

CHILE EN MÉXICO



Empresas:

Nueva etapa para la Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión



Turismo:

México: el irresistible gusto del comer



Columna:

¿Es una realidad la consolidación de la región Asia-Pacífico?

México y Chile:

Perspectivas económicas en 2015



COPA AMÉRICA
Chile 2015



Líneas Aéreas Oficiales

LAN  TAM

— GRUPO LATAM AIRLINES —

276 JUGADORES, 12 EQUIPOS, 8 SEDES, UN CAMPEÓN Y UNA SOLA AEROLÍNEA LÍDER EN LA REGIÓN

ASISTA A LA COPA AMÉRICA VIAJANDO POR LAN



Producción y contenidos: Árbol de Ideas**Comunicación Inteligente**

Director: José Ignacio Ariztía

Editor: Mauricio Pineda

Coeditor: Iván Solís

Diseño: Dario Balandrano de Chulo

Boutique gráfica: Bunker 75

Corrección de estilo: Bunker 75

Fotografías: Eduardo Reyes

Impresión: C. Roberto Carlos

Mendoza Cruz

Cámara Mexicana Chilena**de Comercio e Inversión A. C.**

Presidente: Gerardo Domínguez

Directora ejecutiva: María Isabel Gómez Ogalde

Tel: (52-55) 5595-0995.

informa@camaramexicanachilena.com.mx

www.camaramexicanachilena.com.mx

Embajada de Chile

Andrés Bello 10, piso 18.

Col. Polanco. C. P. 11560. México, D. F.

Tel: (5255) 5280 9681 – 5280 9682

echilmex@prodigy.net.mx

ProChile México, D. F.

Andrés Bello 10, piso 18.

Col. Polanco. C. P. 11560. México, D. F.

Tel: (5255) 5280 9708 - 5280 9723

www.chileinfo.com

ProChile Guadalajara

Carlos F. Landeros 170, interior 201.

Col. Ladrón de Guevara.

Guadalajara, Jalisco, México. C. P. 44680.

Tel/fax: (5233) 3642-4165

ichavez@prochile.gob.cl

Árbol de Ideas Comunicación Inteligente

Av. Revolución 23, oficina 602.

Col. Condesa. C. P. 11870. México, D. F.

Tel: (5255) 4168-5430

www.arboldeideas.com

04. Editorial**05.** Noticias**06.** Empresas: Grupo Latam Airlines, pasión por volar y el fútbol**08.** Empresas: Grupo ALTO**10.** Portada: México y Chile: Perspectivas Económicas 2015**12.** Turismo: México: el irresistible gusto del comer**14.** Cultura: Fútbol: el sueño de México y Chile**16.** Infografía: La importancia del embalaje en la exportación**18.** Columna: ¿Es una realidad la consolidación de la región Asia-Pacífico?

Créditos de fotografías:

Eduardo Reyes, EP, México City, UNAM,

página oficial Copa América y página

de Voluntarios Copa América.

Renovación y trabajo

La tercera edición de la renovada revista Chile en México: Uniendo a un Continente se mantiene en su objetivo de ser una herramienta de trabajo para los lectores. Es por ello que en esta edición presentamos un reportaje acerca de las perspectivas económicas de México y Chile durante el año.

Asimismo, presentamos información sobre la Copa América y una guía para seguir todos los partidos de la justa sudamericana; en este sentido, también encontrará una entrevista con Grupo Latam Airlines y sus expectativas al ser la aerolínea oficial del torneo. Podrá encontrar además información sobre la gastronomía mexicana, la importancia del embalaje en la exportación y la relación entre la región Asia-Pacífico.

Quiero aprovechar este espacio para presentarme como el nuevo Presidente de la Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión, A.C. Les invito a seguir trabajando y sumar esfuerzos con el objetivo de seguir consolidando la presencia de la Cámara y de la comunidad de negocios de Chile en México.

Y si de negocios seguimos hablando, nuestra invitación se mantiene abierta a todas las empresas que hacen posible este vínculo exitoso entre ambas naciones, sin importar su tamaño y bolsillo, para que conozcan de nuestras oportunidades de difusión con valor para sus marcas, en lo que serán las siguientes tres ediciones de este año para la revista Chile en México: Uniendo a un Continente. La promesa seguirá siendo la misma; el mejor contenido para una gran relación bilateral. [#CME](#)

Gerardo Domínguez.

Cambio de Directiva: Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión



Chile ve potencial de 470 millones de consumidores en mercado México

Los empresarios chilenos que deseen invertir en México deben ver a ese país como un mercado compuesto por 470 millones de consumidores, debido a su pertenencia al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), señaló el embajador mexicano en Chile, Otto Granados.

“En una economía interconectada, global, ya no podemos ver solamente relaciones bilaterales en el sentido comercial ni solo mercados nacionales específicos, sino cómo algunos mercados se convierten en una plataforma comercial”, dijo Granados en el seminario “Haciendo negocios en México: oportunidades para los empresarios chilenos”.

Apuntó que, en los últimos años, América Latina y el Caribe también se convirtieron en un mercado tremendamente atractivo (para México). “Hoy, un 5.5 por ciento del total de nuestras exportaciones vienen hacia el resto de Latinoamérica y el Caribe”, resaltó.

