

100



años



TRADICIÓN
CALIDAD^y
SABOR

ÍNDICE EDITORES

Mauricio de la Cruz de la Fuente
Editor
Alejandro de la Cruz de la Fuente
Comercialización
Martha Leticia de la Torre Cruz
Coordinación editorial
Adrián Hernández Salvador
Diseño y formación editorial
Eliás Ascencio Tinajero
Carlos José Urquijo
Fotografía
Leticia Alexander
Estilismo culinario
Martha Leticia de la Torre Cruz
Cuidado de la edición
Maricruz Castro Ricalde
Erik Larsen
Adriana Garduño
José Luis Curiel Monteagudo
Autoría
Índice Editores
Preprensa digital
Sandra Juárez Rico
Administración
Juan Carlos López
Enlace



PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA MODERNA

Lizzeth Torrijos Carranco
GERENTE DE LÍNEA PASTAS Y SOPAS
Dirección de proyecto

Arq. Eduardo Monroy Carrillo
CONSEJERO DE GRUPO LA MODERNA, S.A. DE C.V.

© PRODUCTOS ALIMENTICIOS
LA MODERNA, S.A. DE C.V.
© Todos los derechos de esta obra son reservados.
Queda prohibida la reproducción parcial o total del libro
por cualquier medio impreso o electrónico sin previa
autorización del editor.

Primera edición, 2020

Este libro es propiedad de
PRODUCTOS ALIMENTICIOS
LA MODERNA, S.A. DE C.V.

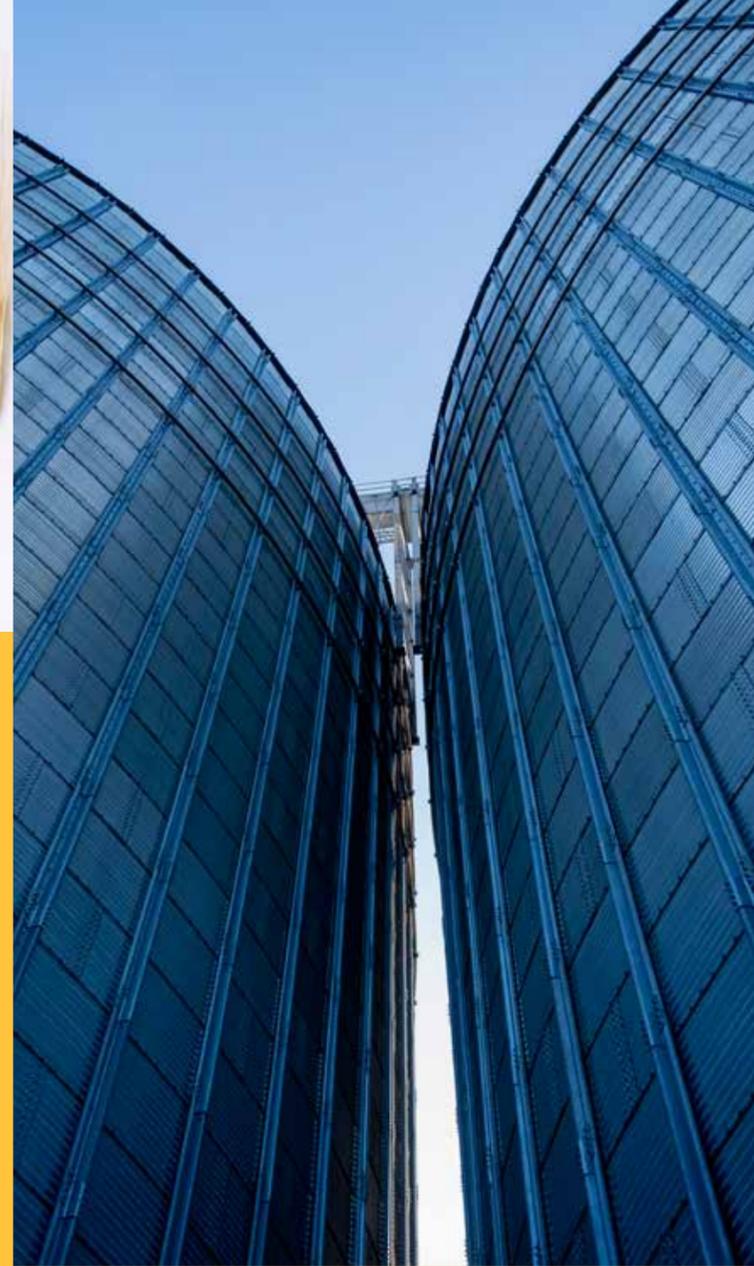
100
años



TRADICIÓN
CALIDAD y
SABOR



ÍNDICE



109

CAPÍTULO 3
La Moderna
en los hogares de México:
Una realidad nutritiva para la familia

142

Bibliohemerografía

143

Créditos fotográficos
Agradecimientos



09

CAPÍTULO 1
100 años de historia

85

CAPÍTULO 2
Una marca líder
en un mercado exigente





“Desde el primer paso decidimos no claudicar, lo que ha sido posible gracias a nuestro equipo de trabajo quienes comparten nuestra misión, visión, valores empresariales y profundo amor a esta tierra que tanto nos ha prodigado, por eso les guardo la más profunda gratitud. Sea pues este un homenaje a todos nuestros colaboradores de La Moderna, por todo lo que nos han dado”.

*Don Eduardo Monroy Cárdenas
1925-2014*



Las acciones cotidianas van construyendo la historia. Para que una institución perdure a través del tiempo, estas acciones cotidianas deben de hacerse con valores éticos y morales sólidos.

En el año de 2020, Grupo La Moderna cumple 100 años de que se fundó en la ciudad de Toluca. Y ha perdurado este tiempo porque el trabajo diario se hace con los valores que mi Padre, don Eduardo Monroy Cárdenas, vivió toda su vida y que nos legó: Trabajo, Administración, Buena Fe, Lealtad y Excelencia.

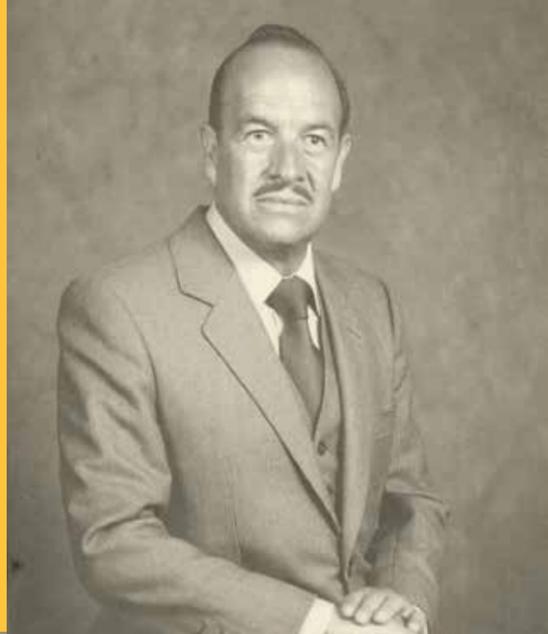
Los más de 6,000 colaboradores en tres países, cada día acudimos a nuestras labores dando gracias a Dios porque ha sido muy bondadoso con nosotros, al concedernos una forma de sustento muy noble, procurando la alimentación de los consumidores que nos favorecen con su compra. El trabajo fecundo y creador, realizado con entusiasmo y valores, ha logrado que La Moderna sea la 2ª marca de alimentos más reconocida en México, estando en más del 90% de los hogares de nuestro país de acuerdo con Kantar World Panel.

Sin duda la globalización y la revolución tecnológica plantean nuevos retos para la generación que hoy trabajamos en Grupo La Moderna. Don Eduardo Monroy Cárdenas siempre fue un optimista empedernido. Siempre pensó que, guiado por la mano de Dios, el futuro iba a ser mejor que el presente. Y por esto, nunca dejó de invertir, tanto en maquinaria como en el desarrollo de lo que consideraba más importante: sus colaboradores. En particular, la educación en todas sus formas, académica, técnica y de valores morales, la hizo una práctica cotidiana. Esta visión ha permitido que las nuevas generaciones de directivos y colaboradores hayamos podido sortear los retos que el mundo actual nos ha demandado y siguiendo el ejemplo de don Eduardo, estamos preparando a los nuevos talentos para que en un futuro, tomen la estafeta para continuar con la historia de Grupo La Moderna, al menos por otro siglo más.

Un reto para los siguientes 100 años, es hacer a la empresa más sustentable con la clara intención de conservar y cuidar los recursos naturales. Como agroindustria, podemos incidir en la forma en que se realizan los cultivos de nuestras materias primas, la energía que utilizamos tanto para transformarlas, como para la distribución de los productos finales, debiendo ser, estos últimos, cada día más nutritivos para quien los consume. Nuestra “huella” en el planeta debe ser cada día menor para que las nuevas generaciones disfruten de la belleza de la naturaleza que Dios nos encomendó cuidar.

Espero que disfruten las páginas de este libro, donde encontrarán los éxitos y los fracasos de “La Moderna”, porque así es la vida: de las experiencias más difíciles se obtienen los mayores aprendizajes y la resiliencia para superar adversidades y seguir escribiendo nuestra historia, con la esperanza de construir cada día una mejor empresa, un mejor país y un mejor mundo.

M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo
*Presidente del Consejo de Administración
y Director General de Grupo La Moderna*



CAPÍTULO 1

100 AÑOS DE
HISTORIA





100 AÑOS DE HISTORIA

Maricruz Castro Ricalde

1 TOLUCA: VIENTOS DEL PASADO TOLUCA, EN LOS ALBORES DEL SIGLO XX

Toluca desperezó a sus cerca de dieciséis mil habitantes, con la llegada de un siglo xx que se anticipaba excitante por toda la suerte de cambios que auguraba. Había crecido por arriba de la media nacional aunque, en realidad, solo los fines de semana el bullicio de los que arribaban de los pueblos aledaños rompía sus maneras silenciosas y recatadas. El carácter rural y agrícola del Valle de Toluca convertía el centro de la urbe en una fiesta de colores, olores y sabores, cuando los campesinos –la mayoría de ascendencia matlazinca– bajaban a ofrecer quelites, habas verdes, quintoniles, todo tipo de hongos, huazontles, flores de calabaza, verdolagas, acelgas y un sinnúmero de hortalizas. Las características lacustres del entorno invitaban a los pequeños comerciantes a ofrecer pescados como charales, carpas, salmichis y juiles, anfibios como ranas y ajolotes, acociles, así como patos de distintas especies con los que se preparaban los platillos cotidianos de la gastronomía local.

El viernes era un día particularmente complicado para las señoras que debían de organizar la ida

■ Página 10

Toluca, con su carácter rural y agrícola, iniciaba el siglo xx con cerca de dieciséis mil habitantes.



al mercado, la marcha cotidiana de sus hogares junto con las salidas usuales de los sábados y los domingos. Se solía realizar un corto paseo vespertino, recibir a las amistades o visitarlas en sus domicilios, asistir a algunos de los espectáculos que solían ofrecerse en los teatros del primer cuadro de la urbe e ir a misa en templos muy específicos como el del Carmen, la Tercera Orden, la Santa Veracruz o el de San José "El Ranchito". En realidad, las distancias entre las casas particulares y los principales puntos de reunión eran cortas y permitían admirar los profundos cambios que el centro de la ciudad había experimentado, a fines de la centuria pasada. El influjo positivista y las ansias higiénicas del porfiriato habían propiciado poner orden en el zócalo de Toluca y sus alrededores, cuyo enorme tianguis de los viernes dejaba como legado una suerte de basurero y lodazal que alejaba a los transeúntes.

TOLUCA CRECE: LA AVENIDA VILLADA Y EL PASEO COLÓN

La visita de Porfirio Díaz, en octubre de 1900, fue ocasión para prometer e inaugurar obras que cambiarían el rostro de Toluca. Algunas de ellas fueron el Palacio Legislativo, el Salón de Cabildos del Ayuntamiento, el Hospital General y el Paseo Cristóbal Colón. Este más bien era considerado un parque y, como reseñaría Aurelio J. Venegas, pronto se convertiría en uno de los lugares favoritos para la convivencia social. A este se acudiría para escuchar a la banda de la Escuela de Artes y Oficios y por él circularían los carruajes, coches y calesas, se organizarían carreras de caballos o para ciclistas.

En 1892 había sido consagrado el monumental templo de San José, conocido como "El Ranchito", el cual coronaba la ampliación urbana que significaba la unión de varias avenidas cortas. Estas fueron: La



Ley, Igualdad, de las Víctimas, José Hernández y Simón Velázquez, sobre las cuales se construyeron hermosas casas de estilo neoclásico afrancesado. Fue hasta 1904, a la muerte del exgobernador, general José Vicente Villada, cuando se le concedió su nombre a una de las vialidades más significativas de la ciudad.

Transitar por la avenida Villada implicaba admirar las majestuosas fachadas de las viviendas del distinguido profesor Rafael Uribe Pichardo, de las familias Pliego Legorreta, Echeverri Noriega, Zincúnegui Tercero, Teja Zepeda y Teja Buitrón, Mañón Izquierdo, Pliego Carmona y la del poeta Heriberto Enríquez, entre muchas otras. También implicaba deleitarse con algunos ejemplos del paso de Charles S. Hall por Toluca, afamado arquitecto inglés que dejó su huella de manera relevante en otros sitios como el Palacio Municipal de Puebla o la casa Braniff del Paseo de la Reforma, en la Ciudad de México.



COMIENZA LA FAMA DE "TOLUCA, LA BELLA"

A principios del siglo xx, la ciudad ya contaba con los principales edificios públicos y religiosos que la caracterizan hasta el día de hoy, herencia de los buenos oficios de José María González Arratia. El Ayuntamiento, de corte neoclásico, todavía lucía una cara lustrosa, pues apenas había sido inaugurado en 1883. La catedral seguía en obras y estas, lentísimas, no permitían avizorar un fin ni siquiera a mediano plazo. El antiguo enclave del hermoso templo de la Tercera Orden recordaba la amplitud del terreno del que fuera el convento de San Francisco y en el que se construyeron tanto los Portales, el Palacio Municipal, como el Palacio Legislativo. El paseante comenzaba a tener dificultades para admirar el estrecho frente de estilo plateresco, debido a los muros de la catedral en construcción. La Plaza de los Mártires era más bien un jardín con macetones de hierro fundido, prados con estatuas con pedestales, fuentes y

- *Página 12*
El mercado era una fiesta de colores, olores y sabores.
- *Página 13, izquierda*
Las señoras solían escuchar misa en templos como el del Carmen.
- *Página 13, derecha*
La ciudad ya contaba con los principales edificios públicos que la caracterizan hoy.



bancas. Era más pequeña que en la actualidad, pues no sería sino hasta 1936 cuando se demolerían las viejas casonas del lado norte.

DE TALLER ARTESANAL A LA GRAN COMPAÑÍA: LA CERVECERÍA TOLUCA

Don Santiago Graf, en 1890, transformó su taller artesanal cervecero en la Cervecería Toluca y México S. A., gracias al interés de inversionistas alemanes. Veinte años más tarde, sus productos se encontraban en casi todo el mercado nacional. Lo mismo se pedía una "Toluca Extra" en Chihuahua o Coahuila que una Bock Bier en Hidalgo o Guanajuato. La Pilsner o la Lager Bier podían circular en Yucatán, en la Ciudad de México o en Jalisco. La palabra "Toluca" y su relación con otra de sus populares cervezas, la "Victoria", anduvo de boca en boca, de cantina en cantina, de picnic en picnic: "Para cervezas puras, las de Toluca"; "Beber cerveza Toluca o no beber". En 1910 esta empresa era una de las tres más importantes de su ramo y

■ Página 14

El Palacio de Justicia en Toluca, muestra de la arquitectura de la época.

■ Página 15

En 1910, la Cervecería Toluca y México era una de las tres más importantes de su ramo.

■ Páginas 16-17

La ampliación urbana significó la unión de varias avenidas cortas, resaltando vialidades más significativas en la ciudad.



su impulso parecía imparable. Solo una fuerza y un movimiento tan poderosos como los de la Revolución pudieron frenar su ascendente marcha.

LOS PORTALES, CENTRO NEURÁLGICO DE LA VIDA SOCIAL Y COMERCIAL TOLUQUEÑA

Los Portales estimulaban la vida social toluqueña. A principios de siglo, don Pedro Servín mantenía un pequeño negocio en los Portales, en el que vendía discos gramofónicos. Años después, abriría otras sucursales con ese mismo giro. A ese localito debían acudir, ávidos de modernidad, algunos de los más de doscientos estudiantes que asistían al Colegio Hispano Mexicano, dirigido por sacerdotes españoles. Localizado en el Portal Constitución, solo brindó sus servicios menos de tres décadas pues, en 1914, la ocupación carrancista repercutió en su cierre (así como en la decisión de varias familias por mudarse, temporal o definitivamente, a la capital del país).

