las Empresa están obligadas a enviar a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para su registro y control, las listas de las Constancias que hayan expedido a sus Trabajadores, y tendrán efectos para fines de ascenso dentro de la empresa que haya proporcionado la Capacitación.

FUENTE: Jurídico AMR

INICIO

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

La noche del miércoles 21 de febrero quedará grabada en la memoria de los amantes de la buena cocina y el estilo de vida saludable, gracias a la celebración de los World Olive Oil Awards "Saborea la Vida". Una gran gala que tuvo lugar en el Palacio Metropolitano de Ciudad de México, con el objetivo de reconocer tanto la dedicación como el compromiso de destacados profesionales mexicanos de la gastronomía y el lifestyle que han colaborado en la promoción de los Aceites de Oliva Europeos en México.

Eventos

LA MAGIA DE LOS ACEITES DE OLIVA EUROPEOS BRILLA EN LOS WORLD OLIVE OIL AWARDS "SABOREA LA VIDA"

Bajo el resplandor de los focos y el aroma inconfundible de los Aceites de Oliva, la gala fue un verdadero festín para todos los sentidos. Los **World Olive Oil Awards "Saborea la Vida"** reconocieron el trabajo de los chefs, restaurantes, medios de comunicación, influencers y establecimientos de retail que más han destacado en la difusión de la calidad, la sustentabilidad, los beneficios nutricionales y la versatilidad de los Aceites de Oliva Europeos durante el **Olive Oil World Tour Experience, campaña impulsada por Aceites de Oliva de España en colaboración con la Unión Europea**.

De hecho, fue el broche final al éxito rotundo de esta campaña en su misión de llevar la excelencia del **"oro líquido del Mediterráneo"** a los hogares y cocinas de México.

Los galardones de los World Olive Oil Awards "Saborea la Vida" reconocieron el trabajo realizado en cinco categorías, destacando el talento y la creatividad de los nominados:

· **Mejor Establecimiento Retail:** Ingredienta, La Naval y El Palacio de Hierro fueron los establecimientos nominados en esta categoría por mimar el producto y proporcionar información detallada a sus clientes sobre los diferentes tipos de Aceites de Oliva. No obstante, **Ingredienta** se impuso a los otros dos candidatos por la influencia entre todos sus clientes, gracias a una excelente atención y a los conocimientos de su personal.

· **Mejor Influencer:** Ana Lucía Mendoza, nutrióloga; Christopher Basteris, chef de 'Hoy', programa de Televisa, y semifinalista de MasterChef; y María Cornejo, chef en @yquehagodecomer, cautivaron a sus seguidores durante el Olive Oil Tour Experience México con su entusiasmo y conocimiento sobre los Aceites de Oliva. Pero el galardón fue para **Ana Lucía Mendoza**, cuyo compromiso con el programa desde su comienzo, la difusión de las propiedades nutricionales y versatilidad en la cocina del producto y su trabajo en las redes sociales ha inspirado a miles de personas para adoptar un estilo de vida mucho más saludable.

· **Mejor Trabajo Periodístico:** Los artículos presentados por Publimetro, Expansión y Marie Claire destacaron por cuidar la información, sus narrativas y su capacidad para transmitir la riqueza y la versatilidad de los Aceites de Oliva Europeos en la cocina y cultura de México. Finalmente, fue **Publimetro** quien se alzó con el premio, debido a su compromiso con informar y educar al público sobre los múltiples beneficios de los Aceites de Oliva tanto en la cocina como en la salud de los consumidores.

· **Mejor Restaurante:** Los nominados Bulla, Zeru San Ángel y Cuina ofrecen vivencias gastronómicas únicas y deliciosas y proponen exquisitos platos cocinados con el "oro líquido del Mediterráneo", mostrando su gran versatilidad en las propuestas. No obstante, el premio fue para el restaurante **Cuina**, cuya cocina creativa y uso innovador del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) ha dejado huella en la escena culinaria mexicana, destacando su apuesta extraordinaria en el manejo del producto en los postres.

· **Mejor Chef Rising Star:** La competencia estuvo reñida entre Fernando Martínez, chef Ejecutivo de Migrante y Kun Reforma; Isaac Herrera, chef Ejecutivo de Carolo y Casa O; y Alexis Ayala, chef Ejecutivo de Pargot. La distinción finalmente fue para **Isaac Herrera**, cuyo entusiasmo por transformar la cocina tradicional mexicana en una propuesta irresistible, cocinada con AOVE, conquista cada vez más paladares.

