

GASTRÓNOMO

NOVIEMBRE 2018

GRUPO REFORMA



PLATO PRINCIPAL: SOSTENIBILIDAD

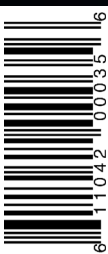
Además de la comida,
el tema ecológico
toma fuerza en la cocina

Pasta Grannies

Van tras secretos culinarios
de las abuelitas italianas

La industria de la comodidad

La forma de comprar y comer
ya es otra gracias a la tecnología



\$30

AÑO 01 • NÚMERO 02 • gastronomomexico.com

CONTENIDO

- 6 El encanto de la cocina peruana ● 8 Chocolate en cifras ● 10 'Soy parrillera, punto' ● 12 Creatividad en un trago
- 16 Vinos a un clic ● 18 Almacén de artesanales ● 22 Delicioso epicentro ● 26 Lo que pasa en Casa Nomo ● 30 Sostenibilidad en el plato
- 36 Por sus frutos los prefieren ● 40 La comodidad ya es una industria ● 44 Secretos de matriarcas italianas
- 46 Mesas de alta costura ● 50 ¡Acá las tortas! ● 54 #FORAGING



18



54

GASTRONOMIA



ACCESO TOTAL

10



50



TENDENCIA

30



40



Fotografía: Iván Moreno
 Locación: Casa Macro
revistagastronomo

DIRECTORIO

Rodolfo Junco de la Vega Fundador | Alejandro Junco de la Vega Presidente y Director General | Rodolfo Junco de la Vega Director General Adjunto | Lázaro Ríos Director General Editorial | Ricardo Junco Garza Director General Comercial | Ignacio Mijares Director General de Operaciones | Alejandro Junco de la Vega E. Director | Martha A. Treviño Directora Editorial | Carlos Ortiz Lozano Director Comercial | Hernán Villarreal Director Ventas Suburbanas | Jorge Páez Director Producción | Édgar Espinosa Director Tecnología | Lourdes Solís Directora Soft News | Productora Digital | Gerardo García Subdirector Comercial | Juan Marcos Molina Gerente Sierra Madre

GASTRÓNOMO

Diego Ruzzarin CEO Foodlosófia Creador del concepto | Lourdes Solís Directora Editorial | Dora Franco Editora | Rafael Tonon Asesor Editorial | Julio Morales Coordinador Innovación y Diseño Digital | Pedro Martínez, Gerardo Rivas y Carla Mendoza Diseño | Jorge Garza Publicidad • jorgarza@elnorte.com • Tel. 8150-8368

Fecha: 12 de noviembre del 2018. Publicación de circulación mensual. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Indautor: 04-2018-020612122000-107
 Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: EN TRÁMITE Publicado e impreso en los talleres de: EDITORA EL SOL, SA DE CV Washington 629 Ote., Centro Monterrey, NL, CP 64000 Distribuido por: Editora El Sol, SA de CV, con domicilio en Washington 629 Ote., Centro Monterrey, NL, CP 64000

NESPRESSO®

NUEVO

VERTUO

NUEVA DIMENSIÓN DE CAFÉ



Descubre **Vertuo**, el innovador sistema de **Nespresso** para disfrutar de un café incomparable en el estilo y tamaño que tú quieras.



MAIDO

EL ENCANTO DE LA COCINA PERUANA

El país número uno en la lista de los 50 Mejores de América Latina (¡por quinta vez consecutiva!) tiene su propia receta de éxito

RAFAEL TONON

Es innegable el gran papel que la cocina peruana ha jugado para conquistar el mundo gastronómico. No es casualidad: sus ricas recetas son el resultado de la gran diversidad de su cocina, de un patrimonio muy complejo de productos y de diversas técnicas de cocción.

Lo que la hace tan emblemática es una suma de factores, pero la principal razón es su capacidad de unir a un país en torno a su bandera y poner a su cocina como un elemento de identidad nacional, algo que no todos los países han logrado hacer. Aquí los cocineros se unieron en un movimiento para valorar su país, sus productos y su cadena.

Sin duda, algunos de ellos ayudaron a que este movimiento

se hiciera más fuerte. Gastón Acurio, Virgilio Martínez, Mitsuharu Tsumura son tres chefs que han destacado a nivel internacional por sus trabajos.

Gracias a ellos (y a muchos otros), Perú se ha establecido como miembro de la élite gastronómica, llevando sus sabores y recetas al resto del mundo y convirtiéndolo en un importante destino gastronómico que constantemente atrae a turistas de todo el mundo, ávidos por conocer ricos platillos.

Como embajador de la cocina peruana, Acurio ha sido además un personaje muy importante ha logrado reunir a chefs y productores para enseñarles, entre otras cosas, que el ceviche, con el que han convivido por años, podría ser tan valioso como las recetas icónicas de países como Francia, Italia, Japón...



Mitsuharu Tsumura, chef de Maida, primer lugar en la lista de los 50 Mejores de Latinoamérica.

Hoy, una nueva generación de cocineros peruanos, inspirados en estas cocinas, conoce el valor de su gastronomía, y hasta dónde puede llegar. El país, incluso, ha sido testigo de nuevos y distintos conceptos gastronómicos que han surgido gracias a la creatividad de estos jóvenes cocineros.

Desde el estreno de la versión latinoamericana de los 50 Best Restaurants en el 2013, Perú se ha mantenido siempre en la primera posición –o en la segunda. Esto es un reflejo directo de cómo el país realmente logró conquistar los paladares del mundo entero.

Este año, los restaurantes Maido y Central, ambos en Lima, obtuvieron el 1 y 2, respectivamente, en la lista de los mejores lugares para comer en el continente. El primero tiene a la cabeza a Tsumura, mientras el segundo es comandado por Martínez.

“Cuando hablamos de cocina peruana, es importante decir que hay muchas sub-cocinas: las regionales, la criolla, la nikkei ... Es a partir de esta diversidad que la cocina peruana está hecha”, dijo Tsumura, cuyo restaurante Maido, acaba de coronarse como el mejor del continente por segunda vez.

Según él, hay muchos cocineros creando sus propias versiones de la “gastronomía peruana”, lo que ha demostrado al mundo su valor tan auténtico y único. Y es esta comunidad de chefs innovadores, este orgullo, esta confianza y esta conexión lo que ha impulsado el éxito culinario de este país.

También hay que reconocer los esfuerzos hechos por el país para hacer su gastronomía mundialmente reconocida: como el de reforzar su identidad culinaria (sus valores y su orgullo), construir una imagen mágica del Perú, promover eventos de valorización de la cocina local, abrir restaurantes por el mundo para que se conviertan en embajadas culturales y promotores de los productos del país.

El mayor crédito se lo lleva su comida, rica y diversa, claro; pero en las dos últimas décadas también hubo (y todavía hay) una metódica planificación política para que la cocina peruana sea entendida y sea divulgada por todo el mundo. Lo que –por sí mismo– también es otro de los grandes méritos del país.



CENTRAL



Virgilio Martínez está a cargo de la cocina en Central, que este año obtuvo el segundo lugar en la lista.

CHOCOLATE EN CIFRAS

67,000

TONELADAS

Es la cifra estimada de consumo nacional.

Para el 2030 se espera que suba a 78 mil toneladas.

4,000

AÑOS ATRÁS

Tribus indígenas de México iniciaron el cultivo de cacao y convirtieron granos amargos en deliciosas cosas para comer y beber.

RAFAEL TONON

Es uno de los alimentos más consumidos –y adorados– del mundo, y surgió en México. Conoce un poco de nuestra relación con él y por qué ha llegado a ser lo que es.

**22°C
A 28°C**

**TEMPERATURA PROMEDIO
PARA SU CULTIVO**

0.15%

**PIB AGRÍCOLA
NACIONAL**

**61,000
HECTÁREAS**

Es el área de cultivo en México destinada al cacao. Se distribuye principalmente en Tabasco (67%) y Chiapas (33%).

Representa una fuente importante de ingresos para casi 41,000 familias.

4

**CHOCOLATERÍAS
MEXICANAS**

serán premiadas en la edición del 2018 de International Chocolate Awards, que reconoce a las mejores barras de chocolate a nivel mundial.

2%

**DEL CACAO
MUNDIAL
SE PRODUCE
EN MÉXICO.
EL PAÍS ES EL ONCEAVO
LUGAR A NIVEL MUNDIAL**

LA TORRADA

LEÑA HORNO CAVA



GAONERAS ESPECIALES

+52 1 81 8262 · 7150
LAZARO CARDENAS 2500
SAN PEDRO GARZA GARCIA
WWW.LATORRADA.MX



‘SOY PARRILLERA, PUNTO’

La chef **Cecy González** reflexiona sobre las diferencias de género que se suelen establecer en el mundo gastronómico

El tema de la igualdad de género en la cocina me tiene súper cansada, todo mundo habla de él y no tendrían por qué hablar de él, no desde un ángulo negativo. Es increíble cómo te tratan en este medio, en el ambiente laboral. Los hombres te ayudan, te apoyan, te respetan y te quieren. Por ser parrillera todo el mundo me pregunta sobre las diferencias o adversidades que vivo por ser una mujer en la parrilla. Hay que superar este tema, hay que hacer switch.