Además, agregó, el 73 por ciento de la inversión mexicana fuera de México está en algún país de América Latina, tras lo cual enumeró una serie de sectores donde se realizarán inversiones en el corto plazo gracias a las reformas aprobadas el año pasado.

Añadió que los esfuerzos de apertura comercial y de inversión extranjera cambiaron la complejidad productiva y el ecosistema de emprendimiento en el país, además de modificar la geografía económica, industrial y urbana regional. [RSE](#)

FUENTE: ECONOMÍA HOY

Conmemorarán 25 años de relación entre México y Chile

La embajada de México en Chile conmemorará 25 años de la reanudación de los vínculos diplomáticos entre ambas naciones con una serie de actividades en ambos países entre las que destacan exposiciones artísticas y expresiones culturales representativas de las dos naciones.

Cabe recordar que México rompió relaciones diplomáticas con Chile en 1974, las cuales se reanudaron el 23 de marzo de 1990, cuando el entonces presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari inició una visita de Estado a este país.

De acuerdo con el embajador mexicano en Chile, Otto Granados, uno de los actos centrales es la develación en Santiago de un “memorial de la solidaridad”, en recuerdo de las cientos de personas que se asilaron en ese lugar tras el golpe del 11 de septiembre de 1973.

“El memorial de la solidaridad tiene para México un profundo sentido moral, en cuanto que nos permitió abrir las puertas de la embajada a un grupo de quinientos o más chilenos, una población flotante que fue albergada en la cancillería y en la residencia”, dijo el embajador.

En el marco de esta conmemoración, indicó el diplomático, también se realizará un documental con el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos, donde algunas personas que estuvieron en la residencia mexicana en Chile tras el golpe de 1973 recuerdan su estadía en ese lugar.

Por otra parte, comentó que se va a editar el libro “La colección mexicana del Museo de la Solidaridad Salvador Allende”, el cual “reproduce la mayor parte de las obras donadas por pintores mexicanos”. [RSE](#)

FUENTE: SIN EMBARGO

Eventos: Desayuno Scotiabank - Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión



Grupo Latam Airlines, pasión por volar y por el fútbol

Por Mauricio Pineda

De acuerdo con Iriarte, Grupo Latam Airlines es la única aerolínea que conecta a todos los países que van a participar en el torneo, “lo que buscamos es poder brindar una gran experiencia y conectividad a todos aquellos aficionados que viajen a apoyar a su selección a Chile”.

Grupo Latam Airlines no solo es la aerolínea oficial del torneo, sino que, de la mano de operadores turísticos, ofrecerá paquetes con hotel y entradas a los estadios y con ello brindar una experiencia total.

“Desde México estamos ofreciendo este tipo de paquetes que incluyen las entradas a los partidos. La experiencia para el viajero sin duda siempre ha sido una prioridad para nosotros, al igual que el servicio que le brindamos a bordo desde el momento que hace ‘check in’ hasta que termina su viaje; siempre estamos atentos a que reciba la mejor calidad a bordo, entretenimiento, comodidad y, sobre todo, la conectividad dentro de Chile para que pueda asistir a todos los partidos. La parte de los paquetes ayuda a que esa experiencia sea integral”, detalla el entrevistado.

Experiencia Chile

Y si bien no todo es fútbol, el directivo sabe que el torneo representa una gran oportunidad para que los viajeros conozcan Chile y sus atractivos.

“Queremos aprovechar el torneo porque puede ser una gran vitrina para promover Chile

como destino y que las personas que vayan al fútbol puedan vivir la experiencia de lo que significa este país”, indica.

Agrega que hay grandes lugares para conocer, y por ejemplo la época en que se realiza el torneo empata con la temporada de esquí; además hay grandes rutas para ir a los viñedos, todo el circuito de vinos cerca de Santiago. “La propia ciudad de Santiago ofrece bastantes atractivos como cualquier gran capital del mundo. La oferta de paisajes y bellezas naturales es impresionante, hacia la Patagonia chilena se encuentran lugares que no se pueden ver en ningún otro lugar del mundo. La Copa América será una vitrina para potenciar el turismo y conocer lo que ofrece Chile”, señala.

Negocios de Chile en México

El directivo refiere que el mercado mexicano es muy atractivo para cualquier empresario que busca invertir y crecer en cualquier negocio en el que se encuentre.

“Y sin duda la calidad de las empresas, los productos y servicios que se ofrecen actualmente en Chile tienen un espacio para que puedan expandirse dentro de México. Es un mercado donde realmente pueden crecer mucho los negocios, y sin duda hay una gran oportunidad”, expone.

Destaca que cada vez hay más facilidades para hacer negocios en México y, por ende, que sea más sencillo para los empresarios chilenos establecerse en el país. “Los invito



El fútbol es un deporte que suma muchas pasiones, y el hecho de que seamos la aerolínea oficial de la Copa América 2015, el torneo deportivo más importante en la región, seguramente le ofrecerá una muy buena experiencia a los aficionados que asistan a la justa deportiva en Chile, señala en entrevista Héctor Iriarte, director general de Grupo Latam Airlines México, Centroamérica y Cuba.


a que se acerquen a la Cámara y sin duda se sorprenderán de lo fácil y atractivo que puede llegar a ser invertir en México”.