Grupo Modelo México · Coca-Cola · Grupo Herdez Expertos Food Service · Seguros Sura · Rappi · Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

Unos premios con un jurado de altura

La decisión del jurado, compuesto por distinguidos miembros del ámbito gastronómico y periodístico, no fue fácil. **Luis Cepeda**, periodista y cronista gastronómico, y **Teresa Pérez**, gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, presidieron el panel de expertos que evaluó cada nominación con meticulosidad. Ambos estuvieron acompañados por **María Forcada**, editora en jefe de Food&Wine en español; **Jacqueline Rosenzweig**, directora General de la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR); **Raquel Díaz**, directora de Marketing de Aceites de Oliva de España; **César de la Parra**, Chef Embajador de los Aceites de Oliva Europeos; y la popular TV Host y lifestyle influencer, **Edna Monroy**.

La gala también acogió la presentación del **libro 'Cocina Mexicana más saludable con Aceites de Oliva'** de Luis Cepeda y una degustación de **12 experiencias gastronómicas** elaboradas con AOVE, que fusionaron lo mejor de la cocina mexicana y mediterránea. Desde cocktails hasta mocktails, pasando por vinagretas, escabechados, frituras, estofados, salteados, marinados, confitados, salas y postres, entre otras creaciones, que demostraron la versatilidad del AOVE dentro de la cocina.

Impacto positivo de la campaña en México

La gala fue el colofón a la iniciativa Olive Oil World Tour Experience, que tras dos años ha alcanzado resultados excepcionales que demuestran el impacto positivo que los Aceites de Oliva de Europa pueden tener en la sociedad mexicana. Según un estudio independiente elaborado por Ikerfel, los efectos han sido notables: se ha incrementado el conocimiento sobre los Aceites de Oliva en más del 30% y la intención de compra ha aumentado en un 4% en el primer año de promoción. Además, un 74% de los consumidores asocian los Aceites de Oliva Europeos con un producto sostenible y premium, reflejando el compromiso con la calidad y la salud que promueve la campaña.

"Estamos encantados de ver el impacto positivo que el Olive Oil World Tour Experience ha tenido en México. Esta noche de celebración ha sido un reconocimiento a todos los que han trabajado para promover la calidad y versatilidad de los Aceites de Oliva de Europa. Estamos emocionados de haber hecho posible este viaje y haber inspirado a los mexicanos a descubrir el sabor y los beneficios de nuestro oro líquido", declaró Teresa Pérez, gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, al finalizar el evento.

Todos estos beneficios que ofrecen los Aceites de Oliva de Europa dentro de una dieta equilibrada están recogidos en la web de la campaña:

www.saborealavida.mx

Grupo Modelo México · Coca-Cola · Grupo Herdez Expertos Food Service · Seguros Sura · Rappi · Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
WORLD LEADERS

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español es una organización sin ánimo de lucro, constituida por las entidades que representan a los diversos agentes del sector del Aceite de Oliva (olivareros, cooperativas, industriales, envasadores y exportadores) con el objetivo de servir como herramienta de mejora sectorial.

España, líder tanto por calidad como por cantidad de Aceites de Oliva producidos y comercializados, es a su vez el mayor exportador del mundo. Por esa razón, la Interprofesional trabaja para que el mayor número de consumidores aprecie la calidad de sus aceites, la cual va ligada a su origen europeo en España.

La Interprofesional, a través de su marca **'Aceites de Oliva de España'**, desarrolla campañas de promoción en el mercado español y los internacionales, fomentando el consumo del producto a nivel mundial, abriendo nuevos mercados y mejorando su posicionamiento en aquellos en los que ya está presente.

Además, la Interprofesional impulsa y lidera multitud de programas de I+D+i para potenciar los procesos de innovación en los ámbitos relacionados con los Aceites de Oliva: cultivo, tecnología alimentaria y salud.

Asimismo, la Interprofesional cumple una función de herramienta de conocimiento. Genera información que sirve de ayuda al sector para adoptar decisiones estratégicas, en particular las ligadas a los mercados.

@saborealavidamx

FUENTE: Aceites de Oliva de España · Saborea la Vida

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

GRUPO MODELO MÉXICO
Coca-Cola
GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE
SEGUROS sura
Rappi
JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

Economía

ECONOMÍA MEXICANA CRECIÓ 3.2% EN 2023

En los últimos tres meses del año pasado, el PIB de México creció 0.1%, comparado con el periodo julio-septiembre, informó el Inegi.

La economía de México ralentizó su ritmo de crecimiento en el cuarto trimestre de 2023, en línea con lo que se había estimado preliminarmente, en medio de un avance del sector servicios que compensó un declive de las actividades agropecuarias y las manufacturas.

El Producto Interno Bruto (PIB) creció 0.1% en el cuarto trimestre del año pasado frente al periodo julio-septiembre, su menor ritmo desde el tercer trimestre de 2021, de acuerdo con cifras finales desestacionalizadas divulgadas el jueves por el instituto de estadística, Inegi.