Yo empecé en preparatoria, cuando le dije mi papá que quería estudiar gastronomía y le dio un infarto. ¿Niña fresa queriendo ser cocinera en una cocina entre puros hombres? Y me dijo que si quería estudiar cocina y que si eso iba en serio, me tenía que meter a trabajar. Así lo hice y me enamoré de la cocina, caí redondita y a partir de ahí nunca lo dejé. Si me hubieran tratado mal, tanto en México como en Estados Unidos, no estaría aquí.

Ese cliché de que las mujeres sufren maltrato en la cocina no refleja lo que ahí sucede. Sé que no se puede generalizar, pero en verdad que nunca he tenido ningún problema o dificultad.

Hay que entender cómo es la cocina. Cuando entré me dijeron: "Aguas, porque éste es otro negocio. Aquí no es de 'ay es la niña, te vamos a alentar, te trataremos con pétalos de rosa".

La cocina siempre va a ser pesada y se hace más ligero el trabajo entre bromas y mucho albur, es parte de la dinámica, pero nunca como una falta de respeto.

Obviamente es difícil cuando eres jefa al principio, pero después ya no. La gente quiere trabajar conmigo porque hago todo con mucha pasión y energía y eso les gusta.

En la cocina no hay diferencia de género, hay directoras, gerentas, dueñas, cocineras, hay negocios propios de mujeres. En todas partes tuve jefes y jefas. Yo siempre cuestiono: ¿por qué dividimos? ¿Por qué "El mejor restaurante de una chef mujer en México"? ¿Por qué mejor no, simplemente, "El mejor restaurante en México"?

¿Por qué hacer distinción entre hombres y mujeres?, ¿Por qué me tienen que poner a mí como



"Yo siempre cuestiono: ¿por qué dividimos? ¿Por qué 'El mejor restaurante de una chef mujer en México'?, ¿Por qué mejor no, simplemente, 'El mejor restaurante en México'?"

mujer-parrillera? Soy parrillera, punto. Yo hago lo mismo que él, cargo mi carne, la meto a ahumar, hago exactamente lo mismo.

Si dentro del ahumado no hay más mujeres es por gusto, es una cuestión personal, no porque haya trabas.

En los eventos como el Grill Master y los cursos de la Sociedad Mexicana de Parrilleros (SMP) siempre habemos muchas mujeres, las que no se dedican a ello es porque no quieren. Que yo haya escogido la ahumada es porque yo crecí en mi casa a lado del humo, me metí a la SMP y me enamoré, pero no es nada diferente a cualquier otro trabajo. No se me hace que debemos seguir hablando de ese tema. Sigamos cocinando como iguales.

FOTOS: CORTESÍA

La autora es cocinera y parrillera.

Es una de las socias del proyecto Ok Baldío.



CREATIVIDAD EN UN TRAGO

La mixología tiene 30 años de existencia, pero sigue tan novedosa y actual como entonces

FOTOS: EMILIO DE LA CRUZ

ÁNGEL RIVAS

El concepto de mixología suele causar extrañeza o no se entiende por completo. La palabra en sí suena a algo muy elaborado y que tiene que ver con mezclas, y aunque no es muy alejado, se trata de una evolución de lo que sería la coctelería.

De la misma forma que se juega con técnicas, ingredientes y mucha creatividad en la cocina, el parámetro se puede trasladar a la barra y convertirse en mixología.

Aunque la corriente fue acuñada desde los 90 y lleva casi 30 años de existencia, no deja de evolucionar y tomar tanto lo que sucede en el mundo gastronómico, las preferencias de los

consumidores y los productos que se ponen de moda.

El interés por esta corriente coctelera ha desembocado en que ahora existan listas de los mejores bares del mundo, justo hace unos días se anunció una de ellas que colocó a Licorería Limantour (en la CDMX) en el sitio 11 internacional; que los mixólogos salten a la fama igual que los chefs o sommeliers, y que la gente busque cada vez más experiencias de este tipo en la ciudad donde vive o a donde viaja.

¿Qué define el arte de la mixología? Por un lado está el uso de ingredientes de alta calidad, muchas veces locales y sostenibles; además de realizar infusiones, jarabes o concentrados que serán base para creaciones

y, entre otras cosas, que el trago final sea atractivo a la vista.

Para muchos maestros de la mixología, la coctelería clásica (margarita, manhattan o martini) es base de inspiración. Los clásicos no mueren, sino que se transforman o mutan hacia nuevas experiencias en el paladar.

Ya no se trata de buscar margaritas de sabores, sino de hacer que la margarita provoque nuevas sensaciones en la boca.

El control de la temperatura, la untuosidad del trago e incluso la decoración influyen en la experiencia.

Al ser un concepto con casi 30 años de existencia, lo que se sirve hoy en los bares más importantes ya dista mucho de cuando empezó el movimiento.

BOTANERO MORITAS





SAN PEDRO | GARZA SADA | SANTA LUCÍA | INSURGENTES

8338-8374

2168-8333

8340-4527

2723-5088

 botaneromoritas  botaneromoritas

botaneromoritas.com

No te equivoques

Consejos para realizar este arte en casa.

- Antes de servir la bebida a amigos o familia, pruébala. Al igual que en cocina, hay que ajustar cantidades y pensar en un gusto universal.
- Usa destilados, licores e ingredientes de buena calidad.
- Prepara jugos, jarabes, infusiones a partir de frutas y verduras naturales propios para lograr un sabor menos artificial.
- Considera opciones de tragos con diferentes sabores. Los mismo para el alcohol, algunos menos intensos o que carezcan de él.

Las técnicas

- Agitado (shake)
- Removido (stir)
- Cuban roll (pasar el líquido de un recipiente a otro)

Actualmente la mixología juega con los garnish o decoraciones a través de los deshidratados, desde un clásico cítrico hasta hormigas chicanas.



LAS TENDENCIAS

Aunque El Bulli (Rosas, Cataluña, España) fue el mejor restaurante del mundo a inicios del siglo 21, hoy casi nadie sigue las técnicas moleculares que lo hicieron famoso. Quedó atrás el uso del nitrógeno líquido, sifón o liofilizadores para hacer esferas, gelatinas o espumas, al igual que en la coctelería.

En la actualidad despegan diferentes tendencias que van de la mano con lo que sucede en otros ámbitos.

Hay una parte de los consumidores que buscan lo vegano, y la ausencia de elementos de origen animal en las bebidas, igualmente el uso de ingredientes que apoyen a comunidades, desde un destilado de agave, pasando por aguamiel hasta infusiones que sean locales y orgánicas.

Otra parte se interesa más por que los tragos no contengan algún elemento artificial, que no sean

pesados y que incluso de alguna manera mantengan un equilibrio nutricional en sus componentes. Cúrcuma, kale y açai son ingredientes que se han utilizado no sólo para "sazonar", sino por sus poderes alimenticios.

Servir un coctel con mucha azúcar, con saborizantes o colores artificiales y carentes de un balance ya no es la premisa ni lo será.

Buscar nuevos sabores y texturas ha hecho que mixólogos preparen sus propias bases líquidas, desde una infusión, un jarabe, hasta un fermentado.

No todas estas bebidas exigen llevar alcohol, pues hay un regreso a beber cocteles vírgenes. Pero cuando está presente, algunos destilados y licores en el olvido vuelven a hacer su entrada. Por ejemplo, el vermut y licores de hierbas.

Frío, caliente, tibio, congelado... la temperatura también es un factor que lleva a una bebida al éxito total o al fracaso.

Y si de hielos se trata, se juega con el tamaño y la forma del mismo, si es raspado, si es de algún tipo de agua o de líquido, incluso infusionado.

Localmente "la mexicanización" se enfoca en dejar que ese mezcal, tequila, bacanora, raicilla, sotol o charanda luzca su poderío, que el tepache esté presente, el pulque y los curados también.

Y que no falte la inclusión de una salsa, mole o insecto. Además de que para realizarlos se puede optar por un molcajete, una prensa de tortillas o un molinillo de chocolate.

Lo cierto es que la mixología es una barra abierta para la experimentación, y que México, sus barmans y sus bares están al nivel de lo que sucede en Londres, Singapur, Nueva York, Miami o Hong Kong, las grandes capitales de esta corriente.

El autor es periodista gastronómico y sommelier

VINOS A UN CLIC

CLAUDIA MENDOZA

No confíes en tu memoria por más fascinación que hayas tenido con el vino que llevaron a tu mesa, ni en el block de notas de tu celular para no olvidar qué vino pedir en tu siguiente visita a una tienda especializada. Las apps nacieron para facilitarte la vida y dejar la memoria sólo para lo más relevante.

Estas sugerencias te llenarán de inspiración para pláticas con amigos, veladas en restaurantes y no verte tan perdido en los pasillos de las tiendas cuando estás por comprar una botella para regalar o llevar a casa.

La próxima vez que un vino te cautive, toma foto a la etiqueta y añádelo a las siguientes apps. Todas se pueden bajar sin costo en sus versiones sencillas.



VIVINO

Seguramente es una de las apps que ya tienes agregada a tu celular, muy práctica a la hora de usarse, con el escáner de la etiqueta y la información que puede proporcionarte del vino. Si bien no es usada por los grandes sommeliers, para los consumidores regulares es de gran ayuda a la hora de estar perdido en una carta de vinos de un restaurante o en una tienda especializada buscando una buena opción para comprar. Puedes encontrar también una lista de recomendaciones por región, rango de precio o tipo de uva.