Ante esas posibilidades, el entrevistado apunta que si bien la mexicana y la chilena son culturas diferentes, al final el punto en común es que son latinas, “y de alguna manera tenemos una forma de poder relacionarnos de forma más rápida y efectiva. No son culturas totalmente opuestas, sino que tenemos una gran parte en común. El idioma ayuda mucho y el hecho de pertenecer a una cultura latinoamericana vuelve el asunto más amigable para la forma de hacer negocios”.

El escenario

Héctor Iriarte refiere que, en general, la industria aérea a nivel mundial se ve positiva y con crecimiento, por lo que se espera una demanda constante de pasajeros por todo el mundo y sobre todo por la región, “que es una zona que ha crecido bastante y ha sido muy atractiva, no solo para aerolíneas en la zona, sino también para aerolíneas europeas y estadounidenses. Ven gran crecimiento”.

En este sentido, el directivo explica que dentro del Grupo buscan impulsar las nuevas rutas que abrieron recientemente: Cancún-Bogotá y Cancún-São Paulo.

“Son rutas que están funcionando muy bien y queremos trabajar fuerte para que se consoliden y se amplíen las frecuencias que actualmente tenemos”, finaliza. 

A fondo con Héctor Iriarte

Héctor Iriarte es egresado de la carrera de Ingeniería Industrial por parte de la Universidad Panamericana, cuenta además con un MBA por parte de la Universidad de California en Berkeley.

A Héctor le encanta el salmón y siempre trata de hacer un maridaje con alguna recomendación, de hecho señala que la gastronomía chilena es muy rica y vasta.

También le encanta el fútbol y espera que a Chile y México les vaya bien en la Copa América, aunque sabe que serán rivales en el torneo.



Una nueva etapa para la Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión

Por Mauricio Pineda

A Gerardo Domínguez le encantan destinos turísticos de México como Punta Mita, Puerto Vallarta y las Islas Marietas –lugar al que califica como “imperdible de visitar”-. Él, también disfruta de comer chilaquiles verdes en la Ciudad de México, tortas ahogadas de Guadalajara y cabrito en Monterrey. Su andar por el país ha sido extenso.

Como presidente de la Cámara, Gerardo Domínguez quiere poner a México en la mira de los empresarios chilenos como el país que es realmente, no como lo ven desde Chile.

“Queremos mostrar a México con todas sus oportunidades, y con las posibilidades que presenta de explorar los diversos nichos de mercado que existen en el medio para productos y servicios que en Chile tienen un mercado interesante y en México no están tan desarrollados”, señaló Domínguez.

Para tal efecto, el directivo explicó que los planes de trabajo concretos en el corto plazo incluyen aumentar el valor de la Cámara para

las empresas asociadas, logrando así ser una fuente de información y servicios que permita mejorar el intercambio.

“A mediano plazo los planes son más ambiciosos: queremos lograr traer a un grupo de emprendedores de Chile para que conozcan el mercado desde sus entrañas y así puedan exportar sus servicios o productos a un mercado de más de 120 millones de consumidores”, refirió.

Chile y México, un gran potencial


En México, Domínguez ha vivido una gran cantidad de anécdotas de todo tipo. Recuerda que en un viaje por carretera, en la zona de Matehuala, observó cómo vendían pieles de serpiente, “se notaba que estaban recién sacadas del animal. Lo encontré muy pintoresco”.

De la relación entre Chile y México ve un gran potencial, “el chileno es muy bien considerado en México, con gran admiración

Con grandes expectativas, Gerardo Domínguez, CEO de ALTO México, asume la Presidencia de la Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión. En entrevista con la revista Chile en México, nos habla de los desafíos y oportunidades para la Cámara de cara al futuro.

por la seriedad y capacidad de trabajo. Sin duda debemos aumentar el intercambio entre ambos países. Todavía la participación de México para Chile tiene grandes oportunidades para crecer. Creo que todavía existe mucho por hacer”.

Domínguez ve grandes oportunidades para México, con una economía centrada en productos de valor agregado, “estos años en que los commodities están con valores bajos se presentan más riesgos en estos mercados a diferencia de lo que ocurre en México”.

Ante ello, el directivo aconseja a la comunidad de negocios de Chile en México sobre la mejor manera de llevar los negocios; “algo que caracteriza a la comunidad chilena en México es la capacidad de hacer bien las cosas. Estamos dejando muy bien el nombre de nuestro país en las tierras aztecas. Manteniendo la seriedad, la autonomía de los equipos y el desarrollo de las empresas. Con el tiempo seremos muy fuertes en este país”. 

Las perspectivas de ALTO México en 2015

De acuerdo con Gerardo Domínguez, durante los últimos años ALTO México ha consolidado el modelo de trabajo en México, logrando hacer un trabajo de gran valor para sus clientes y mostrando que las cosas se pueden hacer de una manera diferente sin los vicios que los sistemas tienen.

“Durante el 2015 iniciaremos operaciones en Guadalajara y en El Bajío, que sumado a la actual cobertura de Ciudad de México, Nuevo León y Campeche, estaremos prestando servicio a las regiones más pobladas del país.

México y Chile: perspectivas económicas para 2015

Por equipo editorial Chile en México



Chile tiene importantes oportunidades para alcanzar un crecimiento potencial de 5 por ciento, para lo cual es fundamental crear un ambiente más favorable a la participación laboral de jóvenes y mujeres.

El estudio refiere que factores externos, como los menores precios de las materias primas — explicados principalmente por la desaceleración económica en China—, un encarecimiento del financiamiento externo y unas perspectivas de entradas de capital más limitadas contribuyen a este proceso de desaceleración.