A fines de 1917, se inauguraría una ampliación de los antiguos Portales, a los cuales se les anexaron 11 arcos más. Fue ocasión propicia para mejorar sus cuarteados pisos, cuyos baches provocaron pequeños accidentes, más de una vez. Por ellos se caminaba tanto para deleitarse con las vistas del cine silente y las funciones de magia y títeres en el Salón Iris, que se encontraba en el Portal de la Paz, portal en el que se celebraban audiciones de bandas y las gustadas serenatas, los domingos al mediodía. Muy popular por la variedad de productos que se podía encontrar en ella, esta cotizada área comercial era más cercana a los usos y las apariencias de la centuria anterior que al de los modernos almacenes que ya existían en la Ciudad de México. Galerones estrechos, de pequeñas fachadas y minúsculos aparadores, solían invadir los pasillos para mostrar sus mercancías que, en los interiores penumbrosos de los negocios, se veían más opacas, menos atractivas.

- *Página 18*
En el Portal de la Paz se celebraban audiciones de bandas y serenatas, los domingos al mediodía.
- *Página 19*
Los Portales se convirtieron en el centro de la vida social y comercial toluqueña.



**LA GRAN DIVERSIÓN:
LA ASISTENCIA A LOS TEATROS**

Enfrente de los Portales había dos lugares emblemáticos para su quehacer cotidiano y de esparcimiento: el principal mercado de la urbe, el Riva Palacio (en lo que hoy es la plaza González Arratia) y el Teatro Principal (localizado en la calle Libertad, hoy Hidalgo con Matamoros). Administrado por la empresa Ferriz e Insunza, se convirtió en la primera sala, en todo el Estado de México, en la que se exhibieron películas. Antes, desde su inauguración en 1851, fue el sitio en donde se presentaron tanto compañías consolidadas de teatro, ópera y zarzuela, otras de aficionados locales, como de grupos escolares. Su actividad era variopinta: ahí se daban cita los habitantes de la ciudad para escuchar a grupos musicales, aplaudir a caravanas artísticas, intervenir en veladas literarias e, incluso, lo solicitaban como foro para asambleas de partidos políticos. Aunque el Teatro Edén era la competencia más cercana del Principal, este atraía a otro tipo de audiencias, debido a que sus precios eran un poco más económicos. Otro popular lugar, no siempre bien aceptado, era la cantina "La Venus Negra", localizada a unos pasos del Teatro Principal.

LAS POSTRIMERÍAS DEL PORFIRIATO EN TOLUCA

El semanario *La Democracia* informaría a sus lectores, en 1909, que daría inicio una serie de obras públicas y particulares que confirmarían a Toluca como la principal metrópoli y centro de desarrollo de la zona. Casi toda la población alfabetizada se concentraba en esta urbe, aunque la condición de sus mujeres era muy distinta: una gran mayoría seguía sin saber leer ni escribir y su principal actividad eran las labores del hogar. Para ellas no había la gran cantidad de posibilidades de esparcimiento como sí existía para sus



contrapartes. Ellos podían ir a los billares, el boliche, el casino, las barberías, las tabaquerías, los baños públicos, las pulquerías, las cantinas y al palenque de gallos.

Las mujeres podían convertir sus salidas para hacer el mandado en paseos de largo alcance, dada la gran actividad comercial de una ciudad que, en diez años, había duplicado su población y contaba con casi treinta mil habitantes. Las más jóvenes solo podían salir de casa, después de las lecciones brindadas por sus tutores y un profesorado particular. Dentro de los límites del centro histórico se encontraba todo tipo de establecimientos: multitud de tiendas de abarrotes,



carnicerías, cremerías, boticas, cererías, rebocerías, relojerías, expendios de telas, sombrererías, joyerías, lavanderías, jabonerías, librerías y zapaterías, entre muchos otros. "La Higiene" y "El Palacio del Hielo" fueron, durante varios años, las refresquerías favoritas de los toluqueños.

**LA PRODUCCIÓN HARINERA
DURANTE EL PORFIRIATO**

"Gran parte del sector manufacturero del estado tuvo como base al inversionista local, mezcla de hacendado y comerciante, que decidió invertir en el fomento y creación de un nuevo tipo de empresa dedicada a producir y transformar bienes para el consumo local y regional, particularmente en el campo de los tejidos, el jabón o el aguardiente. En el caso de la producción harinera, los molinos más importantes estuvieron en manos de los hermanos Henkel, J. Pliego y Carmona, Luis G. Pliego, Lorenzo Mondragón, Francisco P. Pichardo" (Miño Grijalva, "La industria", p. 262). El de los Henkel estaba en la calle de Tenería



- *Página 20*
Desde su inauguración en 1851, el Teatro Principal presentó compañías consolidadas de teatro, ópera y zarzuela.
- *Página 21*
El pueblo toluqueño se manifiesta afuera del Palacio de Gobierno durante el porfiriato.
- *Página 21, óvalo izquierdo*
Porfirio Díaz, presidente de México en el periodo 1884-1911
- *Página 21, óvalo derecho*
Don Arcadio Henkel Vargas, junto con sus hijos Alberto y Eduardo, fundaron uno de los molinos más importantes.

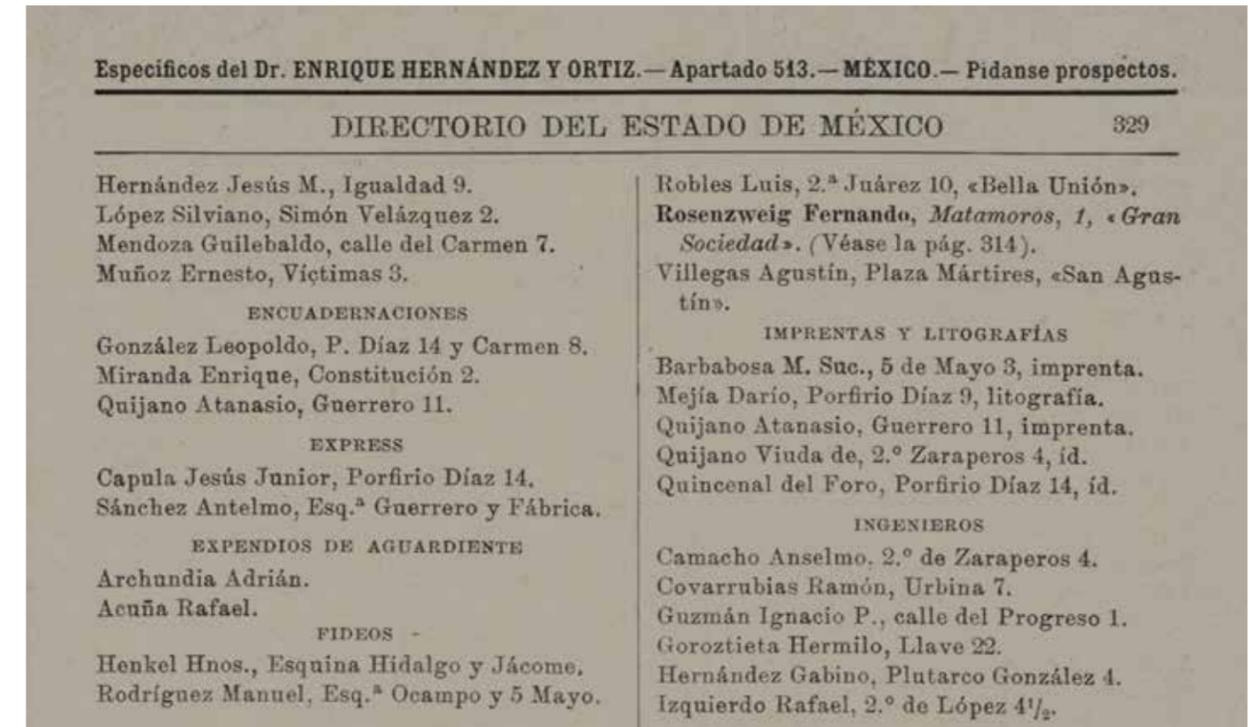


(hoy avenida Lerdo de Tejada) y el de Jesús Pliego y Carmona, en Zinacantepec. En 1899 había otros más pequeños: como el de Antonio Roqueñi, en la Alameda, en donde también estaba el molino de aceite de Agustín Inclán. De aquí que todo ese rumbo era conocido como el barrio de Los Molinos y esto era porque además de maíz, en esas épocas también prosperaba el trigo con éxito.

El molino de don Arcadio Henkel Vargas se movía con un sistema de energía hidráulica lo mismo que el de la hacienda vecina a la Huerta, en Zinacantepec, San Pedro Tejalpa de la familia Medina Garduño. Junto con el de la hacienda Jajalpa, estos molinos producían, a fines del siglo XIX, cerca de 500 mil pesos anuales. Don Arcadio, junto con sus hijos Alberto y Eduardo, fundaron un molino de aceite, en la céntrica calle de Tenería (hoy Lerdo). A su fallecimiento, la sociedad Henkel Hermanos buscó alternativas y surgió el molino de trigo La Unión S. A. Conseguir capital ajeno a la familia fue la solución que los Henkel encontraron para superar económicamente los cambios sociales que trajo aparejada la Revolución.

LA TRADICIÓN DE LAS PASTAS ALIMENTICIAS

Isauro M. Garrido, en 1883, reporta la existencia de la fábrica de fideos de Francisco Estévez y sucesores localizada en la calle de Independencia 5 y la de Andrés César. De ellas, opinaba: "gozan de una excelente reputación por la buena y variada preparación de sus masas. Abastecen la ciudad y muchos pueblos de fuera". En 1899 constaría también la del señor Manuel Rodríguez, en el predio que ocupaba la esquina de Melchor Ocampo y 5 de mayo (enfrente de la Alameda). Una década después, en 1910: "En materia de pastas alimenticias, se expendían las que elaboraban por lo menos cuatro fábricas: dos de ellas pertenecientes a los hermanos Argüelles; la de don



Francisco de P. Pliego y la de don Arnulfo Bernal, que era el Gran Depósito de Fideos y Pastas, localizado en la esquina de Villada y Plutarco González" (Novo Valencia, *La ciudad de Toluca*, p. 53).

■ *Página 23*
Las fábricas de fideos de Henkel Hnos. aparecen en el Directorio del Estado de México, 1900.

■ *Páginas 24-25*
Carta dirigida a don Eduardo Monroy en 1963, por Javier Reverter, donde se detallan las etapas de La Moderna.

■ *Página 22, superior*
Gran parte del sector manufacturero del estado tuvo como base al inversionista local, mezcla de hacendado y comerciante.

■ *Página 22, inferior*
El molino de don Arcadio Henkel estaba localizado en la hacienda La Huerta, ubicada en Zinacantepec.

2 TOLUCA, RUMBO A LA MODERNIDAD
 LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA
 EN EL VALLE DE TOLUCA, EN 1910

Entre 1909 y 1910 en el Estado de México se vivió una crisis agrícola, debido a que las heladas provocaron que las cosechas se perdieran prácticamente en su integridad. Paradójicamente, el Valle de Toluca no fue afectado de manera severa. Esto influyó en que fuera casi imperceptible la escasez de maíz, frijol y trigo experimentada en otras poblaciones de la entidad. Por el contrario, sus haciendas contribuyeron a aliviar el abastecimiento interno y de otras localidades del país. Esta relativamente desahogada situación era similar para la industria y el comercio, dada la buena marcha de varias de las empresas más importantes del Estado de México. Entre ellas, el Molino la Unión y la Compañía Cervecera de Toluca y México.

El levantamiento maderista de 1910 significó más una noticia sobre disturbios en el norte del país y menos una alarma real para la población toluqueña. La importancia económica de las haciendas distribuidas en los 11 municipios del Valle de Toluca, su intensa actividad comercial, así como la cercanía con la Ciudad de México evitó que hubiera notables acciones bélicas o que estas fueran de una virulencia menor a la registrada en Sultepec o Temascaltepec (municipios del sur de la entidad).

20 DE NOVIEMBRE DE 1910: TOLUCA, LA APACIBLE

La programación cinematográfica del domingo del 20 de noviembre de 1910 fue la usual en los dos teatros de mayor importancia de la capital, el Principal y el Edén. Las funciones previstas, la de las cuatro y media de la tarde y la de las nueve de la noche, ofrecieron cerca de 20 vistas (es decir, de segmentos

18 de Mayo de 1963.
 Para Evaristo Manroy.
 Quien sabe si sus hijos o los nietos
 puedan también contar. Porqué No?

1ra Etapa
 1920 a 1923

Los hermanos Venurell entre ellos Dionisio, alimentan la idea de poner una fábrica de Pastas Alimenticias, pero no tenían dinero, Sin embargo prende la idea y Alberto A. Henkel es capitalista. Uno de los Venorell vá a España y compra equipo "Valls" (inmejorable y ue lo mas fuerte) consistente:
 2 prensas hidraulicas con capacidad de 50 k c/u y producción de 600 a 700 k c /u en ocho horas.
 1 Plato, todavía en uso en la fábrica actual
 1 Revolvedora " " " " "
 1 secador para menudas
 1 Caldera vertical de 3 h.P.

Se inauguró ésta fábrica en la Av. Lerdo 57, bovedas y patios donde antaño guardaban los tanvixites y las mulas que los jalaban y todavía está allí un pozo y una pileta larga donde tomaban agua aquellas mulas de 4, sin que como siempre dejara de haber muchas de 2. Bueno pues la producción de ésta chiquita pero bonita fábrica no podía ser absorbida por Toluca y pueblos (en aquel tiempo) (mucho tortilla y elote, cebada y alfalfa). Entonces pusieron un depósito en México con camioneta y total que por mala administración o porque el aerte de México les robó la camisa y la muda o por lo que sea, cerraron el negocio y la maquinaria se desarmó y fué a dar a la bovedas de Santa Clara (hoy Tabacalera Mexicana).

Los Venurell y Henkel pusieron como maestro de producción al Sr. Rafael Costa, suegro de Javier Reverter y don Alberto Mena que era en aquel entonces un muchachito morenito muy simpático, era el teneor de libros y dicho Señor hoy respetable amigo, puede relatar datos muy importantes sobre las causas que motivaron el fracaso. El Señor Mena se ha de acordar que por aquel entonces no había campanas, y para llamar a misa colgaban un puerco por el rabo.

Rafael Costa prudente y conocedor, quiso trabajar económicamente a la antigua y compra en unos 4 ó 5 mil pesos a Alberto Henkel : 1 prensa hidraulica- el plato- la revolvedora- la calderita y muchos enseres. Así se instala la fabriquita aún mas chiquita, en el fondo de una semi-vecindad de Pedro Ascencio 26 con renta de \$ 50.00, donde aquel vejito Cota y su esposa Doña Antonia, trabajaban duro con 8 obreros y un carrito de mano, de aquellos obreros aún trabajan con Eduardo Monroy los que llevan por nombre Ubaldo Sanchez y Josefina Molina y estos uos pueden hablar recordando muchas cosas, mereciéndose un reconocimiento profunoo pasado y presente.

Rafael Costa de 60 años llama a su yerno Javier Reverter, entonces empleado de los FF.CC. con \$ 285.00 de sueldo, para ayudar en aquella chamba aportando \$ 5.000.00 de aquellos pesotes plata verdad. El primer año Javier Reverter sacó casa, puchero, quelites y \$ 600.00 de utilidos. Bueno que decepción, la mero me iba a hacer acobes a San Juan de las Huertas.

2da Etapa
 1923 a 1926

Rafael Costa se retira a España para irse a vivir con Alfonso XIII y Javier Reverter compra la maquinaria antes señalada con utiles enseres, existencias etc etc en la cantidad de \$ 15.000.00, pero quedando a deber solo ocho mil que se pagaron en menos de un año y antes del plazo pactado en la escritura. Desde 1928 en adelante se producía mas y se ganaba mas ; ya alcanzaba para ir a aquel cine atascado de ratas (y que pu gas) que estaba en la esquina donde hoy tiege un hotel el viejo toluqueño Ancero Gonzalez.

3ra Etapa
 1926 a 1927

4ta Etapa
 1927 a 1955
 28 años

Por dificultades con un marihuano Javier Reverter cambió la fábrica a la derruida casa de Alameda 4 con renta progresiva de \$ 100.00 a \$ 200.00 (por cierto propiedad de Alberto Henkel). Pasado el tiempo Javier Reverter compro la casa en \$ 10.000.00 y es que los macarrones ahujeraos ya empezaban a dar dinero para dormir tranquilo.

De 1927 a 1955 Javier Reverter aumentó el equipo con una variedad de máquinas y maquinillas viejas o baratas que se fueron eliminando poco a poco por cosas mejores para aumento progresivo de la producción.

En ésta fecha para Javier Reverter terminó el corrido del hijo de Juan Charrasqueado.

