

asi

es esto del abarroto

L'ORÉAL
MÉXICO

Higiene y belleza
categoría del futuro

PALMOLIVE

PARA MOMENTOS APRETADOS
**BUSCA GANANCIA
PARA TU NEGOCIO**

6+2 PIEZAS GRATIS



Hasta **\$56.5**
de **ganancia**
por empaque*

Hasta **\$41.0**
de **ganancia**
por empaque*

6+2 PIEZAS GRATIS





ANAM
ASOCIACIÓN NACIONAL DE
ABARROTEROS MAYORISTAS A.C.

Presidente
Enrique Rivera Salinas

Vicepresidente
David Chapa González

Secretario
Daniel Garcés Islas

Tesorero
Antonio Martínez Chávez

Consejeros
Guillermo Valdés Medina
Aarón Limón Vargas
Hilda Daniela Novoa
Juan Morales Sansores
Enrique Treviño Ortiz
Jorge Sánchez Andrade
Miguel Ángel Alonso Pérez
José Clemente Guerrero

Presidente Ejecutivo de la ANAM
Iñaki Landáburu Llaguno
Gerente de Atención a Socios y
Comercialización
LCC Fernando Montes Sam
Contadora General
MAN Alma Rubí Becerra Cruz
Director Editorial
Lic. Esteban M. Fuentes S.
fuentessem@yahoo.com.mx
Diseño y Formación
Antonio Cabrera Avendaño

Así es esto del Abarrote, revista bimestral enero-febrero 2023 Editor Responsable: Esteban Manuel Fuentes Sánchez. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2010-112513254300-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido 15063. Domicilio de la publicación: Puerto Dimas No.27 Col. Jardines de Santa Clara, Ecatepec de Morelos, Estado de México. C.P. 55450. Imprenta: Fotolitográfica ARGO, S.A. de C.V. Bolívar No. 838, Col. Postal, C.P. 03410, Del. Benito Juárez, México, D.F. Distribuidor, Asociación Nacional de Abarrotereros Mayoristas, Ignacio Ramírez No.20-201 Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F. Con un tiraje de 12,000 ejemplares distribuidos al comercio de abarrotes en la República Mexicana. Las opiniones y puntos de vista de los textos publicados en esta revista son responsabilidad de quienes lo dicen y lo escriben.

Editorial

Este año que recién comienza, representa un reto especial para nuestro sector, porque los pronósticos económicos que se han dado a conocer a nivel internacional hablan de una posible recesión que podría afectar a muchos países de todo el planeta.

La inflación global no se ha detenido y prevalece como una de las principales amenazas a la economía, básicamente porque se mantienen los altos precios de productos energéticos y alimentarios, ocasionados por la guerra en Ucrania y por las consecuencias en mercados agropecuarios que dejó la pandemia.

En este sentido los analistas prevén que podría haber precisamente una recesión o al menos un estancamiento económico en el mundo. Entre otros motivos porque el aumento en las tasas de interés, que se ha decretado prácticamente en todo el orbe, pone en peligro el financiamiento, al encarecer el crédito productivo y al consumo.

El Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional prevén una desaceleración del crecimiento en todo el mundo, con un avance de solo 1.7 por ciento en el Producto Interno Bruto global, aunque el golpe más fuerte se espera para los países desarrollados, con un incremento económico de sólo 0.5 por ciento en promedio.

En el caso de nuestro país, el Banco de México ha actuado de manera responsable y si bien ha aumentado las tasas de interés no se ha frenado el otorgamiento de crédito ni a las empresas ni al consumo. Este último cerró con un crecimiento de 17 por ciento en términos nominales con relación a 2021, lo cual significa una buena señal de que el mercado interno se mantiene relativamente estable y se ha convertido en un pilar para apuntalar el avance del Producto Interno Bruto.

De hecho, México cerró 2022 con un crecimiento económico de tres por ciento, cifra que causó la sorpresa de la mayoría de los analistas que anticipaban un incremento menor.

Para este año, las previsiones de avance del PIB en México se sitúan entre 0.5 y tres por ciento y lo ubican por encima de países emergentes y de la media mundial. Algo importante es que ningún analista pronostica decremento. De hecho, el Banco de México mantiene una estimación de 1.8 por ciento y el Fondo Monetario Internacional actualizó de última hora su proyección a 1.7 por ciento. Incluso algunos especialistas estiman que nuestro país crecerá bastante más que el vecino del norte.

Las autoridades han dado señales de que mantendrán la lucha contra la inflación subsidiando el precio de los energéticos y apoyando la importación de alimentos e insumos agroalimentarios. Sin embargo, hay algunos precios que afectan fuertemente a nuestro sector, como son los de las tarifas de algunas autopistas.

El sector abarrotero mayorista cerró 2022 con buenas noticias: un incremento de ventas, medido en valor, de 13 por ciento durante el año y de 15.3 por ciento en diciembre, lo cual representa un avance de casi cinco veces el crecimiento de la economía.

Y para este 2023, como lo hemos hecho de manera sistemática en años recientes, esperamos seguir creciendo y superando los retos que la economía nos presente, para beneficiar a millones de clientes que directa o indirectamente nos depositan su confianza de manera cotidiana.

Estaremos preparados para lo que nos depare el futuro.



7

Que tu almacén no se contamine



13

Descartan recesión en México en 2022



32

El mejor café se endulza con Splenda



Contenido

20 Amenaza inflación el consumo de frutas

27 Los barroteros venden alegría

36 Nueva Nao de China



44 Tren bala

60 Marcos de Arróniz: la ciudad de México como texto

62 Una caja de cerillas

Higiene y belleza

la categoría del futuro

Esteban M. Fuentes S.

Eduardo Gotuzzo, director General del Negocios de la División de Consumo Masivo de L'Oréal, declaró que el año pasado ha sido el mejor en los 60 años que tiene esta empresa en México, con un crecimiento de más del 20 por ciento.

Esperamos -agregó- que éste 2023 iniciemos con “el pie derecho” con un crecimiento de doble dígito, con buen manejo de inventarios y un acertado nivel de innovaciones

Y anunció a los abarroteros que L'Oréal tiene la convicción de que el mercado mexicano y en particular el canal mayorista, representa una oportunidad muy importante para seguir creciendo. “Es un canal estratégico y prioritario para nosotros, ese es el primer mensaje que doy”.

EL segundo -dijo- es que seguimos con la convicción de laborar como un equipo, como socios, porque “así es como realmente se debe de trabajar en este canal”. Cuando hablo de sociedad, hablo en conversar, de discutir y alinear las prioridades estratégicas, las grandes oportunidades que se tienen, que capitalizar y que planes tenemos que hacer para ello. Es un trabajo en conjunto, porque nosotros sabemos muchos de belleza, pero los especialistas del canal son los mayoristas.

En esa conversación tiene que haber intercambio de experiencias para poder llegar a un consenso de planes. Y que siempre se encuentre en L'Oréal un excelente socio para los grandes deseos que tienen de crecimiento y de participar de la modernidad, porque muchos están aguardando la parte digital, de cómo poder desarrollar el e-commerce. ➤

Eduardo Gotuzzo, director General del Negocios de la División de Consumo Masivo de L'Oréal.





Hablamos de cómo llevar al canal mayorista a la modernidad, “eso para mí habla muy bien de las personas que deliberan, ambicionan al cliente, tienen una visión de largo plazo”. El mensaje es; cuenten con L’Oréal siempre como socios, para seguir creciendo estaremos dispuestos a escuchar, a recibir retroalimentación para aprovechar las oportunidades y crecer en conjunto.

En esta sociedad debemos seguir haciendo cosas innovadoras y diferenciales. Cuando intenten hacer cosas fuera de la caja, estrategias nuevas, cuenten con L’Oréal porque la empresa cree mucho en desarrollar nuevos tipos de negocio, y probar nuevas iniciativas, es la prueba de aprendizaje y error, creemos que es la forma de desarrollar un canal importante. “A los mayoristas que estén con esas iniciativas siempre vean en nosotros como una compañía que está dispuesta a asumir riesgos”.

Recordando la cena que esa compañía tuvo con los mayoristas durante la Expo ANAM 2022, Gotuzzo se refirió al acercamiento “porque siempre hemos hablado que el mayorista, es un canal de relación y eso no va a cambiar, esa es la realidad la relación es importantísima, por eso tenemos una convicción y una creencia real de que hay que participar en este tipo de eventos, como la cena que tuvimos con los clientes para poder tener esa cercanía, esa confianza y por supuesto hacer propuestas nacionales, propuestas que sean negocios de ganar-ganar”.

El directivo también recordó la anterior historia del canal mayorista “que muchos de nosotros le llamamos el ‘sell in del canal’. Se llenaba, pero no había esa

preocupación por rotar el producto al sell out”.

Hoy claramente en la asociación que L’Oréal tiene con sus clientes hay una preocupación primordial por el sell out y luego el sell in, que acompañe un stock correcto de acuerdo a la estrategia de cada cliente. Es importante el correcto balance, éste es un canal que tiene un negocio rentable de márgenes, pero también a niveles de flujo de caja, es algo que hemos desarrollado muy bien en conjunto con ustedes.

Precisó que L’Oréal ha logrado por primera vez en su historia, estar en los 10 negocios más grandes del mundo, de hecho estamos en realidad entre el top 7 de negocios. La compañía tiene presencia en más de 150 países.

Explico que la empresa en México es un negocio muy importante para el grupo a nivel mundial y se está apostando por el desarrollo de productos y de publicidad más cercana al consumidor mexicano.

Todas sus principales marcas tienen porta voces locales importantes, antes tenía una portavoz bajo la marca Garnier que era de Cynthia Navarro. Se ha ampliado a 8 portavoces en diferentes marcas. Por ejemplo, el de L’Oréal París, Renata Notni, en el caso de Garnier hay dos, una importante en el canal mayorista como es Obao. En desodorantes, dos portavoces, Miguel Layún y María José, que son personalidades relevantes que ayudan a acercar la marca al consumidor.

Se trabaja siempre para aumentar la publicidad, incrementar la digitalización que es fundamental para que México sea cada vez más relevante, sumando que siempre estamos pensándole en productos nuevos que nos ayuden a desarrollar e innovar dentro del mercado mexicano. ➤





DURANGO

NORTE

SONORA

COAHUILA

PUEBLEANDO
POR MÉXICO CON

SALADITAS

Gamesa

YUCATÁN

SUR

CANCÚN

COME BIEN



cuidado del cabello, la coloración o los tintes; desodorantes, el cuidado de la piel y el maquillaje. En las cinco tenemos innovaciones muy relevantes.

Como ejemplo mencionó que la nueva versión de Tattoo, en el caso de desodorante, permite seguir innovando, es una categoría importante para el mayorista, en el cuidado del cabello estamos lanzando la versión de Elvive Hialurónico Pure, que permite conquistar a las personas con cabello graso, que en México representan el 40 por ciento de la población.

Tenemos diferentes tipos de innovación, algunas serán relevantes para el canal otras no tanto. Tenemos que tener mucho cuidado en el surtido que uno pone porque es un surtido muy inteligente, muy acorde a los formatos del mayoreo, acorde al desembolso del canal, para que justamente los clientes vean el negocio, no sólo en el margen, sino en el nivel de rotación que se tiene.



Dentro de la marca Garnier de coloración de tintes -ejemplificó- se lanzó anteriormente el retocador de raíz, que es un producto que permite generar mayor distribución, tiene un desembolso menor, ataca una necesidad de una coloración o un tinte regular de caja, y es un producto hoy relevante para el mercado mayorista.

El desarrollo que se hace global toma mucho ímpetu, mucho de nuestras recomendaciones de lo que necesitamos en el mercado. de México. Los productos como Elvive Hialurónico o el Hairfood el caso de Fructis “Lanzamos la versión Obao Tattoo, que es un concepto totalmente, innovador, mucho más fresco y juvenil con este instinto como tatuaje, porque doy un dato, México es el país con mayor gente tatuada en el mundo”.

Se usa la frase de que la fragancia se quede como un tatuaje impregnado en ti. Esto fue importante para acelerar nuestro crecimiento en México y hacer nuestra compañía mucho más relevante dentro del país y con la imagen que tiene L’Oréal a nivel global que es una belleza accesible.

Gotuzzo resaltó que la innovación en belleza es realmente importante. Por ello, el nivel de innovación del año 2023 va a ser mayor al 2022. Vamos a contar con nuevos productos en absolutamente todas las categorías que participamos, que son principalmente cinco; el



Que tu almacén no se contamine

Santiago González

La Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Mascotas (AMASCOTA) convocó a los abarroteros mayoristas y detallistas a participar en una trascendental misión para mejorar el manejo de inventarios con buenas prácticas de almacenamiento de alimento para mascotas.

En entrevista con **Así es esto del abarrote** el presidente de la asociación, Carlos Posadas, indicó que aspectos como el inadecuado manejo de alimentos, el producto dañado y los reclamos derivados de malas prácticas de transportación y almacenaje, han sido expuestos en audiencias de la organización que preside.

Señaló que las quejas por esos motivos son inferiores a uno por ciento del volumen de producción de la industria, lo cual en apariencia no es grave; pero, “cuando lo bajamos a nivel cliente o tienda puede ser un impacto muy fuerte, pues es ahí donde comienzan las pequeñas fugas de dinero por las mermas”.

Acompañado por Javier León, subdirector del Consejo Nacional de Fabricantes de Alimentos Balanceados (CONAFAB), que agrupa no sólo a fabricantes de alimento para mascotas sino también de alimento agropecuario y acuacultura en general, resaltó la utilidad de las buenas prácticas para la totalidad de la cadena de esta categoría comercial.

Posadas expuso también lo pernicioso que resulta el mercado ilegal de alimentos para mascotas, pues “hemos detectado que hay empresas que están operando en el sector de mascotas y no están pagando los impuestos adecuados, situación que ya hemos escalado con el SAT”.

Por ello, invitó a los socios de la ANAM a evitar la relación con las firmas aludidas así como prácticas



Carlos Posada, presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Mascotas (AMASCOTA)

desleales, las cuales entrañan asimismo grave riesgo porque se dedican no sólo a la fabricación sino también a la importación de alimentos que no están debidamente registrados. ➤

Que tu almacén no se contamine

Tal producción, añadió, está apegada a las buenas prácticas de manufactura y almacenamiento marcadas no sólo por las normas o recomendaciones de las autoridades mexicanas, sino de las autoridades internacionales.

“Es ahí de donde provienen estas buenas prácticas de almacenamiento que queremos compartir con los agremiados”, dijo, y comentó que para pertenecer a esta asociación existe una serie de requisitos. “Hay una evaluación exhaustiva bajo ciertos criterios de inclusión



El presidente de AMASCOTA dijo que el aspecto concerniente al manejo de inventarios es muy importante, pues repercute en beneficio del fabricante, el mayorista, distribuidor o intermediario que hace llegar el producto a otros clientes o al consumidor final.

Y, en este sentido, indicó que una de las prácticas que la Asociación recomienda consiste en que se respete la rotación de producto conforme al esquema de primeras entradas-primeras salidas. Esto, para darles salida a los productos que tienen una fecha anterior, o sea la más próxima a la caducidad.

Con ello también se evita que el producto presente algún tipo de alteración, señaló, y refirió que todas las fechas de caducidad establecidas por los asociados de AMASCOTA vienen notificadas en los productos, lo cual “es parte del código de ética y de buenas prácticas de manufactura que tenemos como socios”.

La organización, apuntó, tiene 25 socios o empresas fabricantes de alimento para mascotas, cifra que engloba prácticamente toda la producción nacional que se comercializa en México, habiendo una pequeña fracción que puede ser exportada o importada.

para aprobar la incorporación de nuevos socios. Se somete la solicitud de ingreso ante los socios para poder evaluar si la empresa es viable o no de pertenecer, siempre -insisto- cumpliendo las buenas prácticas de producción, de almacenaje, y todos los requisitos sanitarios que se piden a las empresas productoras y comercializadoras de estos productos”.

Afirmó que el manejo de inventarios con apego al esquema referido ayuda a mantener productos más frescos al alcance de los consumidores. La vida de anaquel del alimento seco -abundó- depende de las políticas de cada productor; pero, en general, va de 12 meses a 24 meses. En el alimento húmedo, de 18 meses a 24 o 30 meses de vida, dependiendo también del tipo de empaque y de manufactura. ➤



**Nuevo
Aroma**

RNOL
AROMAS.

Fragancias Finas

**FRESCURA
NOCTURNA**

**¡NO PUEDE FALTAR
EN TU TIENDA!**



LIMPIEZA ES SALUD PARA TU FAMILIA



estriba en tener el producto en un lugar ordenado, bien identificado, que permita la limpieza periódica de los productos en resguardo.