“Si bien la heterogeneidad del crecimiento sigue presente en la región y en parte está asociada a diferentes estrategias de gestión económica, estas proyecciones suponen el final de una década de mayor crecimiento económico de América Latina con respecto al promedio de la OCDE”, señala el documento.

México, las reformas como parteaguas

De acuerdo con la OCDE, México tiene una oportunidad única de elevar significativamente sus tasas de crecimiento económico y asegurar una convergencia de su nivel de vida con el de los países avanzados de la Organización, así como reducir la informalidad elevada en el mercado laboral y disminuir los altos niveles de pobreza y desigualdad del ingreso y de las oportunidades.

“Las impresionantes reformas estructurales recién legisladas (en materia de mercado laboral,

competencia, educación, energía, sector financiero, empleo, infraestructura, telecomunicaciones y sistema tributario) pueden tener un impacto económico importante, pero deberán ser acompañadas por acciones decisivas para mejorar el funcionamiento de las instituciones judiciales, fortalecer el Estado de derecho, atender los problemas de seguridad y combatir la corrupción”, señala el organismo mundial.

Destaca que, de implementarse a plenitud, las reformas podrían aumentar la productividad y la inversión, al elevar la tendencia del crecimiento del PIB per cápita anual en hasta un punto porcentual adicional durante los próximos diez años.

En el marco de la presentación de la más reciente edición del Estudio Económico de México 2015 por parte de la OCDE, se indicó que existen algunos riesgos para estas perspectivas macroeconómicas y presupuestales a mediano plazo, derivadas de la disminución de los precios del petróleo y el endurecimiento de la política monetaria de Estados Unidos.

“En el corto plazo México está protegido por su marco de políticas y su mecanismo de cobertura financiera. Sin embargo, será necesario

De acuerdo con un estudio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), durante 2015 el ritmo de expansión económica de América Latina será el más modesto de los últimos cinco años. Los pronósticos para el crecimiento del PIB se ubican en el rango de 2.5 por ciento a 3 por ciento.

emprender acciones adicionales para reducir la alta dependencia de los ingresos petroleros y mantener las finanzas públicas sobre una base sólida. El bajo precio del petróleo debe constituirse en un catalizador para reducir, de una vez por todas, la dependencia de la economía mexicana de esta materia prima”.

Inflación

Información del Banco de México (Banxico) refiere que la inflación se podría ubicar en alrededor de 3 por ciento a partir de mediados de 2015 fundamentada, entre otros factores, en:

- El desvanecimiento del efecto de las modificaciones fiscales que entraron en vigor al inicio de 2014.
- La disminución en precios de telecomunicaciones.
- Un incremento en los precios de las gasolineras menor al de los años previos e inferior al que se tenía anticipado.
- Una disminución de las tarifas de electricidad.
- La holgura que prevalece en la economía.
- La postura de política monetaria.

“El menor incremento en el precio de los energéticos así como la disminución en los precios de telecomunicaciones son algunos de los factores que, se anticipa, apoyen la convergencia de la inflación a su meta en 2015”, detalla el banco central en un informe.

Banxico hace también un balance de los riesgos para la inflación en 2015, señalando que a escala externa en 2015 es factible que se presente un entorno internacional complicado para la economía mexicana, con la caída en el precio del petróleo y la posibilidad de otros choques derivados del cambio en la política monetaria de Estados Unidos y el posible contagio de otras economías emergentes.

“En tanto que en el sector interno aún prevalece holgura en la economía, por lo que no se anticipan presiones sobre los precios por el lado de la demanda agregada ni del mercado laboral”, detalla.

Cabe destacar que el crecimiento del PIB pronosticado por Banxico es de entre 3.0 y 4.0 por ciento para 2015 y entre 3.2 y 4.2 por ciento para 2016.

Finalmente, también es importante destacar que a finales de enero de este año, la Secretaría de Hacienda y Crédito realizó un ajuste al reducir 124.3 miles de millones de pesos en el gasto público respecto del Presupuesto de Egresos de la Federación aprobado por la Cámara de Diputados.

Chile, de menos a más

De acuerdo con estimaciones del Banco Mundial en su informe “Perspectivas Económicas Mundiales”, Chile tendría un crecimiento de 2.9 por ciento durante 2015.

En este sentido, el economista de BCI Estudios, Antonio Moncado, dijo al portal Cooperativa que las perspectivas para el segundo semestre son más optimistas, con un repunte del consumo y la inversión, siempre y cuando las expectativas se manejen adecuadamente.

La Secretaría de Economía de México espera una inversión de 50 000 millones de dólares en el sector energético para el 2018.

“Estamos esperando un crecimiento de 2.9 por ciento, que puede tildarse de optimista. Vamos a tener un 2015 que va a ser mejor en términos económicos que 2014, todo depende, eso sí, del control de las expectativas, que fue fuente de importante deterioro económico durante 2014”, indicó Moncado.

Por su parte, Vittorio Corbo, investigador senior del Centro de Estudios Públicos en Chile, explicó que la economía chilena continúa creciendo en torno al 2 por ciento, en términos anuales.

“Los sectores que menos crecen son los ligados a la demanda interna, mientras que los sectores exportables aceleran su crecimiento”, manifestó Corbo en una presentación sobre el momento económico de Chile.