Javier Reverter a los 60 años, ganso, arrugao, y aplastao, vende al paisano del Valle de Carranza (Goroniz) Estebal Abascal. La venta de maquinaria, utiles y enseres se concertó en - - - \$ 300.000.00 al contado que fue regalado o al menos una ganga. Les existencias de pastas, harina etc etc importo mas de - - \$ 700.000.00 pues tenía en existencia muchos envases en Lerdo 57 de mi propiedad y tambien \$ 9.00) sacos de harina pagados.

La fábrica estaba comodamente equipada de todo a todo y la maquinaria vendida fué:
 2 prensas automáticas CF 2 aún en servicio
 1 máquina fantasia Kiccia-relli (la mejor) en servicio
 1 " laminadora " "
 1 plato Valls en servicio
 1 revolvedora " "
 1 caldera de 25 h.P. con sistema de calefacción a ventiladores de aire caliente
 Moldes relaciones a satisfacción completa.
 3 carritos sin mulas.

La fábrica producía de 80 a 100 mil kilos al mes. El último año Javier Reverter sacó \$ 300.000.00 netos, .

El primer año Estebal Abascal ganó \$ 320.000.00 netos contra \$ 300.000.00 que me dió y así se pagó la fábrica en un año con exceso ¡ Vaya Negocio! y por eso.....

5ta Etapa
Estebal Abascal que reconocidamente es una gurvia, se cambió de local, y poco después a Italia donde compró un equipo importante.....

7ma Etapa
y después vendió a nuestro querido amigo Luis Gutierrez + con la cooperación de capital de uos personas y ahora.....

8va Etapa
un güerito de Atlacomulco, Méx es quien está dando la batalla ~~uote~~ mas estocajas que Don Juan Tenorio y la gente entre mosco y mosco dice de él:
 Chupó en Atlacomulco
 Reciamente el biberón
 En Toluca Comercial
 De punta a punta barria
 Subió a Los Pirineos
 Mas en sis regresó
 En conquista de laureles
 y allí está Eduardo Monroy
 que nadie puede con él
 Y si quieren atorarle
 Nomás por sus habas
 que venjan y no se detengan.

Creo que tengo derecho a mis 250 gms de fineo del 00.
 J.K.

Don 8 etapas que han durado años 43



- *Página 26*
Los campesinos simpatizaron con la causa zapatista debido a las malas condiciones de muchas haciendas.
- *Página 27, izquierda*
La tienda de ropa "La Valenciana" era uno de los establecimientos más exitosos.
- *Página 27, derecha*
Los pequeños y medianos comercios influyeron en los hábitos de consumo de sus habitantes.

de muy corta duración que mostraban imágenes en movimiento), divididas en tres partes. La cantidad de anunciantes incluidos en la cartelera del Principal indica la nula inquietud por el llamado de Francisco I. Madero para derrocar la dictadura del gobierno de Porfirio Díaz.

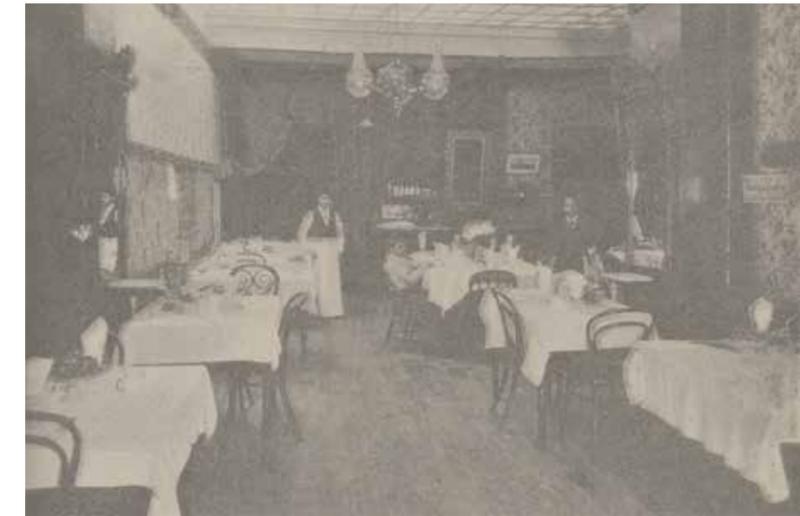
Muy pocos periódicos o semanarios impresos tuvieron una larga vida durante el porfiriato y en los años posteriores. Varios de ellos, aunque buscados por los habitantes de Toluca, perduraban según sus ambiciones políticas y cesaba su publicación, una vez finalizadas las elecciones. Fue el caso de *La Ley y La Democracia*. No así *La Gaceta de Gobierno. Periódico Oficial del Estado de México*, en la que escribieron plumas que hoy forman parte de la historia literaria de la entidad (Juan B. Garza, Felipe Villarelo, Aurelio J. Venegas, Ignacio Manuel Altamirano, entre muchos otros). No obstante, quien la hubiera leído los días previos y los meses inmediatos al 20 de noviembre de 1910, hubiera pensado "que nada estaba pasando en ninguna parte del país; todo se mantenía en la más rigurosa calma", ironiza el periodista Ángel Albiter Barrueta. Solo hasta los ejemplares de mayo de 1911 se reportan veladamente los cambios en la presidencia del país y en la gubernatura del Estado de México.

El maderismo apenas rozó a Toluca, a diferencia de Texcoco, Chalco, Otumba o El Oro. Eso no implica que, conforme iban llegando las noticias sobre los levantamientos y los disturbios en municipios tan cercanos como Ocoyoacac y después, en Tenancingo y Tenango, no se viviera "bajo el espectro de la incertidumbre". Las malas condiciones en que operaban muchas de las haciendas del Estado de México condujeron a que los campesinos simpatizaran vivamente con la causa zapatista. Las fuerzas rebeldes, bajo el mando de Genovevo de la O, llegaron hasta las faldas del Volcán de Toluca, lo cual provocó oleadas de temor y rechazo entre hacendados, industriales y comerciantes toluqueños.



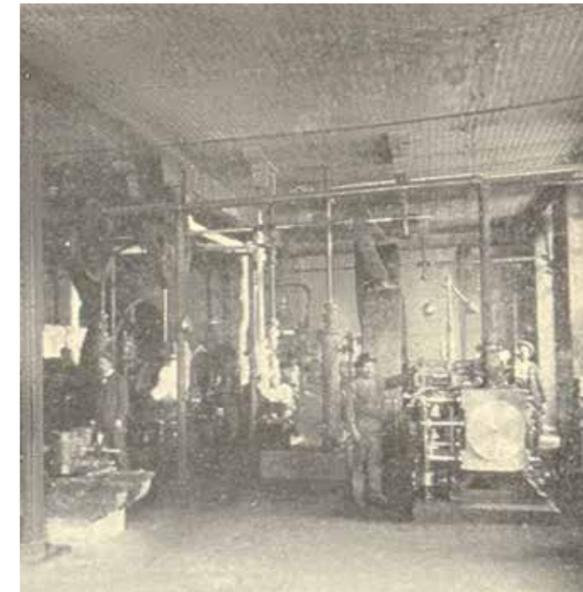
LA DIVERSIDAD COMERCIAL DE TOLUCA

La inserción copiosa de publicidad en la cartelera cinematográfica del Teatro Principal y en *La Gaceta del Gobierno* revela la aceptación del cine silente como medio de entretenimiento en Toluca, pero también la prosperidad de esta capital y el papel desempeñado por los pequeños y medianos comercios, en la vida cotidiana de sus habitantes. Así, el restaurante de moda, el Monte Carlo de don Jaime Pons Hernández, invitaba a "comer bien y a precio cómodo". "La Toluqueña, Gran Fábrica de Conservas Alimenticias" de Dionisio Astivia, uno de los negocios que consolidó la buena fama de los embutidos toluqueños, presumía que había sido "Premiada con varias Medallas de Oro". La venta de jamones en tres estilos: Westfalia, Español y York al igual que sus latas de conserva garantizadas "para todos los climas" permite inferir que los clientes que arribaban a Toluca provenían de distintos puntos de la entidad. Llegaban tanto de las frías localidades de las faldas del Nevado como de los cálidos enclaves sureños.



"La Reforma del Comercio" facturaba, al mayoreo y al menudeo, apreciables sumas a clientes de Tenancingo, Almoloya del Río, Sultepec, Valle de Bravo y San Luis Zinacantepec, pero también a habitantes de entidades vecinas como Guerrero y Michoacán. La ingeniosa publicidad de la Cervecería de Toluca y México así como su penetración se manifiesta en cómo era copiada por los pequeños comerciantes. Su "Beber cerveza Toluca o no beber" lo retomó la zapatería "La Económica", que se promovía así: "Vender bueno y barato o no vender".

A través de la publicidad de esa época se transparentan aspectos de interés en cuanto a la geografía urbana, sobre los hábitos de consumo y la diversidad de productos comerciales. También invitan a imaginar la vitalidad de Toluca y su importancia para los pueblos y ciudades aledañas. La relevancia del primer cuadro de la ciudad para el comercio local es evidente: varios negocios están en los Portales como la Droguería y Farmacia de L. y J. Fernández, la sastretería "Old England" y la tienda "El Lazo Mercantil". Otros pequeños establecimientos se encuentran en



circunscripciones muy cercanas: la avenida Villada, en Porfirio Díaz (hoy Plaza Fray Andrés de Castro), en Concordia (actualmente 5 de febrero), en Juárez o Independencia. Se promueven ungüentos que son una "maravillosa medicina", tintorerías, sombrererías, carnicerías, jarcierías, jabones elaborados "por el sistema antiguo", almacenes que insisten en las "novedades" que expenden. En ellos se manifiesta la nostalgia por el pasado y sus tradiciones, la suspicacia con que son vistas las mercancías consideradas como "modernas", la tendencia del porfiriato por proponer a Francia como el modelo a seguir y la cantidad de habitantes con antepasados del Viejo Mundo que vivían en el Valle de Toluca (alemanes, españoles, franceses e ingleses). Tomemos en cuenta los nombres de lugares como "La Parisiense" y "La Samaritana" (inspirada en la célebre "La Samaritaine" parisina), el énfasis con que se siguen "Procedimientos Alemán y Francés" en las técnicas del teñido de ropa o los tipos de jamones que vendía La Toluqueña.

■ *Página 28*

El mercado del centenario refleja parte de la actividad comercial de la época.

■ *Página 29, izquierda*

La Cervecería Toluca y México S. A. inició como un taller artesanal cervecero.

■ *Página 29, derecha*

La Cervecería Toluca y México se caracterizó por su ingeniosa publicidad.

LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO EN TOLUCA, DESPUÉS DEL TRIUNFO DE LA REVOLUCIÓN

Las simpatías que levantó Victoriano Huerta entre la élite de los hacendados, industriales y comerciantes, se vieron acalladas con la toma de Toluca por parte del Ejército Constitucionalista. En agosto de 1914, entra a la capital de la entidad el general Francisco Murguía, quien decreta cambios trascendentes para las formas de producción que prevalecían hasta el momento. Instauro lo que hoy conoceríamos como un salario mínimo (75 centavos diarios), prohíbe las tiendas de raya y la contratación de menores de edad. Trata de calmar a los inquietos ciudadanos toluqueños, al prohibir a los soldados allanamientos de moradas, escándalos y cualquier acto delincuenciales.

Las obras que habían sido prometidas como parte de las celebraciones del centenario de la Independencia se suspendieron y solo fueron retomadas hasta más de una década después. Un mercado que mejorara las condiciones de salubridad y dotara de más orden al centro de la ciudad, no sería una realidad sino hasta 1937 (hoy es el Cosmovital). Tampoco las calles fueron pavimentadas y así, maltrechas y polvorientas, las conocería Francisco I. Madero en su visita a Toluca, en 1912.

Desde 1912 y hasta 1914, algunos empresarios se organizaron en una asociación llamada "Defensa Social de la Ciudad de Toluca". Esta solicitaba el permiso para armarse y patrullar la ciudad, con el propósito de defender sus hogares, sus familias y sus propiedades. Las tres corporaciones que más cooperaron económicamente fueron el Molino La Unión de la familia Henkel, la Fábrica de Hilados y Tejidos de los hermanos Pliego y la Compañía Cervecera Toluca y México. A pesar de estos esfuerzos, precisamente la factoría de los Pliego en el cercano municipio de Santiago Tianguistenco, y otras más "fueron destruidas, robadas o incendiadas por las fuerzas subver-

sivas o por bandoleros" (García Luna "Los orígenes de la industria", p. 95), experiencia también vivida por los pobladores de Cacalomacán y Tlacotepec. Los gobiernos que se sucedieron hasta 1917 lidiaron con malas cosechas, epidemias, huelgas e incertidumbre económica. A pesar de todo, la situación en Toluca estuvo muy controlada desde donde se quiera ver, con excepción de una crisis en las finanzas estatales que repercutió en la urgencia de recaudar los impuestos rezagados.

LOS ORÍGENES DE LA FÁBRICA DE PASTAS LA MODERNA: HENKEL HERMANOS

Cuando en 1920, don Alberto Alfonso Henkel Villarelo, con solo veintiséis años, se asocia con los hermanos Pedro y Dionisio Vendrell (de treinta y seis años) para fundar la Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna, los tres se han nutrido ya de la experiencia de los antiguos negocios familiares relacionados con el pan y la harina. La panadería como oficio era una tradición familiar que databa de casi mediados del siglo XIX, pues el abuelo de don Alberto (Arcadio Henkel Vargas, casado con Francisca Zea y González Arratia) estableció su primera panadería en Toluca, como parte de una serie de negocios. En 1883, el cronista Isaura M. Garrido dio cuenta de que don Arcadio (quien fallecería un año después) poseía dos empresas de ese giro. Uno de ellos era la "Panadería Mexicana", instalado en un local en la esquina de Hidalgo (calle que luego sería nombrada Libertad y después volvería a llamarse como el padre de la Independencia) y el callejón de Jácome (hoy, Bravo Sur). En 1899, en este mismo espacio, sus hijos ya habrían comenzado a administrar una pequeña fábrica de pastas. Cercanos ambos recintos, estos se localizaban en el primer cuadro de la ciudad, en



su zona más comercial, y ocupaban tres predios (A, B y C) cada uno. El segundo negocio estaba entre la esquina de la calle Constitución (hoy, andador Constitución) y Aldama, en el número 28 (predio inscrito a nombre de Eduardo Henkel Zea). Al fallecer el padre (Arcadio Henkel) y la madre (doña Francisca Zea, en 1892), nombran a su sociedad "Henkel Hermanos". Así sería conocida esta segunda panadería, cuyas "pechugas" de huevo eran una de sus especialidades que no faltaban en las mesas toluqueñas, a decir del cronista Gerardo Novo Valencia.

Por lo tanto, la idea del joven Alberto A. Henkel Villarelo de establecer una fábrica de pastas fue una extensión casi lógica que provenía del circuito de producción familiar. Décadas atrás, sus haciendas surtían de materia prima a su molino de trigo, localizado en la hacienda La Huerta, ubicada en el aledaño municipio de Zinacantepec. Este molino (que llegó a ser uno de los más importantes de la zona a fines del siglo XIX), a su vez, producía harina que era adquirida por las dos grandes panaderías de su propiedad. La



- *Página 31*
La panadería como oficio era una tradición familiar de la familia Henkel.
- *Página 31, óvalo izquierdo*
Francisca Zea (junto con su esposo Arcadio Henkel), establecieron su primera panadería en Toluca, a mediados del siglo XIX.
- *Página 31, óvalo derecho*
En 1920, don Alberto Henkel se asocia con los hermanos Vendrell para fundar la Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna.



La familia Henkel fue promotora del ferrocarril que unía a Toluca con Metepec y Tenango, pero también con Zinacantepec (concretamente, con San Juan de las Huertas y conocido como "El Perico"). A una corta distancia de La Huerta se edificó la estación de tren. Desde aquí se transportaban los productos agrícolas y las mercancías que se producían en la región, pero también se descargaban los víveres que la abastecían. Como aconteció con la industria cervecera y la textil, las haciendas y los molinos de la familia Henkel tuvieron que modernizar y replantear sus formas de producción, una vez transcurridos los momentos más álgidos de la Revolución.

El molino de aceite y trigo La Unión, que operaba desde 1863, formaba parte del conglomerado industrial perteneciente a la familia Henkel. Instalado en la cuarta calle de Tenería (hoy Lerdo de Tejada), a fines del siglo XIX era movido por vapor y así aprovechaba el económico costo de la leña: "La casa construida especialmente para el efecto, es de agradable vista, y el todo importó algunos miles de pesos", describió el también poeta Isauro Manuel Garrido. La actividad del molino fue tan significativa, que a él se debió la animación y el crecimiento de esa área de la ciudad, a principios del siglo XX.

- *Página 32*
La familia Vendrell emigró a Toluca desde Ordal, un pequeño pueblo montañoso cercano a Barcelona.
- *Página 32*
Los hermanos Pedro Vendrell Solé (óvalo derecho) y Dionisio Vendrell Cuzco (óvalo izquierdo) fueron los propietarios de la panadería y expendio de harinas "La Moderna".