“El colocar el alimento en tarimas creo que es muy importante. Hemos encontrado en algunos casos que el alimento está arrumbado en el piso con algún tipo de perforación o de abertura del empaque. Esto propicia la proliferación de plagas que no solo afectan al producto directamente, sino que puede contaminar a más productos dentro del almacén, e incluso de alimentación humana”.

Prosiguió: “Recordemos que los ingredientes que se utilizan en la fabricación de alimentos para mascotas, en la gran mayoría, son de alto grado de calidad y en muchos casos de grado humano. Esto, obviamente, ayuda a que pueda proliferar algún tipo de plagas”.

Por lo mismo insistió en la invitación de “siempre tratar el alimento de mascotas como si fuera el alimento para humanos, y recalcar el uso de tarimas que ayudan a reducir el riesgo también de plagas que se encuentran en el piso. Las estibas no ➤

Otra recomendación -continuó Posadas- consiste en buenas prácticas para acomodar el producto de manera que permita la libre circulación de aire. “No recomendamos tener producto arrinconado, encerrado, porque -como todo producto- el alimento para mascotas necesita un área de ventilación, no necesariamente a la intemperie.

“De hecho, otra recomendación de AMASCOTA es que el producto debe colocarse en un lugar seco y fresco, donde las condiciones climáticas no pueda afectarle; esto es, el sol, la lluvia, el frío y el calor extremo. Todos estos elementos pueden ayudar a provocar algún tipo de plaga. Por eso la recomendación siempre ha sido que al alimento para mascota se le dé un tratamiento igual que al destinado a los humanos. Operar el almacén con un sistema de orden de identificación y de estibado que facilite el manejo y mantenimiento del producto”.

El presidente de AMASCOTA hizo notar que cada uno de estos aspectos, obviamente, depende de cómo cada socio maneja sus almacenes; pero la recomendación



Javier León, subdirector del Consejo Nacional de Fabricantes de Alimentos Balanceados (CONAFAB)

CON **D'Gari**

OBTÉN
GANANCIAS
FUERA DE ESTE
MUND

CONOCE MÁS



COME SALUDABLE

 /DGariOficial
www.dgari.com

 **ESTA CUARESMA**
INCREMENTA TUS VENTAS

CON

REXAL



POLVO PARA
hornear
capear y esponjar

desde
1930

CONT. NET.
250 g


**DESCUBRE
MÁS RECETAS**

 /RexalOficial

www.rexal.com

AL COMAL

REXAL

POLVO PARA HORNEAR

CAPEAR Y ESPONJAR

Pídelos a tu mayorista preferido.

Que tu almacén no se contamine

deben estar en contacto con la pared y de preferencia con 30 o 40 centímetros de separación respecto al producto”.

Persistente en su actitud didáctica, abundó:

“Es importantísimo también que se evite, la contaminación cruzada, colocando los productos de diferentes especies en tarimas separadas. Porque hemos visto que algunos socios manejan otros tipos de productos de alimentación animal. Hay que separarlo de otro tipo de alimentos para otras especies, incluyendo los humanos”.

Carlos Posadas indicó que es muy recomendable tener un programa de limpieza y sanitización y remplazo de tarimas; siempre estar cuidando que los productos tengan limpieza adecuada, sanitizados, y en lugares con calores extremos se recomienda incluso algún tipo de fumigación -que no afecte el producto, obviamente- y ayude a evitar que las plagas naturales lleguen a afectar los alimentos.

El presidente de AMASCOTA habló en seguida de los empaques, de los cuales dijo que cumplen todos los requisitos sanitarios porque pasan diversas pruebas y tienen diversas capas de protección, plásticas o metálicas o de algún otro tipo para sellar y ser herméticos.

“Lo que sucede es que, muchas veces, debido al manejo o por la diferencia de alturas en las fábricas y sitios adonde llegan los productos, estos pueden inflarse por un proceso natural. Y hemos visto que algunas personas, debido a la prisa, pican el empaque y esto puede llegar a afectar el alimento”.

“El más mínimo agujero o rasgadura dentro del empaque permite la proliferación de algún tipo de fauna, animales o insectos, e incluso de humedad, hongos u otro tipo de agente nocivo. De ahí la recomendación de nunca picar un empaque que venga inflado, sino más bien dejar que el producto repose y tenga un intercambio natural de oxígeno”.

Luego destacó la importancia de proceder con prontitud a la limpieza en casos de derrames, con objeto de evitar la atracción de plagas, y cumplir con los controles de las mismas.

Y que el producto que tenga algún tipo de daño sea retirado inmediatamente del lugar de almacenamiento y destruido para evitar la contaminación.

En este punto de la entrevista intervino Javier León para apuntar que el mensaje tanto de AMASCOTA como de la CONAFAB, es que los esfuerzos para hacer un manejo adecuado de almacenamiento son mínimos y la compensación es considerable.



“Finalmente, todo esto representa mermas. Mermas para la categoría, para la tienda, para los centros de distribución. Así, en la medida en que se observan estas sencillas recomendaciones, dejan un gran beneficio para toda la cadena”.

Subrayó: “El hecho de que sigan estas recomendaciones no solo en los alimentos para mascotas sino también para humanos, quita una serie de fenómenos que representan costos para las empresas y mala imagen para las marcas”.

“El almacenamiento adecuado finalmente representa ahorros en mermas. Y nosotros vemos que con la ayuda de todos los eslabones de la cadena los costos pueden ser menos y controlables, y eso ayuda a que el consumidor finalmente este bien atendido por todas las partes”.

Por último, respecto al mercado ilegal de alimento para mascotas, Posadas alertó sobre la deficiente calidad de sus productos.

“Esas empresas, afortunadamente pocas y contadas, no cumplen con las normas nacionales ni internacionales, porque meten relleno de alimento en muchas de sus fórmulas para abaratar costos”.

“Y, dado que no pagan IVA, es ahí donde tienen una gran ganancia; pero, no están registradas ante las autoridades sanitarias ni están cumpliendo con las normas fiscales. Así que representan un problema doble”, finalizó. 



Descartan recesión en México en 2022

Roberto Fuentes Vivar

En este 2023 el fantasma de la recesión seguirá rondando por el mundo, con un coctel en el cual se presentan altas tasas de interés y una inflación que no puede controlarse totalmente, por lo que es previsible que algunos países tengan decrecimiento económico.

En México, la mayor parte de los analistas consideran que no habrá recesión, aunque sí un estancamiento con un crecimiento moderado, superior al de sus principales socios comerciales, como sucedió en 2022 cuando Estados Unidos avanzó 2.1 por ciento, mientras nuestro país lo hizo en alrededor de tres por ciento.

Para poder presentar un panorama imparcial de lo que nos espera en 2023, **Así es esto del abarrote** recurrió a diversas fuentes a través de entrevistas, documentos e información hemerográfica para que el lector tenga una idea de lo que puede pasar en un año en el cual, a nivel global, existen muchas interrogantes sobre el desempeño económico.

A continuación, se presentan algunas de las expectativas.

Expectativas positivas: ABM

Daniel Becker Fieldman, presidente de la Asociación de Bancos de México, se pregunta: ¿El pronóstico para el 2023 en nuestro país? Y se responde: “de acuerdo con el Banco de México se espera un crecimiento de 1.8 por ciento y se ve ya una franca recuperación en 2024 con un avance de 2.1 por ciento. Esto quiere decir que para este año el Producto Interno Bruto crecerá más que el promedio mundial que es de 1.4 por ciento”.

Sí, en el 2023, la economía mexicana podrá observar una desaceleración, pero no se reflejará en una recesión. “Independientemente de que Estados Unidos pueda o no entrar en un proceso recesivo, el dinamismo del consumo en México será un amortiguador y no necesariamente habrá una correlación. A pesar que Estados Unidos puede tener una menor actividad económica eso no significa que México tenga que estar definitivamente condenado a lo mismo. ➤

Saba® invisible® es más de lo que ves

Ahora con

12

paquetes
de 10 toallas
cada uno



Saba® libertad de sentirte cómoda



Descartan recesión en México en 2022

es el inicio. Se está generando entre Sonora y Arizona una zona franca para tema de microchips. Incluso en la frontera hay sobredemanda por ejemplo de bodegas”.

En general recapitula: “Yo creo que hemos visto un Banco de México sumamente responsable, siempre adelante de la curva, inclusive hay analistas que piensan que el Banco de México se podría desacoplar de la política de la Fed, pero ¿por qué sigue el dinamismo de crédito y por qué no vemos hoy un elemento de morosidad importante, particularmente en el consumo? Primero, porque los datos, y son los datos duros, ahí están, 2.6 de Índice de Morosidad. Cuando hay expectativas de crecimiento, aunque la tasa aumente, sigue habiendo apetito por crédito. Eso habla de que hay expectativas de crecimiento económico, independientemente de los nubarrones que pueda haber.

México, mejor que EU: Fitch

La economista Shelly Shetty, directora general de Fitch Ratings, en un encuentro organizado por la calificadora en la ciudad de México dijo: “el ciclo económico de México está muy integrado con el de su principal socio comercial, de tal manera que cada vez que Estados Unidos entra en recesión se dice que “México tiene una gripa, tiene una severa fiebre”, pero este año parece que la economía mexicana será más resiliente y alcanzará un crecimiento de entre uno y 1.5 por ciento”

Sobre la política consideró que “pese a estar en un año previo a las elecciones presidenciales, los riesgos políticos en este punto no son preocupantes como para afectar la evaluación crediticia de México, dado que aún no se conoce a quién postulará Morena, ni existe un candidato en la oposición; es más, sobre esta última ni siquiera se sabe si se mantendrá unida alrededor de un aspirante común, o se fragmentará”.

Sin embargo, considera que entre los posibles riesgos fiscales en México para 2023 está que al ser un año preelectoral exista una presión por el lado de los ingresos, sobre todo si caen los precios del petróleo, y que el gobierno sacrifique parte del gasto en inversión para dirigirlo a proyectos prioritarios y programas sociales.

Para Fitch no hay preocupación por las elecciones presidenciales en este año. “Por ahora es claramente una discusión un poco temprana” y explica que México mantiene métricas relativamente adecuadas, porque ha mantenido el marco macroeconómico y, no tiene que escalar de un gran hoyo fiscal, ni cerró el año pasado con una inflación de doble dígito. Parte de las métricas de México se deben a que la deuda se ha mantenido contenida, hay una oportunidad de crecimiento por el lado de la relocalización de las cadenas de suministro -el nearshoring- y a que el incremento de tasas de interés no ha afectado tanto a la demanda doméstica, como sí lo ha hecho en Estados Unidos. ➤

Evidentemente no podemos negar la interdependencia y la relación que hay en términos de exportaciones, pero venimos de una base menor y con un buen dinamismo en el consumo”, dice.

Y añade: “México está mucho mejor posicionado que otras economías emergentes y puede aprovechar oportunidades. Como el tema de nearshoring. Hay algunos elementos que resolver, pero creo que el dato de Inversión Extranjera Directa simplemente apoya y aporta a corroborar que el tema del nearshoring ya es una realidad, que está sucediendo y que ya está hoy pasando en nuestro país, y que seguramente

NUEVO

CHEEZ-IT®

SNAP'd

HECHO CON
QUESO
100% REAL



CHEEZ-IT
SNAP'd

HECHO CON
QUESO
100%



Asesorado por
nutricionistas

¡NUEVO!



CHEEZ-IT
SNAP'd

HECHO CON
QUESO
100% REAL

Sabor DOBLE
QUESO

CUANDO ES
REAL
SE NOTA

COME BIEN.

Kellogg's®





BM: PIB de 0.9 por ciento en México.

México crecerá 0.9 por ciento debido a un menor crecimiento global como consecuencia de la elevada inflación, el aumento de las tasas de interés, menores inversiones y perturbaciones por la invasión de Rusia a Ucrania, señala el Banco Mundial.

Mientras tanto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos anticipa un crecimiento mexicano de 1.6 por ciento y el Fondo Monetario Internacional de 1.2 por ciento, en un contexto en el cual la directora-gerente del FMI, Kristalina Georgieva prevé que la economía global enfrenta “un año difícil, más difícil que el año que dejamos atrás... Esperamos que un tercio de la economía mundial esté en recesión”. “¿Por qué? Porque las tres grandes economías (Estados Unidos, la Unión Europea, China) se están desacelerando simultáneamente”.

El Banco Mundial señala que el crecimiento mundial se está desacelerando marcadamente. Se prevé que la economía mundial crecerá 1.7 por ciento en 2023 y 2.7 en 2024 y la fuerte desaceleración del crecimiento será generalizada: los pronósticos se corregirán a la baja para el 95 por ciento de las economías avanzadas y para casi el 70 por ciento de los mercados emergentes y las economías en desarrollo.

Los países emergentes y en desarrollo se enfrentan a un período de varios años de crecimiento lento impulsado por una pesada carga de la deuda y escasas inversiones; al mismo tiempo, el capital mundial es absorbido por las economías avanzadas que enfrentan niveles de deuda pública extremadamente altos y tasas de interés crecientes.

El bajo nivel de crecimiento y de inversión empresarial agravará los retrocesos, que ya son devastadores, señala el BM.

En el informe *Perspectivas económicas mundiales* del Banco Mundial, se indica que en América Latina y el Caribe el crecimiento se reducirá al 1.3 por ciento en 2023 y luego se recuperará hasta alcanzar el 2.4 por ciento en 2024. El crecimiento de las economías avanzadas se desacelerará del 2.5 por ciento en 2022 al 0.5 por ciento en 2023.

Urge más inversión Esquivel

Gerardo Esquivel, quien recientemente dejó de ser subgobernador del Banco de México, señala que la principal limitante del crecimiento económico para México es la ausencia de inversión tanto pública como privada. La inversión pública está muy limitada por las razones fiscales y en el caso de la privada es donde hemos perdido empuje, tanto la privada nacional como foránea.

Ante la disminución en la inversión privada nacional por razones diferentes, como la polarización y el sentimiento del sector empresarial que percibe incertidumbre y limita su potencial de crecimiento, la inversión privada foránea puede entrar y sustituir, para convertirse en un mecanismo de arrastre.

El principal objetivo del país a futuro es que regrese hacia la senda de crecimiento económico que es fundamental para reducir la pobreza y en esta administración los programas sociales están ayudando a mitigar el costo social de la pobreza y hacer menos vulnerables a los pobres, pero no los está sacando de la pobreza.



Descartan recesión en México en 2022

El país está en una coyuntura favorable hacia adelante, la situación geopolítica en la que están involucrados Estados Unidos, China, pero también otras democracias liberales en el mundo, que buscan diversificar sus fuentes de provisión e insumos especiales, como microchips y semiconductores, México podría ser uno de los mayores beneficiarios. Tenemos una posición geográfica excepcional, también una serie de acuerdos de libre comercio con Norteamérica, Europa y otros países de Asia, pero hay que garantizar a los inversionistas condiciones propicias para que puedan venir a México e instalarse, finalizó.

Futuro positivo: Larry Fink

En su participación en el Foro Económico Mundial de Davos, Larry Fink, presidente y director general del fondo Blackrock, vio un futuro alentador para México en este año, porque el país reúne las características para ubicar producción y cadenas de suministro hacia Estados Unidos como parte del fenómeno natural de las empresas de acercarse, al mismo tiempo que el capital privado siempre busca el mejor retorno de la inversión.

Cuando vemos a México, su ventaja es que tiene salarios más bajos que en China, tiene gente capacitada, una política muy a favor del empresariado y se pueden transportar los productos por tren para llevarlos a Estados Unidos, así que todo eso no solo es 'friendshoring', sino que se trata de cambiar el comercio, y México puede ser beneficiario de esta nueva forma de comercio".

Más allá del llamado 'friendshoring', que es apoyarse solo en aliados económicos para la relocalización de cadenas de proveeduría, la atracción de inversiones se debe a la resiliencia de Estados Unidos, con salida a dos océanos, y al contar con "dos aliados, uno al norte y otro al sur, es una ventaja geopolítica, el tener de vecinos a Canadá y a México, pero también otros países de Latinoamérica pueden ser beneficiarios de eso, especialmente Brasil.

Enrique Quintana: cambiarán percepciones

El economista Enrique Quintana considera que son pocos los analistas que suponen que habrá un retroceso de nuestra economía este año, aunque hay quienes estiman un crecimiento de medio punto o menos. El consenso señala un estimado de 0.9 por ciento.

Creo que algo que puede ocurrir en el curso de los próximos meses es un cambio de percepciones parecido al que tuvo lugar en 2022. Si recordamos cuál era el pronóstico para el crecimiento económico de enero del año pasado, encontramos que la estimación del consenso era de 2.3 por ciento y el año cerró casi un punto porcentual por arriba de las previsiones iniciales.