HELLOVINO

Desde su inicio, esta app se preocupa por conocer tus hábitos de consumo en vino y los rangos de precios que más buscas. Te ofrece además una lista de especificaciones de variedad de uva, para quienes valoran el detalle del sabor y aroma de las cepas. Pero, sin duda, la parte que más disfrutan sus seguidores es la zona de maridaje, en donde puedes elegir un tipo de comida y la app te ofrece opciones en rangos distintos de precio.

WINE ENTHUSIAST

¿Por qué limitar una app a vino, cuando puedes tener cerveza y destilados también disponibles?

Para gustos más variados, esta app que surge desde la publicación que lleva el mismo nombre es muy útil. Notas de cata de colaboradores de esta publicación, sumado a tu propio registro de tus botellas favoritas podrán estar juntas. Otro detalle que regala Wine Enthusiast es la revisión de las añadas y regiones, que en muchas ocasiones son tomadas en cuenta por los expertos para conocer la expectativa que tienen de un vino sin abrir la botella.



DELECTABLE

Es una de las apps más usadas por muchos amantes del vino. Su precisión a la hora de tomar la foto de la etiqueta mejoró recientemente, y las caritas sonrientes que acompañan la reseña, sumado a los amigos que te acompañan y el lugar en donde lo estás disfrutando. Puedes encontrar vinos de reciente creación e ir sumando comentarios. También te permite la búsqueda por rango de precios y cepas.

WINE SEARCHER

La fácil búsqueda de vinos, de tiendas cercanas y de recomendaciones harán de esta app una de tus favoritas, pero para los cazadores de ofertas, seguramente será la mejor opción. Con sólo teclear el nombre o la etiqueta podrás ver las diferentes ofertas de precio disponibles en muchas latitudes. Si tienes la app básica sólo despliega cuatro o cinco precios, pero es bastante acertada en los rangos de precio.



FOTOARTE: OLGA GARCÍA

JOE BRAND INTRODUCES

Barbour



FROM \$149

NEW LOCATION NOW OPEN

FREE LOCAL DELIVERY

MON-SAT 11AM TO 7PM SUNDAY 1PM TO 6PM
2301 E. DEL MAR BLVD • LAREDO, TEXAS
956.722.0777



Joe Brand







ALMACÉN DE ARTESANALES

CLAUDIA MENDOZA

A partir de una construcción con contenedores se edificó un santuario para la cerveza en el Barrio Antiguo

FOTOS: IVÁN MORENO

Los socios, buscaron iluminar el lugar con focos estilo Edison, como en la línea cervecera de Austin.

Las mesas de la planta baja hizo un proveedor local, la superficie es de aluminio con acabado oxidado.



No compraron cuarto frío para su barra, adecuaron un contenedor y sacaron las 42 llaves de cerveza de barril

El ruidoso caminar de las calles del centro, sus olores a madera de varios años, la luz amarilla de sus faroles antiguos y el sabor a tradiciones e historia se impregnan en Almacén 42, una bodega dedicada al culto de la cerveza artesanal en el Barrio Antiguo.

Alberto Herrera, Jesús Elizondo, Pablo Flores y otros amigos buscaban una casa donde pudieran tener una variedad de artesanales de alta calidad.

“Queríamos la libertad de experimentar, por eso buscamos un terreno y ésta fue una oportunidad que encontramos; ya traíamos la idea de hacer la construcción con contenedores, con una renta no muy alta y en el centro”, cuenta Elizondo, socio de Almacén 42.

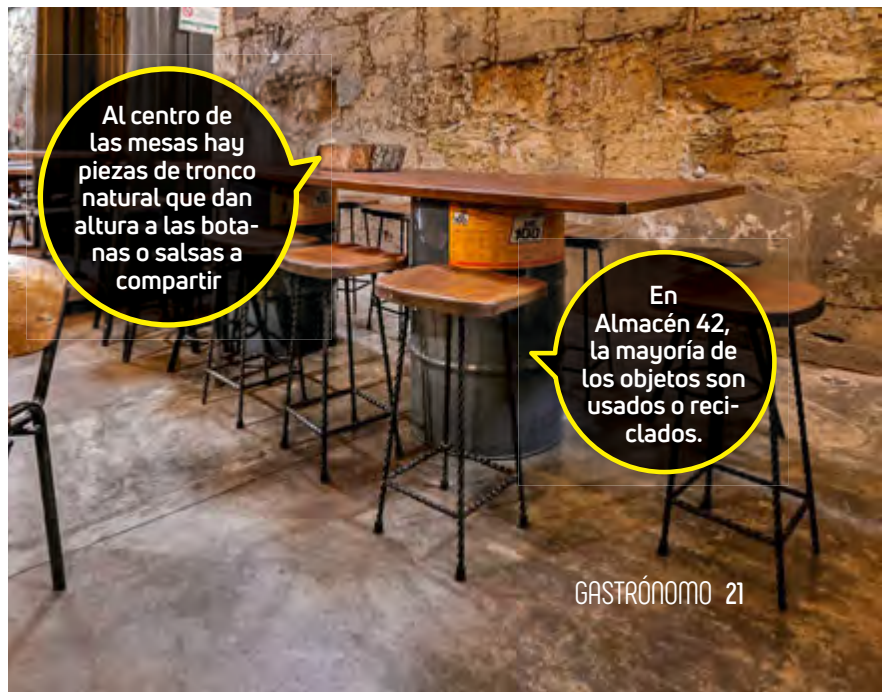
“Este punto une a todo el Estado y a las ciudades que están alrededor, al igual que la cerveza nos une.”

La practicidad de los contenedores para la construcción, el mantener el concepto de usar material reciclado y la disminución de gasto y escombros de material fueron las principales razones para que Almacén 42 se armara de cuatro contenedores reciclados traídos de Veracruz.

“Va de la mano con la filosofía independiente de la cerveza, aparte se ven bien chidos”, agrega Elizondo.

De las ideas del Arquitecto Manuel Martínez, orientaron la decoración y el concepto una vez que estuvieron adentro del terreno vacío ubicado en la calle Morelos, en el Barrio Antiguo, buscando respetar el material que predomina sobre la calle y sus construcciones.

Gastrónomo hizo una visita y te contamos todo acerca de esta bodega, que además es pet friendly.



Al centro de las mesas hay piezas de tronco natural que dan altura a las botanas o salsas a compartir

En Almacén 42, la mayoría de los objetos son usados o reciclados.

DELICIOSO EPICENTRO

Bovine tiene un salón privado llamado Mesa Dragones, donde el chef Paul Bentley y su equipo presentan un menú de seis tiempos maridado con este tequila.

La escena culinaria en San Miguel de Allende es fiel a la multiculturalidad de sus habitantes

WENDY PÉREZ

Altivas, al igual que las imponentes torres rosadas de la Parroquia de San Miguel Arcángel, son las expectativas cuando se llega a esta ciudad, nombrada en el 2008 por la UNESCO Patrimonio Cultural.

Y las cumple cabalmente mientras se disfruta la belleza creada por el canterista Zeferino Gutiérrez, un albañil que con su oficio logró que cuando se observara una foto de su obra fácilmente identificáramos que se trata de San Miguel de Allende.

Por sus calles empedradas, y más allá de sus galerías y hoteles de lujo que la llevaron a ser considerada la mejor ciudad para viajar del mundo en el 2018, hay otro oficio que paulatinamente ha sumado a la magnificencia que co-

menzó Zeferino con la Parroquia de San Miguel Arcángel, ícono de la ciudad: el de la cocina.

Productores orgánicos, cerveceros artesanales (Cervecería Allende es la más popular) y circundantes zonas enológicas (hay 27 vinícolas que generan 50 etiquetas) aportan al gremio culinario sanmiguelense, que se alimenta de las opiniones de los 12 mil residentes extranjeros, de 58 nacionalidades, que continuamente ocupan sus mesas.

Esta multiculturalidad se ve en sus restaurantes con propuestas como la burrata tibia con alubias y salsa romesco, los tacos de charal y pétalos de cebolla cocidos en cerveza Dos Aves o la ensalada vietnamita con pollo caramelizado, que poco a poco van atrayendo más turismo nacional, hoy el 60 por ciento, según datos del Consejo

Turístico de San Miguel de Allende.

Parece ser que el 2019 se vislumbra aún más activo, pues este punto y todo Guanajuato serán la Capital Americana de la Cultura, anunciado recientemente por el Bureau Internacional de Capitales Culturales.

Así que abre apetito probando las tan nombradas enchiladas mineras, la cebadina (bebida con cebada y fruta) o los tumbagones (dulce de origen francés), y continúa explorando San Miguel a través de tres propuestas gastronómicas que te aseguro llenarán tus expectativas.

Un último tip, si andas por la zona no dejes de ir al pueblo mágico Mineral de Pozos, y prueba en su plaza el colonche, un vino de tuna que tiene más de 2 mil años de historia, y que comparten Estados como San Luis Potosí y Zacatecas.

La autora es periodista y editora gastronómica

 @cocinalamargott

BOVINE EXPLORADOR



Paul Bentley no para como conquistador de paladares. Este australiano (de Margaret River al suroeste de aquel país) radicado en Guadalajara desde el 2010, cuenta con propuestas en puntos como Tulum (Mi Amor), dos en la Perla Tapatía (Magno Brasserie y Hato) y, por supuesto, en San Miguel de Allende.

Fue en el 2017 cuando estrenó Bovine Brasserie, donde confluye todo aquello que lo caracteriza, el manejo de las carnes de caza, rostizados, charcutería y ese rasgo familiar que lo lleva a usar productos del mar y del rancho, como cuando era niño.