LOS ORÍGENES DE LA FÁBRICA DE PASTAS LA MODERNA: LOS HERMANOS VENDRELL

La familia Vendrell emigró a Toluca desde Ordal, un pequeño pueblo montañoso cercano a Barcelona. Los numerosos hermanos fueron incorporándose a la vida social de esa ciudad mexicana, a partir de su actividad comercial, a la que se habían dedicado prioritariamente en su país natal. Fueron hijos de don Jaime Vendrell Borda, quien se casó con doña Antonia Solé, y después de su fallecimiento, contraería nupcias con doña María Cusco. Algunos miembros de la familia Vendrell Cusco habitarían la antigua casa de la calle de Nicolás Bravo, número 4, a unos pasos de los Portales. Los hermanos Pedro Vendrell Solé y Dionisio Vendrell Cuzco (apellido alterado ortográficamente, cuando entra por el puerto de Veracruz al país) serían los propietarios de una de las panaderías y expendio de harinas más afamados de la ciudad, "La Moderna", localizado en la antigua avenida de Jesús Carranza, en el número 47. El 22 de enero de 1922, día en que llegó a México la máquina para hacer pastas para la fábrica La Moderna, fallece Pedro Vendrell Solé, en un accidente en la carretera México-Toluca. Él ya no pudo ver la máquina, misma que recogió el Sr. Reverter. A raíz de esto, el más joven de los hermanos Vendrell, Lázaro, recién llegado de España, se integra al negocio para ayudar a su hermano Dionisio.

A unos pasos de la Agencia de la Cervecería Motezuma (cuyo propietario sería el alcalde de Toluca, Agustín Gasca Mireles), en 1919, "La Moderna" de los hermanos Vendrell reportaría ventas extraordinarias de más de cuatro mil pesos en oro, cada mes. Para contextualizar esa suma, hay que tomar en cuenta tanto los comentarios vertidos sobre la situación económica del momento como los impuestos pagados al Ayuntamiento por otros propietarios, en esos mismos meses. Por ejemplo, la señora Herminia H. viuda de Pons solicitaba la condonación de recargos por



- *Página 33*
El molino de trigo La Unión contribuyó de manera significativa al crecimiento industrial de la ciudad, a principios del siglo XX.
- *Página 34-35*
Documentos que muestran la situación económica de la época.

concepto de impuestos y argüía: "las difíciles circunstancias por que atraviesa [sic] la Nación en general". Asimismo, dos de los establecimientos más exitosos, ambos en el portal Francisco I. Madero (antes, portal de la Paz) eran la tienda de ropa "La Valenciana" de Alfredo Ferrat y el popular cajón de ropa "El Progreso" de Manuel Casanova Amat. El primero, reportaba un promedio de 750 pesos mensuales; el segundo, de dos mil pesos. La denominación "cajón", recuerda el "Profesor Mosquito" (Alfonso Sánchez García), provenía de la época en la que las banquetas se llenaban de "grandes cajas rellenas de tiliches" que, muchos años más tarde, seguirían exponiéndose en la calle y las puertas de las tiendas para atraer a la clientela. Una panadería mucho más pequeña y en un lugar menos ventajoso (en la calle Santos Degollado), "La Guadalupana" de don Ramón Martínez, apenas informaba la cantidad de 22 pesos mensuales. Y el apreciable número de pequeños amasijos que estaban desperdigados en puntos más distantes de la ciudad no alcanzaba a ganar diez pesos cada mes.

Pocos establecimientos disfrutaban de la bonanza de la panadería "La Moderna" y ninguno de su giro se le aproximaba siquiera en número de clientes. Había excepciones muy lógicas: quienes vendían combustibles, lubricantes, asfalto, parafina, etc., como lo era la Compañía Mexicana de Petróleos "El Águila" o la agencia de la "Peirce Oil Corporation". Estas empresas facturaban cantidades considerables a empresarios tan conocidos como el propietario de varias minas en la entidad, Germán Roth, o a compañías tan prósperas como Henkel Hermanos y Echeverri Hermanos. Pero ni la buena aceptación del expendio de abarrotes "Carrillo y Gasca" del Portal Madero ni la pujante "Compañía Singer de Máquinas de Coser" tenían tantas ventas como el solicitado negocio de los hermanos Vendrell. El negocio de las pastas era una expansión que parecía sensata, en ese lapso de grandes dificultades económicas para una población que privilegiaba la adquisición de productos alimenticios.

Toluca, Octubre 23 de 1,919.

G. Presidente Municipal. Presente.

Herminia H. Viuda de Pons, ante Ud. respetuosamente expone que con motivo de las difíciles circunstancias por que atraviesa la Nación en general y á los múltiples gastos que he tenido que erog- ar en la reconstrucción de la casa número 14 del Portal de la - Paz de esta Ciudad, no puee cubrir oportunamente el impuesto cor- respondiente á la casa mencionada, tanto por Bebidas y ventas en la cantina, como por juegos y agua, y por lo mismo suplico á Ud. se sirva condonarme esos recargos, ofreciendo hacer el pago inmediata- mente.

Protesto lo necesario.

A ruego y encargo de la ooursante.

Antonio Alvarado

*En cabildo de 23 de
los comentarios de día anterior
que son de condonarse los
recargos, siempre que de he-
ra al pago desde luego. Comunique
á la Hermandad y a la industria*

10 de 24. 1919
J. P. M. M. M.

Comp. 9.

C.
Tesorero Municipal.

Presente.

Manuel Casanova Amat, a Ud. atentamente manifiesta que, las Ventas al Por Mayor habidas en su Cajón de ropa, "EL PROGRESO", sito en el Portal Francisco I Madero, núm. 10 de esta ciudad, por los meses de mayo y junio ppdos., ascendieron a la suma de \$4076.00.00, según por menor de su Talonario de Facturas que acompaña.

1919. Mayo	6	Factura núm.	146.	\$	386. 00.
"	7	"	147		100. 00
"	8	"	148		120. 00
"	10	"	140		170. 00
"	15	"	150		220. 00
"	17	"	151		190. 00
"	18	"	152		70. 00
"	22	"	153		90. 00
"	22	"	154		90. 00
"	23	"	155		170. 00
"	23	"	156		80. 00
"	28	"	157		210. 00
"	30	"	158		150. 00
"	31	"	159		40. 00
Junio	5	"	160		750. 00
"	10	"	161		760. 00
"	12	"	162		170. 00
"	17	"	163		200. 00
"	17	"	164		90. 00
"	19	"	165		700. 00
"	21	"	166		190. 00
"	26	"	167		270. 00
"	30	"	168		180. 00
Suma.....					\$4076.00

Toluca, julio 5 de 1919.

Manuel Casanova Amat.



Toluca, Julio 7/1919.
Cargo y sueldo del 7/10
\$1.1076.00.



3 LOS ORÍGENES DE LA PASTA. UNA HISTORIA DIFÍCIL DE RASTREAR

Los orígenes de la pasta son inciertos y seguir su rastro es emprender un viaje vinculado a épocas, geografías y culturas. Su existencia data de alrededor de cuatro mil años, de acuerdo con investigaciones recientes, al haberse encontrado fideos largos en un hallazgo arqueológico, en el noroeste de China. La leyenda cuenta que sería Marco Polo quien, después de haber realizado su mítico y largo viaje por Asia en el siglo XIII, llevaría a Italia una lejana versión de la actual pasta. En realidad, hay datos históricos que reportan su consumo en Europa desde centurias atrás, pues Horacio, en sus *Sátiras*, expresa su ansiedad por regresar a casa y comer un plato de puerros, garbanzos y lasaña. En esa misma época, Cicerón informó que el *laganum* era una de las comidas favoritas de su tiempo. Se trataba de una masa de harina cocida, plana, que se popularizaría con el nombre de lasaña. Arabia, Persia (hoy Irán) y Turquía también poseen una larga relación con la pasta, cuya textura y duración era idónea para los climas de su entorno y las costumbres nómadas de sus habitantes.

La cuna de los ravioles está en Liguria, sostienen los genoveses, aunque estos existían ya entre los árabes, según huellas que pueden seguirse y datan de antes del siglo IX. La conquista de Sicilia por parte de los musulmanes, entre los siglos IX-X, dejó muchos legados y uno de ellos fue el uso gastronómico de la pasta. Su comercialización hacia el continente, específicamente a las repúblicas de Génova y Pisa, ocurriría hasta mucho después. De ello da fe un diccionario de 1612, que lo define como un "plátido delicado compuesto por pequeñas piezas, hecho de huevos, queso, hierbas y especias".

Asombra que la existencia de este comestible sea un elemento culinario básico en las mesas de una gran diversidad de países que no tienen mucho

en común entre sí, ni lazos históricos claros. Y a la inversa: una misma denominación, aún en un mundo interconectado y con un sinnúmero de afinidades a nivel global, remita a distintos significados. Esto no es un hecho reciente. Entre los primeros libros impresos del siglo XV, se encontró un catálogo gracias al cual se han podido identificar nombres de pasta cuya composición exacta se desconoce o bien figuras que no existen más. Otro ejemplo de esa oscilación: en Rusia, el término "macarrón" abarca todos los tipos de pasta. Y, en cambio, en Italia y en México esa denominación posee una forma tubular y unas dimensiones tan reconocibles para sus consumidores que estos no pueden confundirlos con una pasta para lasaña o unos spaghetti.

LA CREATIVIDAD DE LAS COCINERAS Y LA CONFECCIÓN ARTESANAL

La popularidad que la pasta goza hoy en día no fue la misma siempre. La sencillez de su preparación, su versatilidad, rico sabor y su costo económico fue apreciándose asimétricamente. Es decir, su aceptación no se dio de manera simultánea, ni siquiera en las regiones de un mismo país. Hay que considerar que, durante siglos, fue un producto artesanal. Esto repercutió en su textura y su composición, pero, sobre todo, en que su forma era irregular en extremo: cambiaba de hogar en hogar, de región en región. No sería sino hasta la invención de las primeras máquinas (muy rudimentarias), cuando comienza a haber cierta uniformidad. A principios del siglo XIX, con la instalación de fábricas dedicadas a su producción, se instaura un poco más de orden en los productos que se ofrecerían a la venta.

La vocación casera de la pasta estaba muy ligada a las manos femeninas que, después de mezclar harina con huevos o harina con agua hirviendo y



■ *Página 36, superior*
Marco Polo con el emperador chino Kublai Khan en uno de sus viajes al continente asiático.

■ *Página 36, inferior*
Barcos de mercaderes en el Mediterráneo dan cuenta de la actividad comercial de la época.

■ *Página 37*
La producción de la pasta era artesanal, lo que repercutía en su textura y composición.



sal, daban rienda suelta a su creatividad. El ingenio de los bordados y la complejidad de los tejidos era el equivalente a la imaginación con que las mujeres le daban forma y, luego, cocinaban la pasta. Era una manera de añadirle chispa a su rutina doméstica, sin que por ello sintieran que no estaban empleando su tiempo en provecho de su familia. Le daban así el "sello" único, singular, al platillo que servían, a través de esas figuras vinculadas a su entorno: rizos, moños, estrellas, sombreritos, cruces, pétalos, mariposas, flores, ojos, cuernos de buey, flechas, ruedas, discos, balas, engranes, anillos, por mencionar solo algunas. Esa imaginación está unida a los cambios en el entorno de los hogares italianos y a su tránsito de un mundo rural a uno industrial.

Las caprichosas y bellas formas que la pasta podía adoptar podría ocultar el pesado trabajo que implicaba lograr un producto final. En realidad, era una labor larga, lenta, cansada y difícil que apenas si fue diferente en los talleres que se anexaron en los molinos del período renacentista. El salto sustancial sobrevendría a partir del siglo XIX, con la revolución industrial. La creatividad característica de las centurias que la antecedieron debía ser acotada, si se quería que la pasta fuera rentable en su comercialización. La homogeneidad de su presentación, con algunas limitadas variantes, contribuyó a que comenzara a ser reconocida por quienes la adquirirían. Debía poseer una consistencia que reaccionara de manera precisa a la hora de ser cocida. Tenía que adjudicársele un nombre semejante a cada forma, si se deseaba competir con otras marcas. Las pequeñas fábricas, primero, alternaron con la diversidad artesanal hasta que, por cuestiones de costo y facilidad, fueron ganándole la partida al ingenio de las afanosas manos domésticas.

EL DESPEGUE INDUSTRIAL DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La gran variedad de pastas artesanales en Italia fue reconociéndose sin que mediara una planeación para ello. Ferias y fiestas populares atraían a visitantes que probaban otras recetas y sabores. La intensa migración interna experimentada por ese país, cuya gran parte de su población fue asolada por la pobreza a lo largo de toda la historia moderna, se traducían en los ires y venires de trabajadores que circulaban de un lugar a otro. Y, con ellos, alimentos que viajaban y circulaban. O bien, cada *signore* contrataba a su servicio artesanos de renombre que llegaban a sus cocinas desde otras latitudes. Estos desplazamientos culturales introdujeron, con lentitud, conocimiento, cambios y adaptaciones, en las gastronomías regionales.

Aunque ya antes del siglo XVI, los molinos contaban con anexos para convertir la harina en otro producto que aumentara su valor. Una vez seca la pasta, era acomodada en grandes canastas transportadas por mulas hasta las urbes más pobladas. Conforme surgieron máquinas más complejas, lógicamente, aumentó la cantidad y la calidad de la producción. Nuevos troqueles de distintos materiales (bronce, níquel y otros componentes que resistían a la corrosión), plegadoras y cortadoras de mayor precisión permitieron la multiplicación de las formas (en el siglo XIX se contabilizaron más de ochocientas).

El proceso de modernización, no obstante, resintió tanto las coyunturas sociopolíticas de cada región como los avatares climáticos. Los cambios en el ámbito agrario incidieron en el cultivo de determinados granos y la pérdida paulatina de su variedad. Al mismo tiempo, la importación de harinas de menor costo provenientes de zonas, o incluso países, con grados de industrialización mayor, incidió en la transformación de las tradiciones culinarias locales.



■ *Página 38*
Las caprichosas y bellas formas que la pasta podía adoptar podría ocultar el pesado trabajo que implicaba lograr un producto final.

■ *Página 39*
La importación de harinas de menor costo, incidió en la transformación de las tradiciones culinarias locales.

El trazado de carreteras y una circulación más continua por ellas también contribuyó al apareamiento de los gustos. Todavía hasta muy entrado el siglo xx, tipos de pasta que eran típicas en una localidad eran desconocidas en otras que no estaban tan alejadas. La inexistencia de vías de comunicación e, incluso, el orgullo por lo propio y el desdén por lo ajeno, impedían el reconocimiento de una cocina distinta a la suya.

El prestigio que fue adquiriendo la pasta italiana y una cercanía cultural mayor con esa región europea, en países como Argentina, favoreció que Latinoamérica fuera acostumbrándose a sus sabores. Y como a mayor pujanza económica, mejores condiciones de cultivo, hubo condiciones más favorables para la preparación de una pasta local. Por ejemplo, el visible crecimiento de la producción de este alimento en Boloña propició que esta región se impusiera con sus exportaciones sobre otras partes del país de la bota (Toscana, Piamonte) que también contaban con una larga tradición de preparación casera de la pasta.

LA PASTA, UN ALIMENTO PARA TODOS

La rápida preparación de una comida completa, basada en la pasta, no siempre estuvo al alcance de todos los bolsillos. Por el contrario, fue hasta mediados del siglo xx, cuando dejó de ser un lujo para las mesas. Oretta Zanini de Vita, una de sus principales historiadoras culturales sobre este tema, documenta que comparativamente era tan costosa, que solo se vertía una cucharada de pasta en las sopas de verduras, para conferirles más consistencia y otro sabor. El alto valor residía en la harina necesaria para confeccionarla. No es difícil recordar el pasaje bíblico en el que Ruth podía alimentar a su suegra, al recoger las espigas de trigo y cebada que se le caían a los segadores.

Con ingrediente especiales a lo largo de la historia, la inclusión de la pasta en la mesa se reducía a ocasiones de celebración: la Navidad, la Pascua; en los días de carnaval, tal vez, bodas y cumpleaños. En esa época, en la que se quebrantaba el orden y se jugaba con la ilusión de invertir los roles en las fiestas, las mesas se engalanaban con platillos en los que la pasta fuera la gran protagonista. Las fiestas de bodas eran otra ocasión para lucirse y servirla. El resto del año, la dieta se fundamentaba en el consumo de vegetales.

Debido al arraigo de este alimento en Italia y a las constantes migraciones de su gente, el gusto por la pasta se extendió por toda Europa y Estados Unidos. Durante mucho tiempo, *vermicelli* (fideos) fue sinónimo de pasta, pero fue a partir del siglo xviii cuando los *macheroni* (macarrones) los superaron, asegura la historiadora Khanta Shelke. Fueron tan populares, que se le llamaba así a todo aquel que regresara del Viejo Mundo con hábitos italianos. Pronto, el vocablo se extendió, en forma burlona y ofensiva, para todos los extranjeros a los que se despreciaba. En la actualidad, este término conserva un sentido contiguo: en español, un "macarra" es alguien agresivo e insolente. En Italia se le puede llamar despectivamente a una persona como "mangia macarroli".