¿Por qué creo que eventualmente van a elevarse las estimaciones del PIB en los próximos meses? Por una parte, por el hecho de que aún existe duda respecto a la profundidad y duración de una posible recesión en Estados Unidos. Existen en México algunas variables que se ven sumamente robustas, como el empleo, el comercio exterior y el mercado interno.

Como siempre, dice, el ritmo económico va a ser diferenciado por sectores y regiones, y si en otras ocasiones han sido los que se asocian a la exportación los más beneficiados, probablemente en las circunstancias de este año lo que tengamos es un mejor desempeño en aquellas regiones y sectores vinculados con el mercado interno.

El mercado interno, fuerte

De acuerdo con las estimaciones del Gobierno mexicano, el crecimiento del PIB mexicano esperado para 2023 es de entre 1.2 y tres por ciento, coinciden en este aspecto varias casas de análisis.

Paralelamente, existen varias encuestas de consenso, como la que realiza el Banco de México cada mes entre 40 casas de consultoría y en la cual los economistas prevén un crecimiento para México de 0.95 por ciento, mientras que la encuesta Citibanamex (entre 33 consultoras) ubica el avance en uno por ciento.

Pero fuera del dato de crecimiento hay varios consensos entre los economistas: uno de ellos es que los proyectos del gobierno en el sur del país (Tren Maya, Corredor Transistmico y Refinería Dos Bocas), podrían ayudar a la economía a finales de 2023, lo mismo que el proyecto Sonora (para detonar la industria del litio y comenzar a fabricar chips) en el norte de la República.

Otro de los puntos de consenso es que el nearshoring y el friendshoring (pueden detonar el futuro de México, comenzando en este año. En este sentido BBVA considera México puede ser "El tigre de este siglo", como lo fueron los cuatro tigres asiáticos (Taiwán, Corea del Sur, Singapur y Hong Kong) en el siglo pasado.

Sin embargo, la gran incertidumbre es si habrá recesión en Estados Unidos y qué tanto podría afectar a la economía nacional. En este sentido, existe la coincidencia de que el mercado interno será uno de los elementos más fuertes de la economía mexicana para enfrentar la desaceleración, a pesar de la alta inflación que se mantendrá sobre todo en los primeros meses de 2023, apoyado por el crecimiento de las remesas y los apoyos financieros del gobierno federal a las familias mexicanas.



Más que un antojo.

Comer con Alpura es

la pura crema



Comparte tus creaciones con

#LaPuraCrema

LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA





Amenaza inflación el consumo de frutas

Santiago González

El consumo de frutas en nuestro país se ha incrementado de manera considerable en los últimos lustros, gracias a la creciente adopción por amplios sectores de la sociedad de hábitos alimenticios saludables y la promoción de éstos por el sector salud. Hay indicios, sin embargo, de que este positivo avance en el cuidado de la salud pública vía la prevención podría experimentar un deplorable retroceso.

¿La causa? El efecto pernicioso de la inflación, que en 2022 hizo de las frutas y verduras (binomio indisoluble para efecto de mediciones económicas gubernamentales) los alimentos que más se encarecieron, a razón de doble dígito.

En opinión de instituciones médicas como el Instituto Nacional de Nutrición, la exclusión de las frutas de la dieta, ya sea por modificación del estilo de vida o por razones económicas y de precios, resulta altamente inconveniente, pues se trata de productos que contribuyen de manera determinante a la prevención de afecciones a la salud.

Contribuyen no sólo desde sus aspectos más conocidos como coadyuvantes en funciones gástricas por su alto contenido de fibra, sino también para combatir cardiopatías, ya que aportan sustancias tales como antioxidantes, potasio y muchos más que intervienen en los mecanismos para el control de la hipertensión arterial o procesos de desarrollo de enfermedades cardiovasculares.

Las frutas cubren un extenso espectro, virtualmente infinito, en la prevención de todo tipo de males, que van del cáncer y la diabetes a la obesidad y las manifestaciones psíquicas, pues propician el adecuado funcionamiento metabólico del organismo. ➤



Suma tu marca a las promociones de
CALCÚLALE PLAN ANUAL 2023

Calcúlale?

y te la llevas

Calcúlale cuántas piezas
forman la moto.

Los que más se acerquen sin pasarse,
se pueden llevar los regalos:



Envía tu cálculo del número de piezas y participa para poder
llevarte uno de los regalos de las marcas participantes:

Kellogg's



D'Gari



La Fina

El experto en Frijoles

La Sierra

minsa
Desde 1949

PURINA



provoking
in/out team

Contacto:

5544889797

emunoz@provoking.mx

NUEVA IMAGEN

Tuny STANDARD



¡AL MEJOR PRECIO!

ALIMENTATE SANAMENTE

Lo tuyo es **Tuny**



En la clasificación de los diez productos alimenticios con la tasa de inflación más alta, el año pasado, se contaron la naranja, con 40.20 por ciento; el pepino, con 28.41 y la sandía con 27.14 por ciento de aumento.

Huelga decir que, además de los consumidores de ingresos medios y altos que eligen el consumo de frutas —ya sea de todo el año o de temporada, nacionales o exóticas de importación— como opción por razones de buena salud, las familias de menores recursos —que dedican mayor porcentaje de su ingreso a la alimentación— también han sido afectadas por el aumento de precios, cuyo disparo comenzó a registrarse desde junio de 2022.

Datos de la Profeco y la Secretaría de Salud indican que tradicionalmente la población con menores ingresos tendía a sustituir con frutas de la estación —que aportan sabores, aromas y texturas a la alimentación— los productos de mayor nivel de precios de su mesa cotidiana, algo que claramente dejó de suceder en los últimos meses de 2022.

La explicación es obvia. En julio la inflación general trepó a 8.15 por ciento y la específica de los agropecuarios llegó a 16.05 por ciento. Más concretamente, las frutas alcanzaron 16.6 por ciento y acumularon nueve meses continuos con inflación de doble dígito.

En dicho mes, seis de los diez productos que más influyeron en el Índice de Precios al Consumidor fueron los agropecuarios, entre estos las frutas y en particular la naranja, virtualmente imprescindible en los hogares mexicanos.

Investigadores de la Facultad de Economía de la UNAM y de la Universidad de Chapingo, entre otros Adriana Miranda y Juan Hernández, alertan sobre el hecho de que el aumento en los precios de los alimentos en general y sobre todo las

frutas, implica presiones en la estabilidad macroeconómica y pone en riesgo los avances en materia de desarrollo social.

Y pronostican que la carestía será la mayor preocupación oficial en términos económicos a lo largo de 2023, y que será hasta 2024 cuando se concretará el retorno a los niveles proyectados por Banxico para 2022; es decir, 3 por ciento.

En términos llanos esto significa que las diversas frutas, desde la papaya, manzana, guayaba, piña, mango, guanábana, melón, sandía y plátano, hasta las peras, el carambolo, rambután, lichis, kiwi, cerezas y muchas más seguirán al alza en el mercado nacional.

Situación que impacta de manera severa la economía familiar, si se considera que al costo neto deben añadirse gastos domésticos adicionales relacionados con el buen manejo y conservación de los mismos; esto es, destinados a protegerlos del medio ambiente —calor, humedad, aire, gérmenes— para evitar su descomposición.

La realidad del mercado choca de manera frontal con las intenciones gubernamentales.

El 2 de diciembre el encargado entonces de la Profeco, David Aguilar, anunció la inclusión de cuatro frutas —plátano, sandía, manzana y guayaba— entre los 24 productos que conforman la canasta básica de alimentos, supuestamente porque su precio en tiendas de autoservicio y mercados públicos y sobre ruedas era inferior a 30 pesos el kilogramo.

Tal medida fue adoptada tomando como referencia la Línea de Pobreza Extrema establecida por el Coneval. La realidad ubicaba por esos días las frutas referidas en un rango promedio de 38 pesos el kilogramo.

Sondeos de medios de información registraron



Ganador[®] 25 años & Minino[®]

¡FESTEJAN PREMIANDO Y REGALÁNDOTE UN AUTO!



ESCANEA EL CÓDIGO QR, ENVÍA
EL MENSAJE PREDETERMINADO,
ACUMULA TUS COMPRAS Y
¡REGÍSTRATE PARA GANAR!



Escanéame 

 /Minino Plus  @Minino Plus.mx minino.com



/GanadorCroqueta
ganador.com

*Marcas Registradas, Malta Texo de México SA. de CV. Insurgentes Sur 1602 Int. 1902, Col. Crédito Constructor, Alcaldía Benito Juárez, CP 03940, Ciudad de México.
Vigencia de promoción: 1 de marzo al 30 de abril 2023. Consulta términos y condiciones en: www.ganadoryminino25.com/tiendas

 ADM[®]



que ya en la primera quincena de enero del 2023, con una inflación calculada por el Inegi en 7.94 por ciento, algunas frutas habían registrado incrementos. Guayaba, 40 pesos; manzana Golden, 50; manzana starking, 60, papaya Maradol, 27; piña, 22 y plátano 35 pesos.

Son numerosas —según expertos— las causas de encarecimiento de las frutas; pero entre todas destaca la guerra en Ucrania, que encareció los fertilizantes y repercutió en la reducción de áreas de cultivo en diversas regiones del mundo, con menor impacto en naciones que como México tienen condiciones naturales propicias para la producción.

Gracias a sus ventajas climatológicas y la promoción de cultivos por el Estado, México es el 7° productor mundial de frutas y hortalizas, con 32 millones de toneladas anuales, la tercera parte de las cuales se destinan a la exportación.

Por el contrario, nuestro país es, asimismo, un fuerte importador de frutas —uvas de Chile, manzana de California, ciruela de Sudáfrica, entre una extensa variedad—, y de acuerdo con las más recientes cifras disponibles en el primer semestre de 2021, las compras a Estados Unidos aumentaron 13 por ciento —de un valor total de 11 mil millones de pesos a 12.3 mil millones—, el mayor incremento del comercio de México con sus cinco principales proveedores.

Nuestro país es el principal exportador de frutas a Estados Unidos. Según datos del Banxico ya cubre 37 por ciento del valor de las importaciones de esa potencia.

Otros destinos de las frutas mexicanas —en especial fresa, papaya, naranja, mango y las denominadas berris

como moras y zarzamoras— son Canadá, Chile, Argentina y España.

El crecimiento de las ventas globales de México ha sido tal que tan sólo en el primer trimestre de 2020, en plena pandemia, el valor de las exportaciones alcanzó 6,659 millones de dólares.

La exportación de frutas por México constituye una de las operaciones comerciales con mayor influencia en la economía nacional e internacional, lo cual se explica por las exitosas relaciones derivadas, entre otras cosas, del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos, y del fomento de cultivos por el Estado y el apoyo gubernamental a productores.

Durante 2021 el volumen de las exportaciones de estos productos creció por encima del 12.9 por ciento y las frutas que registraron aumento en su volumen de ventas al exterior fueron la fresa, papaya, naranja y mango, mismas que son de alta demanda —y por lo mismo susceptibles de encarecimiento— en el mercado interno.

El consumo de frutas ha estado vinculado con el género humano desde sus orígenes. Y en jeroglíficos egipcios se conocen representaciones de uvas, fruto cuya domesticación se atribuye a los antiguos griegos, hace unos 8 mil años, bajo la creencia de que la primera vid les fue traída por el dios Dioniso. Y en la mitología griega se registra a Carpo como diosa de las frutas del verano y en el cristianismo sobresale el pasaje de Adán y Eva en el Paraíso comiendo manzana.

Más allá de la mitología y la religión, y de la vasta iconografía de las frutas en la historia de la Humanidad, en los actuales tiempos en nuestro país en consumo de estos exquisitos productos agrícolas, sigue en ascenso; pero sobre el cambio hacia los estilos de vida más saludables pende preocupantemente la amenaza de la inflación.





La sal que conviene

COMER SANO TE CONVIENE

     SalLaFina

Los abarroteros venden alegría



Roberto Fuentes Vivar

Vender alegría, como lo hacen cientos de miles de tiendas de abarrotes, no es cualquier cosa. Es revivir una tradición cultural milenaria mexicana o retomar el pasado para dar un paso hacia el futuro.

La alegría o amaranto es una planta de origen México-Centroamericano con alrededor de siete mil años de antigüedad, pero que es considerada globalmente como uno de los alimentos del futuro de la humanidad. Incluso, la Academia Nacional de Ciencias de Estados Unidos, la califica como “el mejor alimento de origen vegetal para consumo humano”.

Por sus características nutricionales es objeto de investigaciones científicas y tecnológicas, además de que prácticamente todos los días aparecen nuevos usos

y presentaciones alimenticias que se pueden encontrar en las tiendas de abarrotes.

Por eso, empresas transnacionales como Nestlé, Kelloggs, Unilever, Mondelez, Danone y Kraft, entre otras, han volteado a ver al amaranto como un alimento necesario en sus portafolios, lo mismo que la multinacional mexicana Bimbo.

En una investigación sobre la alegría o el amaranto, la doctora en ciencias Emma Cristina Mapes Sánchez, adscrita al Instituto de Biología de la UNAM, señala que “los estudios arqueobotánicos y las evidencias históricas confirman el origen americano de las especies productoras de amaranto (*Amaranthus* spp.).

Y explica que los indígenas ya cultivaban estas plantas durante la fase Coxcatlán (5,200 a 3,400 a. C.), lo cual quiere decir que la domesticación del

amaranto tuvo lugar en la misma época que la del maíz y otras especies de origen mexicano.

El amaranto o alegría es una fuente importante de proteína, calcio, hierro y otros compuestos, elementos necesarios para la alimentación humana. Puede ser utilizado en gran diversidad de productos, por ejemplo: sopas, panqués, cereal para desayuno, galletas, pastas, botanas, bebidas y confitería. El amaranto presenta además diversas propiedades para mantener la salud.

Según la investigadora, todas las especies del género *Amaranthus* que son utilizadas para la producción de grano son originarias de América. Las evidencias arqueológicas encontradas confirman que los habitantes de este continente utilizaron las hojas y semillas de este género desde la Prehistoria, mucho antes del proceso de domesticación de estas especies.

El amaranto fue denominado huauhtli por los aztecas. En el náhuatl del siglo XVI, de acuerdo con Fray Bernardino de Sahagún el término huau fue un radical nominal independiente, no relacionado con alguna otra raíz; huaqui, “secar”, daría el nombre huactli o “una cosa secada en el exterior”. Otra versión indica que el término náhuatl, huhtli, significa “la partícula más pequeña dadora de vida”.

Entre los aztecas el grano tuvo además gran importancia religiosa. Los informantes de Sahagún fueron muy minuciosos al describir las características del amaranto y su cultivo, tanto a través de las imágenes como por escrito. La clasifican como planta comestible y la nombran huauhtli, palabra que Sahagún identifica como “bledos”, tratando de encontrar una similitud con alguna de las plantas que se cultivaban en España.

La doctora Mapes Sánchez, indica que los informantes de Sahagún narraron que la hoja de amaranto, era muy

verde y tenía las ramas “delgadillas y altillas”, las hojas son “anchuelas”. Se cuecen y se les exprime el agua para comérselas sazónándolas con sal.

Una de las versiones de cómo el amaranto comenzó a llamarse alegría es que otro sacerdote, un franciscano llamado Fray Martín de Valencia llegó a Xochimilco con algunos misioneros y un día al estar en un cerro e intentar prender una fogata, utilizaron varas de amaranto que al prenderla “tronaron”. Posteriormente estas semillas “tronadoras” fueron ingeridas y tronaban en la boca como “brincando de alegría”. Dicen que de ahí nació el término alegría para nominar al amaranto.

A su vez, la investigadora asociada del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Laura Elena Martínez Salvador, señala que el amaranto, planta que se siembra en América desde hace cinco mil a siete mil años, y con alto significado cultural y religioso para las culturas prehispánicas, es un cultivo noble de enorme resistencia, adaptabilidad, que puede ser sembrado en todo tipo de condiciones agroclimáticas; en planicies, en laderas, en playas y en zonas desérticas.

Una agroindustria marginal

A pesar de que el amaranto es uno de los 50 alimentos del futuro, clasificados por el Fondo Mundial por la Naturaleza, en alianza con empresas y líderes en nutrición y sustentabilidad de todo el mundo, su producción es limitada y su valor es marginal, ya que a nivel nacional apenas supera los 100 millones de pesos anuales. ➤



Los abarroteros venden alegría

en los estados del centro del país se obtuvieron un total de cinco mil 685 toneladas de amaranto en 2020 y en 2021 un total de seis mil 414, con un valor de 46 millones de pesos y de 65 millones, respectivamente. Se prevé que en 2022 lograrán una cantidad de seis mil 595 toneladas.