El avance estuvo encabezado por un incremento del 0.3% en las actividades terciarias -que abarcan servicios-. En contraste las primarias -que incluyen la agricultura, la pesca y la minería- cayeron un 1% y las secundarias -que engloban las manufacturas- descendieron un 0.1%.

Para todo el año pasado, el crecimiento económico del país fue del 3.2% con datos desestacionalizados, ligeramente mayor al cálculo preliminar de un 3.1% ofrecido por INEGI a finales de enero.

Las actividades secundarias registraron un crecimiento anual de 3.5%, las primarias de 3.1% y las terciarias 3.1%.

A tasa anual, el PIB creció un 2.5% en el cuarto trimestre, un dato también levemente superior al 2.4% estimado anteriormente, producto de un aumento de un avance de 2.8% de las actividades secundarias, 2.4% de las terciarias, mientras que las actividades primarias registraron un avance ce 0.3%.

FUENTE: Expansión

INICIO

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

DEL MORAL ASESORES

Capacitación

CURSO: MÉTODOS PRÁCTICOS PARA EL CONTROL DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

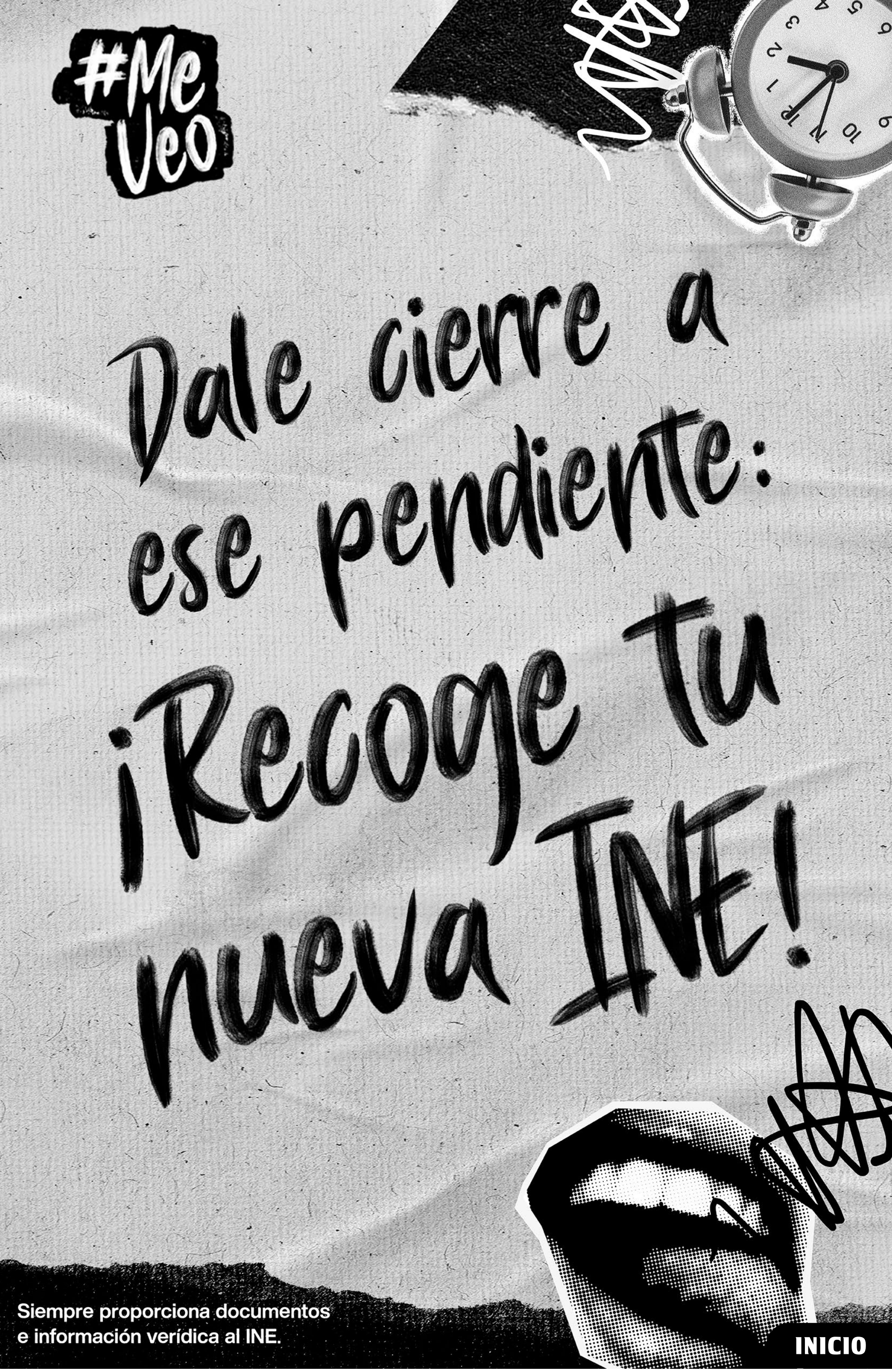
El pasado 19 y 20 de febrero se llevó a cabo el curso Métodos Prácticos para el Control de Costos de Alimentos y Bebidas, en el restaurante L´oie foodie rooftop dentro del Colegio Superior de Gastronomía. El objetivo de este curso fue reactivar la capacitación y el resultado fue muy satisfactorio.