El brinco que dio Bentley de lavaplatos cuando tenía 15 años, al hoy proactivo chef y cabeza de varios restaurantes, va en aumento, ya que cerrará este año con el estreno de Blake en Monterrey (Parque Arboleda), enfocado en cocina de California; Atomic de línea thai en Guadalajara, y Barette, un steakhouse en Cancún.

Bovine

- Canal 16, Centro, (415) 121-6787.
- Sólo cierran los lunes, el martes abren para cenas desde las 19:00 horas, y de miércoles a domingo es a partir de las 13:00 horas.

Sin duda, el sitio es una espacio que te envuelve, antesala al grato momento de ver llegar a la mesa el pollo rostizado, o medio pollo que resultan casi 700 gramos de tierna carne, perfectamente cocinada a la leña y con limón quemado, para mí uno de los indispensables de este sitio con 30 platos.

La formación de Paul con Daniel Boulud, Paul Bocuse y Pierre Gagnaire se nota, pues definiría su cocina de "sabores fuertes", es decir, de técnica, donde desde un paté de campagne servido con mix de hojas y pepinillos encurtidos, a una hamburguesa en pan brioche, patty de brisket, rib eye y sirloin, queso cheddar, cebolla caramelizada y papas trufadas, hacen honores a Bovine, que combina las artes de un brasserie con un steakhouse.



Bovine combina las artes de un brasserie con un steakhouse.



En Marsala han cocinado para luminarias como Jennifer Aniston.

MARSALA UN VIAJE DE SABORES

Como su chef Marcela Bolaños, así es Marsala Cocina con Acentos: fresco y lleno de sorpresas.

El día que lo visité estrenaba una humeante sopa pho bo, reminiscencia de un viaje por tierras vietnamitas, y que trajo a su lugar ubicado en una casona del Centro de San Miguel de Allende.

Este restaurante, en operación desde hace dos años, es justo eso, el reflejo de lo que esta participante del reality Top Chef México ha probado y adaptado a su menú

compuesto por 30 platos, más ocho para el brunch (del que se dice fan).

Muchos sabores mediterráneos (fue consultora restaurantera en la isla de Hydra, Grecia) se notan en el pan pita y tzatziki que te reciben; otros más europeos, en especial franceses y españoles, a través de la milanesa de crust de pretzel y trufa blanca o la terrina de cerdo con alcarraras, así como su ahora evidente gusto asiático con croquetas de pollo con curry, recetas que caracterizan el caminar de la chef, nacida en CDMX, y que junto a su socia Ximena de León Campomanes recrean en Marsala.

Ya con cuatro años en tierra sanmiguelense, ha ido sumando a su concepto detalles como su barra de mezcales con más de 50 (el de la casa se llama Doña Natalia), el uso de vino Marsala en muchas de sus preparaciones, y el pastel de zanahoria, que hay que pedir desde que te sientas.

Marsala, Cocina con Acentos

- Dr. Ignacio Hernández Macías 48, Centro, (415) 152-0080.
- Sólo cierra los martes, y abre desde las 13:00 horas el resto de la semana. El brunch dominical es de 11:00 a 14:00 horas.

ÁPERI INYECTA VISIÓN

Uno de los fuertes en el rubro culinario que caracteriza a San Miguel de Allende es la calidad de los restaurantes en sus hoteles. Desde la terraza o Luna Rooftop Tapas Bar en el Hotel Rosewood, pasando por la cocina contemporánea de Moxi, en el Hotel Matilda, del chef Enrique Olvera, todos han sido puntos claves para el turismo gastronómico.

Áperi, como su nombre lo indica, abrió un camino de colaboración entre chef y productor, gracias al trabajo que realizó por más de cuatro años el cocinero Matteo Salas, y que hoy fortalece Olivier Deboise, al frente de este sitio dentro del Hotel Dos Casas (operando desde el 2004).

El cocinero franco-mexicano tiene camino recorrido en otros grupos restauranteros, como I Latina en Guadalajara, y en J&G Grill del Hotel St. Regis México City.

Ciertamente hay una continuidad con la visión de Salas, y un refuerzo en el manejo de los ingre-

dientes de la zona sanmiguelense, que se ejemplifica con platillos como las ancas de rana, berenjena tatemada y una mousse de provolone, y la burrata horneada en olla de barro.

En Áperi, Deboise se prueba más suelto, y se nota en platos como la trucha de Zitácuaro, acompañada de cuitlacoche, ajo y calabaza, y respetuoso con el producto, como sucede en las tablas de quesos de ranchos como El Rebaño y El Capricho.

De sus casi 20 opciones en el menú, yo no me perdería cerrar con un postre que presuma el rompo de las monjas de la Purísima Concepción.

Áperi

- Quebrada 101, Centro, (415) 154-4073.
- Sólo cierran los martes, y abren de miércoles a lunes, de 14:00 a 17:00 horas, y de 18:30 a 23:00 horas.



Este espacio cuenta con una mesa del chef, la cual hay que reservar con antelación.

paseo san pedro

centro comercial



Garufa
GRILL & SEAFOOD

Italianni's
RESTAURANTE ITALIANO

 **NH COLLECTION**
MONTERREY


 **Sierra Madre Brewing Co.**
Dub



california
PIZZA KITCHEN



STARBUCKS


P.F. CHANG'S

Av. Vasconcelos #402 esq. Gómez Morín Col. del Valle San Pedro Garza García, N.L. / Tel.83782219 / Horario: Lunes a Domingo 10:00hrs a 21:00hrs

 paseosanpedro.com

 [paseosanpedro](https://www.facebook.com/paseosanpedro)

 [@paseo_san_pedro](https://twitter.com/paseo_san_pedro)

LO QUE PASA EN CASA NOMO

Mixology Lab

El dinamismo de Casa Nomo sigue sorprendiendo.

Octubre fue un mes lleno de actividad en la casa de experiencias, pues lo mismo fue sede de un taller para arquitectos que del lanzamiento del Acura RDX 2019.

En el taller, los participantes pudieron fabricar sus propios muebles con porcelanato exclusivo de Lamosa.

En el lanzamiento del Acura RDX 2019 se disfrutó una noche llena de tecnología y un menú japonés contemporáneo que exaltó los mejores atributos de la marca.

Harris & Frank mostró una nueva cara de la moda con un desfile inspirado en los años 50.

Además de ser sede de grandes eventos de las marcas patrocinadoras, Casa Nomo es un lugar para disfrutar el día a día con actividades muy diversas: clases de

cocina italiana patrocinadas por HEB y su festival Ciao Italia; noches de mixología que se realizarán cada mes con diferentes temáticas y los tradicionales Nomo Mondays, donde los invitados disfrutaban de los partidos de la NFL con mucho ambiente.

Casa Nomo cerró el mes uniéndose a la celebración del Oktoberfest con un festival cervecero cortesía de la marca cervecera Cucapá, con más 200 amantes de la cerveza para presenciar el nuevo lanzamiento del Grupo Modelo.



Nomo Mondays



Taller de Porcelanato Lamosa



Lanzamiento Acura RDX 2019

Highlights Nomo

Nomo Mondays

Vive lo apasionante del futbol americano en compañía de amigos disfrutando de una experiencia gastronómica inspirada en el partido de la semana.

Todos los lunes

Experiencias gastronómicas Banorte

El 2018 ha sido un año de grandes conquistas y desafíos para Banorte, por lo que este grupo dará un agradecimiento especial a quienes fueron parte de este recorrido. Los invitados degustarán un delicioso menú con el toque del Restaurante Sibau.

Noviembre 13, 14, 22 y 28

Nueva Colección Firenze

En conjunto con GILSA, se montará una galería de lujo para presentar la nueva colección de Firenze. La comida será servida en piezas de la marca para que los clientes puedan ver y sentir los pisos y muros en sus diferentes texturas.

Noviembre 15

Miami: el mejor destino para invertir

Roberto Malca, experto en luxury real estate, presenta una visión de Miami como el nuevo destino a invertir. Los invitados disfrutarán una cata de vinos de Casa Madero y conocerán los desarrollos más trendy en una de las ciudades con mayor dinamismo de EU.

Noviembre 27 y 29

Nota: Eventos por invitación



Aniversario Harris & Frank



Ciao Italia HEB

Sigue a Casa Nomo

No te pierdas de los siguientes eventos, conoce la agenda y disfruta de grandes experiencias.

www.casanomo.com

[casanomomx](https://www.instagram.com/casanomomx)

[Casa Nomo](https://www.facebook.com/CasaNomo)

[YouTube.casanomomx](https://www.youtube.com/c/casanomomx)



EN PORTADA

SOSTENIBILIDAD EN EL PLATO

ANDREA MENCHACA

Cada vez más, prácticas éticas, orgánicas y ambientalmente sostenibles se han convertido en un factor tan importante para los restaurantes como la calidad de la comida que sirven

FOTOS: IVÁN MORENO

A la cocina de Pujol diariamente llegan productos que vienen de distintos proveedores, pero los de Yolcán tienen un sabor especial. No sólo por la calidad de las frutas y verduras, sino también por su inestimable valor social y sustentable.

Yolcán es una plataforma que conecta agricultores locales comprometidos en el rescate de las chinampas de Xochimilco, que mantienen una técnica de agricultura que remonta los tiempos prehispánicos (además de Pujol, también envían productos a otros restaurantes, como Máximo Bistrot, Contramar y Quintonil).