También destacó que se tiene el registro de 592 productores de este cereal en los estados de Puebla, Tlaxcala, Ciudad de México, Oaxaca, Hidalgo, Estado de México y Morelos, que son los que más producen este alimento.

En materia técnica, el Colegio de Posgraduados -organismo descentralizado de la Secretaría de Agricultura- realiza innovación y desarrollo tecnológico para el campo, que a los productores de menor escala los beneficia de manera directa en su desarrollo económico y social, por ello, y como parte esencial de su misión institucional ha diseñado una maquina reventadora de amaranto.

Paralelamente, el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), señala que Hypochondriacus es la variedad más presente de amaranto en el territorio nacional y le sigue cruentus. Pero lo más importante es que el Centro Nacional de Recursos Genéticos de ese instituto, establecido en Jalisco, resguarda el germoplasma y cuando los productores lo requieren se les entrega para su siembra.

Lamentablemente, según un documento elaborado para anunciar la Feria de la Alegría (febrero de 2023) en Tulyehualco, el amaranto sigue subestimado y subutilizado, no obstante, el potencial de rendimiento y cualidades nutricionales que lo hacen una opción viable, nutritiva y económica para la alimentación humana e impulsarlo, es el reto.

El director general de Organización para la Productividad de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, Héctor Robles Berlanga, explica que en México se cultivan alrededor de tres mil hectáreas que producen más de cinco mil toneladas de amaranto. Sin embargo, en algunos momentos llegaron a producirse más de ocho mil toneladas, pero la pandemia afectó los cultivos.

Concretamente, el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) señala que



Los abarroteros venden alegría



El cereal, nativo de México y Centroamérica, contiene más proteínas que el maíz y el arroz y 80 por ciento más que el trigo, además, aporta vitaminas A, B, C, B1, B2 y B3, ácido fólico, calcio, hierro y fósforo, y es una fuente rica de aminoácidos como la lisina,

De hecho, el amaranto representa la posibilidad de diversificar y enriquecer la dieta de las personas, pues hoy 75 por ciento de la alimentación global se integra por sólo 12 especies de plantas y cinco de animales, lo cual implica una alimentación pobre en nutrientes y sabor y con afectación negativa a los suelos. Paralelamente la alegría destaca especialmente por su bajo impacto ambiental, ya que puede ser cultivado en cualquier lugar sin requerir mucha agua. Incluso logra crecer en condiciones de sequía.

Recientemente, la presidenta de la Comisión de Cultura del Senado de la República, Susana Harp Iturribarría, promovió en la Cámara Alta una modificación a la Ley de Desarrollo Rural para integrar al amaranto como un alimento estratégico, nutritivo, suficiente y de calidad, y que se defina como un producto que ayuda a garantizar la seguridad alimentaria a la población.

niagara
de MÉXICO

¡CONOCE EL NUEVO
AHORRA PACK 1 LITRO!



Conoce más
de nosotros:



MENOS \$
POR BOTELLA



El secretario de Agricultura, Víctor Villalobos, considera que la conservación, mejoramiento y aprovechamiento de las plantas nativas del país, como el maíz, frijol, chile y el amaranto permiten posicionar el trabajo de los agricultores de pequeña escala, así como su contribución al abasto de alimentos.

Añadió que México como centro de origen del amaranto ha compartido con el mundo este alimento, y se promueve su cultivo en Nigeria y Benín; en la India, se elaboran dulces (laddu) semejantes a las alegrías mexicanas, y en China, la harina se utiliza para hacer fideos y dulces.

A la fecha, dijo, en el país se han liberado 14 variedades de amaranto mejoradas y registradas en el Catálogo Nacional de Variedades Vegetales del Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (Snics) -instancia sectorizada de la Secretaría de Agricultura-, que ya son sembradas por agricultores de pequeña escala.

Indicó que este avance contribuirá a duplicar el rendimiento del grano, que actualmente es de 1.7 toneladas por hectárea, y acortará los ciclos de cultivo en al menos un mes, con lo que se logrará optimizar los costos de producción, mitigar los riesgos de pérdidas de cosechas y mejorar los ingresos de las familias de agricultores

China primer productor mundial

En nuestro país, las zonas de producción y cultivo de amaranto se ubican en Puebla con el 51 por ciento, Morelos 22 por ciento, Tlaxcala 18 por ciento, Distrito Federal nueve por ciento, Estado de México seis por ciento y Guanajuato dos por ciento, aunque una noticia reciente aparecida en La Jornada de Oriente (editado en Puebla) indica que Tlaxcala es el primer estado productor de alegría.

Lamentablemente, según información de los mercados internacionales, China es el principal productor de amaranto con 150 mil hectáreas sembradas, le seguiría México con tres mil y posteriormente India y Perú con casi dos mil hectáreas y Estados Unidos con 500. En cuanto a participación de mercado en exportaciones, Argentina representa el 49 por ciento, Perú 45.24 por ciento y México solamente tiene el 3.02 por ciento seguido de Bolivia con 0.36 por ciento y Ecuador con 0.25 por ciento.

Por sus ventajas agronómicas y sus aportes nutricionales, el amaranto es una de las especies promovidas para diversificar cultivos en el marco del proyecto "Fortalecimiento del Acceso a Mercado para Pequeños Productores de Maíz y Leguminosas en



Oaxaca, Chiapas y Campeche", impulsado por Walmart Foundation y el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT).

Además del aspecto meramente agropecuario, cada día son más las micro, pequeñas y medianas empresas que se dedican a elaborar productos con base en la alegría y que van desde botanas, hasta las tradicionales marquetas de alegría.

Nada más el portal amaranto.com.mx da cuenta de empresas como Tonanxochihuatli Amaranto, Grupo Nutrisol, Cosmex, Grupo Especialidades Alimenticias, Consejo Comunitario Ashkenazi, Laboratorios Jofrain, Nutrisa, Naturales Cóndor, Vitanet, Zam-Fre y Casa Quali, además de que las principales distribuidoras de alimentos y las grandes marcas transnacionales alimentarias han incorporado a la alegría como parte de la vida comercial de todos los días.

Por eso, en las tiendas de abarrotes pueden encontrarse yogurts, leches, botanas, tortillas, pan, cereales y desde luego dulces, para endulzar la vida con mucha alegría. 

El mejor café se endulza con *Splenda*

Esteban M. Fuentes S.

Julio Osorio Castro, Senior Manager de los canales Mayoreo y Food Service de Heartland Food Products Group, comentó que la finalidad de esa compañía es ofrecer a los consumidores diferentes opciones de endulzantes que los ayude a mantener el mejor sabor en sus bebidas, pero sin las calorías del azúcar. “Es una misión con gran sentido, porque estamos hablando de cómo ayudar al ser humano a tener una vida duradera y feliz, porque el dulzor se asocia a la felicidad”.

Y agregó; somos la mejor opción de endulzantes bajos en calorías, tenemos los más altos estándares de calidad y el mejor sabor, y somos el mejor aliado para el café. En México a través de los diferentes formatos se venden millones de tasas de café a diario, por lo que la oportunidad de expansión para la categoría y para Splenda es enorme.

“Si un consumidor quiere mantener el dulzor en sus bebidas asegurando el mejor sabor, seguramente su opción será Splenda Sucralosa. Si busca opciones naturales Splenda Stevia y Splenda Fruta del Monje serán sus elecciones”

El azúcar -dijo- está en la vida diaria, en muchos de los alimentos y bebidas que consumimos, pero la realidad es que el exceso de consumo tiene muchas consecuencias negativas para la salud del ser humano. Si vemos algunos datos que sorprenden, a nivel de Latinoamérica, aproximadamente el 62% de los adultos y el 30% de los niños padecen de sobrepeso u obesidad. En México los datos son más alarmantes, el 75% de los adultos y el 35% de los niños tienen sobrepeso.



Julio Osorio Castro, Senior Manager de los canales Mayoreo y Food Service de Heartland Food Products Group.

El consumo diario de azúcar recomendado por la Organización Mundial de la Salud es entre 5 y 10 cucharadas diarias, esto incluye el azúcar agregada a las bebidas y la que se encuentra en los alimentos. El consumo promedio en Latinoamérica es de más de 20 cucharadas, realmente duplicamos lo sugerido por la OMS.

El directivo indicó que los niños necesitan azúcar para su crecimiento, lo malo es cuando se exceden las cantidades. El reto es tener un estilo de vida saludable, que incluya una alimentación balanceada combinada con el ejercicio. Podemos empezar a sustituir el azúcar en las bebidas por Splenda que te mantiene el sabor sin agregar calorías.

La compañía relanzó su misión corporativa -dijo-, la cual se enfoca en “Ayudar a las personas del mundo a tener vidas más felices, saludables y duraderas haciendo más fácil la reducción de azúcar en la ingesta diaria”. Nuestro objetivo es generar más penetración de la categoría, que más usuarios empiecen a vernos como una opción saludable que les permita mantener el dulzor en sus bebidas y comidas.

La estrategia en el canal tradicional, principalmente en el mayoreo es incrementar la distribución de nuestros productos y asegurar que esté disponible en todos los puntos de venta del canal. Queremos que el consumidor nos pruebe, conozca los beneficios de incluir endulzantes Splenda en su dieta diaria y la de su familia.

¿Por qué es tan importante el canal tradicional? se preguntó y mencionó un dato interesante, el azúcar tiene una penetración en hogares en México del 70%, mientras que los endulzantes bajos en calorías solo tienen un 18%. Si estamos hablando de un canal tradicional donde se concentra un poco más del 60 por ciento de la población, obviamente es el canal ideal para incrementar penetración en hogares.

A partir del año 2018 Heartland Food Products Group cambió su esquema de atención del canal Mayoreo. Pasamos de un esquema de atención tercerizado a un esquema de atención directa. Esto nos ha permitido consolidarnos como líderes absolutos de la categoría con un sólido 70% de participación en las ventas en valor del canal, impulsando año tras año el crecimiento constante que trae la categoría.



Nuestra estrategia se ha basado en propuestas de valor a los socios mayoristas, que incluyen alineación de precios en el mercado, alianzas con otras categorías, ejecución impecable y comunicación en los puntos de venta del canal, participación en los sus eventos importantes, tales como exposiciones nacionales y regionales, y planes de incentivo a sus fuerzas de venta. “Podemos asegurar que Heartland Food Products Group es el fabricante que más invierte en el canal”, señaló.

Osorio Castro explicó que “esto tiene que ser un negocio ganar – ganar, por eso queremos que los socios mayoristas vean en Splenda un portafolio de productos saludables y de alta calidad, que impulsen las ventas de la categoría de salud y bienestar, y que impacten de manera positiva en sus niveles de rentabilidad”.

Cuidar la rentabilidad del negocio es una prioridad para el socio mayorista, por ello apostamos a un equilibrio de precios en el mercado, que genere una sana competencia basada en servicio y sobre todo evitar guerras de precios.

Volviendo a la combinación de Splenda con café, el directivo explicó, si se toma un café con sacarina, con aspartame o sucralosa, se va a notar la diferencia, porque hay endulzantes que dejan un resabio en la boca, y pueden cambiar el sabor de las bebidas. Uno grandes beneficios de la sucralosa es que no cambia el sabor y de ahí se ha afianzado y consolidado el liderazgo de la marca.

Heartland es una empresa norteamericana que se inició en los 90 como una compañía que producía envases de plástico, posteriormente inicio la elaboración de endulzantes bajos en calorías. Luego de ser competidor de la marca Splenda, en 2015 compra la marca a Johnson & Johnson. Tiene su base en Indianápolis, con oficinas corporativas ➤

El mejor café se endulza con Splenda

en Ámsterdam, en la Ciudad de México y en la ciudad de Bogotá en Colombia. Su fábrica ubicada en Tultitlán Estado de México y produce todo el Splenda que se consume en éste país y el resto de Latinoamérica.

A nivel global, hay muchas marcas en el mercado por países y por continente, pero la marca más importante es Splenda, que está presente en más de 40 países “tenemos prácticamente todo Latinoamérica y la compañía está invirtiendo en seguir creciendo y desarrollar el mercado”.

En el caso de la producción de Stevia, una parte se fabrica en Brasil y otra en Paraguay. Heartland USA inauguró recientemente una granja de Stevia en el estado de Florida, como parte del enfoque de la compañía de hacer crecer las categorías, consolidando más su liderazgo, empezando el proceso desde lo más básico, la siembra del producto base para hacer el endulzante y con un enfoque de agricultura sustentable y utilización de empaques reciclados.

A finales de 2019 lanzamos nuestro producto Splenda Stevia en el canal del mayoreo con una pequeña participación del 1.2%. En ese momento éramos la sexta o séptima marca. “Arrancamos

con un plan muy agresivo de crecimiento basado en la distribución, apoyados por los mayoristas que tienen puntos de venta, y hoy ya tenemos un sólido 20% de participación en la subcategoría Stevia. Parte del crecimiento que hemos tenido en los últimos años ha sido apalancado por Splenda Stevia, quien al cierre de 2022 creció un +53 vs 2021.

El directivo destacó que, tanto en Estados Unidos como en México, Heartland es el principal productor de marcas privadas para el canal de autoservicios

-¿Estaría dispuestos con algún mayorista a hacerles una marca?

“Tenemos que evaluar el tema, básicamente el volumen, el tamaño, la escala, pero si estamos totalmente abiertos a evaluar propuestas de marca privada con los grandes mayoristas”.

Finalmente adelantó que Heartland apostará los próximos años a un crecimiento de Splenda como marca master y a traer innovaciones al mercado.” Vamos hacer una expansión de nuestro portafolio con otras categorías, avaladas con la marca Splenda, siempre apostando hacer la vida del ser humano más duradera y feliz a través de la reducción del consumo de azúcar”. 



**PRODUCTO
MEJORADO**

Pétalo[®]

ULTRA RESISTENTE

La
resistencia
que tu negocio necesita.



iLlévalo ya!



Romeo Valentín Maldonado

Hoy que China libra una guerra comercial con Estados Unidos, se reviven temores e interrogantes que en distintas épocas han estado presentes en occidente respecto a esa enorme nación, a la que, sin embargo, se debe históricamente una decisiva influencia civilizatoria. Desde tiempos homéricos los griegos conocieron la existencia de los pueblos del lejano oriente cuyas costumbres, organización política y cultura se percibían difíciles de entender por las profundas diferencias con la naciente cultura occidental, que los hacían muy distintos y distantes, no sólo geográficamente. Muchos prejuicios y ambiciones se incubaron durante siglos respecto al lejano país, que por algo sobrevivió a invasiones, colonización y guerras a lo largo del tiempo, sin afectar su identidad fundamental.

A los chinos se debe el ábaco, antecedente lejano de las calculadoras para hacer operaciones aritméticas; la brújula, instrumento decisivo para los grandes viajes

trasatlánticos; el reloj de sombra o de sol, para medir el curso de las horas del día, que implicaba sofisticados conocimientos astronómicos sobre la rotación terrestre y de otros cuerpos celestes; la ballesta y la pólvora, asimilados como poderosos inventos para la guerra; el papel, la tinta y la impresión de textos, sin cuya invención no se explicaría el desarrollo de la civilización tal como la conocemos hoy. Algunos ubican el poder de innovación actual como la ventaja comparativa de la economía global de libre mercado, bajo dominio estadounidense, sobre el capitalismo de Estado chino que supuestamente limita esa capacidad innovadora. Algo nos dice la historia sobre lo equivocada que puede ser esa visión.

No es nueva, ni reciente, la presencia del lejano oriente en el comercio mundial. Desde el siglo VI de nuestra era, con la dinastía Tang, China desarrolló poderosamente su comercio exterior con Asia Central y Occidente, mediante caravanas y por mar con límites que llegaban hasta lo que hoy es Afganistán. Desde los viajes del comerciante veneciano Marco Polo, ➤

L'ORÉAL PARIS

Free Together

ÁCIDO SALICÍLICO
+ ÁCIDO HIALURÓNICO

NUEVO

**CONTROL ANTI-GRASA
Y PUNTAS HIDRATADAS
HASTA 72H***



*Test instrumental vs shampoo clásico.
Salud es Belleza 123300EL950582

Nueva Nao de China

que conoció el imperio Mongol de Kublai Kan, nieto del legendario Gengis Kan, en el siglo IX de nuestra era -un imperio que abarcaba Europa oriental hasta el norte de Siberia y lo que hoy es Corea- hasta la llegada de los comerciantes portugueses al inicio de la segunda década del Siglo XVI, en que comenzó el intenso tráfico marítimo global, China formó parte medular de los intercambios comerciales del mundo occidental.