Añadió que, referente a las perspectivas para el corto plazo, la caída en el precio del petróleo va a ayudar a través de mayor ingreso disponible, menores costos de producción y menor inflación.

“En 2015 el crecimiento resultará de los efectos contrapuestos de factores expansivos como política monetaria, depreciación real, mayor crecimiento mundial, menor precio del petróleo, y progresos en las agendas energética y de infraestructura; y de factores contractivos como son condiciones financieras internacionales menos favorables (precio y volatilidad), desaceleración de China, incertidumbre interna y pesimismo de empresarios y consumidores”, indicó.

El especialista proyecta para el año 2015 una inflación anual de entre 2.2 por ciento y 2.7 por ciento para el país.

Balance estructural

Al respecto, Alberto Arenas, ministro de Hacienda del gobierno de Chile, explicó —en un discurso ofrecido ante la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)— que se está dejando atrás el pesimismo y se está pasando a una fase de un cauto optimismo.

El secretario de Estado destacó la solidez de la política fiscal en el país, valoró la regla de balance estructural y reiteró el compromiso del gobierno en cuanto a converger a un balance estructural en el presupuesto 2018.

“Lo que nosotros hemos dicho es que queremos alcanzar en 2018 un balance estructural de 0 por ciento”, explicó.

Case señala que el Balance Estructural es un indicador del balance presupuestario del Gobierno Central basado en el supuesto de un precio del cobre en su nivel de mediano plazo y de la actividad económica en su nivel de tendencia. Al aislar el efecto de movimientos cíclicos sobre los ingresos fiscales, este indicador entrega una medida de la sostenibilidad de los niveles de gasto incorporados en el presupuesto.

“En 2015 tendremos una política fiscal contracíclica, y en ese marco es bastante obvio que podríamos contar con un año fiscal donde tuviéramos cifras que fueran no tan auspiciosas como las de 2014, pero básicamente lo importante es ver la trayectoria”, refirió.

México: el irresistible gusto del comer

Por equipo editorial Chile en México



El tequila mexicano valiente

A lo largo y ancho de México existen variadas opciones para conocer el país desde su gastronomía. Así pues la cultura del vino en Baja California ofrece un recorrido diseñado para visitantes que buscan abrir sus sentidos y degustar, oler y tocar toda la gama de productos que ofrece esta tierra.

En la Perla del Pacífico, Mazatlán es el lugar perfecto para probar los tradicionales mariscos, como el pescado zarandeado, ceviche de pescado, agua chile y callos de hacha acompañado todo de limón, pepino, jitomate y cebolla.

Por el lado de Michoacán se encuentra la magia de las tradiciones, con un recorrido por Morelia con los famosos ates de membrillo y en la ciudad de Quiroga con las famosas carnitas.

También se encuentra la ruta de los mercados en los estados de Morelos, Estado de México y Guerrero: este recorrido transporta a un viaje de sabor y experiencias culinarias únicas porque los mercados tradicionales de México ofrecen una gama de colores y sabores que solo los ingredientes de la región pueden lograr. Desde las tradicionales nieves del

Pueblo Mágico de Tepoztlán pasando por la comida típica del Estado de México basada en productos de tradición prehispánica y cerrando con Guerrero y los tradicionales jumiles.

En la Ciudad de México se encuentra el sabor de hoy. Es el punto de encuentro de muchas naciones, la cuna de la cultura, el escenario y la expresión de las ocho artes, siendo la octava la gastronomía de la ciudad. En el Distrito Federal se puede disfrutar de la más amplia gama gastronómica; las nuevas técnicas culinarias hacen de la Ciudad de México escenario de la cocina fusión y de la más espectacular expresión de vanguardia.

La cocina al son del mariachi en Jalisco ofrece un paisaje lleno de música y sabor picante; platillos como el pozole, la birria, el menudo o las tortas ahogadas de Guadalajara se suelen acompañar con música de mariachi, alegres sombreros y caballitos de tequila.

Llegando a Oaxaca se pueden encontrar los mil sabores del mole, donde todo se combina en una aventura plena de sabores y colores, desde una sopa de ejotes con chepil o de garbanzo molido o un caldillo de

En 2010 la cocina tradicional mexicana fue reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial por parte de la UNESCO, producto de una rica tradición y un enorme patrimonio que se encuentra ante los ojos del mundo entero.



nopales, combinados con manchamantel o el coloradito. Y para el deleite del paladar, nada como maridar estos manjares con aguas de limón rayado o de tuna, y por supuesto un buen mezcal con sal de gusano.

La comida tlaxcalteca ofrece dulces sabores de antaño. Se caracteriza por su esencia mestiza, que mezclan lo dulce, lo salado y lo picante. En Tlaxcala se puede viajar al pasado en pulquerías y revivir la experiencia de cómo se tomaba esta bebida; este estado es uno de los productores de pan de fiesta.

Por otra parte, Puebla es una de las más representativas joyas gastronómicas de México. Es cuna del tradicional mole poblano, el más famoso y conocido de los moles.

Y la lista podría continuar.

La apuesta

Claudia Ruiz Massieu, secretaria de Turismo de México, expresa: “en México se come y sabe muy bien”.

Añade que el país, como nunca, ha crecido en materia culinaria, y el trabajo del sector merece

todo el reconocimiento, pues “nuestra cocina ha destacado de manera muy importante en los últimos años; la labor de cocineras tradicionales, de mayores, de talentos de cocina vanguardista, de investigadores, de estudiantes y académicos, se traduce ya en una oferta gastronómica de enorme relevancia”.