LA PASTA EN ESTADOS UNIDOS

"Pasta Alimentaria" es el nombre con el que circula oficialmente. "Pasta" fue la manera coloquial como se popularizó en Estados Unidos, a mediados del siglo xx. Logró colocarse en el gusto de sus habitantes, vía los soldados de sus ejércitos, quienes la consumieron en Europa, durante la Segunda Guerra Mundial. Aunque la palabra que más se usa es "macarrón", en realidad este se refiere a un amplio abanico de formas de la pasta. Por ejemplo, platillos tan solicitados como

el "chili mac" suele ser pasta de codito, plumilla, tornillo, etc., con chile y queso o el "mac'n cheese" son coditos con diferentes quesos batidos con crema o leche.

La leyenda cuenta que fue Thomas Jefferson quien introdujo la pasta en Estados Unidos. Estando en Europa, viajó a Italia y a partir de ahí quedó tan prendado de ese alimento que al regresar a Estados Unidos llevaba en su equipaje una máquina para formar macarrones. En los archivos de quien luego sería presidente de ese país, consta la existencia de ese aparato en su célebre residencia de Monticello. Ahí ofrecería pasta en sus cenas y contribuiría a que se extendiera la preferencia por la misma. Incluso, en la Biblioteca del Congreso se encuentra una receta de macarrones con queso, escrita con su puño y letra.

Su industrialización sobrevino con las migraciones masivas de italianos a Estados Unidos. Después de entrar por la Isla Ellis, se repartieron más de cinco millones de personas en las grandes ciudades de la costa este: Nueva York, Philadelphia, Boston. Las diferentes cocinas italianas, tan celosas en su país natal, tuvieron que adaptarse a los ingredientes disponibles en su nuevo país. Las disparidades culinarias regionales se achataron y homogeneizaron, al abrirse restaurantes que satisficieran otros paladares. Se trataba de crear un gusto, a partir de un número restringido de especialidades. Esto implicó, al mismo tiempo, un incremento en la importación de pastas, quesos, aceite, aceitunas, entre otros ingredientes. Impusieron, en su nuevo mundo, sabores "extraños" como el ajo, el orégano y los quesos maduros, pero añadieron otros como la carne picada, dado que no era demasiado costosa.

La aceptación generalizada de la pasta trajo consigo el fortalecimiento de una industria. Esto también se debió al surgimiento de mercancías derivadas como lo fueron las salsas para preparar los platillos o la venta de queso parmesano, envasado o a

granel. La Depresión Económica de fines de los años veinte transformó la pasta en una de las opciones más solicitadas, como lo prueba el hecho de que en 1929 alcanzó volúmenes de venta nunca antes vistos. Su importación cayó, informan Serventi y Sabban, no solo por esa coyuntura económica, sino porque los fabricantes locales tuvieron acceso a materias primas de gran calidad, provenientes de las cosechas de trigo de sus mejores graneros. Fue el inicio de la consideración de que la pasta había dejado de ser un alimento exótico y foráneo: ya era parte de la vida cotidiana estadounidense.

LA PASTA EN MÉXICO

En los primeros siglos de la Colonia, hubo un esfuerzo real por parte de los españoles que llegaron a la Nueva España por reemplazar el maíz por el trigo. Dependiendo de las regiones del país, este era un cultivo muy difícil de lograr. Conseguir que llegara a lo que hoy es Chiapas, Oaxaca, Yucatán o Tabasco era caro y tardado. En pocos lugares, por ejemplo, las tortillas de harina lograron convivir con las de maíz. Asimismo, la escasez de ingredientes característicos de la gastronomía europea impulsó a que fueran sustituidos, alternados o mezclados con otros propios de la prehispánica o bien, al ser dosificados para maximizar, se generaron platillos de sabores realzados. Esa hibridación produjo la tradicional cocina mexicana, famosa en todo el mundo.

No fue sencillo desplazar el arroz como acompañamiento y mucho menos que se considerara la pasta como una comida en sí misma. Eso comenzó a ocurrir hasta después de mediados del siglo xx, lapso en el que la confección popular era a base de salsa de jitomate. El fideo, en cambio, entró con más facilidad a la cocina mexicana, puesto que cocidos, potajes y pucheros no solo lo aceptaban, sino que dotaban al



guisado de un equilibrio entre carbohidratos y proteínas, ideal para todos los hogares. Poco a poco, la sopita de fideo fue convirtiéndose en una de las favoritas de la familia mexicana.

A partir de 1920, las compañías radiofónicas impulsaron programas dirigidos a las mujeres. A media mañana, había secciones dedicadas a la cocina y a la promoción de recetas que contuvieran alguno de los ingredientes vendidos por los patrocinadores. Este tipo de acciones contribuyó a normalizar el consumo de pasta en los hogares promedio. Por otro lado, la diversificación agraria durante el Cardenismo (fines de los años treinta) contribuyó al proceso de sustitución o coexistencia entre los productos de maíz y los de trigo, en las zonas rurales. Hubo campañas intensivas para dotar a los hogares del campo de cacerolas, en donde pudiera cocinarse sopa de pasta. Y en las escuelas rurales comenzó a servirse pasta seca o macarrones con crema o queso.

La introducción de la pasta en la dieta mexicana tuvo también otros motivos: una comida típica,

documenta Jeffrey Pilcher, era: tortillas, frijoles y alguna salsa (de tomate o jitomate con chile y sal). Sin embargo, hubo períodos en los que el precio del frijol era tan alto, que comenzó a alternarse con presentaciones muy económicas de pasta. Tortillas con salsa y una sopa de pasta eran satisfactorias para continuar la jornada, aunque la combinación no fue la mejor para la nutrición de los mexicanos. La pasta enriquecida fue una de las posibles respuestas a esa cuestión.

Desde principios del siglo xx hubo esfuerzos por añadir elementos nutricionales que la convirtieran en una elección para niños, enfermos y ancianos. Primero se enfatizaba que contenía huevo y después gluten. Estos esfuerzos se aunaron a la respetabilidad con la que contaba la pasta, en comparación con otros alimentos industrializados. Aquella siempre fue percibida como un producto que mantenía estándares de calidad y confiabilidad para la salud de sus consumidores. Por si ello no bastara, desde las primeras décadas de la centuria pasada comenzaron a promoverse, de manera generalizada, recetas que incluyeran frutos secos, verduras, carne, queso, crema o mantequilla fresca y así se asegurara el valor nutritivo del platillo.

4 DE FÁBRICA DE PASTAS ALIMENTICIAS LA MODERNA A GRUPO LA MODERNA

LA FÁBRICA DE PASTAS "LA MODERNA": 1920-1923

Al fallecer Adolfo Henkel Zea y pocos años después su hijo, Gustavo Henkel Solana, el 20 de marzo de 1920 se reorganiza la sociedad de la familia Henkel bajo la razón social Henkel Hermanos y Sucesores. Los miembros del Consejo de Administración serían los hermanos Alberto y Eduardo Henkel Zea; el hijo de aquel, Alberto Alfonso Henkel Villarelo; y el de este, Arcadio Manuel Henkel Bros. También formaba parte de la sucesión la viuda de Adolfo, Aurora Solana. Alberto Alfonso Henkel Villarelo, quien fungiría como el gerente de la sociedad, decidiría, en esos momentos, asociarse con los hermanos Pedro y Dionisio Vendrell para fundar la Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna.

No parecía ser el mejor momento para invertir y montar una pequeña fábrica, dado que la inestabilidad política en la entidad se traducía en constantes cambios de los titulares del poder ejecutivo y, por consiguiente, en la incertidumbre sobre el rumbo que se adoptaría en materia industrial. Baste tener en cuenta que entre 1911 y 1917 hubo trece gobernadores distintos (lapso en el que algunos de ellos lo fueron en dos y hasta tres ocasiones). Sería hasta septiembre de 1925, cuando Carlos Riva Palacio fungiría como gobernador, durante un cuatrienio completo (1925-1929). En su toma de protesta, advertiría lo endeble de ese ramo así como la necesidad de impulsarlo y de diversificarlo.

El éxito comercial de los Vendrell en el giro de las panaderías y la vocación emprendedora de Alberto A. Henkel los estimulan a emprender un nuevo negocio, en un giro arriesgado. No solo eran las circunstancias económicas y lo arraigado de las costumbres en materia gastronómica sino la competencia existente,

▪ *Página 42, izquierda*
El maíz era la base de la alimentación.

▪ *Página 42, derecha*
El trigo pasó a ser importante en la dieta de las familias mexicanas.



pues según hemos asentado, existían otras pequeñas fábricas de pastas en la ciudad. Con todo, se apostó por una mejor tecnología, con la confianza de que la experiencia de la familia Henkel en el campo, mediante sus molinos y la producción de la materia prima necesaria, y la de los Vendrell, en la administración y las ventas, sería suficiente para el éxito de esta empresa.

Recordemos que la familia Vendrell provenía de la región de Tarragona y que su familia se había dedicado a la panadería desde el siglo XIX. Dionisio viajó a esa zona de España para comprar un equipo industrial idóneo para la fábrica que deseaban montar. Quien sería pocos años después el administrador y, a la postre, el nuevo dueño de La Moderna, don Javier Reverter, enlistaría los flamantes componentes (algunos de los cuales continuarían en funciones, tres décadas más tarde): dos prensas hidráulicas Valls, con capacidad de 50 kg cada una y con posibilidades de producir de 600 a 700 kg de pasta, en un turno de trabajo; un secador para pastas menudas; un plato, una revoladora y una caldera vertical de tres caballos de fuerza.

LA ATMÓSFERA POSREVOLUCIONARIA: INCERTIDUMBRE Y ADVERSIDADES

La fábrica se instaló en un céntrico predio de la avenida Sebastián Lerdo de Tejada (a unos pasos de lo que hoy es el Cosmovital), en el que había suficiente espacio para las bodegas de almacenamiento, los patios para el secado y una larga pileta para las mulas que transportaban la mercancía. Aun cuando la producción era pequeña, el mercado toluqueño era incapaz de absorberla, por lo que abrieron un depósito en la Ciudad de México. No hay certeza de qué factores influyeron para que el negocio fuera cada vez menos rentable, pero hay que tener en mente que,



en esos años, gran parte de la industria de la entidad consistía en talleres familiares. Era, según la historiadora Elvia Montes de Oca, "en buena medida, para el consumo inmediato y además muy local". Y la producción industrial que sobresalía era, junto con el pulque, tabiquerías, molinos de nixtamal y jabón, justamente los molinos de harina, las panaderías y las pastas alimenticias.

EL CORPORATIVISMO EN TOLUCA

Hubo otras circunstancias que afectaron la marcha de "La Moderna": como parte de los cambios en materia de justicia laboral que trajo consigo la Revolución, se formaron y fortalecieron las centrales obreras. Con la fundación de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM) en 1918, el movimiento sindical en el Estado de México fue alentado desde la clase política reinante y alcanzó un gran poder. Los sectores en los que había una mayor

cantidad de trabajadores formaron sus sindicatos y se afiliaron fuera a la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), fuera a la Confederación General de Trabajadores (CGT): el textil, el cervecero, el de choferes, entre otros.

En ocasiones, las pequeñas empresas veían reducidas sus ganancias ante la vigilancia que los sindicatos ejercían para que se cumplieran los derechos de los obreros. Y aunque estos no estuvieran sindicalizados, el temor de la formación de un sindicato funcionaba, muchas veces, como un moderador para que los patrones cumplieran, a carta cabal, con las prestaciones de ley. Hay documentación que muestra que las panaderías serían de los establecimientos más demandados y, entre ellas, "La Moderna" de los Vendrell. Los reclamos por no pagar descansos obligatorios ni vacaciones serían los más usuales, a lo que don Dionisio respondería oficialmente que "sus competidores están colocados en iguales circunstancias y además pagaban menores salarios" (Montes de Oca 173).

■ *Página 44*
La Moderna contó desde sus inicios con el equipo industrial idóneo para fabricar sus pastas.

■ *Página 45*
La fábrica se instaló en un céntrico predio de la avenida Sebastián Lerdo de Tejada.

PROBLEMAS EN OTROS FRENTE

La familia Henkel también enfrentaba problemas en otros frentes. Al mismo tiempo que los movimientos sindicales, el proceso de la reforma agraria comenzó a tomar fuerza en 1918, con la promulgación de la Constitución del Estado de México, en noviembre de 1917. Para evitar, en lo posible, que sus tierras fueran afectadas recurrieron a algunas estrategias, similares a las de otros grandes propietarios de todo el país: las dividían entre los parientes, buscaban prestanombres, heredaban en vida a su descendencia, se llevaban a cabo contratos de compra-venta ficticios. Los tres años en los que Alberto A. Henkel mantuvo la sociedad con los hermanos Vendrell coincidieron con el período álgido en el que estuvo involucrado en complejas transacciones para fraccionar la valiosa hacienda familiar "La Huerta".

La sociedad Henkel Hermanos y Sucesores vendió un promedio de cinco lotes a cada uno de los miembros de dicha sociedad y esta figura legal conservó para sí solo lo necesario para que cupiera en el rubro de pequeña propiedad. De acuerdo con Francisco Ayala Lagunas, fue una división extremadamente cuidadosa, según la dimensión de los lotes, el uso de suelo, la proximidad a los núcleos de poblaciones (mientras más cercana a estas, más reducida debía ser la extensión de los terrenos). No obstante, las solicitudes de dotación de ejidos arreciaron.

Los meses en los que se decide la venta de la fábrica de pastas "La Moderna" es también el tiempo en el que, como gerente de la sociedad, Alberto A. Henkel está en los ires y venires de los alegatos con las comisiones agrarias. Es también el lapso en el que expide escritos al gobernador Abundio Gómez en los que argumenta el carácter agro-industrial de sus propiedades y los beneficios que la ladrillera La Huerta y la planta hidroeléctrica generaban para la economía estatal. Tres años más tarde, en 1926,

interpondría varios amparos para detener la afectación de sus tierras.

Después de una larga batalla legal, sería en 1930, cuando se les concederían las hectáreas más cercanas a Zinacantepec a sus ejidatarios. En 1935, a los de San Juan de las Huertas se les otorgarían poco más de 300 hectáreas, provenientes de lo que había sido La Huerta. Procesos legales, con los mismos fines, entablarían las poblaciones de Santa Cruz Cuauhtenco y Ojo de Agua. En síntesis, los cambios constitucionales en relación con la posesión de la tierra y la lucha por conservar las grandes extensiones que habían sido propiedad de la familia Henkel desde casi medio siglo atrás, requirieron de una gran atención de su representante legal.

La falta de control sobre la pasta que era trasladada a la Ciudad de México, distribuida y comercializada desde ahí, pudo contribuir, junto con estos otros hechos, a la idea de que vender La Moderna fuera, quizás, la decisión más sencilla y la más viable. Sobre todo, si se toman en cuenta las vicisitudes por las que atravesaban sus dueños. La producción cesó y la fábrica fue desmontada y embodegada.

DON RAFAEL COSTA, AL RESCATE

Rafael Costa era el responsable de producción de La Moderna. Conocía muy bien el funcionamiento de la maquinaria y decide comprarle a don Alberto A. Henkel, el equipo básico. Adquiere una de las prensas hidráulicas Valls, el plato, la revolvedora y la pequeña caldera así como algunos enseres que le permitieran comenzar a elaborar, de inmediato, la pasta. Traslada el pequeño negocio a la parte trasera de un predio compartido, en la calle de Pedro Ascencio número 26, en Toluca. Estaba a solo unas cuadras del lugar en donde estaba localizada originalmente.

Con ocho obreros, una renta de 50 pesos por el pequeño local y la ayuda de su esposa Antonia, don Rafael trabaja con ahínco, con la esperanza de poder pasar su vejez en su patria natal, España. En 1926, invita a su yerno Javier Reverter, casado con su hija Dolores, a que se integre al negocio familiar. Con cinco mil pesos como aportación, don Javier obtiene el primer año quinientos pesos de utilidad. A pesar de que esa cantidad no era excepcional, le permite avizorar las posibilidades del negocio.

En 1927, el señor Costa toma la decisión de regresar a España y le vende la fábrica a su yerno, por 15 mil pesos, con ocho mil pesos para sellar el compromiso y siete mil a pagar en un año. A pesar de que no era buena la situación económica, en general, y que se tornaría peor en los siguientes tres años, el trabajo constante, el orden en la administración y la cada vez mayor cartera de clientes va transformando a la Fábrica de Pastas Alimenticias "La Moderna" en una sólida pequeña empresa.

En su último informe de gobierno, en 1929, el titular del ejecutivo Carlos Riva Palacio, hablará de la existencia de dieciséis fábricas de "pastas para sopa", en el Estado de México. Su sucesor, Filiberto Gómez, dará pie a una serie de acciones que tenderán a incentivar el establecimiento, la consolidación y la expansión de las industrias en la entidad. Brindará un amplio conjunto de facilidades que, en un inicio, contribuirán a sortear los efectos de la crisis económica de 1929 y que se extenderían por lo menos un lustro después.