En América, por ejemplo, y en particular en México, la huella cultural de oriente y de China subsisten hasta nuestros días. Hace poco más de 450 años que se realizó el primer viaje de la Nao de China, o Galeón de Manila, emprendido en 1565 por el marino vasco Andrés de Urdaneta y Cerdain, astrónomo, militar y religioso que sirvió al emperador español Felipe II. Llamado tornaviaje, ese periplo comercial recorría más de 12 mil kilómetros en galeones que transportaban sedas, especias, maderas, arroz, mango y marfiles, entre otros, que marcaron gustos culinarios, artísticos, arquitectónicos, conceptuales y culturales, que aún persisten en nuestro país y en otras regiones de América, y surgieron 200 años antes de la fundación de lo que hoy es Estados Unidos.

En contra parte, la Nao de China transportó a Europa, y a otras partes del mundo conocido de entonces, la plata y el oro mexicanos, cacao, café, chiles, piezas de cuero, grana cochinilla, vino y ganado, entre otros productos. Se dice que

durante dos siglos se enviaron al mundo 400 millones de pesos en plata. Primero en Barra de Navidad, en lo que hoy es Jalisco, después en Acapulco, por sus mejores condiciones de fondeo, México se convirtió en un vínculo comercial privilegiado entre Asia, Europa y América.

Hoy formamos parte de un tratado comercial que apunta a una mayor integración económica de nuestro país con sus dos vecinos del norte, Canadá y Estados Unidos, precisamente como opción ante la expansión comercial China y el declive del poderío estadounidense. En la reciente reunión trilateral de los presidentes López Obrador, Joe Biden y Justin Trudeau, se anunció -entre otros temas- que en lo económico se buscará que el 25 por ciento de lo que importan de Asia, Estados Unidos, México y Canadá, se produzca en Norteamérica, lo que significará la realización de cuantiosas inversiones con empleos que pueden representar para México un crecimiento de dos puntos porcentuales adicionales en el PIB.

De los tiempos de la Nao de China a la fecha las condiciones han cambiado mucho, pero nuestra ubicación geográfica estratégica permanece. Una ventaja comparativa que ven nuestros vecinos y fortalece la capacidad negociadora de México, ante una oportunidad real de crecimiento y desarrollo, en un nuevo realineamiento del orden mundial. 



Muchas gracias y mil perdones



Eduardo Torreblanca Jacques

Después de la grata sorpresa que nos anunció el INEGI al calcular en una primera estimación el crecimiento de México en 3 por ciento durante 2022, cifra que será revisada para dar el dato final hacia finales del mes de febrero, lo que tendríamos que reconocer que en este dato estadístico hay un elemento que agradecer.

Un estimado de 3 billones 515 mil 906 millones de pesos así lo demandan.

Este dinero remite a un aproximado de lo que los compatriotas o familiares de mexicanos han recibido en nuestro país a lo largo de los meses y años en los que ha gobernado Andrés Manuel López Obrador.

Lo que ha insistido en festinar como un logro de su gobierno y que en realidad debiera ser un elemento que nos avergonzara.

En los cuatro años más un mes (diciembre del 2018), este Gobierno Federal ha presenciado ➤

Muchas gracias y mil perdones

la llegada de 190 mil 049 millones de dólares en remesas. Si los multiplicamos por una paridad arbitraria (\$18.50 por dólar) tendremos una cantidad que supera los 3 billones 515 mil millones de pesos.

No es una cantidad poco importante. Ese dinero va a la compra de básicos o en el mejor de los casos a pagar algunas rentas o mensualidades hipotecarias.

Se estima que en 5 millones de hogares se recibe mensualmente dinero de familiares que están trabajando y viviendo en la Unión Americana fundamentalmente.

Once millones de adultos recogen esos envíos. A Jalisco (9.2%), Michoacán (9.0%) y Guanajuato (8.6%) llegan la mayor parte de esas cantidades, según afirman los datos del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, el CEMLA. Usted pudiera preguntar si lo que se envía es mucho o poco. Es un dineral.

Durante los primeros cuatro años del sexenio de AMLO se ha recibido ya más dinero en calidad de remesas que lo que se recibió durante TODA LA ADMINISTRACIÓN del presidente Enrique Peña Nieto (160

mil 474 mdd o equivalente aproximado a 2 billones 968 mil 769 millones de pesos mexicanos).

Hoy la cantidad recibida en los primeros cuatro años del presidente AMLO es 18.4 por ciento mayor a lo que se recibió durante los 6 años de la administración federal previa.

Si tomamos solo en cuenta los primeros cuatro años de la administración Peñista hoy el aumento en la recepción de remesas es 91 por ciento superior.

Esos recursos que mucho ayudan al consumo doméstico nacional debieran ser motivo de vergüenza. Son recursos que en una parte mínima de lo que ganan, envían a nuestro país seres humanos que no dejan de pensar en sus familiares y en México. Son fuerza de trabajo que debiera invertirse en este territorio, que es su territorio natural y muy seguramente más amado. Debiéramos tener a esos mexicanos con nosotros y no generando riqueza para los vecinos. Esa imposibilidad es del tamaño de las incapacidades de gobiernos a lo largo de los pasados 80 años.

Motivo de vergüenza. Nadie ha podido con ese paquete. 

HIDRATACIÓN TOTAL

¡SOLUCIÓN CIENTÍFICAMENTE HIDRATANTE!

Deshidratación por:





Inventario Nacional

Roberto Fuentes Vivar

Más estímulos anti-inflación

Una buena noticia para la población y para todos los negocios que se dedican a la fabricación y distribución de productos alimenticios y de primera necesidad, es que el Gobierno federal decidió mantener durante todo 2023 el apoyo fiscal y operativo para las importaciones, con el fin de tratar de controlar la inflación. La Secretaría de Economía, publicó en el Diario Oficial de la Federación un decreto para dar continuidad a los programas antinflacionarios durante este año que recién inicia. El decreto significa un fuerte sacrificio fiscal, pues nada más en 2022 los programas antinflacionarios tuvieron costo superior a los 575 mil millones de pesos y, tomando en cuenta las cifras del año pasado, esta medida podría significar que el gobierno deje de recaudar alrededor de 70 mil millones de pesos. El decreto mantiene la exención temporal del pago de arancel a la importación definitiva de diversos productos alimenticios, de higiene personal, alimento para animales e insumos para la agricultura. El nuevo decreto amplía la vigencia de las medidas hasta el 31 de diciembre de 2023 y aumenta el número de mercancías clasificadas en 33 fracciones arancelarias, que se suman a los que ya contaban con la reducción arancelaria, como productos vegetales y animales para consumir directamente, insumos para la industria alimentaria y abonos y fertilizantes para la producción agropecuaria, además de varios productos de

higiene personal y salud. También se dan facilidades para que los importadores puedan contar de manera expedita con una Licencia Única Universal.

Aumenta el crédito al consumo

Otra buena noticia para abarrotes y distribuidores de mercancías es que el crédito al consumo y para las empresas sigue creciendo. De acuerdo con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), al cierre de 2022, el crédito al consumo (tarjetas, préstamos personales y de nómina) mantenía un ritmo de crecimiento nominal de 17 por ciento, mientras que la morosidad estaba bajo control, en niveles de dos por ciento. El financiamiento de la banca comercial a las micro, pequeñas y medianas empresas cerró 2022 con un saldo de casi 500 mil millones de pesos, con un crecimiento de 4.7 por ciento. El flujo nuevo de crédito a las empresas llegó a 870 mil millones de pesos, según la Asociación de Bancos de México. Paralelamente, Nacional Financiera que trabaja con 64 Intermediarios Financieros no Bancarios, dio a conocer que cuatro de cada 10 créditos se colocaron por instituciones diferentes a las bancarias.

Mejora el empleo en México

Al cierre de 2022, el INEGI dio a conocer la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENO), en la cual se indica que en diciembre la Población

Inventario Nacional

Económicamente Activa (PEA) fue de 59.6 millones de personas, lo que implicó una Tasa de Participación de 59.7 por ciento. Dicha población fue superior en 580 mil personas a la de diciembre de 2021. La Población No Económicamente Activa (PNEA) fue de 40.2 millones de personas, 94 mil más que en el último mes de 2021. De la PEA, 57.9 millones de personas (97.2 por ciento) estuvieron ocupadas un millón más que en el mismo mes de un año antes, lo que significó el menor desempleo en 17 años. En diciembre de 2022, la población ocupada en la informalidad laboral fue de 31.8 millones de personas y la tasa de informalidad laboral (TIL) fue de 54.9 por ciento de la población ocupada, 1.6 puntos porcentuales menos que en el último mes de 2021, lo que representó una reducción de la informalidad.

Canacintra busca dirigente

La Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra) nacional designará nuevo presidente para el periodo 2023- 2024, en breve. En la carrera para suceder a José Antonio Centeno compiten José Manuel Sánchez Carranco, Esperanza Ortega Asad y la empresaria mexiquense María de Lourdes Medina Ortega, quien lleva ventaja entre los asociados. Luego de arrancar su campaña entre empresarios de las Delegaciones de Querétaro, San Luis Potosí, San Juan del Río, Irapuato, Celaya, Zacatecas y León, Medina Ortega estuvo en Los Mochis, Culiacán y

Guasave para lograr adhesiones. Parece ser que podría haber, otra vez una dirigente femenina en esa cámara que agrupa a muchos productores de básicos.

La megalópolis crece y crece

Diana Merino, analista de la división de Investigación de mercados de Newmark, señaló que 2022 fue un año favorable para el mercado inmobiliario en la Zona Metropolitana del Valle de México y Valle de Toluca, alcanzando ocupaciones históricas, cifras récord en la disponibilidad y un inventario que aumentó para cerrar en 13.6 millones de metros cuadrados, con un crecimiento anual del 4.7 por ciento. A su vez, Patricio Domínguez Patlán, director ejecutivo del sector industrial de Newmark, dijo que se espera que para este año se incorporen al inventario más de 500 mil metros cuadrados. Poco más de la mitad, pertenecerán al corredor Cuautitlán-Tultitlán-Tepotzotlán (CTT). Todos estos datos se refieren a inmuebles para el comercio y la industria.

Mejora frijol, pero falta maíz

El presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, dijo que ya se logró la autosuficiencia en frijol, pero seguimos dependiendo de las importaciones de otros granos como arroz y maíz. Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA) dio a conocer que el valor de las adquisiciones de granos básicos y oleaginosas de



El que sabe hacer negocios, sabe que es con Esmeralda.



México en el extranjero cerró 2022 con un total de 17 mil 700 millones de dólares, cifra anual sin precedente desde que existen registros (1993). El gasto de importaciones en productos básicos como maíz, frijol, trigo, soya, arroz y aceites, entre otros, registró un incremento de 17.6 por ciento respecto de los 15 mil millones de 2021. En cuanto a volumen, México importó en 2022 un total de 38 millones de toneladas de granos y oleaginosas, que implica una disminución de 1.5 por ciento frente al récord de 38 millones 700 mil toneladas de 2021. Es decir que estamos comprando al exterior menos alimentos que el año pasado, pero más caros.

Más puertos, incluso en Islas Marías

Dos informaciones relevantes de la Secretaría de Marina son: Una, que ya habrá un puerto comercial en las Islas Marías, llamado Puerto Balleto, ubicado en la Isla María Madre, dentro del municipio de San Blas, Nayarit. Paralelamente informó que en 2022 los puertos mexicanos movieron ocho millones 311 mil 854 teus (unidad de medida de los contenedores), lo que significó un crecimiento de 5.8 por ciento con respecto al año anterior. El reporte incluye las cifras del movimiento de carga general suelta y contenerizada, graneles, petróleo, transbordadores, vehículos automotores y cruceros, e indica que en el sistema portuario nacional se manejaron 287 millones 457 mil 715 toneladas de carga.

Crecen 13.2% las reservas

En los cuatro años que van de la administración del presidente Andrés Manuel López Obrador el monto de las reservas internacionales del Banco de México aumentó 15.22 por ciento hasta superar 200 mil millones de dólares. Este dinamismo duplica el 7.24 por ciento registrado en el mismo periodo del mandato de Enrique Peña Nieto. De acuerdo con información del banco central a principios de enero las reservas internacionales del país llegaron a 200 mil 620 millones de dólares, un aumento de 26 mil 502 millones de dólares (15.22 por ciento) respecto a los 174

mil 118 millones de dólares de la primera semana de 2018. Al inicio del mandato de Peña Nieto, se ubicaban en 163 mil 89 millones de dólares y para enero de 2017, cuatro años después, estaban en 174 mil 901 millones de dólares, lo que equivale a un crecimiento de solo 11 mil 811 millones de dólares.

Más turismo que antes de la pandemia

La Secretaría de Turismo dio a conocer que la llegada de turistas internacionales por la vía aérea superó en 2022 lo reportado en 2019, el año previo a la pandemia, pues llegaron 20 millones 601 mil paseantes extranjeros a aeropuertos, una cifra que es 8.2 por ciento mayor con respecto a los 19 millones 39 viajeros que llegaron al país en 2019. El nuevo monto también es 46.3 por ciento mayor con respecto a 2021. Cifras de la Unidad de Política Migratoria-Registro e Identidad de Personas de la Secretaría de Gobernación indican que los principales países en llegadas de turistas internacionales vía aérea a México, fueron Estados Unidos, Canadá y Colombia, con 15 millones 620 mil turistas, cifra 39.5 por ciento más respecto a 2021, y 16.4 por ciento mayor contra los 13 millones 424 mil turistas de 2019.

En febrero se decide el litio

En este mes de febrero se definirán varias de las estrategias del gobierno de México con relación al aprovechamiento del litio. Por una parte ya se está negociando para llegar a un acuerdo, antes de iniciar un proceso jurídico, con una empresa que tenía algunos trabajos exploratorios sobre el litio, en un área muy pequeña, muy limitada. Por otra ya se trabaja con Conacyt y las secretarías de Hacienda, Energía, Economía y Relaciones Exteriores para el desarrollo tecnológico del Plan Sonora. Según el Servicio Geológico de Estados Unidos, México tiene 1.7 millones de toneladas de reservas de litio, tres por ciento de la existencia global. Este mineral se encuentra en 82 localidades del país, que seguramente requerirán de abarrotes cuando comiencen a producir.





Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

David Leitch es un cineasta multifacético de Hollywood. Inició su carrera como doble de riesgo de Brad Pitt y Jean Claude Van Damme. Fue coordinador de stunts de diversos rodajes como *Constantine* (2005) y *300* (2006). Fue productor de la saga de John Wick. Posteriormente, inició su carrera como director, entre sus filmes más destacables se encuentran *Atomic Blonde* (2017) y *Deadpool 2* (2018).

Al ser un maestro en diversas áreas, Leitch se convirtió en un experto en realizar cintas visualmente perfectas. En *Tren Bala* (2022), su último filme, pretende

entregar su obra cumbre, pues logró reunir un *casting* de lujo (Brad Pitt, Aaron Taylor Jhonson, Brian Tyree Henry, entre otros), con el fin de realizar una de las mejores películas de acción. La cinta está basada en la novela del mismo nombre del escritor japonés Kotaro Isaka.

La cinta se desarrolla en Hong Kong. Cuenta la historia del mercenario Catarina (Brad Pitt) quien tiene el encargo de robar un maletín dentro del tren bala. Las instrucciones del atraco se las comunica una mujer por celular, a quien le dice que está yendo al psicólogo porque quiere hacer una redención y convertirse en una mejor persona. Desea solucionar los problemas a través del diálogo y ocupar menos la violencia. Su interlocutora le expresa que es muy arriesgada su intención de ser pacifista, pues le recuerda que es un asesino a sueldo.



Una vez dentro del tren bala, Catarina encuentra de manera sencilla el maletín y pretende bajarse en la siguiente estación. No obstante, cuando se dispone a salir del vagón, se cruza con “El Lobo” (Bad Bunny), un capo mexicano, quien intenta matarlo, aparentemente sin motivo alguno. Después de una ardua pelea, el protagonista mata a su oponente.

Por otro lado, en el mismo tren se encuentran Limón (Brian Tyree Henry) y Mandarina (Aaron Taylor Johnson), dos hermanos sicarios que tienen a su cargo al hijo de Muerte Blanca (Michael Shannon), principal capo de la mafia japonesa, a quien acaban de rescatar de un secuestro, así como un maletín con 10 millones de dólares que le pertenece al mafioso nipón. No obstante, en un descuido descubren que el hijo del capo es asesinado y que se han robado la valija. Se ponen nerviosos porque saben las fatales consecuencias que enfrentarán si su contratista se entera de lo ocurrido.