El curso fue impartido por el Lic. Fernando del Moral Muriel, VP de Capacitación de la AMR en coordinación con la Lic. Martha Infante Bernal, quienes hablaron de la importancia del control del costo y los gastos de operación en los resultados económicos de la empresa, así como el costeo de recetas y reportes mensuales de costos.

Seguiremos adelante con la capacitación del personal restaurantero, esperen las nuevas fechas de los siguientes cursos.

INICIO

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO



Grupo Modelo México
Coca-Cola
Grupo Herdez Expertos Food Service
Seguros Sura
Rappi
Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

Capital Humano

IMSS ALISTA LA PUBLICACIÓN DE CRITERIOS PARA EL TELETRABAJO Y LAS OBLIGACIONES PATRONALES

Norma Gabriela López Castañeda, directora de Incorporación y Recaudación del IMSS explicó que las obligaciones patronales de otorgar internet, la luz o la silla ergonómica a los trabajadores en teletrabajo, no forman parte del salario base de cotización.

El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) publicará la siguiente semana los criterios relacionados con el teletrabajo, dando detalle sobre las obligaciones patronales y la integración del salario base de cotización para las personas trabajadoras que decidan realizar trabajo en un lugar distinto a su centro de laboral.

Norma Gabriela López Castañeda, directora de Incorporación y Recaudación del IMSS, en el marco del Sexto Congreso Nacional de Reformas y Cumplimiento 2024, organizado por Reuters, en donde adelantó que las obligaciones patronales de otorgar internet, la luz o la silla ergonómica, no forman parte del salario base de cotización.

"No integra salario base de cotización, se hace un símil a las herramientas que está obligado el patrón a otorgarle (al trabajador). La Ley Federal de Trabajo estableció que le tienes que dar una silla o un par de sillas ergonómicas; tienes que colaborar en la parte del Internet; tienes que aportar una parte de luz; tienes que dar la máquina o las máquinas, en este sentido, a lo mejor la computadora, pero bueno, esa es una cosa, y no me van a estar cambiando la computadora cada mes, o de pronto le van a comprar una Mac Súper, no sé qué, y el pobre hombre tiene una HP. Entonces, creo que ahí tiene que haber cierta congruencia con lo que se está dando para efectos de cobro".

López Castañeda detalló que el criterio, próximo a publicarse, lo que establece es como lo estamos viendo nosotros, *"que sí es excluyente de integración del salario de base de cotización, pero ojo con cómo lo manifiestan, tiene que estar declarado así, tiene que tener una congruencia con el ingreso, no le van a pagar de luz 20,000 pesos si el salario es de 10,000 pesos; entonces, eso es algo que tiene que haber una congruencia"*, enfatizó.

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

La directora de recaudación, informó que vienen otra serie de criterios como es el caso del pago de utilidades (PTU) *"los siguientes (criterios), esos todavía estamos trabajándolos, es la de propinas, alimento y habitación, profesores de asignatura, incentivos laborales, y asignados a salarios, pero en los próximos meses estén muy pendientes porque vamos a estar emitiéndolos, igual, se publican en el Diario Oficial de la Federación y son criterios en términos de orientación"*.

Subcontratación, ahora Servicios Especializados

Por otra parte, anunció que a más de dos años de la reforma en subcontratación el Instituto Mexicano del Seguro Social aplicará, como seguimiento -en los casos de sustitución patronal que se realizaron en 2021-, una fiscalización en tiempo real que permitirá identificar el cumplimiento de las empresas que transfirieron trabajadores.

Se trata de la minería de datos más grande que tendrá el IMSS en donde podrán conocer cada movimiento que realicen los patrones, no solo por el cumplimiento que deben tener con los trabajadores, sino para identificar a esas empresas que se dan de baja y dejan adeudos con el Instituto.