FÁBRICA DE PASTAS ALIMENTICIAS "LA MODERNA": UN CUARTO DE SIGLO DESPUÉS

Don Javier Reverter había adquirido la fábrica, a la edad de treinta y dos años. Pronto intuyó que si quería que su negocio creciera, tenía que buscar un

lugar en mejores condiciones. Optó por una antigua casa, siempre en pleno centro de Toluca: en la calle de Ignacio Allende número 4. Recordemos que era la zona más comercial de la ciudad, a poquísimos pasos de los Portales. Propiedad del antiguo dueño de la fábrica, Alberto A. Henkel (cuya casa familiar estaba localizada a unos cuantos metros de distancia), fue rentada por cien pesos mensuales. Con el correr del tiempo, el señor Reverter pudo adquirirla. Pagó por ella diez mil pesos.

Si bien los primeros años con don Javier a la cabeza no fueron los mejores para el país, económicamente hablando, la cuidada administración de la fábrica fue dando sus frutos. Pudo liquidar la deuda contraída con su suegro, antes del plazo previsto, e ir robusteciendo el equipamiento de la factoría. La fue avituallando con maquinaria de segunda mano que le permitió producir más y mejor; reinvertía e iba modernizándola. Sonriente, contaba que, con el paso del tiempo, "los agujeros de los macarrones ya comenzaban a dejar dinero para poder dormir tranquilo".

Casi tres décadas más tarde, a los sesenta años, don Javier Reverter piensa que es momento de retirarse. Había adquirido el predio en el que se había instalado la fábrica, en los ya lejanos veintes, en la avenida Lerdo de Tejada 57, en Toluca. Le servía para almacenar sacos de harina y envases de pastas, listos para ser distribuidos. La planta presentaba una producción constante, gracias a que tenía todo el equipo industrial necesario y con empleados que habían laborado en ella, desde hacía tiempo. También se había estabilizado la demanda de pasta, por parte de los establecimientos comerciales, dado que se había colocado en el gusto de los habitantes del centro del país, desde mediados de los años cuarenta.

Con una producción que iba de los ochenta a los cien mil kg al mes, fue adquirida por otro español, afincado en la capital del Estado de México, don Esteban Abascal Saldamando. Nacido en 1917

y oriundo del Valle de Carranza (Vizcaya, España), había llegado a México, muy jovencito, en las vísperas de la Guerra Civil Española, junto con sus hermanos Antonio y Enrique. Embarcó en Bilbao junto con su padre, quien lo acompañó hasta Santander. Ahí se le unieron sus hermanos y una tía, quienes emprendieron la ruta marítima usual: se detenían en Gijón y en La Coruña, le decían adiós a España. A pesar de la muerte de su hermano Ángel, en el frente de guerra, los demás integrantes de la familia (eran seis hermanos y dos hermanas) o permanecieron en Vizcaya o fueron regresando, poco a poco, desde México. A la postre, y al ver establecidas a sus hijas Concepción, Celia y Rocío, don Esteban también decidiría retornar a su país natal.

La venta se cerró en trescientos mil pesos, una cantidad que don Esteban recuperó con creces en el primer año. La operación comprendía el siguiente equipo: dos prensas automáticas, una máquina Ricciarelli (cuyo fabricante operaba en ese sector desde mediados del siglo XIX), una laminadora, un plato Valls, una revolvedora, una caldera de 25 h.p. (la original era de 3 caballos de fuerza), moldes, refacciones y enseres adecuados. La antigüedad de algunos elementos, con más de tres décadas en funcionamiento, hablaba de su calidad y de la acertada decisión de don Dionisio Vendrell, cuando los escogió en 1920.

La transacción se consumó el 16 de febrero de 1955. El señor Abascal decide mudar el negocio a una ubicación mucho más conveniente, en los límites de la ciudad de Toluca, en aquel tiempo. Muy cerca de la estación del ferrocarril, la extensión del lote en el que se instaló auguraba una rápida expansión. Hasta la fecha, sigue siendo la ubicación en la que permanece: calle profesor Jesús González Ortega 405. Don Esteban viaja a Italia para adquirir un equipo más moderno. Incrementa a tal grado su valor, que cuatro años más tarde negociaría su venta con don

Luis Gutiérrez Dosal por dos millones ochocientos mil pesos. Esta última operación sería, en realidad, el origen de lo que hoy conocemos como Grupo La Moderna S.A.

■ *Página 49*

La Fábrica de Pastas Alimenticias "La Moderna" se fue transformando en una sólida pequeña empresa.



|| **Los orígenes del Grupo 'La Moderna' están ligados al nombre de don Eduardo Monroy Cárdenas. Él fue directamente responsable de la adquisición, el financiamiento, la administración y la consolidación de la primera de sus empresas: Fábrica de Pastas Alimenticias 'La Moderna'** ||

5 DON EDUARDO MONROY CÁRDENAS: "EXCELENCIA DE SABOR Y GARANTÍA DE CALIDAD"

PRIMEROS EMPLEOS:

PRIMEROS VALORES EMPRESARIALES

Los orígenes del Grupo "La Moderna" están ligados al nombre de don Eduardo Monroy Cárdenas. Él fue directamente responsable de la adquisición, el financiamiento, la administración y la consolidación de la primera de sus empresas: Fábrica de Pastas Alimenticias "La Moderna". Fue quien imprimió su visión y sus valores a un negocio impregnado de riesgos. Hasta ese momento, esa planta había tenido diversos propietarios y sus alcances eran limitados. En una década, transformaría el mercado y el nombre de la marca resonaría en muchas otras regiones del país. Pero, como veremos, nada de esto ocurrió por casualidad ni fue resultado de un golpe de suerte.

Desde su primera juventud, don Eduardo Monroy Cárdenas recorrió los más variados oficios relativos a la venta y a la comercialización. Adolescente aún, fue ayudante de su hermano Ernesto, en el transporte de la harina. Traslataban a la Ciudad de México el producto de dos conocidos molinos de trigo de Toluca: el pequeño Los Pirineos y el antiguamente poderoso, La Unión. Al poco tiempo, a los catorce años, fue contratado como empleado de uno de los comerciantes más apreciados de ese valle entre los años treinta y cuarenta del siglo pasado, don Juan Beltrán Nájera.

En ese negocio, Toluca Comercial S.A., aprendió desde los más pequeños hasta los más complejos movimientos de un almacén, pues de atender el mostrador llegó a ocupar el cargo de jefe de ventas menores. Su derrotero no fue linealmente ascendente, pues entre sus responsabilidades estuvo levantar pedidos, escuchar las necesidades de los clientes, conseguir nuevos compradores y refrendar la fidelidad de los

más antiguos; se ocupaba también de la cobranza, los inventarios, la contabilidad. Conforme iba conociendo los entresijos de ese gran almacén, a don Eduardo le iban encargando esta, esa o aquella responsabilidad.

El tiempo que laboró en Toluca Comercial S. A. le regaló a ese muchacho, casi recién llegado de su natal Atlacomulco, un modelo que sería su guía durante el resto de su vida empresarial. De don Juan Beltrán aprendió el respeto hacia quienes colaboraban con él, sus deseos de que se superaran, el trato amable y solidario, su visión progresista y su filantropía. Todas estas fueron cualidades que, años después, don Eduardo emularía con fidelidad en lo que sería el Grupo La Moderna. Admiró de don Juan Beltrán, el que con una educación menos que elemental, con la posesión de la aritmética básica, hubiera transformado a Toluca Comercial S.A., en el negocio más rentable de su tipo. Pero, sobre todo, que hubiera generado una atmósfera en la que todos los trabajadores se sentían orgullosos de pertenecer a él.

CREAR, PRODUCIR, FABRICAR

Unido a su hermano Ernesto por un afecto entrañable, después de cuatro años en Toluca Comercial S.A., decide volver a trabajar a su lado. Primero, en Harinera Los Pirineos. Después, en Industrial Harinera Mexicana S.A. A lo largo de casi tres lustros, don Eduardo obtuvo un gran aprendizaje en esa área productiva. Las condiciones del molino Los Pirineos no eran las mejores ni en tecnología, ni en términos de infraestructura. Su producción era pequeña, aunque no era eso lo que más le preocupaba. Era la falta de calidad de la harina y el que solo podía ofrecerla a pequeños negocios de colonias marginales. Personalmente recorría las panaderías de algunas zonas del centro de la Ciudad de México, de Toluca, de sus

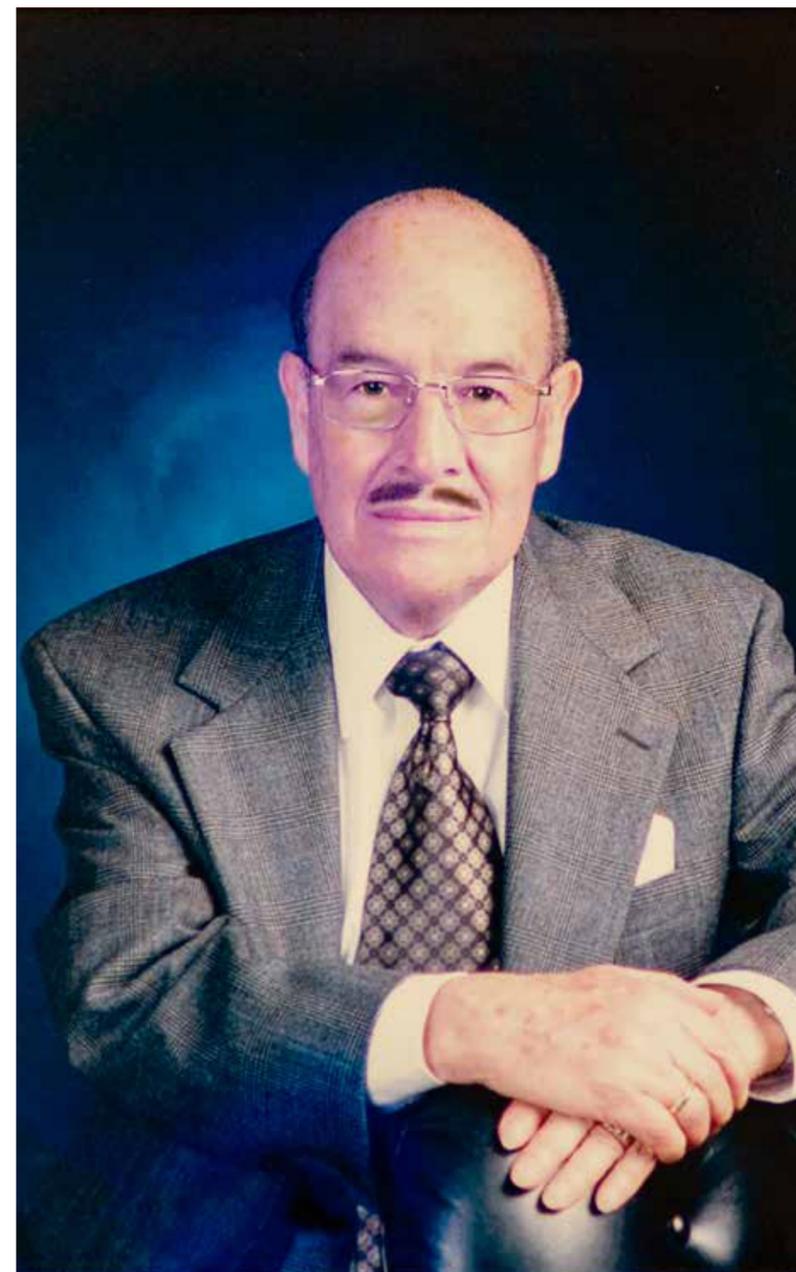
pueblos aledaños. Sin embargo, las condiciones de Harinera Los Pirineos eran las de la mayoría de los molinos de mediados de siglo del Valle de Toluca y sus alrededores.

La experiencia obtenida en diez años le permitió soñar en un molino moderno, que tuviera la capacidad de producción necesaria para conquistar nuevas plazas y que su harina fuera de las mejores de su tipo. Mano derecha de su hermano Ernesto, se dio a la tarea de conseguir los financiamientos óptimos para que fuera construido en una zona que, sin estar lejos del centro de la ciudad, estuviera a un paso de la estación del tren. No podría avizorar aún que, en un corto lapso, el conocimiento adquirido en cuestión de créditos, funcionamiento de la banca, así como sus relaciones de amistad con personas de ese sector serían imprescindibles para convertirse en propietario único de Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna S. A.

Industrial Harinera Mexicana S. A. fue motivo de un íntimo orgullo para don Eduardo. Se había responsabilizado de la parte financiera, de la adquisición de los equipos, de las condiciones arquitectónicas idóneas (gracias al proyecto de su hermano, el arquitecto Adolfo Monroy Cárdenas). Estuvo presente desde la idea inicial hasta su inauguración, en enero de 1959. Por desacuerdos con un sobrino, don Eduardo ve rota la relación laboral que había sostenido con su hermano durante casi la mitad de su vida. Esas difíciles y emocionalmente dolorosas condiciones serían, no obstante, el preámbulo de lo que hoy conocemos como Grupo La Moderna.

UNA FORMA DE VIVIR, UNA FORMA DE SER

"A principios de 1959, mi papá se quedó sin trabajo. Tenía cuatro hijos pequeños (mi hermana Martha Gabriela no había cumplido un año siquiera). Él no era



Don Eduardo Monroy Cárdenas



Doña Martha Carrillo Mier

una persona con formación académica, había estudiado la primaria completa y cursos sencillos y aleatorios de contabilidad que le habían impartido a él y a otros tantos colaboradores, en su primer trabajo en Toluca Comercial, ya antes citada. Eso sí, leía y leyó tres periódicos diarios: El Herald de México, El Sol de Toluca y el ESTO toda su vida. Sin embargo, poseía un elevado sentido de la responsabilidad y del deber para con su familia. Poseía un ingenio único para identificar coyunturas favorables e ir aprovechando las oportunidades, conforme se iban presentando. Otra de sus cualidades era su don de gentes. Su habilidad para cultivar amistades duraderas y forjar relaciones de negocios fue una virtud nodal, en esos días en los que lo único claro en su futuro era la necesidad de sacar adelante a su familia. También había aprendido muy bien las enseñanzas de mis abuelitos: el pan se ganaba con trabajo honesto y que la suerte se limpiaba con un pañuelo. Y algo más: contaba con una esposa excepcional: mi mamá, una gran administradora que, aún en los tiempos más difíciles, servía un plato de sabrosa comida en la mesa y nos vestía con ropa sencilla, pero limpiísima”.¹

GIROS INESPERADOS

Las transacciones comerciales que don Eduardo Monroy Cárdenas había consolidado en los meses posteriores a su liquidación de Industrial Harinera Mexicana S. A. le habían permitido la supervivencia económica y le habían ganado unos meses para pensar en cuál sería el siguiente paso. Durante la construcción del molino, había entendido la operación de la compra-venta de los materiales de construcción, cuando de volúmenes considerables se trataba.

¹ Arq. Eduardo Monroy Carrillo. Consejero de Grupo La Moderna, S.A. de C.V.

Conseguir la representación de Cementos Anáhuac y su distribución exclusiva en el Valle de Toluca fue su principal fuente de ingresos, en los primeros meses de 1959, y un negocio que mantuvo durante 15 años. Comprendía, por un lado, que, a la larga, no bastaría con esa entrada económica. Y, por el otro, que esa actividad no ocasionaba en él la pasión que se encendía cuando creaba, cuando generaba algún producto, como había ocurrido con la construcción del molino de su hermano, primero, y su puesta en marcha, después.

Dejó que corrieran apenas unas quincenas hasta que decidió acudir a pedir ayuda y consejo a don Luis Gutiérrez Dosal, uno de los hombres de negocios más exitosos y respetados de la ciudad. Este lo escuchó con atención, le pidió paciencia, y después de un lapso muy breve, le propuso lo siguiente: don Esteban Abascal Saldamando pondría a la venta su fábrica de pastas, pues deseaba regresar a España, su tierra natal (como había ocurrido antes, en 1927, con otro de sus primeros dueños, don Rafael Costa) Era un giro cercano a la experiencia de don Eduardo. De esa manera, Gutiérrez Dosal ayudaba a su amigo Esteban Abascal –pues una transacción de ese monto no hubiera podido resolverse tan rápidamente– y en forma simultánea, apoyaba a Eduardo Monroy Cárdenas. Le ofrecía la dirección general de la empresa y entrar como socio con el treinta por ciento de participación. Don Luis Gutiérrez Dosal aportaría el cuarenta por ciento y don Carlos Scougall Acho, el treinta por ciento restante.