Además, en el mismo vagón se encuentra una joven apodada “El príncipe” (Joey King) que obliga al mercenario Yuichi Kimura (Andrew Koji) a robar el maletín con 10 millones de dólares y ponerle una bomba, con el fin de matar a Muerte Blanca cuando éste abra la valija. Cabe destacar que, si Kimura no obedece las instrucciones, la adolescente ordenará el asesinato de su hijo.

Conforme avanza la trama, los personajes se cuestionan si existe el destino, pues a pesar de ser mercenarios experimentados, están fallando en sus misiones; comienzan a perder el control de la situación y caen en desesperación. Además, se percatan que todos fueron contratados por Muerte Blanca para conseguir el maletín con 10 millones de dólares. Intuyen que esto fue con el fin de que se ejecutaran los unos a los otros ¿Cuál será el motivo por el cual el mafioso nipón quiere ver a los protagonistas muertos?

Parte del éxito del filme se debe a las excelentes actuaciones. La producción contrató al *dreamteam* de Hollywood para realizar el rodaje. Brad Pitt (Catarina) demuestra el porqué es uno de los artistas más respetados de la actualidad. Es un actor multifacético que puede interpretar desde un drama hasta un thriller psicológico. *En Tren bala* nos muestra su faceta como actor de acción y comedia. Interpreta a un mercenario que intenta darle un nuevo rumbo a su vida, quien mantiene un buen sentido del humor a pesar de las fuertes circunstancias que se le presentan.

Por otro lado, la interacción entre Aaron Taylor Johnson (Mandarina) y Brian Tyree Henry (Limón) es magnífica. Muestra a dos hermanos que confían ciegamente el uno del otro; toda su vida llevan trabajando en equipo, por ello se conocen muy bien y nunca han fracasado en ninguna misión. Manejan un sentido del humor negro que logra mucha fluidez en la obra. Son los personajes más carismáticos del filme. Nos hacen recordar la mancuerna de John Travolta (Vincent Vega) y Samuel L. Jackson (Jules Winnfield) en *Pulp Fiction* (1994).

En este filme debuta el cantante urbano Bad Bunny como actor en el Séptimo Arte. Tiene una participación pequeña, ya que aparece cinco minutos en pantalla. Aun así, su personaje “El Lobo” es muy interesante, representa a un capo mexicano. En rápidos *flashbacks* nos muestran el cómo fue escalando de posición en el cartel, hasta convertirse en líder de la organización criminal.

Con tan poca participación en la película no se puede determinar qué tan buen actor es el cantante. No obstante, en lo poco que se mostró, su desempeño fue bastante respetable. Cabe destacar que en un principio los *trailers* y las campañas publicitarias daban a entender que Bad Bunny iba a ser el antagonista principal de Brad Pitt; no obstante, no fue así. Una vez más, Hollywood ➤

ANAM

ASOCIACIÓN NACIONAL DE
ANABARROTEROS S.A.C.



**VUELVE EL
MÁS POR MENOS**

mayo y junio

el Verano Abarrotero, con
¡grandes oportunidades para ti!



realiza una mercadotecnia engañosa para atraer público, pues en la actualidad Bad Bunny es uno de los cantantes más famosos del mundo.

La fotografía quedó a cargo de Jonathan Seia, quien nos muestra cambios de tomas excesivamente rápidas, tanto en escenas de acción como para mostrarnos el pasado de los personajes. Quiere mostrar que todo sucede tan rápido como la velocidad en la que corre el tren bala. Esto ocasiona que el espectador se pueda confundir con lo que está sucediendo, pues es una saturación de imágenes; aun así, funciona bastante bien, pues en las películas de acción se disfrutan los fuegos pirotécnicos.

El constante cambio de encuadres ocasiona que el editor Elisabet Ronaldsdóttir tuviera todo un reto al realizar el montaje, ya que tuvo que ordenar un sinfín de tomas para que cuadraran y se vieran de manera fluida y dinámica.

Uno de los puntos más sobresalientes es el *soundtrack*. Se pueden escuchar diferentes géneros musicales como disco, pop, balada, rock y hip hop que ambientan las magníficas escenas de acción. Los músicos y cantantes que participaron en la banda sonora son principalmente oriundos de Japón y Estados Unidos. Entre las canciones más destacables se encuentran: *Stayin' alive* de Avu-Chan, *La Despedida* de Alejandro Sanz, *Holding out for a hero* de Miki Asakura y *Sukiyaki* de Kyu Sakamoto.

Uno de los puntos débiles es el guion escrito por Zak Olkewicz; tiene fallas argumentales y algunas incongruencias en el desarrollo de la historia. Cabe destacar que el filme está basado en una obra literaria con un interesante contenido filosófico que aborda el tema del destino; se cuestiona si nosotros podemos controlar nuestra existencia o alguien más lo hace por nosotros; esta premisa se podía haber explotado más en la trama.

No obstante, el director se preocupó más por la parte visual que por la narrativa, lo cual de cierta manera le funcionó, pues las deficiencias del guion las cubrió con las sorprendentes escenas de acción.

Tren Bala es un película entretenida, dinámica, divertida y violenta; maneja un interesante humor negro. Es la película de acción más sobresaliente después del periodo de pandemia. Muy recomendable para las personas que gustan mirar escenas de pelea y buenos efectos especiales.



Revista Bimestral • Desempeño Abarrotes

De acuerdo con **ISCAM**¹, en el acumulado a Dic'22, el **Canal Mayoreo Abarrotero** presenta un desempeño positivo creciendo +13.0% en sus ventas en valor.

Desempeño por Canasto

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

	Alimentos	Limpieza	Bebidas	Hogar Papel	Hogar	Mascotas
(%) Participación	41.8%	10.6%	10.5%	6.7%	7.0%	4.3%
Participación YTD Diciembre 2022						
(%) Crecimiento	13.0%	9.2%	20.3%	8.0%	12.1%	14.2%
(%) Participación	43.5%	10.1%	9.1%	7.1%	7.1%	4.0%
Participación Diciembre 2022						
(%) Crecimiento	15.4%	13.3%	18.1%	19.5%	8.0%	11.1%

Otros Canastos	Enero-Diciembre 2022		Diciembre 2022	
	Mix%	Var%	Mix%	Var%
Cremería/Salchichonería	4.6%	+17.3%	4.9%	+16.3%
Cuidado Personal	2.9%	+13.9%	2.7%	+13.5%
Pañales	2.9%	+10.3%	2.9%	+10.7%
Capilares	1.7%	+13.1%	1.7%	+24.4%
Granos/Cereales	1.7%	+5.9%	1.6%	+12.6%
Perecederos	2.0%	+22.6%	1.9%	+23.9%
Botanas/Frituras	1.3%	+24.1%	1.6%	+25.4%
Protección Femenina	0.9%	+0.2%	0.9%	+14.8%
OTC	0.7%	+2.1%	0.8%	+32.1%
Cremas	0.3%	+13.7%	0.2%	+9.1%
Institucional	0.0%	+19.1%	0.0%	+10.1%

• En año móvil a Dic' 22, el Canal Mayoreo Abarrotero representó el 1.4% del PIB² Nacional y 4.6% del PIB Sector Comercio.

• El Canal pesa cerca del 47.9% del total de ventas de estos mismos productos a nivel Nacional dentro del Mercado Abarrotero.

Las 10 CATEGORÍAS más relevantes

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

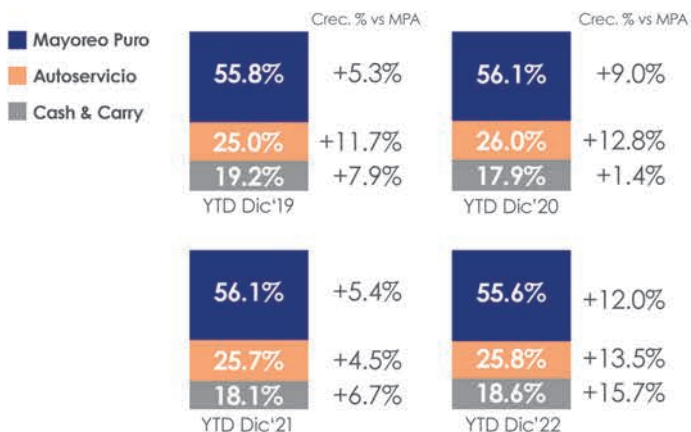
Categoría	Canasto	Enero - Diciembre 2022		Mes Diciembre 2022	
		(%) Participación	(%) Crecimiento	(%) Participación	(%) Crecimiento
Galletas	Alimento	6.3%	16.9%	6.7%	+19.8%
Papel Higiénico	Hogar Papel	5.7%	7.1%	5.9%	+18.3%
Aceites Comestibles	Alimento	4.2%	+16.4%	3.8%	-8.0%
Detergentes Ropa	Limpieza	3.8%	+11.7%	3.6%	+16.3%
Perros	Mascotas	3.1%	+11.2%	2.8%	+8.7%
Leche Blanca Líquida	Bebidas	2.8%	+8.1%	2.5%	+4.1%
Café	Alimento	2.8%	+6.3%	3.1%	+20.9%
Endulzantes	Alimento	2.7%	+4.6%	2.8%	+22.8%
Pañal Bebé	Pañales	2.7%	+8.9%	2.6%	+9.6%
Mayonesas	Hogar	2.3%	+26.8%	2.5%	+24.0%

¹ ISCAM (Información Sistematizada de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales).

² PIB: Producto Interno Bruto, INEGI, a precios corrientes (Promedio 4º trimestre 2021 y 1º, 2º y 3º trimestre 2022).

ABARROTES: Desempeño por subcanal

Valor y participación %



Desempeño Acumulado a Dic'22

Vinos y Licores (Sin Cerveza) +23.8% en valor:

- Tequilas (+29.9%)
- Whisky (+22.1%)
- Vinos de Mesa (+11.0%)
- Ron (+35.6%)

Dulces (Sin Botanas) +25.6% en valor:

- Chocolate (+23.1%)
- Dulce (+34.0%)
- Paleta (+25.4%)
- Pulpa (+27.9%)

Indicadores Macroeconómicos 2023

INDICADOR	2021	Meta Gobierno 2022	2022	Meta Gobierno 2023	2023	Tendencia
PIB (%)	5.0%	3.0%	3.0%	3.0%	n/d	▲
Inflación (%)	7.4%	3.3%	7.8%	4.1%	7.9%	▼
Tipo de Cambio	\$20.9	\$20.4	\$19.6	\$20.6	\$18.8	▼
IED (mdd)	\$24,832	n/d	\$32,147	n/d	n/d	n/d
Crecimiento IED (%)	5.7%	n/d	29.5%	n/d	n/d	n/d
Remesas (mdd)	\$51,594	n/d	\$58,497	n/d	n/d	n/d
Crec. Remesas (%)	27.1%	n/d	13.4%	n/d	n/d	n/d
INCC	44.9	50	43.3	50	44.8	▼
Precio Exp. Petróleo (dólares barril)	\$74.8	\$55.1	\$69.8	\$68.7	n/d	n/d
Empleos formales (000)	846.4	n/d	752.7	450/650	111.7	▲
Tasa de Desempleo (%)	3.5%	3.8%	2.8%	3.7%	n/d	n/d



ISCAM Ritmo es una herramienta de última generación que busca el desarrollo y evolución del Canal Mayoreo en México

- **ISCAM Ritmo** permite conocer el desempeño de Marcas e Industrias en rangos de tiempos oportunos (semanal)
- Es ideal para consultar métricas de desempeño a total Mercado o Sub Canal (Mayoreo Puro, Tiendas de Autoservicio propias del Mayorista y Cash & Carry), en cortes por División de Negocios (Abarrotes, Vinos y Licores, Dulces, etc.), por Corporativo / Fabricante, Categoría / Subcategoría y Marca / Submarca
- **ISCAM Ritmo** permite semanalmente la gestión de las ventas y la operabilidad del negocio, posibilitando correcciones y ajustes durante el mes corriente
- **ISCAM** contribuye en la evolución y profesionalismo del Canal Mayoreo, desarrollando herramientas que permitan llegar a resultados óptimos y objetivos específicos
- Para conocer más acerca de **ISCAM Ritmo**, acércate con tu Ejecutivo

Para mayor información comuníquese a:
722 216 0868 ó 722 134 0511

Síguenos en [@iscam_mx](https://twitter.com/iscam_mx)
Consulta la página [iscam.com](https://www.iscam.com)

Información generada por **Consejeros Comerciales S.A. de C.V.** Su servicio **ISCAM** es la principal fuente de información del Canal Mayorista en el país, tanto Abarrotero, Confitero, y de Vinos y Licores.





¡ESTA CUARESMA REFRESCATE
CON **ZUKO**!

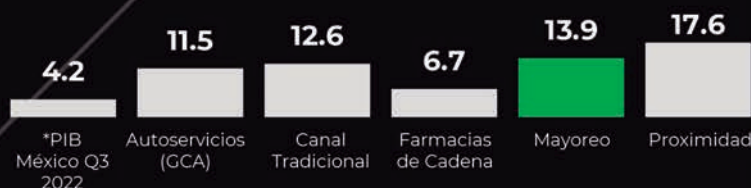
#ZUKEA!

Panorama Mayoristas

¿Cómo cerró el mayoreo en 2022?

El canal mayorista dentro de los mejores desempeños anuales

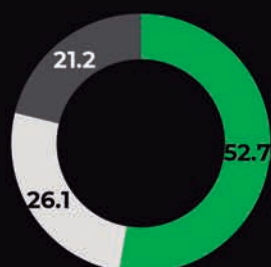
Desempeño por canales
(FY 2022)



% de variación por formato del mayoreo
(FY 2022)



Importancia en ventas por formato
(FY 2022)



■ Mayoreo y rutas
■ Clubes del mayorista
■ Autoservicios del mayorista

 NielsenIQ

Fuente: NielsenIQ | Autoservicios y Farmacias de Nielsen ACV CIP acumulado 52 semanas al 01 de enero de 2023. Tradicional y proximidad Retail Index a diciembre 2022. | Nielsen ACV Mayoristas CIP acumulado YTD a diciembre 2022 | Ventas valor



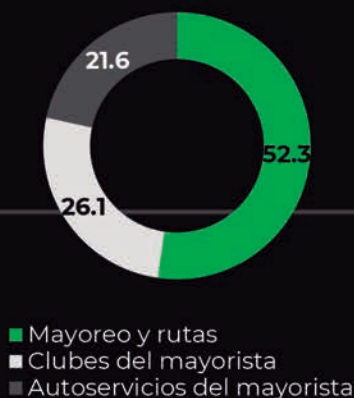
Y... ¿Cómo se ve el arranque de 2023?

La inflación general anual de la primera quincena de enero de 2023 se situó en 7.94% aumentando ya que en diciembre 2022 se situaba en +7.82%

% de variación por formato del mayoreo (YTD Enero 2022)



Importancia en ventas por formato (YTD Enero 2022)



Mayoreo arranca creciendo con el mayor desempeño en Clubes del mayorista

Fuente: NielsenIQ || Nielsen ACV Mayoristas CIP acumulado YTD a Enero 2023 | Ventas valor

 NielsenIQ

 kimberly.rodriguez@nielseniq.com
 laura.heredia@nielseniq.com



Miscelánea

Santiago González



Tráfico de huevo

El tráfico de huevo crudo de México a Estados Unidos aumentó 300 por ciento en el último año. ¿La causa? El aumento de 109 por ciento en los precios de este producto en el país vecino. Pasó del equivalente de 59 pesos el kilogramo, en enero de 2022, a 123 pesos en la actualidad. En el fondo del problema están las oleadas de gripe aviar que se han presentado en la unión americana. La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza gringa dio a conocer que ha habido “un gran aumento” en el tráfico ilegal de huevo crudo desde México, lo mismo que de carne cruda de ave. El producto es llevado por viajeros, y por ello las autoridades recordaron al público que “las regulaciones agrícolas siguen vigentes”. Exhortó a la población general estadounidense a no intentar cruzar estos productos a dicha nación, pues ello implica el riesgo de multas.

Bancos sin comisiones

Los 13.2 millones de clientes de HSBC, Scotiabank, BanBajío, Inbursa, Banregio y Banca Mifel dejarán de pagar comisiones al retirar efectivo o consultar el saldo de sus cuentas en cajeros automáticos de dichos bancos, pertenecientes a la nueva MULTIRED. Son 9 mil cajeros automáticos compartidos. Los clientes podrán realizar operaciones de sus tarjetas de crédito y débito sin costo, cuantas veces lo requieran. La red referida está conformada por los más de 5 mil 600 cajeros automáticos de HSBC México y los tres mil 500 que ya operaban de forma compartida desde 2021 por las otras cinco instituciones. La medida repercutirá de manera positiva en ahorro de tiempo y dinero para los clientes. De acuerdo con datos del Banco de México en nuestro país los tarjetahabientes realizan en cajeros automáticos más de 153 millones de operaciones interbancarias al año, con tarjetas de débito y crédito, por un monto total de 463 mil millones de pesos.