En los últimos años el turismo de alimentos —plantea la secretaria— se ha convertido en uno de los segmentos más dinámicos y creativos en todo el mundo.

“La gastronomía tiene un carácter comunitario y contribuye a los procesos de desarrollo social y económico, ya que permite a las comunidades generar ingresos y oportunidades de empleo a nivel local, generando empleos ya sea como guías turísticos, en viñedos o como chefs locales, entre otros”.

Ruiz Massieu afirma que, en el terreno gastronómico, el objetivo es proyectar un país dinámico, moderno y vibrante, que cuenta con una herencia cultural prehispánica y colonial, pero que también sea una nación joven con visión de futuro y de vanguardia. [\[1\]](#)

La gastronomía tiene un carácter comunitario y contribuye a los procesos de desarrollo social y económico.

Fútbol, el sueño de México y Chile

Por Mauricio Pineda

COPA AMÉRICA
Chile 2015



Organizada por la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol), la Copa América es pionera en competencias a escala de selecciones en el mundo. Fue en 1916 cuando se realizó el torneo por vez primera en Buenos Aires —con motivo de una conmemoración histórica en Argentina—, en el que participaron Chile, Uruguay, Brasil y los locales. Ese primer torneo despertó el entusiasmo de los pioneros futbolísticos de cada país. Así nació la legendaria Copa América.

Este año, la cuadragésima cuarta edición del tradicional evento se realizará por séptima ocasión en territorio chileno, en las ciudades de Antofagasta, La Serena, Viña del Mar, Valparaíso, Rancagua, Concepción, Temuco y Santiago de Chile.

El presidente de la Federación de Fútbol de Chile, Sergio Jadue, dijo que se han puesto como misión organizar, de manera profesional y moderna, el torneo de selecciones más antiguo del mundo, que es seguido por millones de personas en los cinco continentes y que contará con la presencia de futbolistas de élite.

Asimismo, se propone como visión exhibir Chile y Sudamérica a todo el mundo:

“Mostrarle al mundo la calidad del fútbol sudamericano y la pasión con que lo viven sus hinchas, en un evento que cuente con estándares de excelencia y proyectando la imagen de Chile como un país moderno”.

Uno de los duelos más esperados por la comunidad de negocios de Chile en México es el partido entre la selección chilena y la selección mexicana, equipos que se enfrentarán el 15 de junio a las 20:30 (hora local) en el estadio Nacional de Santiago de Chile.

Ambas selecciones tuvieron un exitoso mundial, y seguramente regresarán con ganas de seguir sobresaliendo en la esfera internacional, así que seguramente será un gran partido, clave en la lucha por seguir avanzando en el torneo.

“El Corazón del Fútbol” es el slogan oficial que la Federación de Fútbol de Chile utilizará para el torneo. Desde la revista “Chile en México” le deseamos suerte a todas las selecciones que participarán en la justa futbolística. [@chile](#)

La Copa América es la principal competencia futbolística de selecciones en América del Sur, amén de ser el torneo más antiguo del mundo. Este año Chile será el anfitrión del torneo que se llevará a cabo entre el 11 de junio y el 4 de julio de 2015, y que enfrentará en la fase de grupos a la selección mexicana contra la selección chilena. Un duelo de pronóstico reservado.



Los Grupos

GRUPO A

Chile
México
Ecuador
Bolivia

GRUPO B

Argentina
Uruguay
Paraguay
Jamaica

GRUPO C

Brasil
Colombia
Perú
Venezuela

Estadios sede

Ciudad: Valparaíso
Estadio: Elías Figueroa Brander
Capacidad: 21 113 espectadores

Ciudad: Antofagasta
Estadio: Regional Calvo y Bascuñán
Capacidad: 21 170 espectadores

Ciudad: La Serena
Estadio: La Portada
Capacidad: 18 243 espectadores

Ciudad: Rancagua
Estadio: El Teniente
Capacidad: 13 849 espectadores

Ciudad: Concepción
Estadio: Ester Roa
Capacidad: 30 448 espectadores

Ciudad: Temuco
Estadio: Bicentenario Germán Becker
Capacidad: 18 413 espectadores

Ciudad: Viña del Mar
Estadio: Sausalito
Capacidad: 22 360 espectadores

Ciudad: Santiago
Estadio: Nacional
Capacidad: 48 745 espectadores

La importancia del embalaje en la exportación

— Por Mauricio Pineda

De acuerdo con información de la empresa Rajapack, la importancia del embalaje en la exportación se sustenta en dos aspectos, el primero es escoger el contenedor adecuado y el segundo es proteger el contenido.

1. Escoger el contenedor. Desde el momento en que se decide comenzar un negocio internacional en el que se vayan a exportar productos, cualquier empresa debe tener en cuenta múltiples factores: legales, culturales, de mercadotecnia, etcétera; pero sin duda siempre necesitará tomar decisiones sobre embalaje, ya que será la protección que haga llegar intacto el producto al destino elegido.

a) ¿Qué debe garantizar un embalaje para la exportación?

— **Contención:** el embalaje elegido debe tener la capacidad adecuada para que el producto se encuentre bien distribuido.