Aunado al trabajo de cerca con los proveedores, que ayuda a crear relaciones más próximas con los agricultores y sus familias, en la nueva sede de este restaurante hay también un huerto con muchas hierbas que ayudarán a sazonar sus platillos y un sistema de recolección de agua pluvial que se almacena en una cisterna y es utilizada en los baños. Prácticas que se suman a una preocupación por la calidad de la comida.

Para figurar como uno de los más importantes restaurantes del mundo (lugar 13 en la lista de The World's 50 Best Restaurants) es necesario no sólo dar atención al producto, sino a la forma en que se produce.

Experiencias como ésta han mostrado que la sustentabilidad ha dejado de ser un discurso para hacerse una realidad en la industria restaurantera en todo el mundo.

"En la última década chefs y restauranteros han estado cambiando sus prioridades poniendo mayor énfasis en la salud, la comunidad, la empatía, el cuidado y en prácticas éticas-sustentables de agricultores y productores", señala *Truth, Love & Clean Cutlery*, guía que identifica a los restaurantes y experiencias de comida que manejan su negocio de formas éticas, orgánicas y ambientalmente sostenibles.

"Están esforzándose más que nunca en cocinar con productos de temporada y locales, en reducir las emisiones de carbono y en minimizar la basura. Al mismo tiempo, más comensales quieren que su dinero se vaya a buenos restaurantes con buena comida, a cargo de buenas personas", añade en su sitio web.



TALLER VEGÁNICO

En Taller Vegánico no utilizan nada de origen animal. También han eliminado el uso del popote y buscan que la mayoría de sus recipientes desechables sean ecológicos.





CASA MACRO

En el jardín de Casa Macro hay un huerto del que obtienen ingredientes para sus platillos como rábano, zanahoria, ajo, maíz, papaya, betabel y hierbas aromáticas.

La guía, que será lanzada en noviembre, mapea mil 250 restaurantes alrededor del mundo seleccionados por 57 editores de 45 países. Una prueba de que, cada vez más, la sostenibilidad se ha convertido en un factor tan importante para los restaurantes y su público como la calidad de la comida.

La industria alimenticia debe tener en cuenta que, efectivamente, las personas están buscando alternativas sustentables al momento de consumir.

Según el report de Nielsen Global Corporate Sustainability, para el que encuestaron a 30 mil clientes de 60 países, 66 por ciento está dispuesto a pagar más por productos sustentables, particularmente los millennials.

“Ellos continúan siendo los más dispuestos a pagar un extra en propuestas sostenibles, casi 3 de 4 encuestados (73 por ciento)”, indica Nielsen.

Dentro de este movimiento está la Sustainable Restaurant Association (SRA), organización con sede en Reino Unido que desde el 2010 ayuda a las empresas de servicios alimenticios a trabajar hacia la sostenibilidad y guía a los clientes hacia opciones más sostenibles.

“Creemos firmemente que trabajando como un colectivo podemos mejorar la comida en nuestro plato, que a su vez tendrá un impacto positivo y medible en el más amplio sistema alimentario”, señalan.

En octubre la SRA entregó 17 Food Made Good Awards. Entre ellos a Woods Hill Table, con sede en Massachusetts, restaurante que ofrece carne de su propia granja de libre pastoreo y libre de pesticidas. También a Dusty Knuckle Pizza, en Cardiff, Reino Unido, que sólo utiliza productos locales para sus pizzas, las cuales son entregadas en cajas de aluminio reusable.

La sustentabilidad también incluye el bienestar de las personas: en Edimburgo, el Café St. Honoré, otro ganador, se preocupa por sus empleados, paga salarios dignos, brinda asesorías.

“Hacemos todo esto para combatir el abuso, el bullying y el abuso de sustancias, que tristemente son un lugar común en nuestra industria”, expresaron.

JD Wetherspoon ganó por su programa Zero Waste. Este tipo de prácticas son beneficiosas para los restaurantes, como lo destaca el consultor en sustentabilidad Josh Prigge.





PANGEA

El restaurante Pangea, en Arboleda, tiene su propio huerto. Ahí se cosechan algunos ingredientes de sus platillos.

“La relación costo-beneficio para 700 compañías que implementaron programas de reducción de desechos alimentarios fue de 14 a 1, lo que significa que por cada dólar invertido la media de retorno fue de 14 dólares en ahorro”, dice en el artículo “Time to fire up restaurant sustainability Here’s how”.

Para disminuir la huella de carbono se promueve el uso de ingredientes locales. Por eso restaurantes como Recaudo, en Cholula, cambian su carta cada tres meses para integrar los productos de temporada de proveedores poblanos, apoyando así la economía local y reduciendo las emisiones de CO2 al disminuir la distancia recorrida de los productos.

En Monterrey también hay restaurantes que se están sumando a este movimiento y optan por ofrecer, por ejemplo, una carta basada en vegetales, como en Casa Macro y el Taller Vegánico, en la Colonia Del Valle y Tampiquito, respectivamente.

Para la chef Georgina Mayer, de Casa Macro, donde tienen un huerto y separan basura, la práctica más sustentable es la dieta, ya que la huella de carbono de los productos cárnicos y pesqueros es mucho mayor que la de los vegetales.



RECAUDO



MUELLE DE AL LADO

Un restaurante puede consumir de 80 a 160 litros de aceite por semana, por lo que en Muelle 17, Muelle de al Lado y La Bonne tienen contratada a una compañía que lo recolecta para reciclarlo.

El Grupo Pangea también tiene un huerto en el restaurante Pangea, compran productos regionales y no venden aguas naturales o minerales en botellas de plástico, sino de vidrio. Otra importante práctica está relacionada con el aceite que utilizan para cocinar, como en Muelle 1, Muelle de al Lado y La Bonne, que contratan un servicio de recolección.

Estos restaurantes se han sumado a la práctica global de eliminar el uso de popotes y compran recipientes biodegradables y bolsas de papel para evitar el

uso de unicel y plástico. Aunque el costo sea más elevado, es más importante el impacto ambiental.

A nivel estatal, la diputada del PAN Myrna Grymaldo recién propuso una reforma a la Ley Ambiental del Estado de Nuevo León, en la que se pide a los giros mercantiles como restaurantes, bares y similares realizar procesos de reciclado. "Implementar prácticas sustentables no es sólo una oportunidad para los restaurantes, será imperativo para la salud y el éxito a largo plazo de la industria", advierte el consultor Prigge.

Las bases

Pilares para tener un restaurante sostenible

ABASTECIMIENTO

- Celebra lo local y de temporada.
- Sirve más vegetales y carne y productos lácteos de animales a los que se les procura su bienestar.
- Busca pescado responsablemente.
- Apoya a los agricultores.

SOCIEDAD

- Trata al staff justamente.
- Apoya a la comunidad.
- Alimenta bien a la gente.

MEDIO AMBIENTE

- Valora los recursos naturales.
- Reduce, reúsa, recicla.
- No desperdicias comida.

Fuente: Sustainable Restaurant Association.



CASA MACRO

LA ANTOJERIA

Cantina de Barrio

DONDE EL
COMER
ES UN
PLACER



LA ANTOJERIA CANTINA DE BARRIO



RSVP 📞 81 2875 6713

Calzada San Pedro #202 Plaza X0 Local 61, San Pedro Garza García





Aurora Morales lleva 35 años en el negocio de su familia, la Frutería Morales, que provee a establecimientos locales.

POR SUS FRUTOS LOS PREFIEREN

CLAUDIA MENDOZA

Son las 5:30 de la mañana de un sábado húmedo de otoño, y aunque muchos duermen, las luces de los tráileres, la música de los estéreos encendidos al máximo volumen y el olor a café y a fruta fresca acompañan a Aurora Morales en su recorrido por las bodegas del Mercado de Abastos Estrella, en San Nicolás.

Todos la reconocen y la saludan amablemente, mientras la representante de la Frutería Morales presenta a cada uno de sus proveedores con tanta familiaridad que es notorio que llevan años compartiendo madrugadas.

Prueba en cada bodega, huele y acaricia cada producto, identificando su origen con sólo verlo. “¿Esta zanahoria la trae de Puebla verdad? ¡Es buenisima!”, afirma mientras camina con prisa a la siguiente bodega y deja a varios de sus proveedores con las manos en el aire despidiéndola.

Aurora, la mujer que representa a su familia en la frutería y

distribuidora que lleva el apellido de su padre y que se convirtió en una de las fuentes más confiables para los chefs, tiene 35 años en el negocio y un espacio que no respeta días ni madrugadas –porque los restaurantes abren diario y hay que cumplirle al cliente–.

“Traes en la sangre el comercio y el servicio que nos enseñó a amar a México a través de sus productos y sus temporadas”, dice.

Este negocio surte de fruta, verdura y cualquier pedido especial a restaurantes de la zona metropolitana de Monterrey, cumpliendo los caprichos más detallados de los chefs locales, o de los foráneos que visitan la Ciudad.



Frutería Morales

● auomorales2004
@yahoo.com.mx
● 8344-8719 • 8345-0290



AURORA MORALES FRUTERÍA MORALES

Contando historias juntos. El chef es un artista y lo tienes contento si le das lo que él quiere transmitir. Cuando vino Enrique Olvera, varios chefs me pidieron para él cilantro criollo, que ya casi no se usa, pero el chef lo necesitaba. Yo me anticipé y lo pedí a Puebla y pude mandarle a todos el producto que es difícil de conseguir.