Granos, aumenta producción

La Secretaría de Agricultura informó que ya se registra un incremento en la producción de maíz, frijol, arroz y trigo. Se calcula que, al cierre del año pasado, se tuvo un volumen de 33.9 millones de toneladas, 7 por ciento más que cuando inició la presente administración. El titular de la dependencia, Víctor Villalobos, aseguró que en el caso del maíz se estima que entre Sonora y Sinaloa generan una producción de entre 6.5 y 7 millones de toneladas. Y pronosticó buenas perspectivas de producción para 2023. Dijo que en conjunto la agricultura, ganadería, pesca y acuicultura cerraron con una producción total de 297.7 millones de toneladas y se espera en 2023 rebasar los 300 millones de toneladas de alimentos.



Bajan ventas en tienditas

Las misceláneas y changarros podrían ver reducidas sus ventas entre 10 y 25 por ciento, debido a la prohibición de tener a la vista los cigarrillos. Este cálculo fue hecho por la organización ConComercio Pequeño. La prohibición está contenida en el nuevo reglamento para el control del tabaco, y el presidente de la referida agrupación, Gerardo Cleto López Becerra, explicó que el tabaco funciona como “gancho” para la adquisición de otro tipo de mercancía. “La venta de cigarros deja poco margen de ganancias, al igual que los refrescos, pero éstos son productos gancho”; los consumidores se llevan otras cosas como pan, café, botanas. En cifras absolutas, dijo que si –por ejemplo– un negocio gana de 3,500 a 5,000 pesos, con la regulación del tabaco obtendrá solamente de 2,625 a 3,750 pesos. El efecto ya ha comenzado a verse, aseguró.



Mejora FMI pronósticos

El FMI modificó sus pronósticos de crecimiento económico de México para 2023 y lo ubicó en 1.7 por ciento, 0.5 puntos porcentuales más del cálculo anterior, de octubre de 2022. El ajuste al alza, precisó, se debe a la capacidad de resistencia que ha mostrado nuestra economía frente al entorno mundial. Sin embargo, el panorama para 2024, según el Fondo, es menos alentador, ya que las estimaciones de crecimiento fueron recortadas para pasar de 1.8 a 1.6 por ciento. El organismo internacional estimó que el principal socio comercial de México, Estados Unidos, registrará un crecimiento del PIB de 1.4 por ciento, lo que significa una mejoría de 0.4 por ciento respecto al reporte de octubre.

Sube confianza del consumidor

La confianza del consumidor subió en enero 1.5 puntos para ubicarse en 44.2 puntos, con respecto a diciembre de 2022. Y el Indicador de Confianza del Consumidor del primer mes se ubicó en 1.2 por ciento por encima de la cifra obtenida del mismo mes de un año antes. Este indicador se calcula con base en los resultados de la Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor, que levantan de manera conjunta el INEGI y el Banco de México en las 32 entidades federativas. El dato también mide la percepción de los consumidores con respecto a la situación económica del país, comparada con la que prevalecía hace 12 meses, la cual avanzó 0.6 puntos. Y en cuanto a las expectativas sobre la condición económica dentro de un año, con respecto de la situación actual, se incrementó 1.4 puntos.





PREVENCIÓN

Contra Bacterias*



CUIDA EL AGUA. *Previene el crecimiento de Staphylococcus aureus, Escherichia coli y Pseudomonas aeruginosa, siguiendo instrucciones de uso de la etiqueta.

¡Máximo rendimiento!



Toalla de Cocina 1 rollo con
240 hojas dobles multicorte
Papel higiénico, 6 rollos **600 hojas dobles**



Big Facial Quality®



Más vacaciones

Entró en vigor la nueva Ley de Vacaciones 2023 y la secretaria del Trabajo, Luisa María Alcalde, explicó cómo se aplicará y cuál será la distribución de los días que le corresponden a cada trabajador. Dijo que una persona adquiere el derecho a vacaciones una vez cumplido el primer año de haber comenzado a laborar en una empresa, y a partir de este criterio dio ejemplos de cómo deberá aplicar la nueva disposición. Si una persona comenzó a trabajar el 1 de febrero de 2021, al cumplir un año -el 1 de febrero de 2022- tendría derecho a solo 6 días de vacaciones; pero para cuando cumpliera dos años -el 1 de febrero de 2023-, ya tendría derecho a 14 días de vacaciones. Y si comenzó a trabajar el 24 de agosto de 2010, el año pasado todavía, al cumplir 12 años -el 24 de agosto de 2022-, le correspondieron 16 días; pero ya para el 24 de agosto de 2023, al cumplir 13 años, con la nueva ley tendrá derecho a 24 días de vacaciones. Con la nueva norma los trabajadores tienen derecho no a seis, sino 12 días de descanso a partir del primer año trabajado. Luego se sumarán dos días de trabajo por cada año consecutivo.

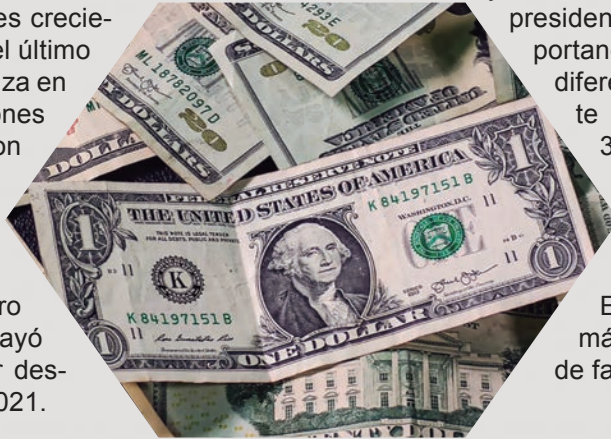


Carga, ¡fuera del AICM!

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México fue cerrado de manera definitiva a las operaciones de carga, las cuales fueron trasladadas al Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles. Expertos en temas de aviación criticaron la medida, con el argumento de la falta de infraestructura adecuada, pero líneas aéreas y empresas de paquetería aceptaron el traslado. DHL fue la primera compañía en anunciar el paso de sus operaciones al AIFA. En el decreto presidencial de cierre del aeropuerto capitalino se establece que las aerolíneas de carga tendrán 108 días hábiles para reubicar sus operaciones fuera del aeropuerto.

Bajan exportaciones

Las exportaciones de nuestro país, uno de los principales motores del crecimiento económico, se desaceleraron en diciembre. Esto, debido al debilitamiento de las ventas de manufacturas, reflejo de un menor dinamismo en la industria estadounidense. Analistas esperan que la tendencia a la baja continuará en los próximos meses. De acuerdo con el INEGI las exportaciones crecieron 3.4 por ciento anual el último mes de 2022, su menor alza en 14 meses. Las exportaciones de manufacturas crecieron 3.1 por ciento anual, muy por debajo del 10.0 por ciento del noviembre. Y las automotrices repuntaron 13.8 por ciento; pero el resto de las ventas cayó 1.5 por ciento, su primer descenso desde enero del 2021.



Crecen remesas 13%

En materia de remesas el año pasado cerró con un monto de 58 mil 897 millones de dólares, 13 por ciento más que en 2021. La cifra fue dada a conocer por el INEGI. Con ello, México se posicionó como segundo receptor de remesas más grande del mundo. “Estábamos en tercero. Eran la India, China y México, y ahora son India, México y China”, dijo el presidente de la República. Resaltó la importancia de esta comparación, pues la diferencia demográfica es sumamente amplia: “China tiene como mil 300, mil 400 millones de habitantes, India ya va en mil 200, y en México, de acuerdo al último censo, ya somos un poco más de 126 millones de habitantes”. Estos recursos llegan a la gente más necesitada, a unos 10 millones de familias mexicanas. 🇲🇽

NUEVO SABOR

RECOVER
EL SABOR DE LA HIDRATACIÓN®

RECUPERATE YA!

CONTIENE EDULCORANTES
NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

RECOVER
BEBIDA HIDRATANTE CON ELECTROLITOS
EL SABOR DE LA HIDRATACIÓN®
CERO CALORÍAS
BAJO EN SODIO

BEBIDA HIDRATANTE
CON ELECTROLITOS
SABOR UVA
CONT. NET. 630ml

REFRÉSCATE CON
NUESTRO SABOR

RECOVER_MX

R3COVERMX

Marcos de Arróniz

la ciudad de México como texto

Salvador Ávila

I

Las ciudades son como textos, como libros que se leen o se interpretan, o se reescriben. El término exégesis se refiere a la interpretación, lo más objetiva y completa posible, de un texto. Literalmente significa “explicar”, “extraer”, “interpretar”: la exégesis “es la interpretación completa y crítica de un texto”. Su contraparte es la eiségesis, que significa “insertar las interpretaciones personales en un texto dado”, lo cual presupone una visión más subjetiva. Si bien ambos conceptos se aplican estrictamente a escritos científicos, filosóficos o religiosos, podemos hacerlos extensivos a la lectura e interpretación que hacemos de nuestras ciudades. En *Las ciudades invisibles*, Ítalo Calvino dice que la ciudad -en general- contiene su pasado como las líneas de una mano, “escrito en los ángulos de las calles, en las rejas de las ventanas, en los pasamanos de las escaleras, en las antenas de los pararrayos, en las astas de las banderas, surcado a su vez cada segmento por raspaduras, muescas, incisiones, cañonazos”. ¿Cuántas lecturas podemos hacer de una metrópoli, de nuestra metrópoli?

A la ciudad de México del siglo XIX la han descrito o leído tanto viajeros nacionales como extranjeros, entre estos últimos: William Bullock, Charles La Trobe, Edward Burnett Tylor, Branz Mayer, Ludovico Chambon y Madame Calderón de la Barca. En sus interpretaciones plasmadas por escrito, algunos fueron un tanto superficiales y se dejaron llevar por las comparaciones o por los prejuicios; otros, decididamente más observadores, pretendieron ser imparciales y objetivos. De cualquier modo, el conjunto de todas estas narraciones -algunas verdaderos retratos hablados- contribuye a que entendamos cómo era la ciudad de México antes de convertirse en la megalópolis que es ahora, de qué manera y cómo ha cambiado, y qué fue lo que ganamos o perdimos en ese largo recorrido. El historiador Joaquín García Icazbalceta (1825-1894), engloba mejor que nadie lo que yo quiero decir en el siguiente párrafo de su libro *La antigua ciudad de México*:

Las ciudades experimentan continuas variaciones: una calle nueva que se abre, unas casas que se reedifican, una acequia que se ciega, una plaza que se ocupa con edificios; la menor variación en el alineamiento, puede



MANUAL DEL VIAJERO EN MÉXICO

MARCOS ARRÓNIZ

cambiar totalmente el aspecto de un lugar de la ciudad y meter en mil conjeturas á los pósteres, que no aciertan á concordar lo que leen con lo que están viendo.

II

Arróniz era un apellido poco frecuente en el siglo XIX en México, tanto como lo sigue siendo hoy en día. Sus orígenes se encuentran en la comunidad de Navarra, España. El topónimo Arróniz procede de la voz vasca arrona, “colina rocosa” o “pedregal”, más el sufijo iz, “hijo de”, es decir, “hijo de Arrona”. Sus ramas se extendieron por algunos lugares de España e Hispanoamérica. Marcos de Arróniz fue un militar conservador, además de escritor y poeta. Nació en Orizaba, Veracruz, a principios del siglo XIX y murió en Texmelucan, Puebla, en 1857. Fue capitán de lanceros de Antonio López de Santa Anna. Luchó en la batalla de Ocotlán, el 8 de marzo de 1856, en la que el presidente Ignacio Comonfort, al mando directo del ejército, atacó y derrotó a las fuerzas conservadoras en la loma de Ocotlán, Tlaxcala. Aprehendido por ➤

LA GRAN COCINA MEXICANA PRESENTA:

¡LOS NUEVOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA!

★ NUEVOS ★



Nos une nuestra sazón

LA GRAN COCINA MEXICANA **SABE.**

los liberales, se dice que, en prisión, empezó a perder el juicio. En la celda fue visitado por el escritor y político liberal Ignacio Manuel Altamirano. Marcos de Arróniz fundó el Liceo Hidalgo en 1850. Colaboró en periódicos como *La Ilustración Mexicana*, *El Presente Amistoso* y *La Guirnalda Poética*. Escribió poemas, cuentos y una biografía de Sor Juana Inés de la Cruz. Tradujo el *Don Juan de Lord Byron*, del que era un ferviente admirador. Fue asesinado -aunque se sospechó suicidio- en uno de sus viajes cerca de la ciudad de Puebla. En las páginas finales de su *Manual de historia y cronología de México*, recordaba con nostalgia el esplendor de corte europea que se vivió en los dos años de la última dictadura santanista (1853-1855).

III

Marcos de Arróniz escribió un libro excepcional por la descripción minuciosa que hace de la ciudad de México a mediados del siglo XIX. Su título nos deja sin aliento: *Manual del viajero en México*. Compendio de la historia de la ciudad de México. Descripción é historia de sus templos, conventos, edificios públicos, costumbres de sus habitantes, etc. Con el plan de dicha ciudad. Esta obra tan singular, valorada especialmente por los historiadores, fue editada por la Librería de Rosa y Bouret en 1858. En sus 160 páginas, Arróniz proporciona datos difíciles

de localizar en otros manuales similares, abundantes por cierto a lo largo de todo el siglo XIX. Por ejemplo, el autor explica que la ciudad de México tenía, hacia 1854, más de 200,000 habitantes solamente en el casco de la ciudad, y para su subsistencia el propio Arróniz calcula que el consumo anual era de 47,000 reses, 280,000 carneros, 60,000 cochinos, 4,260,000 gallinas, 425,000 patos, 250,000 pavos, 65,000 pichones, 440,000 codornices y perdices; 448,000 cargas de maíz de tres fanegas (medida de capacidad para el grano, las legumbres y otros frutos, de valor variable según las regiones), 430,000 cargas de harina, 300.000 cargas de pulque, 42,000 barriles de aguardiente y 6,000 arrobas de aceite de comer (si se trata de aceite la equivalencia es de 13,93 litros).

Otro apunte ilustrativo se refiere a la composición del ámbito laboral. De acuerdo con Arróniz, hacia esa misma época había en la ciudad de México 410 abogados, 44 agrimensores, 44 arquitectos, 43 agentes de negocios, 847 aguadores, 94 billetteros, 4,600 cargadores, 4,004 criados y 4,254 criadas domésticas; 20 cirujanos, 97 corredores de número, 6 dentistas, 15 evangelistas, 43 escribanos, 34 farmacéuticos, 6 flebotomianos ["persona que tenía por oficio sangrar o dejar salir una gran cantidad de sangre". Era, pues, una especie de cirujano], 40 ingenieros civiles, 440 médicos, 5 pensionados en grabado, 7 en pintura, 6 en escultura y 2 en arquitectura; 7

Repone el **agua y electrolitos** perdidos durante:

Consulte a su médico.

AMSA
LABORATORIOS
La Empresa de los Genéricos

VARIAZOL - MANEJARINA | FREJA | COCO
MORCILLA | CHURRASCO | BISTEC | KANI
CONE | EMPERADOR | BOMBON
MILK | MUG | PLATOS | COCA

TRAMPAZOL
TOMATE FREJA | MANEJARINA | COCA
TOMATE FREJA | MANEJARINA | COCA
MILK | MUG | PLATOS | COCA

#TEAMHIDRATACIÓN

parteras, 69 repartidores de impresos y 25 voceadores. Los datos son precisos, valdría la pena saber de dónde o cómo los obtuvo este personaje. En los libros de crónica de entonces no era común indicar la referencia bibliográfica ni colocar notas a pie de página. La historia se convierte, en este sentido, en un acto de fe.

Marcos de Arróniz tiene la virtud de la síntesis, además de ser un profundo y lúdico observador, su mirada es opulenta, como diría Román Gubern: no se le escapan aspectos o detalles que para muchos otros serían irrelevantes. Atento a lo que ve y escucha, a la cacofonía o la heteroglosia, describe con rigor los paisajes sonoros y olfativos que enriquecían la atmósfera de la ciudad decimonónica.



La calle de Plateros, hoy Madero, vista desde el Zócalo. Del lado izquierdo se observa parte del Portal de Mercaderes. Circa, 1904.