"Esta estrategia es, digamos, la minería de datos más grande del instituto diario. Como saben, están todos los movimientos afiliatorios de los trabajadores, los cambios salariales, todos los movimientos que realizan los patrones. Entonces, lo que se diseñó, es que no esperar al cruce de datos, sino en tiempo real tú puedes ir viendo qué pasa entre un día y otro con los patrones; es decir, tú puedes ir siguiendo a los trabajadores; puedes ir viendo estructuras salariales; puedes ir viendo si de repente cambian los salarios de manera abrupta, la tenían con el salario mínimo durante varios meses, al siguiente día lo ponen en salario topado y a los dos días le ponen una incapacidad".

"Entonces todo ese tipo de cosas van generando alertas y van generando cosas para que en tiempo real puedas tener, digamos, una programación, además, masiva, porque tú puedes ir viendo todos los comportamientos y por medio del uso del IMSS o diferentes estrategias puedes atacar este tipo de comportamientos", detalló Eduardo Alcaraz, coordinador de Planeación y Evaluación del IMSS.

FUENTE: El Economista

INICIO

Grupo Modelo México · Coca-Cola · Grupo Herdez Expertos Food Service · Seguros Sura · Rappi · Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

Economía

CERVEZA, EL AGROALIMENTO DE MÉXICO MÁS EXPORTADO EN 2023

México vendió al exterior 6 mil 163 millones de dólares de cerveza, según datos de Banxico; el tequila se ubicó en segunda posición.

La cerveza fue el agroalimento de México más vendido en el mundo, luego de que por sus fronteras salieran cargamentos valuados en 16 millones 884 mil dólares cada día, según datos de Banco de México.

"La cerveza se ubica como el primer producto vendido al exterior con 6 mil 163 millones de dólares (o 16 millones 884 mil dólares por día) en 2023", reveló el banco central.

El tequila se colocó en segunda posición, con 4 mil 429 millones de dólares, detalló el organismo encabezad por Victoria Rodríguez Ceja.

"México ha sido consistentemente uno de los mayores exportadores de cerveza en el mundo y es uno de los principales productos de exportación a Estados Unidos", señaló Daiana Guastella, cofundadora y manager en FastForward.

Desde hace años, la cerveza mexicana llega a más de 180 países, entre ellos a Estados Unidos y China.

El tequila también representa una parte significativa de las exportaciones de bebidas alcohólicas de México, expresa la empresa dedicada a la asesoría de compañías mexicanas, colombianas, chilenas y argentinas que inician sus operaciones en Florida.

"Estados Unidos es el mayor mercado para el tequila mexicano. Sin embargo, en términos de valor monetario, las exportaciones de tequila son generalmente menores en comparación con la cerveza", comentó.

Aunque el mezcal ha ganado popularidad, sus volúmenes de exportación son considerablemente menores en comparación con la cerveza y el tequila.

En 2021, México exportó alrededor de 6.5 millones de litros de mezcal, una cantidad significativamente menor en comparación con el tequila y la cerveza, dijo Daiana Guastella.

Grupo Modelo México · Coca-Cola · Grupo Herdez Expertos Food Service · Seguros Sura · Rappi · Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

Exportación de alimentos supera por primera vez los 51 mil 874 mdd

Víctor Villalobos Arámbula, secretario de Agricultura y Desarrollo Rural (Sader), destacó que las ventas al exterior de alimentos superaron por primera vez la barrera de los 51 mil 874 millones de dólares, lo que contribuye a la dinámica económica, generación de empleos y llegada de divisas, sin descuidar el abasto nacional.

El récord de las exportaciones se debió al trabajo del sector productivo y las cadenas de valor, y por el acompañamiento de entidades públicas como el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) y estrategias comerciales puestas en marcha por Sader, para buscar nuevos mercados para los productores nacionales, según la dependencia.

El funcionario agregó que las bebidas, hortalizas y frutas fueron los principales grupos de exportación al concentrar el 59%, con el 23%, 19% y 17% de participación, respectivamente.

Los mayores incrementos se observaron en las exportaciones de ganado bovino, con el 63.11%; preparaciones de café, té o yerba mate, 36.93%; uvas, frescas o secas, pasas, 35.71%; hortalizas preparadas en vinagre, 21.98%, y salsas, sazonadores y condimentos, 16.68%.

Según el Grupo Consultor de Mercados Agrícolas, la carne de res es el alimento más vendido de México al mundo con 3 mil 262 millones de dólares, reflejando un crecimiento de 9.1%.

El tomate se ubica en la cuarta posición con 3 mil 048 millones de dólares, y tuvo un incrementó de 13.5%, pese a las presiones de los productores del alimento en Estados Unidos.

Añadió que el aguacate, el producto de mayor consumo en los primeros meses de cada año, se mantiene en quinto lugar con un valor de 3 mil 030 millones de dólares, exhibiendo una variación a la baja de 8.8%.