Con permiso divino. Un muchacho que me vendió la primera camioneta me dijo: "Ponle un logo". Fui con el padre para decirle que quería poner de eslogan "Por sus frutos los conoceréis". El sacerdote, que era amigo mío, me dijo: "No creo que el Señor se moleste", y nos dio la bendición.

A domicilio. Llegó a comprarme Gabino, un cocinero ayudante de la chef Paty Roccati, y yo le eché raid porque quería conocer lo que era un chef. Luego iban los chefs a sus clases y le preguntaban por el producto y me contactaban. Así fue...

De la vista. Me iba a cenar a los restaurantes para ver qué necesitaban y qué usaban. Les digo a los chefs que manden las fotos de sus platos porque quiero que mis empleados vean para qué lo usan y les digo a los muchachos que al más diligente me lo voy a llevar a cenar ahí.

Todos los tipos de clientes. Tengo chefs que me consumen de a gramos o de una pieza, porque lo que hacen es concentrar el sabor en algo específico. Las nuevas tendencias buscan el desarrollo del paladar, los productos van marcando consumos diferentes.

Un consejo para los recién llegados. Si buscas éxito en tu restaurante, mantente siempre con calidad, no busques economizar porque cuando haces cambios en los ingredientes, la gente lo sabe. El cliente sabe lo que quiere, de dónde lo quiere y cómo lo quiere.

"A mí me gusta escoger la verdura de primera mano y que mi cliente reciba lo mejor", añade Aurora.

Sigue caminando por la Central, es difícil seguirle el paso entre los diablitos y los camiones, los cargadores y los contenedores llenos de productos que aún huelen a campo, provenientes de todo el País y del extranjero.

"Esta uva está de temporada, les llegó mucha y me pidieron ofrecerla. ¡Pruébala! No tiene semillas y está muy rica, dulcecita", añade mientras sigue esculcando las bolsas y acomodándolas de nuevo en su lugar.

FOTOS: CÉSAR D. PAULI



LA COMODIDAD YA ES UNA INDUSTRIA

La tecnología transforma drásticamente nuestra forma de comer y comprar comida



CLAUDIA MENDOZA

El tiempo vale, y vale oro cuando regresar a casa en el tráfico, revisar los pendientes escolares, preparar la cena y pasar por el súper son tareas que quieres realizar en el mismo momento, –todo esto sin dejar de ver a los amigos, ir al gym, leer o simplemente ver una serie.

El modelo de negocio que busca regalarte tiempo está cada vez más en tu mano, en el mismo dispositivo en el que puede que hoy estés leyendo este artículo y que se ha convertido en la puerta para nuevas formas de cubrir tus necesidades básicas en la comodidad de tu casa o tu oficina.

Las apps y plataformas que en la actualidad buscan facilitar tu agenda han ido incrementando su participación desde su no tan reciente entrada a México.

“Hoy en las grandes ciudades el tiempo libre es un valor preciado, las apps terminamos haciendo las cosas como si tú las hicieras, y ese tiempo libre lo dejamos para que disfrutes lo que más te guste hacer”, comenta Paola Aguilar, Chief Commercial Officer de Cornershop.

Las costumbres de consumo de las grandes ciudades han ido migrando a la comodidad del cliente, sin embargo, este modelo de e-commerce no sólo se ha enfocado a servicios que van desde la farmacia, la papelería o el retiro en efectivo, sino también “y principalmente” al súper en casa y al servicio de comida a domicilio.

FOTOS: IVÁN MORENO



CAMBIANDO LA FORMA DE COMER

Joel García, Account Manager de Rappi, menciona que los restaurantes y la comida a domicilio fueron la punta de lanza, pero que los otros canales se han ido abriendo espacio, inclusive en la conveniencia o los mercados locales con ofertas muy específicas.

“Ya estamos viendo un fenómeno en ciudades como Londres, en donde las tiendas todo lo entregan desde bodega, reducen sus espacios de exhibición porque el costo por metro cuadrado no se justifica y migran su venta a delivery”, cuenta.

“Si hablamos de restaurantes, éstos también se ven beneficiados porque pueden operar con una cocina oculta, donde los costos se reducen en operación y administración y es mucho menor el riesgo”.

Esta cultura también ha impulsado a los emprendedores, que pueden tener una inversión controlada sin poner un local o sin abrir una nueva sucursal, porque están al alcance de sus clientes a través de las plataformas. Cadenas importantes están explorando la manera de ingresar a la cultura de dejar todo a la puerta de tu casa.

El camino es muy predecible: que todo pueda llegar a tu casa o a tu oficina con sólo ordenarlo desde tu dispositivo móvil.

“La plataforma es tan flexible que podemos llegar a comprar vuelos y vacaciones por medio de las apps, faltan cosas por explorar”, agrega el representante de Rappi.

Sin embargo, las aplicaciones buscan también añadir un valor agregado a los socios comerciales.

“El aliado comercial nos co-

menta que es un incremento de porcentaje interesante de su venta total, no canibalizamos sus canales de venta, pero le agregamos una opción en donde crecen y tienen un beneficio adicional”, menciona García.

Tiendas orgánicas, panaderías artesanales, productos naturales y clubes de precios se han sumado a las aplicaciones de domicilio, para incrementar su alcance, su visibilidad y su venta mensual.

“Buscamos lograr el cambio de mentalidad de pedir el súper, hacerlo de forma masiva no sólo para un segmento. Queremos sumar además a catálogo tiendas de barrio, mercado local que han tomado la decisión de no abrir sucursales y enfocarse en trabajar a través de la aplicación”, agrega la representante de Cornershop.

Tu pedido va en camino

Lo que viene para las aplicaciones de delivery a nivel mundial no sólo transformará las grandes cadenas, sino que incrementará la participación del comercio local, que desde redes podrá ofrecer producto y servicios con un alcance limitado al área de cubrimiento de la app.

“Ya se está viendo en grandes ciudades gente que hace comida en sus casas a precios mucho más competitivos que los de los restaurantes. El chavo que quiere comerse unos gnocchis puede pedirlo a un cocinero que los hace en casa y no al restaurante en donde pueden costar el doble porque tienen unos costos operativos”, indica el chef Antonio Márquez.

● Recientemente la revista CBC mencionó que en Canadá esta industria puede desarrollarse a través de la app LaPiat, que busca impulsar a cocineros emprendedores, así como Kouzina, que también promueve la sazón casera a precios accesibles.

● Los mercados locales, los productos especializados y de nicho seguirán al alza, no sólo por la tendencia de consumo, sino por su incursión a las apps y en los catálogos de las tiendas de autoservicio.

● La operación de las apps y plataformas tiende a simplificarse, buscando no sólo cubrir al mercado joven, sino llegar a adultos que no se han familiarizado aún con el uso de dispositivos móviles para el delivery.

● Así como las empresas de delivery buscan disminuir la huella ambiental con el uso de empaques biodegradables y reutilizables, ya se desarrollan apps para ayudar en la disminución del desperdicio de alimentos, como Food for All, que vende menús no despachados en cafés y restaurantes a precios rebajados.

NACEN A DOMICILIO

El delivery ha permitido que negocios locales crezcan en servicio y cubrimiento sin requerir infraestructura ni grandes comedores para recibir a sus comensales o clientes. La ubicación y el estacionamiento dejarán de ser un problema para empresas como Dos Pollos, que atienden únicamente a domicilio desde su apertura hace un par de años.

Eduardo Garza Valdez, socio de Dos Pollos, menciona que cuando iniciaron su negocio vieron la tendencia de pedir desde la facilidad del desde casa, recibiendo un buen producto en cuestión de minutos.

“Pensamos en enfocarnos en la comida, que es lo que sabemos hacer bien, y que las plataformas hagan lo suyo”.

La necesidad de cubrir el ser-

vicio a domicilio migró también a las altas cocinas, porque no sólo llega a casa o la oficina una hamburguesa o una torta, sino que los restaurantes de tendencia también buscan adaptarse a las necesidades de delivery.

“En el caso nuestro sí incrementa la venta alrededor de un 20 o 25 por ciento. El delivery no sustituye al cliente del restaurante, sólo se bajó la venta para llevar”, menciona el chef Antonio Márquez de Muelle 17 y Muelle de al Lado.

Sin embargo, el cambio de canal de venta también genera modificaciones internas en el restaurante, que no sólo cambia su operación sino costos y conciencia ecológica.

“También te cambia la operación. Antes no tenías una estación dedicada al puro envío y se requiere un espacio exclusivo para

empacar”, añade Márquez.

Pero no todo el menú de los restaurantes está disponible para envío a domicilio, menciona Mónica Martínez, a cargo del área de mercadotecnia de Grupo Pangea, quien añade que si no pueden ofrecer la misma calidad, experiencia y presentación que en sus restaurantes, prefieren seleccionar sólo los platillos que puedan llegar en óptimas condiciones.

“Lo más importante es cuidar la calidad de lo que mandas, que todo llegue con la presentación impecable y los empaques adecuados. Para el restaurante sí implica un proceso de aprendizaje general en todas las áreas”, añade Martínez.

Sin embargo, por el rumbo que ha tomado el desarrollo del mercado, es un aprendizaje que parece valer cada vez más la pena.



“El delivery no sustituye al cliente del restaurante, sólo se bajó la venta para llevar”.

Antonio Márquez,
chef de Muelle 17
y Muelle de al Lado

nueva experiencia, misma esencia!