El 1º de junio de 1959 se hizo realidad la compra de la Fábrica de Pastas “La Moderna” a don Esteban Abascal. El monto total fue de dos millones ochocientos mil pesos. El Banco Agrícola y Ganadero de Toluca, S. A. les otorgó un préstamo de dos millones de pesos, a pagar en dos años, lo cual no preocupó en demasía a los nuevos socios, puesto que la fábrica estaba operando. El conocimiento de don Eduardo

prometía toda clase de éxitos, pues había conseguido una muy buena materia prima que redundaba en una pasta de calidad. Las relaciones comerciales del señor Gutiérrez Dosal auguraban una mayor cartera de clientes. Fueron tres semanas en las que don Eduardo saboreó las mieles de la ilusión y de un futuro halagüeño. La alegría se vería frenada súbitamente.

El 24 de junio de 1959 murió repentinamente don Luis Gutiérrez Dosal. El mal hepático que padecía se reveló en una fase terminal. Su fallecimiento causó una gran pena entre la comunidad toluqueña, pues había sido generoso y había prodigado toda suerte de favores a sus miembros. Consternado y apenado, don Eduardo estaba enfrente de una enorme deuda y sin el apoyo moral y económico de su benefactor. Aparentemente, lo peor vendría a los pocos días: don Carlos Scougall le ofreció su parte, ante la imposibilidad de cumplir, en los siguientes dos años, con los compromisos financieros que había contraído con el banco. La oferta era atractiva: don Eduardo se convertiría en el socio mayoritario. Se enfrentó, así, a un problema financiero mayúsculo, pero, al mismo tiempo, a una de las mayores oportunidades de su vida como empresario.

DEUDAS Y MÁS DEUDAS

“Tenía una edad muy corta y aún así me daba cuenta de cuán afligido estaba mi papá por las deudas. Cerraba la puerta de la casa e intentaba dejar los problemas de la empresa detrás de ella. Pero era inevitable no escuchar su preocupación permanente por pagar los créditos a tiempo. Veía a mi mamá tensa y me preguntaba: ‘¿Cómo ayudar a mi familia?’ Niño como era, ‘¿qué podía hacer?, ¿cómo atenuar las preocupaciones de mi papá?’ Las imágenes de su pesadumbre, porque siempre andaban detrás

de él los bancos, me acompañaron muchos años. Cuando comencé a ejecutar trabajos sencillos en La Moderna, tendría unos trece años. Generaba las etiquetas de los distintos tipos de pasta y las pegaba en las cajas para que se diferenciaran unas de otras. Mi motivación para ir todas las tardes a la fábrica, no obstante, no tenía que ver con las etiquetas. Lo que yo deseaba era contribuir a que mi papá resolviera sus problemas y a que dejara de sentirse mortificado por las obligaciones económicas”.²

UN RESPIRO: CRÉDITOS OPORTUNOS, ADECUADOS Y SUFICIENTES

Del total de la deuda contraída, la que más angustiaba a don Eduardo Monroy Cárdenas fue el millón de pesos que tenía que saldar el segundo año, después de la operación de compra-venta de la Fábrica de Pastas “La Moderna”. El débito previo lo liquidó con sus ahorros, venta de propiedades y préstamos de amigos. Ya no tenía más que vender ni a quién solicitarle cantidad alguna, para el inminente pago que le debía al Banco Agrícola y Ganadero de Toluca, S. A. Aunque la empresa estaba dando muy buenos resultados, esa cantidad era exorbitante. Solo un financiamiento bancario favorable podía salvar tan apurada situación.

Pensaba que bastaba con un crédito a cinco años. Y en su búsqueda, todas las puertas se cerraron. La situación estaba a punto de tornarse desesperada. Fue la Compañía General de Aceptaciones, de la mano de Gilberto Cantú Treviño, gerente de la sucursal, y don Eduardo Montalvo Ruiz, su director de crédito, la que no solo apoyó con el préstamo sino

que analizó cuidadosamente la situación financiera de la empresa. Se concluyó que no eran cinco sino diez años los necesarios para saldar la totalidad de la deuda de “La Moderna”. Sin titubear, don Eduardo Monroy firmó el contrato correspondiente, dio como garantía la planta industrial íntegra con todos sus activos, su casa recién construida y el aval personal. Los siguientes pasos fueron mejorar la producción, reforzar la tecnología de la fábrica, contar con materia prima sobresaliente y abrir nuevos mercados. Trabajar con ahínco y precisión en cada una de esas líneas permitió convertir en realidad el lema de la empresa: “Excelencia de sabor y garantía de calidad”.

“Desde un primer momento, mi papá me hizo saber hacia dónde debía yo enfocar mis esfuerzos; tenía una visión muy clara para mí: deseaba que yo formara un grupo para que las empresas no estuvieran aisladas entre sí.”

M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo

² M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo. Presidente del Consejo de Administración y Director General de Grupo La Moderna S.A. de C.V.

6 LA MODERNA, UNA EMPRESA FAMILIAR

“Cuando nací, el Grupo La Moderna no existía. Lejos estábamos de pensar en frases como planeación estratégica o visión de futuro. Mi papá, Eduardo Monroy Cárdenas, se había quedado sin trabajo a principios de 1959, y yo tenía poco más de seis años. Lo recuerdo, vívidamente, tomándome de la mano y diciendo que iríamos a la estación del ferrocarril. En esos meses, en que no tenía un ingreso cierto y sí una familia con varios hijos muy pequeños, había aprovechado los contactos cultivados con los administradores de Cementos Anáhuac. En el período en el que estuvo a cargo de la construcción del molino de Industrial Harinera Mexicana S.A., se adquirieron más de mil toneladas para construir los silos. Había una diferencia de precio por costal y, al mismo tiempo, una distribución restringida en el Valle de Toluca”.

“Mi papá, que era muy hábil para reconocer oportunidades de negocios y entablar relaciones con facilidad, compraba directamente el cemento a la fábrica, después de haber identificado clientes que requerían volúmenes pequeños y medianos. Familias como los Montero y los Alvarado le levantaban pedidos y él los recibía en la vía pública. No había ni oficinas, ni bodegas, ni medios de transporte propios. Niño como era, lo acompañaba a la estación del tren y veía que llegaban los furgones, me fijaba cómo contrataba a los “macheteros” (a las personas que descargaban y estibaban la mercancía) y organizaba las cargas para hacerlas llegar a su destino. También las vendía ahí mismo, pues la voz se había corrido sobre el buen precio que ofrecía. Pero él sabía que esa coyuntura (escasez y costos) no se mantendría por mucho tiempo y que tampoco ese giro le permitiría crecer mucho más en los negocios”.

“Me daba cuenta de que mi papá trabajaba mucho. Lo que parecía un momento de esparcimiento podía



M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo

ser también parte de su actividad como empresario. Por ejemplo, iba con frecuencia al Hotel San Carlos, que durante décadas fue un sitio de reunión de los comerciantes e industriales de Toluca. A fines de los años cincuenta, se reunían en el bar o en la cafetería. Mientras que yo jugaba con los nietos de don Jaime Pons Hinojosa y su esposa Mary, veía con el rabillo del ojo a mi papá que escuchaba muy atento a sus interlocutores, me percataba de la corriente de simpatía que despertaba y cómo iba fomentando relaciones de amistad que, después, podían transformarse en oportunidades de negocios. Tuvo muchísimos amigos y mantuvo esos vínculos durante toda su vida”.

“A los pocos meses, a mediados de 1959, mi papá compró la Fábrica de Pastas La Moderna S.A., en sociedad con don Luis Gutiérrez Dosal y don Carlos Scougall. Con el paso del tiempo, el lugar se convirtió en un sitio de exploración para mi hermano Cacho, que era casi dos años más chico que yo, y para mí. Primero, íbamos los fines de semana, cuando mi papá nos llevaba. Después, sus oficinas se convirtieron en el sitio ocasional en el que, como alumnos de primaria, hacíamos la tarea”.

“En secundaria, ya estaba más consciente de cómo mi papá estaba involucrado por completo en las actividades de la empresa. Supervisaba o él mismo conseguía la materia prima, la transformaba, la empaquetaba, la distribuía; estaba al pendiente de los procesos de cobranza. Lo veía preocupado cuando una máquina se descomponía; aseguraba con vehemencia que no se podía fallar nunca en el pago de la nómina y cómo atendía las necesidades de sus trabajadores. Recuerdo que compraba bicicletas o estufas al mayoreo para poder ofrecérselas a un precio menor y en mensualidades. Otra de las lecciones que aprendí, mientras lo veía en la fábrica, fue que la calidad tiene un precio. Y aunque los vendedores lo presionaban para que lo bajara y así pudieran competir en mejores condiciones, él sabía que había



“Mi papá aseguraba con vehemencia que no se podía fallar nunca en el pago de la nómina y también estaba atento a las necesidades de los trabajadores.”

Arq. Eduardo
Monroy Carrillo

un momento en el que no podría ofrecerse la misma calidad. Y en eso, no transigía”.³

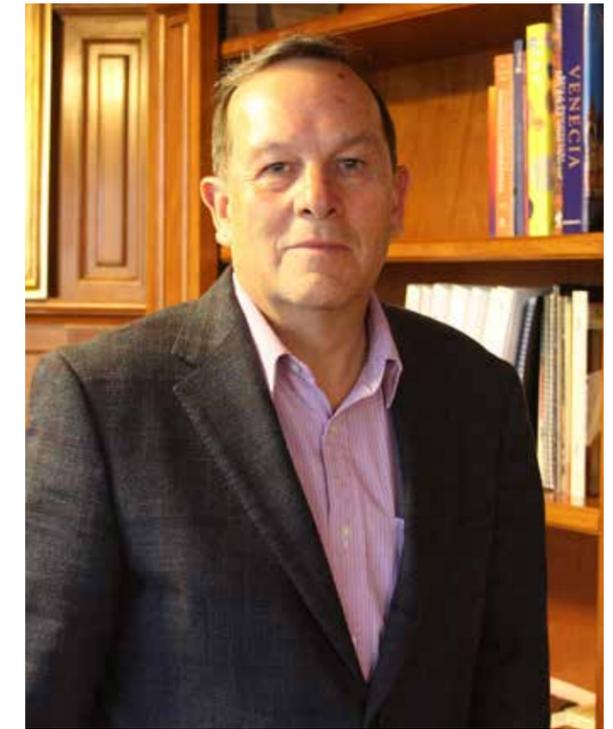
“Desde pequeño, mi papá me llevaba a la fábrica, como si fuéramos a dar la vuelta por las instalaciones. Caminábamos por las calderas, por la zona de secadores. Fue cuando entré a sexto año de primaria, cuando me asignó responsabilidades sencillas. Me encargó con un trabajador para que lo ayudara a armar cajas. Iba dos o tres días a la semana y devengaba un pequeño sueldo, a cambio de que ejecutara muy bien mis labores y de manera responsable. Evoco con mucho orgullo qué tan honrado y contento me sentía con ese salario que obtuve hasta terminar la secundaria”.

“Al entrar a la preparatoria, mi papá habló conmigo y me dijo que me daría tareas que implicaban más atención de mi parte. Él también se dedicaba a construir casas y me pidió que me involucrara en ese negocio. Visitaba las obras en proceso, revisaba los inmuebles cuando se terminaban de edificar, hablaba con los vendedores, los escuchaba, les resolvía dudas, hacía tratos con ellos. También me invitaba a asistir a algunas juntas de la empresa y a que comenzara a tomar algunas decisiones sencillas sobre la misma”.⁴

“Cuando entré a la carrera e inicié mis estudios como ingeniero industrial, me asignó un sueldo definitivo, similar al de un empleado de menor rango. Eso significó tener un horario, el compromiso de ir todos los días a la fábrica y total seriedad en mis tareas. Yo tenía que combinar esa responsabilidad con mi

³ Arq. Eduardo Monroy Carrillo. Consejero de Grupo La Moderna, S.A. de C.V.

⁴ Ing. Carlos Alejandro Monroy Carrillo. Director de Producción y Administración de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.



“Mi papá nos inculcó un gran cariño hacia la fábrica y eso lo logró, llevándonos desde chiquillos. Al estar sentados junto a él nos transmitió los valores de honradez, exigencia, trabajo, humor y optimismo.”

Ing. Carlos Alejandro
Monroy Carrillo

vida como alumno universitario. Atendía clientes de México y ya resolvía algunos asuntos, tal vez de poca monta, pero me dejaba mi papá hacerlo por mí mismo. Al finalizar la carrera, me enfraqué de lleno en la gerencia de la fábrica de pastas y algo del molino de trigo. Y ahí sigo trabajando, desde hace cincuenta años”.

“Mi papá nos inculcó un gran cariño hacia la fábrica, y eso lo logró llevándonos desde chiquillos. En las tardes íbamos a hacer la tarea y consultábamos sus enciclopedias. Al estar sentados junto a él nos transmitió los valores de honradez, exigencia, trabajo, humor y optimismo. Esforzarnos junto a él nos causaba una gran alegría porque nuestros granitos de arena, esas labores que realmente eran insignificantes (armar cajas, pegar etiquetas), parecían muy importantes porque así las apreciaba mi papá. Nos decía que ya estábamos participando en el negocio como familia”.⁵

“Toda mi existencia he trabajado en La Moderna. Me incorporé formalmente el primero de enero de 1986, cuando tenía veinticuatro años. En realidad, desde que tengo memoria, la empresa siempre estuvo ligada a mi vida. Como a mis hermanos, mi papá me llevaba a la fábrica y así, desde una edad temprana, fui conociendo cada uno de sus rincones. Cuando entré a primero o segundo de secundaria me asignó una labor simple, propia para mi edad. Se trataba de generar etiquetas con los nombres del tipo de pasta (moño, lengua, fideo) y luego debía pegarlas a las cajas para distinguir qué producto iba adentro. Todas las tardes llevaba a cabo esa labor. Mi papá siempre fue muy abierto conmigo y me permitía entrar a sus reuniones. Esa fue una escuela invaluable para mí porque me ayudaba a entender los criterios

⁵ *Idem*

con los que él tomaba sus decisiones y comprender la forma en la que razonaba”.

“Cuando entré a la carrera, dediqué un número de horas a la semana, determinadas de antemano, hasta llegar a trabajar medio tiempo. Como tres de mis hermanos, estudié ingeniería industrial. Yo viví en mi etapa universitaria el auge de las computadoras personales. Era el momento adecuado para modernizar la empresa en esa línea y se me ocurrió realizar sus primeros programas de cómputo para que pudiera facturarse; después, detecté la necesidad de contar con una nómina digitalizada. Creé, entonces, una empresa: Sistemas y Procesos Computarizados (SyPCO), subsidiaria de La Moderna. Era muy pequeña, pues solo estaba integrada por cuatro o cinco personas. Sin embargo, esta compañía evolucionaría hasta convertirse en Corporativo La Moderna, que hoy le provee servicios de cómputo y servicios de asesoría financiera y legal al Grupo”.

“Cuando terminé mis estudios de ingeniería, mientras me preparaba para mi examen profesional y alistaba mis papeles para irme a estudiar una maestría, dediqué un poco más de medio tiempo a La Moderna, siempre en el giro de sistemas de cómputo. En ese momento pudimos instalar programas para registrar las ventas y controlar el inventario. Dos años más tarde, al terminar un posgrado en la Universidad de Stanford, me incorporé de lleno a la empresa y, desde un primer momento, mi papá me hizo saber hacia dónde debía yo enfocar mis esfuerzos; tenía una visión muy clara para mí: deseaba que yo formara un grupo para que las empresas no estuvieran aisladas entre sí. Una era el molino, otra era la fábrica de pastas; otra, la galletera. No éramos un verdadero grupo industrial. Cada una tenía sus políticas y sus productos; había muy poca comunicación entre ellas.

La tarea conllevaba un conjunto de dificultades. Había que emprender labores que iban desde



unificar catálogos de cuentas contables hasta consejos de administración. La culminación de todo ello fue poder cotizar en bolsa como un grupo, no como divisiones separadas. Fue el surgimiento de Tablex, nombre acuñado en honor a los valores que tenía muy presentes mi papá y que deseaba que fueran una guía para sus integrantes: era un acrónimo de trabajo, administración, buena fe, lealtad; las dos últimas letras se refieren a la excelencia. Eran las características que, pensaba, debían de distinguir a todo buen empresario”.⁶

⁶ M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo. Presidente del Consejo de Administración y Director General de Grupo La Moderna S.A. de C.V.

■ *Página 59*
C.P. Luisa Fabiola Monroy Carrillo,
Lic. María de Lourdes Monroy
Carrillo, Martha Gabriela Monroy
Carrillo. Accionistas de Grupo La
Moderna S.A. de C.V.

■ *Página 60*
Corporativo de La Moderna en
Toluca y FinÁgil, empresa filial.