En sexto lugar, se ubican las berries con 2 mil 907 millones dólares, mostrando una disminución de 1.7%.

FUENTE: Forbes México

INICIO

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS SURA · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

PASTAS GLUTEN FREE

DAL 1877 Barilla®

GRUPO HERDEZ®

EXPERTOS FOOD SERVICE

@HerdezFS | @herdezfoodserviceoficial | @herdezfoodservice | Herdez Food Service | Herdez Food Service

Escríbenos al 56-1724-1151 | herdezfoodservice.com.mx | Llama al 01 (800) 2289 HFS (437)

INICIO

BOLETÍN
AMR-DICARES

Capital Humano

REDUCCIÓN DE LA JORNADA LABORAL: CLAVES PARA LOGRAR LA TRANSICIÓN EN LA PRÁCTICA

En las rutinas de las empresas puede haber procedimientos innecesarios que ocasionan más burocracia y dificultan la reducción del tiempo de trabajo. Éste es uno de los primeros elementos que se deben considerar de cara a una reducción de la jornada semanal.

*"El cómo sí **reducir la jornada laboral** es lo más importante"*, dice Melhina Magaña, CEO de Daucon. La **disminución de las horas de trabajo** plantea diversos retos para cualquier organización, destaca, pero no es imposible e incluso hay medidas que podrían implementarse de manera inmediata en las empresas.

"Sí hay un impacto en el negocio, pero si no se gestiona bien", afirma la ejecutiva. Aunque no hay una solución general, el **enfoque en productividad**, la eficiencia en los procesos y la autonomía de los empleados pueden ser claves para reducir la jornada laboral sin generar afectaciones.

Daucon es una firma especializada en transformación y cambio de comportamiento organizacional, en la última década ha acompañado a diversas empresas en la **implementación de jornadas reducidas**. Para Melhina Magaña, los retos se relacionan con la resistencia al cambio y la polaridad de la fuerza laboral: trabajadores muy comprometidos y empleados que hacen lo mínimo indispensable.

"Imaginemos que soy una pyme y no tengo un área tan sofisticada de Recursos Humanos, o tal vez ni la tengo, tampoco asesoría para atravesar el cambio, y eso me produce mucha incertidumbre y miedo porque el discurso está enfocado en todo lo que vamos a perder si ocurre la reducción de jornada. Si les decimos cómo y les ayudamos, haremos que el cambio se pueda abrazar", asegura.

En su experiencia, una gestión adecuada de la disminución del tiempo de trabajo tiene tres claves:

1. Enfoque en productividad

Para alcanzar el máximo potencial de la productividad en una empresa, el primer paso es asegurarse que las **habilidades de la fuerza laboral** están alineadas con "el grado de dificultad" de su trabajo.

"Tú tienes que poner a un trabajador en el grado de dificultad que puede manejar. Muchas compañías te avientan y eso ya produce ineficiencia, y eso tiene un impacto alrededor, se crea un efecto dominó en el que al no estar preparado para una tarea, empiezas a afectar a todo el ecosistema y generas que todos se vuelvan improductivos. Es muy delicado, y cuando cometemos este error afectamos todo el sistema", apunta Melhina Magaña.

El **desarrollo de habilidades** para potenciar el desempeño no siempre implica dinero. En este terreno, la firma recomienda la "transferencia de conocimientos", es decir, que los empleados con más antigüedad compartan su experiencia con los más novatos, esto no sólo contribuye a la formación, también genera una mayor conexión para el **trabajo colaborativo**.

El enfoque en productividad también contempla el **trabajo en equipo** con una visión compartida, es una apuesta a contribuciones colectivas más que individuales.

2. Procesos eficientes

Para lograr la **eficiencia en los procesos** hay que rediseñarlos. Para ello, las empresas deben realizar evaluaciones constantes para *"identificar cuellos de botella, redundancias y procedimientos innecesarios"*. El proceso y las dinámicas es lo que perjudica la productividad y la calidad de vida, subraya la especialista.

"¿Por qué el proceso es un obstáculo para que la gente viva bien y para que haya productividad?", reflexiona. De entrada, uno de los factores que más influye en la ineficiencia es el exceso de juntas. *"Cuando disminuimos las reuniones, la gente tiene más horas para innovar, crear, poner atención al detalle"*.

Para rediseñar las dinámicas en el trabajo, un aspecto importante es la escucha activa de los colaboradores, esta retroalimentación también es fundamental para realizar un seguimiento de los cambios realizados.

3. Autonomía de los colaboradores

La experiencia de Daucon evidencia que en un proceso de reducción de jornada laboral, el **empoderamiento de los trabajadores** para agilizar la toma de decisiones e impulsar la motivación es clave.