LAESCONDIDA

RESTAURANTE  BOTANA

CON EL SAZÓN QUE NOS DISTINGUE
desde 1995



MOLCAJETE DE CHAMBERETE CON TUÉTANO

Aderezado en aceite de oliva al piquín




Río Verde No. 147 Col. Miravalle,
Monterrey, N.L.

Tels. 8348.9816 y 8335.5765

informes@laescondidarestaurant.com

www.laescondidarestaurant.com

Síguenos en nuestras
redes sociales:

 [Laescondidarestaurant](https://www.facebook.com/Laescondidarestaurant)

 [@laescondidamiravalle](https://www.instagram.com/laescondidamiravalle)

La inglesa Vicky Bennison difunde a través de su canal de YouTube 'Pasta Grannies' tesoros culinarios de las abuelitas italianas

MARIÓN ALTAMIRANO

Al mudarse a Italia, la inglesa Vicky Bennison comenzó a investigar sobre libros de comida italiana y se dio cuenta de que las recetas familiares ya no se pasan de generación en generación.

Atribuyó este suceso a que las mujeres italianas, como en el mundo, están trabajando para alcanzar otro tipo de sueños y ya no le dedican tanto tiempo a la preparación de los alimentos como en décadas pasadas, son más "prácticas".

Y aunque la tradición de hacer un platillo de pasta no va a morir, es un arte que poco a poco ha dejado de ser doméstico y se ha comercializado; la mayoría de los ingredientes ya se venden precocidos o enlatados.

Además, descubrió que la mayoría de las personas que la rodean piensa que la comida de su *nonna* (abuela en italiano) es la mejor y no hay comparación.

Por ello, Vicky decidió viajar por todos los rincones de Italia para conocer abuelas que aún cocinan su propia pasta desde cero, grabarlas en acción y subirlas a su canal en YouTube.

Así rescataría esas recetas antiguas para mantener viva la manera tradicional de preparar estos platillos que, entre sus ingredientes, contienen siglos de historia.

El proyecto que empezó en el 2014 recién recibió reconocimiento internacional gracias a que ha aparecido en diferentes medios de comunicación y en redes sociales.

El canal de Vicky cuenta hoy con 340 mil suscriptores y alrededor de 180 videos producidos con recetas de todo tipo de pastas originarias de diversas ciudades y pueblos de Italia.

Ésta es su historia.

● **¿Cómo nació este canal?**

Al viajar por Italia y estar trabajando en mis investigaciones, y después ya que me mudé para acá,



 [YouTube.pastagrannies](https://www.youtube.com/pastagrannies)

SECRETOS DE MATRIARCAS ITALIANAS

me di cuenta de que, debido a que las mujeres habían entrado en el mundo laboral –trabajo de oficina– simplemente ya no tenían el tiempo para hacer lo que sus abuelas han hecho por muchos años.

Les alcanzaba lo suficiente para poder salir y comprar sus platillos ya hechos o continuaban dependiendo de sus abuelas, pero ya no cocinaban sus pastas.

Y pensé que era importante mantener un registro de eso.

● **¿Por qué consideró importante darles una plataforma a estas abuelas y sus recetas?**

Constantemente, las personas hablan de cómo sus dotes culinarios o la inspiración de sus platillos viene de la cocina de sus abuelas, pero nunca las vemos.

Entonces quise ponerlas al frente del escenario, por así decirlo, para celebrar toda su experiencia y que esto lo hacen ellas por amor, no por dinero; es por el amor a su familia y, creo, es importante.

Así fue que empezó el canal poco a poco y ahora subo un video nuevo cada semana. Empecé con 40 mil suscriptores y ahora estamos cerca de los 350 mil.

● **¿Cómo encuentra a las “nonne”, qué tipo de lugares visita?**

Tengo a mi “granny finder” (localizadora de abuelitas), ella es una mujer italiana que se encarga de cerrar el trato con las personas que encuentra. Para los italianos es más fácil decirle “no” a los extraños que a los locales, por eso ella me ayuda.

Y, por lo regular, visitamos lugares rurales y rincones fascinantes en las montañas y a las afueras de las ciudades grandes, ahí es donde está el corazón de la cocina italiana.

Viajo cada cuatro o seis semanas por un promedio de una semana o cinco días.

● **¿Qué es lo más interesante de estas abuelas?**

La forma en la que hacen las cosas me remonta a 50 o 60 años atrás; algunas de ellas aún hacen su propia ropa, por ejemplo, o tejen sus propias calcetas.

Te permiten ver la simpleza de su vida, que ha sido así por décadas, y es un verdadero privilegio ver lo mucho que han cambiado las cosas a lo largo de estos 50 o 60 años.

● **¿Qué es lo que sienten las abuelas al elaborar los platillos?**

Creo que a través de los años, y desde una edad muy temprana, han desarrollado memoria muscular para hacer pasta, por así decirlo, entonces no les resulta laborioso hacerla; es como andar en bicicleta para ellas.

Y su manera de vivir es muy diferente. Por ejemplo, en verano, por el calor, las mujeres se levantan a las 2 o 3 de la mañana para hacer la pasta.

Esto les da un rol en la familia, siguen siendo importantes dentro del núcleo familiar y, por otro lado, tienen que hacerla porque nadie más lo está haciendo.

● **¿Cuál ha sido una de las experiencias que más la ha marcado en esta aventura llamada Pasta Grannies?**

El tema de los esposos siempre es muy interesante porque algunos ya no están ahí porque han fallecido o algunos no saben cómo actuar dentro de la cocina o de su casa.

Tuvimos un esposo que estaba muy preocupado porque su



Rachele, de 95 años, es la abuelita de más edad que ha aparecido en Pasta Grannies.



Concetta, de 92 años, prepara crescentine, plato típico de la región de Modena en Italia.



Vicky Bennison, escritora, productora y directora del canal de YouTube Pasta Grannies.

esposa apareciera en YouTube porque pensaba que, tras ver su video, miles de personas estarían formadas afuera de su casa exigiendo pasta.

Pero la esposa lo “despachó” a la oficina postal inmediatamente porque “no tenía nada que estar haciendo ahí”. Ellas son muy independientes, es muy chistoso.

● **¿Cuál ha sido la receta más interesante?**

¡Me encantan las pastas con historias oscuras! Por ejemplo, hace poco grabamos una llamada *lumachelle della duchessa* (los pequeños caracoles de la duquesa), originaria de la provincia de Pisaro y Urbino, en el centro de Italia, y es una pasta que casi no se conoce, o no se elabora, en la actualidad porque se hacía sólo para la gente rica.

Es interesante la manera en la que la preparan porque le ponen canela a la masa, ¡súper raro!

También me topé con que usan rábanos para complementar las pastas, por ejemplo.

Existen algunos platillos iguales, pero la manera en que la preparan en diferentes provincias o pueblos es distinta; siempre es interesante.

● **¿Qué sigue para Pasta Grannies?**

Me falta mucho por ver, porque, no sólo están aquí en Italia, hay una presencia italiana muy fuerte en Nueva Jersey y Nueva York, por ejemplo.

También me encantaría conocer la herencia italiana en México y cómo preparan sus platillos allá, las adaptaciones que han tenido que hacer. Me falta mucho por viajar y recorrer y probar y registrar.

Ojalá este proyecto se vuelva algo recreacional para la gente y no algo que tengan que hacer para poner comida en la mesa.

Vicky Bennison fue consultora administrativa por muchos años, especializada en desarrollo internacional, trabajo que la llevó a viajar por todo el mundo. Eso le despertó el interés por la comida como una manera de conocer mejor la cultura de las comunidades que visitó, además de que su familia siempre ha sido fan de la comida. Por eso comenzó a escribir libros como las guías de comida “The Taste of a Place” de Andalucía, Mallorca y la Isla Corfú, en Grecia. Después conoció la plataforma de YouTube, y el resto es historia.

MESAS DE ALTA COSTURA

JOSÉ ARRIETA

Prada, Gucci o Armani son nombres que se acostumbran relacionar con prendas de alta gama, pero también **tienen un lado gastronómico**. Conoce algunos de sus proyectos.





● Largo Isarco 2, Milán, Italia
● www.fondazioneprada.org/barluce

Fruto de la imaginación de la diseñadora Miuccia Prada y el cineasta Wes Anderson, este atractivo café se encuentra en Milán y retoma algunos de los íconos de la Capital Lombarda, como el techo de la céntrica Galería Vittorio Emanuele. De hecho, el concepto está inspirado en los cafés típicos de la ciudad, y lo demuestra a través de su carta, llena de cafés de especialidad y pasteles.

“Desde siempre ha sido pensado como un lugar para ser visto, aunque tiene muchos sitios cómodos para conversar, leer, comer, beber... Creo que podría ser un set óptimo, además de un hermoso lugar para escribir una película”, señala el cineasta.

A lo largo y ancho del espacio hay numerosas referencias al cine; desde las cintas Rocco y sus Hermanos y Milagro en Milán, joyas del Neorrealismo Italiano, hasta los colores pastel, típicos en la filmografía de Anderson, el cine, la moda y la cocina convergen en este café y bar.