— **Compatibilidad:** el material del embalaje escogido ha de asegurar el perfecto estado de la mercancía durante el trayecto, conservando todos sus atributos y evitando que se contamine.

— **Practicidad:** el embalaje ha de resultar fácil de montar, llenar y cerrar, y tiene que resultar sencillo de manejar por el transportista o el usuario que lo manipule.

b) ¿Cómo escojo un embalaje para exportar? El país de destino, el tipo de producto y el medio de transporte que se va a usar son los factores que determinarán el tipo de embalaje que conviene más utilizar.

2. Proteger el contenido. Tras escoger el contenedor que se usará en el producto, es fundamental proteger el contenido con un adecuado material de embalaje. Se debe conseguir que los movimientos que sufra durante el transporte no logren dañarlo.

a) Es importante rellenar los espacios vacíos. De manera que la mercancía quede perfectamente fija y protegida dentro de la caja, para ello se puede usar:

- Plástico de burbujas
- Papel kraft
- Chips de relleno
- Cartón ondulado
- Almohadas de aire

b) Ángulos o aristas. En algunas ocasiones es imprescindible proteger los ángulos o aristas de los embalajes, para ello se



pueden usar perfiles de polietileno que amortiguan los golpes, y además se pueden reutilizar.

c) Para proteger las superficies de las rayas. Por ejemplo en el cristal, se puede usar film o bolsas de espuma.

d) Productos sueltos. Las mallas tubulares de plástico o espuma son la protección ideal.

e) Piezas metálicas. Si son este tipo de piezas o se necesita un aislamiento hidrófugo es adecuado el papel de embalaje parafinado o alquitranado.

f) Material peligroso. Hay cajas homologadas según normativa de la ONU para que estén legalmente identificadas como tal y tengan el tratamiento adecuado. Para estas materias peligrosas se recomienda también el aislamiento en bolsas que puedan contener cualquier fuga que pudiese producirse durante el transporte.

g) Alimentos perecederos. Junto con otros productos sensibles a las variaciones térmicas deben usar embalajes isotérmicos junto con acumuladores de frío.

h) Exportar a países cálidos. Es recomendable una cinta de polipropileno con masa adhesiva de caucho natural o PVC en lugar de a base de agua.

i) Exportar a países fríos. La cinta adhesiva recomendada es de polipropileno con base acrílica, y es indicado ejercer sobre ella cierta presión para que se adhiera correctamente. [enl.](#)

CASILLERO DEL DIABLO PRESENTA SU ÚLTIMA CREACIÓN:



DEVIL'S COLLECTION RED

CON UN IMPONENTE Y ENERGICO ESTILO, ESTA CREACIÓN COMBINA MAGNIFICAMENTE ELEGANCIA, MADUREZ Y CLASE, EN UN VINO ÚNICO Y DE ALTO IMPACTO.

DEVIL'S COLLECTION WHITE

UN VINO JOVEN, SEDUCTOR Y FRESCO, DE PRINCIPIO A FIN, CON UNA PERSONALIDAD LIGERA Y ENVOLVENTE QUE PROPORCIONA UNA EXPRESIVIDAD INIGUALABLE.

ES LA NUEVA COLECCIÓN DE LA LÍNEA CASILLERO DEL DIABLO, CREADA PARA OFRECER UN MODERNO E INNOVADOR CONCEPTO DE VINOS DE ALTA CALIDAD CON UNA EXCLUSIVA PRESENTACIÓN, MODERNA Y SOFISTICADA, IDEAL PARA DISFRUTAR UNA GRAN EXPERIENCIA JUNTO A LA MEJOR COMPAÑÍA.

Casillero del Diablo DEVIL'S Collection

ACTUALMENTE, EL CONSUMIDOR BUSCA VINOS DISTINTOS Y MÁS CERCANOS alejándose de las cepas clásicas, por lo que DEVIL'S COLLECTION es una excelente opción ya que cada variedad se transforma en un complemento ideal para crear una experiencia única y grata para quienes quieran pasar un gran momento.

Por este motivo, CASILLERO DEL DIABLO DEVIL'S COLLECTION es un vino creado para aquellos recientes consumidores que buscan vinos de gran calidad, expresivos, amables, versátiles para paladares y listos para compartirse en todo momento.

DEVIL'S COLLECTION busca descomplicar la elección del vino. Hoy en día existen muchos consumidores que están buscando cosas más sencillas, menos complicadas y este vino es perfecto para ellos. Es un vino sencillo para alguien que comienza a sumergirse en esta categoría pero también resulta interesante para los conocedores.

Esta línea nace bajo el concepto de vino blend, es decir, producto de una mezcla de distintas uvas de los mejores valles de CASILLERO DEL DIABLO creado con el objetivo de facilitar el proceso de elección de un vino sin complicarse en la elección de una uva sino únicamente enfocarse en la selección del estilo de vino, sea blanco o tinto, que sea expresivo, agradable, frutal y con personalidad.

CASILLERO DEL DIABLO ES LA MARCA DE VINOS CON MAYOR PRESENCIA EN EL mundo que cuenta con gran número de reconocimientos internacionales que avalan su calidad excepcional de categoría Premium. DEVIL'S COLLECTION nace como complemento a su portafolio de vinos para quienes buscan disfrutar un vino de gran calidad sin complicaciones. De ésta línea se desprenden dos etiquetas, WHITE y RED, originarios de los mejores valles de CASILLERO DEL DIABLO.