La **autonomía de los colaboradores** no significa una libertad absoluta, aclara Melhina Mañana. *"Esto se puede dar de muchas formas, como ofrecer un marco de decisiones, 'decide entre esto y esto', no se trata de elegir entre un cúmulo. La gente puede decidir entre opciones prestablecidas y la haces muy feliz"*.

Descentralizar la **toma de decisiones**, explica, les permite a las personas explorar y generar innovación, nuevas formas de hacer las cosas. *"En México delegar es un gran reto, no hay un entrenamiento sobre cómo delegar, no te lo enseñan en la escuela, y cuando no delegas, inhibes la productividad"*.

Reducción de la jornada laboral: ¿Cómo empezar?

Desde la perspectiva de la especialista, las empresas tienen que comenzar por evaluar sus procesos. Éste es el primer paso tanto para no tener un impacto negativo por la disminución de la jornada de trabajo como para elevar la productividad con menos horas laborales.

"Todo esto funciona, se puede medir de inmediato y las personas se sienten que pueden respirar, que tienen más tiempo y que les gusta más cómo hacen su trabajo, porque actualmente hay un tema importante que nos aparece en las encuestas: la gente no se siente feliz con cómo está entregando su trabajo, no tienen tiempo para hacer las cosas como quisieran y eso los desanima", expone la CEO y cofundadora de Daucon.

Para la especialista, las compañías pueden comenzar con estas estrategias antes de que se materialice la reforma constitucional para reducir el límite legal de la semana de trabajo. *"Hay que preguntarnos: ¿De dónde podemos reducir tiempo? Hay que preguntarles a las personas, la gente sí sabe cómo se puede mejorar"*.

La discusión para reducir la jornada laboral en México inició el año pasado; la reforma constitucional está pendiente de votarse en el pleno de la Cámara de Diputados. En este período de sesiones, se convocará a nuevos foros de parlamento abierto para ampliar el diálogo con el objetivo de construir un régimen de transición.

La propuesta es reconocer un día adicional de descanso por semana; es decir, que las personas trabajadoras tengan derecho a dos días libres por cada cinco días laborales. Esto implica una disminución de 48 a 40 horas en el límite legal semanal.

FUENTE: El Economista

INICIO

GRUPO MODELO MÉXICO
Coca-Cola
GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE
SEGUROS SURA
Rappi
JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

Gastronomía

PABLO SAN ROMÁN: 30 AÑOS DEL CHEF VASCO EN MÉXICO

Una "equivocación afortunada" es como el chef Pablo San Román ha definido la serie de eventos que lo trajeron hasta México: con tan solo 28 años, dejó su natal San Sebastián por una oferta de trabajo en San Diego, California, que al final no se concretó. Trabajó en Tijuana durante 8 meses, y más tarde aterrizó en Ciudad de México, a donde llegó para quedarse. 30 años han transcurrido desde esa serendipia que nos regaló un gran chef, y para celebrarlo, nos reunimos con él en su restaurante Ajoblanco, en Lomas de Chapultepec.

Los sabores de un chef vasco

Si te gusta la cocina española, es probable que conozcas bien el nombre de Pablo San Román, pues desde que llegó a México se dedicó a activar la comunidad vasca y española en nuestro territorio y a acercar a los comensales a los sabores y platillos de España en sus distintos proyectos gastronómicos. El primero de ellos fue ***D.O. Denominación de Origen***, que inauguró en el 2003 en la colonia Polanco, y cuyos ejes rectores eran el apego a las tradiciones culinarias vascas y a la estricta calidad de los productos.

Otro de los proyectos insignia de Pablo San Román es ***Ekilore***, en donde su natal San Sebastián —una de las ciudades con más estrellas Michelin per cápita, solo después de Kyoto— se vuelve a hacer presente. Su barra de pintxos, vigas de madera y letreros en euskera evocan un asador vasco. Aquí te puedes deleitar con un chuletón de vaca vieja, bacalao ajoarriero, sidra de manzana servida desde una enorme barrica y muchos platillos más apegados a las raíces vascas del chef. *"La sencillez y el respeto al producto"* son, en sus palabras, los rasgos distintivos de esta cocina.

De apertura más reciente —hace poco festejó su quinto aniversario— el restaurante ***Ajoblanco*** se distingue de otros proyectos del chef Pablo San Román pues aquí el acento está en la cocina mediterránea española. Los recetarios catalanes, valencianos y andaluces se hacen presentes a través de platillos como ajoblanco con coco, pimientos del piquillo rellenos de bacalao, croquetas de pulpo en su tinta, ensalada de boquerones y anchoas, arroz de gamba roja y más, maridados con excelentes vinos españoles. Cuando visites este restaurante, déjate guiar por las recomendaciones del chef, quien sabrá trazar para ti una ruta armoniosa de principio a fin.