Bar Luce



Osteria GUCCI

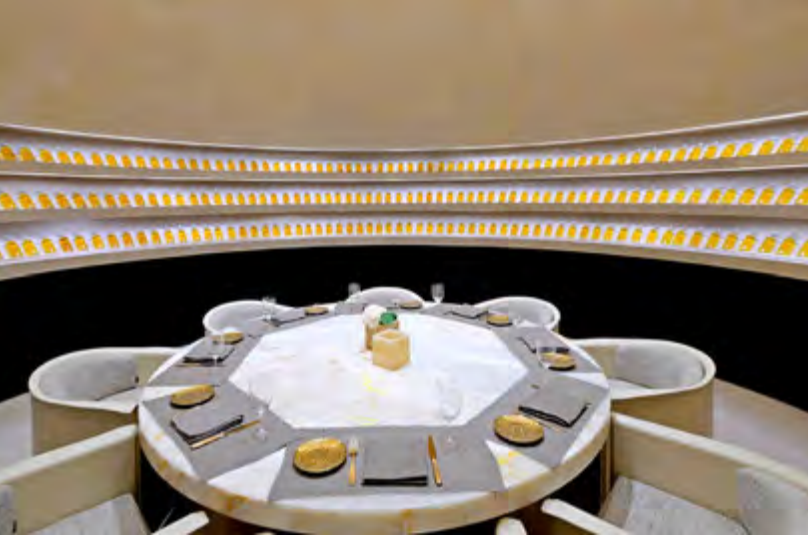
Bajo la supervisión de Massimo Bottura, cuyo restaurante Osteria Francescana ha sido reconocido nuevamente como el mejor del mundo, este local ubicado en Florencia conjuga vanguardia con un toque de alta moda.

“Viajando por el mundo, nuestra cocina interactúa con todo aquello que vemos, sentimos y probamos. Aguzamos los ojos, siempre a la búsqueda de la próxima e inesperada sorpresa”, señaló Bottura a medios italianos durante la inauguración, realizada en enero pasado.

Ubicada en Gucci Garden, complejo de la firma de lujo ubicado en uno de los históricos palacios de Florencia, esta hostería tiene a la mexicana Karime López al frente de los fogones. Cuenta con sólo 35 espacios, donde los comensales podrán probar platos típicos de la cocina de Módena y la Emilia Romana, con un toque de vanguardia.

- Plaza della Signoria 10, Florencia, Italia
- www.gucci.com/it/it/store/osteria-bottura





Armani Ristorante

Más que una opción gastronómica, el complejo restaurantero con la firma del célebre diseñador italiano que se encuentra en Dubai es un amplio abanico de posibilidades culinarias.

Los espacios, que forman parte del hotel de lujo que la marca posee en la ciudad emiratí, abarcan tradiciones de distintas partes del

mundo. Mientras Armani/Ristorante y Armani/Mediterráneo se enfocan en la cocina italiana, Hashi está consagrada a Japón y en Deli hay opciones de comida internacional.

Mención aparte merece Amal, con platos de inspiración india y preparaciones lentas, las cuales se presentan en una terraza con una impresionante vista de la ciudad.

- Burj Khalifa. Boulevard Jeque Mohammed bin Rashid, Dubai, Emiratos Árabes Unidos
- www.armanihotel.dubai.com/en/dine



Uno de los puntos icónicos de la Gran Manzana, immortalizado en la cinta de Blake Edwards **Desayuno en Tiffany's** es, sin duda, la boutique de la firma joyera. En el cuarto piso de este edificio, con el que alguna vez soñó Holly Golightly, protagonista de la historia, se encuentra este café de reciente apertura.

Con ingredientes locales y platos que cambiarán según la estación, este espacio ofrece no sólo una buena alternativa para un almuerzo, también aporta un aire elegante a través de su mobiliario y utensilios, todos presididos por el famoso azul Tiffany.

Las opciones para el desayuno incluyen croissants, bagels y una versión local del avocado toast, mientras que para la tarde se pueden elegir sopas de inspiración persa, japonesa o francesa; ensaladas y emparedados, además de una amplia selección de téis creados específicamente para la firma.

The Box Blue Cafe



- Quinta Avenida 727, Cuarto piso, Nueva York, Estados Unidos
- www.tiffany.com/Locations/EventDetail.aspx?eventid=1063



¡ACÁ LAS TORTAS!

FRANCISCO BETANCOURT

Las tortas son una parte deliciosa y fundamental de la muy mexicana "vitamina T", junto con los tacos, tamales, tlacoyos, tlayudas y tostadas. Y si hablamos de una buena torta, por supuesto que el ingrediente obligatorio debe ser un pan tipo telera, bolillo, lagunero o "francés" que abrace un rico relleno con su sabor y textura. Hoy te presento cuatro tipos de torta: la fría, la chilanga, la regia y la tampiqueña, ¿cuál te sirvo?

FOTOS: DANIEL GARCÍA Y CLAUDIA SUSANA FLORES

 Changarreando Mty



Ali Baba

MEDITERRANEAN GRILL



El AUTÉNTICO SABOR *del medio oriente*



Plaza Tanarah

Av. Vasconcelos 345 Ote. 2do Piso Local 234
Col. Santa Engracia, San Pedro

SERVICIO A DOMICILIO (81) 8356-0299 | (81) 8356-9226

www.alibabamedgrill.mx



[alibaba.mexico](https://www.facebook.com/alibaba.mexico)



[@alibabaplazatanarah](https://www.instagram.com/alibabaplazatanarah)

*AMPLIO ESTACIONAMIENTO

CHANGARREANDO RECOMIENDA



Tortas de la Purísima

- Privada Licenciado Verdad y Porfirio Díaz, Barrio de la Purísima, Monterrey
- Lunes a viernes, 7:30 a 18:00 horas / sábado, 7:30 a 16:00 horas

Desde hace 40 años, estas tortas frías son las favoritas de muchos regios por su alta concentración de aguacate. Preparadas con el tradicional pan francés, la más llenadora, la "con todo", lleva jamón, queso panela, queso de puerco, pastel de pollo con pimienta, más su ración de avocado. Es infaltable su salsa de jalapeño.



Las tortas calientes estilo CDMX se caracterizan por su gran volumen y múltiples ingredientes, desde milanesa hasta varios tipos de queso.

Súper Tortas Calientes Madero

- Madero y Galeana, Centro de Monterrey
- Lunes a sábado, 7:00 a 00:00 horas

Con auténtico sabor chilango, estas tortas de telera tienen bien ganado el calificativo de "superiores". La cubana, por ejemplo, pesa casi kilo y medio con su relleno de aguacate, chuleta, salchicha, jamón, queso de puerco, quesos panela, Oaxaca y americano. Otras tortas famosas son la Trevi y la Piporro... ¡ajúal!





Tortas de la Barda El Paisa de Tampico

- Rayón 716 Sur, entre Matamoros y Padre Mier, Centro de Monterrey
- Lunes a sábado, 8:00 a las 18:00 horas, y domingo, 10:00 a 16:00 horas

La torta de la barda de don Marcelo Azúa tiene toda la sazón de los antojos que venden los changarritos situados junto a la barda -de ahí su nombre- que separa el muelle de la ciudad tamaulipeca. Está rellena de frijoles negros, jamón, queso de puerco, quesos fresco y americano, tomate, cebolla, chorizo, salsa verde con chicharrón, aguacate y deshebrada... ¿Te la acabas?

La torta de la barda es una tradición en Tampico.



Tortas Alex

- Suc. La Pastora, Centro Comercial Cerro de la Silla, Av. Pablo Livas 2048, Guadalupe
- Lunes a domingo, 9:00 a 23:00 horas

Don Alejandro Medina empezó a vender sus tortas de pierna de puerco en 1969. Hoy su familia las ofrece en 14 sucursales. Además de la original, también son muy solicitadas la torta de pavo y la de arrachera. Su salsa de chile cambrey y vinagre y sus jalapeños y zanahorias encurtidos son un hit.



Las Tortas Alex de pierna de puerco se venden desde 1969.

#FORAGING

Cada vez más, el forrajeo se está convirtiendo en un valor gastronómico para restaurantes y la industria alimentaria. Se trata de la práctica de buscar recursos alimenticios silvestres, que se encuentran libres en la naturaleza.

RAFAEL TONON



2

1 Algunos chefs mexicanos están aprovechando la generosidad de la naturaleza y la biodiversidad del País. Eduardo García es uno de ellos. El dueño de Máximo Bistrot, Lalo! Y Havre 77, en la CDMX, usa setas silvestres en sus recetas. Incluso lleva a su personal a viajes de forrajeo con guías locales cinco o seis veces por temporada para educarlos sobre la belleza de los hongos mexicanos.

2 Los chefs Virgilio Martínez y su esposa Pia Leon crearon Mater Inicativa, un grupo que reúne profesionales de diversas áreas que hace expediciones en busca de ingredientes nativos peruanos, que difícilmente podrían llegar a las mesas de sus restaurantes (Central, Kjolle y MIL) si no fuera por este tipo de acciones.

3 Pero "¿es realmente foraging si puedo sacarlo de la estantería del supermercado?", pregunta @MadisonHereNow en un tuit. Cada vez más, la industria alimentaria se aproxima a las tendencias vigentes para vender más productos.

1



3



4



5

4 Uno de los pioneros del foraging en el mundo es el inglés Miles Irving, quien ha buscado hierbas, hongos y plantas no convencionales para los más célebres chefs de Europa. Acaba de crear un servicio de firma para vegetales salvajes que se envían a domicilio y llegan con ideas para ampliar los sabores de la cena.

5 En el camino de vuelta a la casa, un nopal en esa calle puede ser un indicio de una buena comida.

6 El foraging también puede ser una actividad de familia: salir a buscar hierbas y frutas puede ser una forma de mantenerse saludable durante los meses de invierno y no dejar que los días fríos y oscuros te depriman.