DEVIL'S COLLECTION WHITE nace en el Valle de Casablanca, considerado como uno de los mejores valles de Chile para la producción de cepas blancas debido a su cercanía con la Cordillera de los Andes y a su gran altitud logrando cualidades aromáticas frescas y seductoras de principio a fin con una personalidad ligera y envolvente que proporciona una expresividad inigualable.

El Valle de Rapel es quien da origen a DEVIL'S COLLECTION RED, valle caracterizado por poseer importantes dimensiones geográficas y cualidades climáticas, que permite dar vida y lograr expresiones de excelencia en las cepas tintas, aunado a un delicado trabajo enológico para crear un vino de gran carácter y tipicidad únicas que combinan magníficamente elegancia, madurez y clase en un vino único.

DE ESTA FORMA ES COMO CASILLERO DEL DIABLO DEVIL'S COLLECTION INVITA A LOS NUEVOS CONSUMIDORES A DEJARSE LLEVAR POR UNA NUEVA EXPERIENCIA ENOLÓGICA DE UN VINO BLEND DONDE ÚNICAMENTE DEBERÁN PREOCUPARSE POR DISFRUTAR DE SU SOFISTICACIÓN Y ELEGANCIA INVITÁNDOLOS A RECORDAR:

IT'S TIME TO BE A DEVIL.

¿Es una realidad la consolidación de la región Asia-Pacífico?

Las veinte economías más importantes del mundo se reunieron en Pekín, China, en el marco del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Estos países representan casi 90 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y 80 por ciento del comercio global.

México se unió a la APEC en 1993 con el objetivo de expandir y diversificar los vínculos con Asia-Pacífico, tener mayor presencia económica en el mundo y aprender de las mejores prácticas de las economías más avanzadas de la región en temas de competitividad.

Actualmente China es el segundo socio comercial de México en el mundo y el primero entre los países de Asia-Pacífico. Durante el periodo 2001-2011 el intercambio bilateral aumentó 1219.4 por ciento al pasar de 4412.1 a 58 212.2 millones de dólares, según datos oficiales. Esto nos hace plantearnos qué le depara a México a partir del comercio que ha establecido con la región. Pongamos en contexto la situación general.

PwC realizó el estudio "New Vision for Asia Pacific: Connectivity creating new platforms for growth", el cual se dio a conocer durante el Foro, contemplando como universo a seiscientos líderes empresariales de APEC; de estos, 67 por ciento planea incrementar sus inversiones en la región durante los próximos doce meses, abarcando las veintiún economías que la conforman. China, Estados Unidos, Indonesia, Hong Kong-China y Singapur son los destinos de inversión más populares.

Los gastos de capital también forman parte importante de los planes de inversión, ya que 57 por ciento de los participantes dijo que planea construir o expandir sus instalaciones en las economías de APEC durante los próximos tres a cinco años y la mayoría también planea hacer más contrataciones. Un 38 por ciento de los encuestados espera que el número global de empleados de sus organizaciones aumente por lo menos 5 por ciento al año durante los próximos tres a cinco años.

La visión de una región Asia-Pacífico mejor conectada tanto física como virtualmente, así como la perspectiva de un crecimiento regional más equilibrado, son la base de la confianza de los ejecutivos en la región; lo cual ha generado que 60 por ciento de los ejecutivos estén más dispuestos a compartir conocimientos y recursos con sus socios de negocios para acelerar el desarrollo de productos y acceder al mercado. Más del 40 por ciento dijo que era probable que sus empresas celebraran algún tipo de acuerdo de negocios fuera de su industria principal.



México y China son testigos del proceso de vinculación en la región. Durante los últimos veinte meses ambos países han vivido una intensa agenda de encuentros al más alto nivel: seis funcionarios mexicanos han visitado China y tres ministros chinos se han desplazado a México, además de registrarse en 2013 tres encuentros entre los presidentes de ambos países.

En lo que respecta a México, los funcionarios están trabajando para que más productos entren en el mercado chino y lograr un crecimiento sostenido del turismo en el país. Según cifras ofrecidas por la embajada en México, el año pasado el país recibió la visita de 60 000 turistas provenientes de China, lo que representa un aumento interanual del 25 por ciento que podría seguir incrementándose.

Entonces ¿qué le depara a México a partir del comercio que ha establecido con la región? Los CEO se están dando cuenta de que necesitan ser más audaces para derribar las barreras que impiden el crecimiento; además de que su deseo por completar la "Trans-Pacific Partnership" también incluye resolver los problemas de propiedad intelectual y promover la armonía regulatoria en la región. [PwC](#)

José Antonio Quesada
Socio líder de Clientes y Mercados en PwC México.



ALTO[®]

Acción Legal Total

CERO TOLERANCIA AL DELITO

Prevención y control de merma a través de estrategia y acción legal

Grupo ALTO es líder en prevención y disminución de delitos patrimoniales en diferentes industrias. Opera en Chile, México, Colombia y España con un modelo único de **CERO TOLERANCIA** hacia las malas prácticas.



Asesoría legal
continua

Aumento de
seguridad

Marketing
disuasivo

Control de
pérdidas

Predicción
delictiva

Reducción
de delitos





**Porque PREVENIR
es SALUD**



Servicio Seguro
01800 277 1234

Centro de Atención Telefónica
Plan Seguro

planseguro.com.mx