Además del continuo ruido de los caballos, del perpetuo rodar de los coches y del crujido de los carros, que parecen gemir bajo el peso enorme de sus cargas, los gritos obtienen una superioridad notable, porque los que los dan se esfuerzan en sobresalir en medio de tan sorprendente bullicio: así es que desde la mañana á la noche no se oye otra cosa que el estruendo de mil voces discordantes.

Describe, asimismo, los tipos populares, las vestimentas y las costumbres de la gente del pueblo y otro tipo de comportamientos y procesos identitarios. Constata el origen o la existencia ya consolidada de algunas de nuestras principales tradiciones, como el día de muertos o las posadas. Proporciona, en fin, datos puntuales de construcciones --de la Catedral Metropolitana o del Portal de Mercaderes, por ejemplo--, que es difícil localizar en otros textos, aun en los especializados. Arróniz es la fuente de la fuente.

El Portal de Mercaderes fué construido á principios del siglo XVII; y como el terreno en que se fabricó formaba parte de la plaza, hubo pleito entre el cabildo eclesiástico que se oponía, y el Ayuntamiento. Como á la formación de los Portales no precedió plan alguno, ni se verificó en la misma época, resultó el gravísimo defecto de que cada uno tenga una forma particular, lo que contribuye á disminuir la belleza de la plaza, pues si todos fueran iguales la vista sería mejor. Su reparación, bajo un

espíritu de mejor gusto, fué concluida á principios de junio de 1754. El Portal de las Flores sirve de tiendas para el comercio de lienzos, zarapes, sombreros, rebozos y ropa hecha al gusto del país y para la gente pobre: le dan el nombre las flores de papel de rechinantes colores y formas extravagantes que allí se venden, principalmente á los indígenas, muy aficionados al brillo del oropel y vivo rojo de aquellas producciones exóticas.

Para Marcos de Arróniz la joven ciudad de México era una de las más bellas del mundo, bien trazada, con calles rectas y "casas hermosas de arquitectura sólida y pintadas de colores claros". No es difícil advertir que en el libro del cronista predomina la eiségesis sobre la exégesis, es decir, la visión romántica, pintoresca y positiva de la ciudad y de sus habitantes. El cuadro sugestivo que traza el autor no está completo, los aspectos menos agradables de la ciudad de México de mediados de siglo XIX, son ignorados o minimizados por el cronista: el desaseo, la indigencia y la embriaguez; la ineficiencia del alumbrado público y los malos hábitos en cuanto a la distribución y consumo de alimentos; los innumerables perros callejeros y otros animales que deambulaban mañana, tarde y noche por las calles, aun por las principales, entre otros muchos aspectos. Todo esto no demerita sin embargo el valor de su trabajo, de su obra, porque, después de todo, ¿quién ha sabido captar en realidad todos los claroscuros de la ciudad de los palacios ambigua y engañosa?

Una caja de cerillas

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

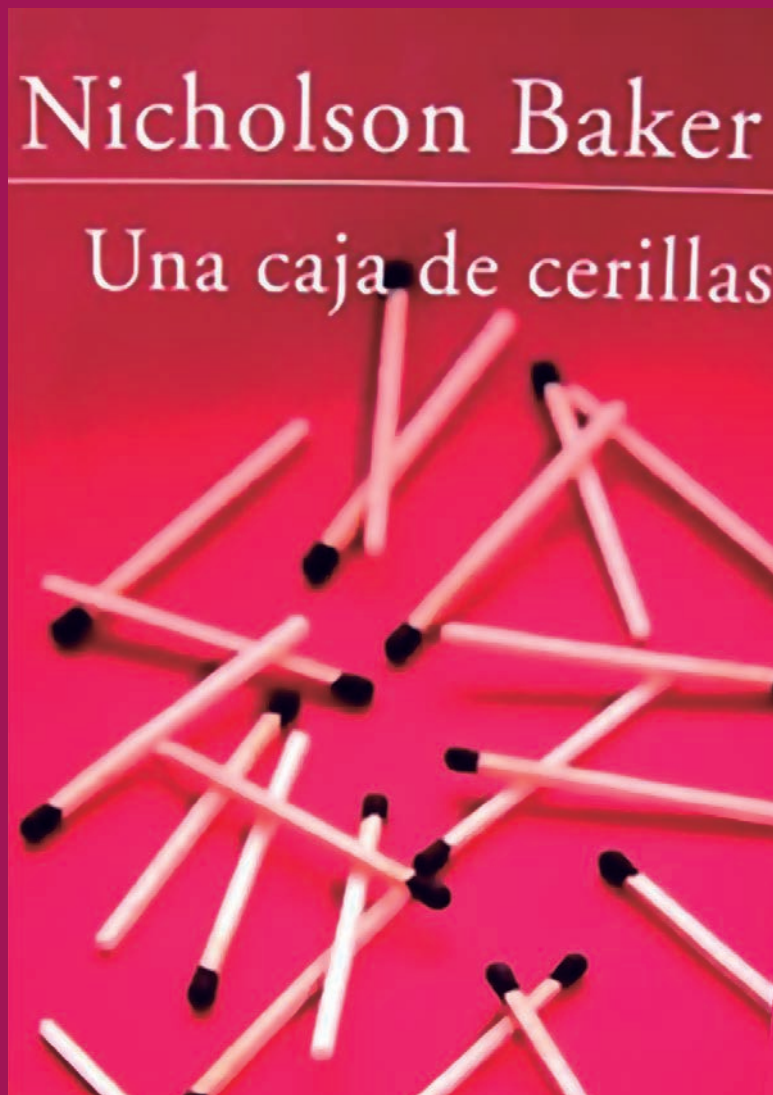
Durante el año 2013, solía acudir a lugares donde vendían libros de segunda mano (desde locales establecidos hasta puestos callejeros), con el fin de encontrar diversos tesoros literarios como un libro con mucha antigüedad o alguna ganga de un clásico o *best seller*. También compraba varias obras por el simple hecho de tener un título o portada interesante sin importar el autor.

Mientras realizaba mis recorridos, me percataba que siempre encontraba un libro titulado *Una caja de cerillas* (2003) de Nicholson Baker. Me pareció un texto curioso porque en la portada lo más visible era el nombre del escritor y no el título del texto; le pregunte a los libreros y sus clientes si conocían al autor, todos me respondieron que era un reconocido novelista estadounidense. A pesar de que la obra me parecía interesante nunca la adquiría.

Además de comprar libros de segunda mano, también frecuentaba la librería El Sotano, con el fin de conocer las nuevas variedades y obtener los títulos que no encontraba en las librerías de viejo. Mientras me sumergía en el área de novelas, apareció de nuevo *Una caja de cerillas*; percibí que esto no era una coincidencia; por alguna extraña razón el universo conspiraba para que leyera este texto, así que decidí adquirirlo la próxima vez que lo viera en algún puesto callejero.

Transcurrieron tres años para que hallara de nuevo la obra en una librería de viejo y no dudé en comprarla. A pesar de que ya tenía el texto en mis manos, siempre postergaba la lectura. Sin embargo, decidí que no podía dejar pasar más tiempo, así que fue lo primero que leí en este año.

La novela cuenta la historia de Emmet, un hombre de 44 años que se dedica a traducir libros de medicina, lo cual le genera buenos ingresos. Habita una casa con más de 200 años de antigüedad en Oldfield,



Estados Unidos, un lugar donde habitualmente está nevando. Lleva una vida cotidiana junto a su esposa Claire y sus dos hijos (Phoebe y Henry).

Por un tiempo tuvo un problema existencial, ya que tenía la sensación de querer suicidarse; no había ningún motivo en específico para realizar esta acción. No obstante, siempre tenía estos pensamientos antes de irse a la cama, los cuales le ocasionaban insomnio. Cuando por fin lograba dormir, soñaba que se quitaba la vida de diferentes maneras.

Para evitar las pesadillas decidió que se levantaría muy temprano (a las 4 am) con el fin de que terminara

muy cansado por las noches y así dejaría de tener sus pensamientos suicidas. Su método fue todo un éxito. Para pasar el rato en las madrugadas decidió escribir un diario donde describiría su rutina diaria, recordaría algunas anécdotas y proyectaría sus planes para el futuro. Esto lo realiza enfrente de la chimenea mientras come una manzana.

La primera acción que hace Emmet al levantarse es preparar café. Menciona que se ha vuelto un experto en el mecanismo de la cafetera y asegura que puede preparar la bebida hasta con los ojos cerrados. Y es que el café significa para muchas personas el motor del día, pues logra mantenerlos despiertos y activos en su trabajo.

Conforme avanza el texto, el protagonista habla de su familia. Expone que conoció a su esposa Claire en la universidad. En ese entonces, él era un joven muy tímido que casi no había salido con mujeres. Tuvo la fortuna que Claire fue quien lo invitó a salir y así pudieron consolidar una relación formal hasta llegar al matrimonio. Estaba sorprendido que una mujer tan bella e inteligente se hubiera fijado en él. Afirma que sigue enamorado de ella como en su época estudiantil

Diariamente, lleva a su hija Phoebe, de 14 años, al colegio, quien es apasionada de la ciencia y siempre está involucrada en proyectos relacionados a este tó-

pico. En una ocasión, el protagonista decidió cortarse la barba que tenía desde los 18 años. Al mirarlo rasurado, su hija quedó impactada, le dijo que pensaba que era otra persona. Durante varios días, ella se mantenía distante pues le había perdido la confianza. Por ello, Emmet volvió a dejarse la barba, ya que es prioridad la opinión y bienestar de Phoebe.

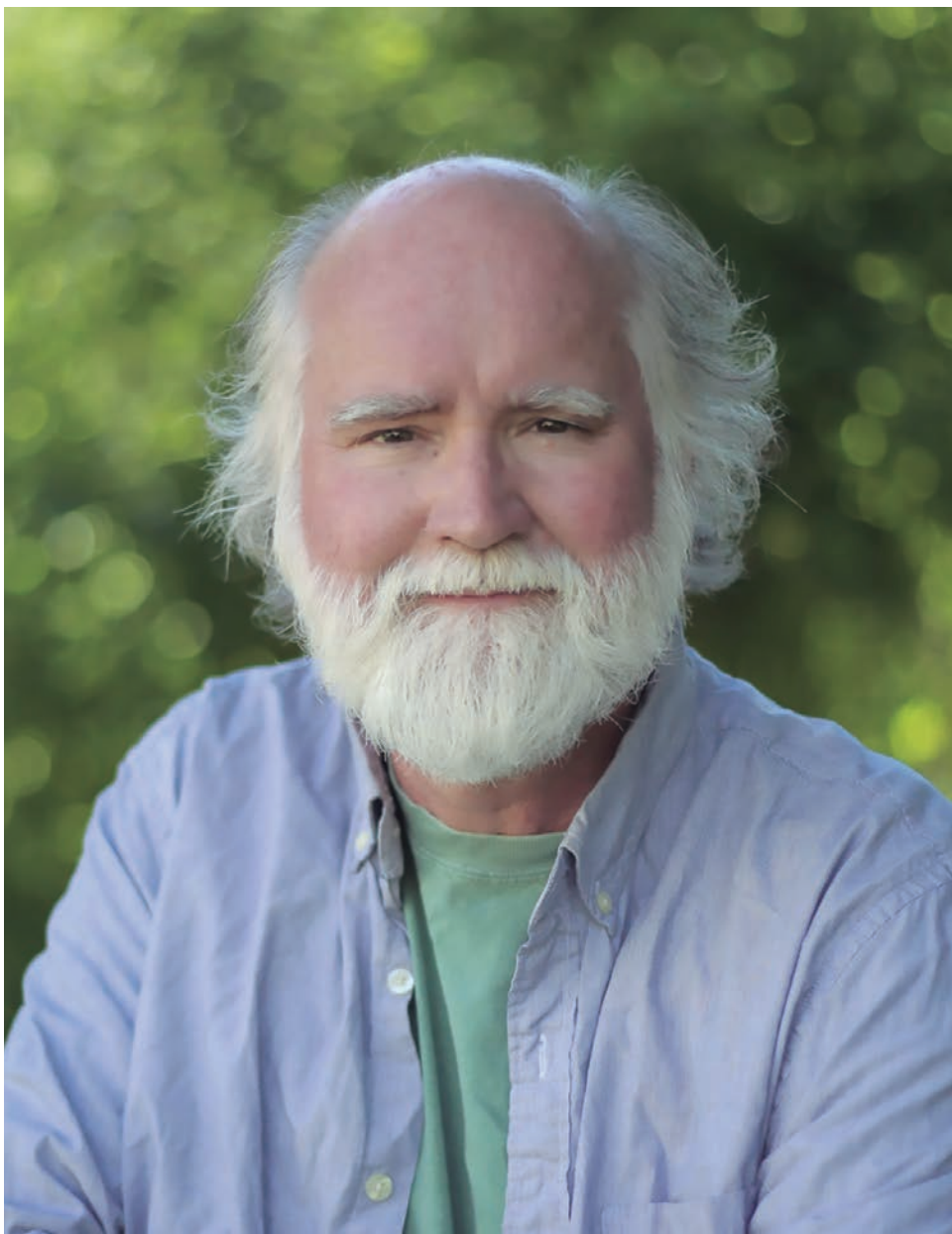
Por otro lado, tiene una relación muy estrecha con su hijo Henry, de 8 años, quien le ayuda a diversas labores de mantenimiento, comparten el gusto por los aviones y tienen largas charlas por las tardes. Conforme pasa el tiempo, se percata que su hijo pronto dejará de ser un niño y teme que esto genere un distanciamiento entre ellos. Emmet considera a su familia lo más importante de su vida, es su razón de existir. Desde niño su meta principal era formar un hogar.

Para el protagonista sus mascotas son parte fundamental en su vida. Tiene una pata llamada Greta que su hija Phoebe ganó en una rifa. En un principio pensó que no era buena idea tenerla. No obstante, con el paso del tiempo, el animal se ganó su cariño y convive mucho con ella. Greta vive en una casa para perro en el patio, tiene una mala relación con el gato (la otra mascota), con quien tiene constantes riñas; cuando el felino desea atacarla, de inmediato ella comienza a picotearlo hasta alejarlo.

POR UN MÉXICO MÁS LIMPIO

Convencidos de que el arte de la limpieza está en la calidad





Nicholson Baker

Además de la pata y el gato, también tuvieron un criadero de hormigas que por accidente llegó a la casa. El protagonista apreciaba el comportamiento de los insectos, se asombraba como se organizaban y creaban su propia civilización; lamentablemente, con el pasar de las semanas, comenzaron a morir poco a poco. No obstante, durante unos días más sobrevivió una de ellas, a la cual bautizaron como Fidel, quien nunca se rindió y continuó trabajando hasta el final.

La chimenea toma un papel fundamental dentro de la obra, ya que se convierte en un personaje más, pues siempre está presente durante las narraciones del protagonista. En cada capítulo, describe la acción

de tomar una caja de cerillas y prender fuego para encender la chimenea, la cual le sirve a Emmet para quitarse el frío y de inspiración para escribir su obra. Constantemente le avienta diferentes objetos como folletos, polvo y madera para que se mantenga prendida la llama, la cual cambia constantemente de color.

La obra demuestra la importancia de los pequeños detalles de la vida como bañarse, rasurarse, podar el césped, preparar café, etc. Estas actividades tienen un gran sentido literario, pues nos representan como seres humanos, ya que a diario las realizamos de manera automática; el autor logra romantizar estas acciones.

Demuestra que para la creación literaria no existe ninguna vida aburrida, sólo basta con que el escritor sea muy analítico y utilice una prosa fluida y descriptiva. Expone que la musa se encuentra en cada respiro que damos, sólo es cuestión de encontrarla.

Después de culminar el libro, investigué sobre el autor y confirmé lo que me dijeron hace 10 años los libreros y sus clientes; en efecto, Nicholson Baker es un reconocido escritor estadounidense; entre sus obras más destacadas se encuentran *Mezzanine* (1988) y *Room Temperature* (1990). Cabe destacar que la traducción de *Una caja de cerillas* fue realizada por el español Eduardo Hojman, por lo mismo ocupa el término cerillas (utilizado en España) y no cerillos como lo ocupamos en México.

Una caja de cerillas glorifica las acciones comunes del ser humano. Es un libro que por mucho tiempo me estuvo buscando y finalmente después de 10 años pude leerlo. Me ayudó a comprender que no existen límites para la creación artística. Llegó en el momento preciso, pues en este año escribiré varios textos literarios. Muy recomendable para los lectores que pueden encontrar arte en la rutina.



HOY TOCA

CUIDARTE CON LO MÁS NATURAL!

DESCARGA LA APP ESCANEANDO EL CÓDIGO QR.



Descárgalo en el
App Store



DISPONIBLE EN
Google Play



A tu lado
para compartir
lo que más te gusta



Siempre
atulado

Aliméntate con proteína