El éxito de Ajoblanco es resultado de la suma de dos talentos en la cocina: el chef Pablo San Román y el chef Manuel Victoria. La dupla es singular: un cocinero vasco que hace 30 años aterrizó en tierras mexicanas y se reconoce como "más de aquí que de allá" y un cocinero mexicano que *"cocina más español que muchos españoles ahora, y además con una influencia mexicana que está muy rica. Es como Agustín Lara, que le dedicó canciones insignia a algunos lugares de España sin haberlos conocido"*, opina el chef Pablo San Román.

Amor a México y España

Fue precisamente en la terraza de Ajoblanco, rodeados de las hortalizas, frutas, flores y hierbas de su huerto urbano, donde nos reunimos para hablar sobre las tres décadas de trayectoria de Pablo San Román en México.

Con la misma pasión con la que el chef habla de la gastronomía española y de la calidad de su materia prima, habla también de las tradiciones culinarias mexicanas. Dos palabras son recurrentes en su discurso: tradición y autenticidad. *"La cocina española, igual que la mexicana, tiene una gran tradición. Cuando voy a San Sebastián, visito un par de lugares de cocina de autor, pero casi todos los días voy a comer donde siempre. Voy al Mercado de la Bretxa a comprar el pescado, voy a algún asador, a alguna sidrería. Son lugares tradicionales pero con un nivel de producto increíble"*.

Grupo Modelo México · Coca-Cola · Grupo Herdez Expertos Food Service · Seguros Sura · Rappi · Jamones Ibéricos de España Embajadores de Europa en el mundo

Lo mismo le ocurre en México pues asegura que la mejor cocina mexicana la encuentras en los mercados y confiesa: *"Alucino con las hermanas Mendoza en Teotitlán del Valle, Oaxaca; no creo que haya un lugar en el mundo donde sean tan fieles a la idea del kilómetro cero. Y su autenticidad es una maravilla absoluta. Lo que siempre defiendo, hablando gastronómicamente, ya sea en el país vasco, en la franja mediterránea o en cualquier región de México, es la autenticidad. Y eso es lo que busco"*.

El tiempo se va volando mientras escuchamos a Pablo San Román hablar con pasión y mucho conocimiento sobre la gastronomía mexicana. Inicia hablando de cómo ha cambiado el panorama en el norte del país, ya que durante su estancia en Tijuana alrededor de 1993 y 1994, era difícil conseguir productos locales frescos que ahora son sumamente comunes, como un atún. *"Ahora el panorama gastronómico es mucho más rico gracias a la labor de Benito Molina, Solange Muris, Javier Plascencia y todos los chefs que han revolucionado esa zona de Baja California. Ensenada es un vergel y fue Pablo Ferrer con el Sargazo quien empezó con esa historia"*, asegura.

Después, habla de la revolución de la gastronomía mexicana a inicios del siglo XXI y de la labor de chefs como Gabriela Cámara, Edmundo Escamilla, Yuri de Gortari, José Manuel Baños, Josefina López Méndez, Jonatan Gómez Luna, Mónica Patiño, Elena Reygadas...

Muestra su pasión por las tradiciones culinarias mexicanas cuando afirma:

"La gastronomía mexicana es toda una historia y tiene muchos sustratos culturales de los que se ha ido nutriendo. Surge de las comunidades indígenas, pero también de todo un virreinato, de una tendencia francesa, de la presencia de los libaneses y de los chinos en Mexicalli. México ha sido un país muy generoso para acoger a gente de diversos lugares del mundo y es un gran archivo de la gastronomía mundial".

Llega el momento de cerrar la conversación y le preguntamos sobre lo que más le agradece a esta tierra después de 30 años. Nos habla sobre su gente y su benevolencia, y concluye: *"México es un lugar con mucha magia, en donde las peores experiencias se vuelven, al final, un gran aprendizaje. Es el mejor lugar donde hubiera podido caer en mi vida"*. Sin duda, nosotros también estamos agradecidos de que la casualidad haya traído a este chef a tierras mexicanas para deleitarnos, desde hace 30 años, con lo mejor de la cocina española.

FUENTE: Food and Travel México

GRUPO MODELO MÉXICO · Coca-Cola · GRUPO HERDEZ EXPERTOS FOOD SERVICE · SEGUROS sura · Rappi · JAMONES IBÉRICOS de España EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

Colaboradores y Empresarios hacen productos y servicios importantes para ti y tu familia.

PEPE y TOÑO

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación

INICIO