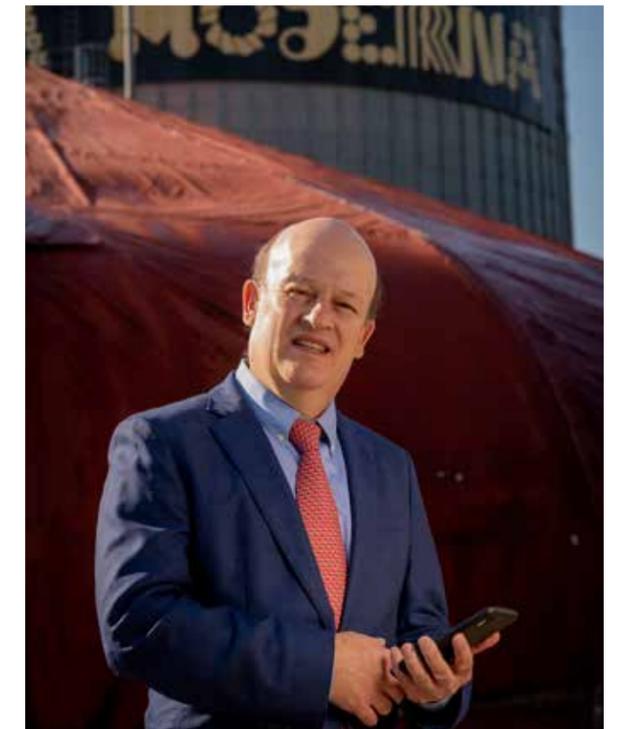


“Mi padre tenía muy clara la delimitación de las esferas de su vida privada y laboral. Cuando cerraba la puerta de su oficina y abría la de la casa, los problemas de la empresa se quedaban afuera y eran los asuntos familiares los que atendía y los que le preocupaban. Algunas veces no era posible, pero como niño yo me daba cuenta de que se esforzaba por no involucrarnos con temas que no fueran los de nuestra niñez. En mi adolescencia, en cambio, durante la preparatoria y poco después, me iba hablando más del negocio, lo cual motivaba a que yo preguntara y me interesara más en la empresa”.⁷

“Desde muy jovencito, mi padre me decía que yo me haría cargo de los molinos de trigo. Tenía esa visión: ‘vas a supervisar todo lo que tenga que ver con la molienda de trigo para la producción de harina que, a su vez, es materia prima para las pastas y las galletas’. Con esa idea entré a la universidad y por las tardes y en mis tiempos libres iba a lo que era el único molino de La Moderna, cuyo nombre oficial era Compañía Nacional de Harinas, S. A. Para mí era casi como realizar unas prácticas profesionales. Yo me involucraba en la operación de ese negocio, asistía a las juntas a las que convocaba mi padre con el gerente en turno (en ese entonces, don Ignacio Ortiz)”.

“Cuando terminé mis estudios profesionales, estaba completamente familiarizado con la administración y la operación del molino. Corría el año de 1986, aún no cumplía veintidós años, y me integré de manera formal a La Moderna. Mi padre me supervisó durante tres años y cuando don Ignacio se jubiló, en 1989, asumí la responsabilidad total. En esos primeros meses, todo evolucionó en forma muy positiva; a tal grado que, en 1990, pudo adquirirse un segundo

⁷ Ing. José Antonio Monroy Carrillo, Director General División Molinos Grupo La Moderna S.A. de C.V.



“Mi padre tenía muy clara la delimitación de las esferas de su vida privada y laboral. Cuando cerraba la puerta de su oficina y abría la de la casa, los problemas de la empresa se quedaban afuera...”

Ing. José Antonio
Monroy Carrillo

molino, en Salamanca. Después se compró otro en Campeche y así fue creciendo la división de los molinos. Hoy, en 2020, ya se cuenta con nueve unidades industriales diseminadas en todo el suelo nacional”.

“A la distancia, la libertad de acción que tuve fue uno de mis mayores aprendizajes. En ese entonces, el negocio de las pastas era, con mucho, el más grande y el que más aportaba al grupo. Comparativamente, el molino era un negocio pequeño. Por lo tanto, la atención estaba puesta en la fábrica de pastas. Las reuniones mensuales con mi padre y con mi hermano Luis Miguel me daban la guía que necesitaba para emprender las acciones inmediatas que le daban rumbo y sentido a la gestión de lo que en ese momento era la Compañía Nacional de Harinas. Ser tan joven y no tener a mi papá encima preguntando sobre mis decisiones, lo que hacía o dejaba de hacer, me infundió una gran confianza. Sabía que en las sesiones de cada mes expondría sus dudas, cuando yo le presentaba los análisis financieros y los reportes gerenciales. El aliento que me daba con su actitud lo devolvía yo con buenos resultados”.⁸

“Yo nací casi siete años después que mi hermano más próximo, José Antonio. Fui el pilón. El benjamín de la familia, como me describía mi papá. La diferencia de edades con mis hermanos mayores constituyó todo un reto, desde que era muy niño. Ellos siempre fueron muy estudiosos y tenían éxito en lo que emprendían. Lo experimentaba, pequeño como era, como una competencia familiar interna. Fue complicado para mí. Sentía que no podía ser menos que ellos: no podía ser menos disciplinado, escoger una carrera que pareciera más fácil o no pensar en estudiar una maestría. Sentía una presión muy grande que, gracias a la buena relación que sostenía con mis hermanos y al apoyo incondicional de mi papá, pude transformarla en algo positivo. Por eso,

⁸ Idem



“Una frase que le había escuchado a mi papá desde muy niño me ayudó mucho: ‘Mi única cualidad es haberme rodeado de personas más inteligentes que yo’.”

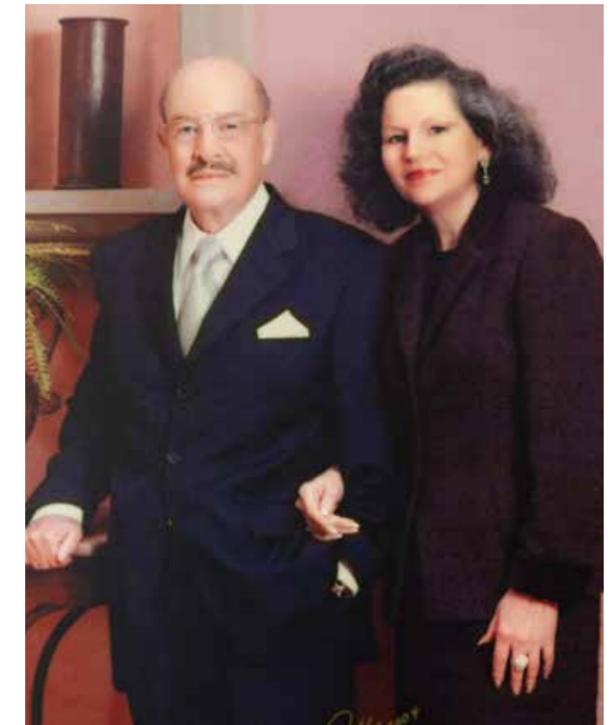
Ing. José Francisco Monroy Carrillo

debo confesar que, cuando tuve ante mí un desafío mayor en la empresa, como el que describiré a continuación, lo puedo comparar con la incertidumbre que surge en una persona que no sabe nadar y la empujan a una alberca”.

“Empecé a familiarizarme con las actividades del Grupo, en los inicios de mi carrera de ingeniero industrial, pero sin ninguna responsabilidad formal. La asistencia a las juntas del Consejo de Administración, como ocurrió con mis hermanos, eran grandes oportunidades de conocimiento para mí. En el segundo año de la universidad comencé a ayudar a mi hermano Carlos Alejandro, en la subdirección de ventas. La idea era que me involucrara cada vez más en la empresa, sobre todo en esa área”.

“Cuando me titulé, surgió una necesidad dentro del Grupo. Antes, cada división tenía su propia fuerza de ventas (pastas, galletas y harinas se manejaban en forma independiente). La creación de una comercializadora que promoviera, ofertara, vendiera y distribuyera todos los productos de La Moderna entrañaba un gran esfuerzo que, de manera casi inmediata, rendiría muchos y buenos frutos. A mí me tocó aterrizar y echar a andar esa idea. Ese fue el inicio de una unidad a cargo de las ventas nacionales, primero, y las de exportación, después. Llegó el día en el que ya estuvo bajo mi responsabilidad atender a los clientes, tanto en lo que a fuerza de ventas como en lo que a distribución se refería. Ya después hubo algunas fusiones que indujeron, por ejemplo, a que la fábrica de pastas se transformara en Productos Alimenticios La Moderna, S. A. de C. V.”.

Con poco más de veinte años, sin mucha experiencia y con altos niveles de exigencia, la integración de la comercializadora ha sido uno de los mayores retos personales en mi vida. Recuerdo que mi hermano Carlos Alejandro, a cargo de la fábrica de pastas, no quería vender menos de lo que ya estaba vendiendo y mi hermano José Antonio tampoco quería bajar el



■ *Página 63*
Don Eduardo Monroy Cárdenas y doña Martha Carrillo Mier, cimiento de una gran familia.

volumen de ventas de la harina. Amalgamar diferentes culturas, productos distintos y prácticas comerciales diversas fue muy complicado. Sin embargo, una frase que le había escuchado a mi papá desde muy niño me ayudó mucho: 'Mi única cualidad es haberme rodeado de personas más inteligentes que yo'. Con esa enseñanza, armé un equipo que poseía tales características. Hoy, veinticinco años después, si tuviéramos una fotografía de lo que se vendía antes y lo que se vende ahora, es notoria una diferencia abismal. Tal vez se pudo haber hecho mucho mejor o logrado mucho más, pero estoy con la conciencia tranquila porque siendo tan joven me volqué íntegramente a la empresa. Mi mejor esfuerzo estuvo ahí, consecuencia de querer responder a la confianza que mi papá había depositado en mí'.⁹

▪ *Página 65*
El proceso de producción de pastas largas se controla a través de tableros de parámetros.

⁹ Ing. José Francisco Monroy Carrillo. Director de ventas y distribución de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.

7 LA MODERNA, EN LOS HOGARES DE MÉXICO Y EL MUNDO

Desde que la **Fábrica de Pastas La Moderna** pasó a ser propiedad de don Eduardo Monroy Cárdenas, el propósito de la empresa apuntó a convertirse en el mejor producto en el mercado. En realidad, no se trataba de innovar en lo sustantivo, puesto que la harina siempre había sido harina de trigo y los demás ingredientes, los mismos, a lo largo de la historia. Sin embargo, fijó como uno de sus estándares elaborarla con harina de la más alta calidad. Sabía que invariablemente iba a haber alguien que ofreciera una pasta más barata, por lo que decidió que su diferencial sería la calidad.

Desde esas primeras épocas evidenció dos obsesiones: la calidad y el servicio. No descuidaba el precio, pero este elemento iba por detrás de los otros dos. Por eso, durante mucho tiempo salía a las seis de la mañana desde la capital del Estado de México para tocar las puertas en múltiples negocios del ramo, localizados fuera del Valle de Toluca. Fueron plazas que fue conquistando, a base de trabajo y cumplimiento de su palabra. Así, llegaba a Irapuato, a Celaya o a Querétaro casi al mediodía y tomaba los pedidos. Arribaba a Toluca a las seis de la tarde y, en ese mismo momento, cargaban los camiones para que la gente recibiera su mercancía al día siguiente e, incluso, si era posible, unas horas después. Eso le fue ganando mercado a La Moderna, pues los comerciantes tenían el producto a las veinticuatro horas o antes, a diferencia de la competencia que les surtía luego de tres o cuatro días. Esa mística fue permeando a toda la organización y, al mismo tiempo, fue creciendo su reputación, basada en esos dos valores: calidad y servicio.

"LA DEL JACALITO"

Uno de los logotipos de La Moderna fue una fábrica con una chimenea. Los clientes podían apreciar cuánto humo salía de ella. Todavía a mediados del siglo xx, esa era la viva imagen del progreso y la modernidad. Pero otro sector de la clientela, mucha que no sabía leer, no veía en ese logotipo una fábrica, sino una casita con su chimenea. Y así comenzó a popularizarse: "A mí, dame la pasta, esa, la 'del jacalito'".

A pesar de ser producidas con la más alta tecnología, las pastas tradicionales de La Moderna no constituyen ninguna innovación. Son las que se han consumido desde 1959: las que compraban sus bisabuelos y las que hoy comen los niños. La mística sigue siendo la misma, guiada por el sello de la marca: excelencia de sabor, garantía de calidad. Es cierto, sin embargo, que mucho ha cambiado desde que en los años veinte se vendía la pasta en cajas retornables de madera. Se distribuían en carros de mulitas, en zonas cercanas a Toluca. Luego, en sacos de manta, a granel. Posteriormente, en bolsas de papel de tres kilos. El tendero compraba la pasta, la exhibía en vitroleros y la vendía por gramos. Él mismo hacía sus empaques. Por eso, cuando empezó a circular el paquetito de un cuarto de kilo, fue una gran innovación, en lo que a la comercialización de la pasta se refiere. Esto ocurrió a fines de los años sesenta e impactó significativamente en su venta. Como consecuencia, empezó a perderse la costumbre de vender pasta a granel.

CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN

Un cambio significativo aconteció en el área de producción: en los tiempos de cuando don Javier Reverter fue el propietario de La Moderna, en los



años treinta del siglo xx, se secaba la pasta en bastidores para que se evaporara el agua. Básicamente, implicaba un proceso de producción muy largo (aproximadamente, cuarenta y ocho horas). Se necesitaba tiempo y se requería de mucha mano de obra. La productividad por persona era muy baja. Casi un cuarto de siglo después, don Esteban Abascal adquirió equipos italianos con la mejor tecnología de la época; eran semiautomáticos. Pero tampoco era una producción continua sino por baches; es decir, mezclaba procesos automatizados con otros manuales.

La empresa también fue testigo de los cambios en la distribución y la tendencia cada vez más marcada de que ocurriera a través de mayoristas. En los años setenta surgieron las primeras tiendas de auto-servicio. El canal tradicional cambió y las personas podían ir a un supermercado, ver marcas y distintos tipos de la misma mercancía para, después, escoger la de su preferencia. Antes, la venta se consumaba en el mostrador, por lo que era muy importante que en sitios como la tiendita de la esquina hubiera un lugar en el que se desplegaran los productos de La Moderna, para que de la vista naciera el amor. Todavía quedan reminiscencias de esto y hay pequeños comercios en los que se preserva esa tradición.

LA UNIÓN HACE LA FUERZA

En 1987, La Moderna comienza a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores con el nombre "Tablex", acrónimo de los valores impulsados por don Eduardo Monroy Cárdenas (Trabajo, Administración, Buena Fe, Lealtad, Excelencia). Para ello, no solo se trabajó en la constitución del grupo sino también en la interacción de cada división. Por ejemplo, en esa década, la fábrica de pastas era una empresa fuerte mientras que la de galletas era relativamente pequeña. Y los molinos, intermedia. Con la integración del grupo fue

posible tramitar líneas de crédito, respaldadas por las empresas más sólidas y así se apoyaba y propiciaba el crecimiento de las más débiles. Comenzó a registrarse un mayor desarrollo, a partir del momento en el que se comenzó a actuar como una unidad. Fue un momento de inflexión para el conjunto de negocios, pues fue desapareciendo la idea de que las galletas estaban separadas de las pastas o estas de los molinos. Daría pie a otras unidades firmemente ligadas entre sí como Papeles Corrugados o Películas Plásticas, a principios de los años noventa, vinculadas a la división de empaques.

La simbiosis que pronto se consiguió se sustentaba en los resultados confiables de cada una de sus unidades. El anhelo de don Eduardo Monroy Cárdenas de mantener la calidad de su materia prima y de no transigir en ello se aunaba a la confiabilidad de los costos y a la certeza de su abasto. La cantidad necesaria, en el momento justo para surtir los insumos, implicó una sincronización planificada, y el diseño de acciones para lograr un mismo objetivo: vender productos de calidad a precios razonables.

LOS RETOS ANTE LA INMINENCIA DEL TLC

En ese período, la industria de los molinos de trigo estaba muy regulada por el Estado. El trigo y la harina, los principales productos que alimentaban a las divisiones de pastas y galletas, contaban con un precio oficial. El gobierno, al brindar los principales parámetros, en cuanto al valor monetario de esos insumos, facilitaba la administración del negocio. Ante la inminencia de la firma del Tratado de Libre Comercio, se liberaliza ese sector, lo cual implicó un proceso dramático para muchos empresarios del ramo. Por generaciones se había operado de una manera y de pronto había que aprender a competir en el marco del libre mercado.

El equipo de trabajo de los dos molinos existentes en el Grupo fue fundamental para esa coyuntura. Facilitó la adaptación ante las drásticas condiciones a las que se enfrentó esa industria. Ello implicaba acciones concretas como salir a comprar la materia prima a otros lugares del país o sopesar la oferta proveniente del extranjero. Se trató de un caso de reinención de la que no salieron ileso muchos negocios. Las ciento veinticinco empresas molineras existentes en México se debilitaron de tal manera que solo lograron sobrevivir dieciocho de ellas.

La Moderna (en ese entonces, ya Grupo Tablex) no solo resistió sino que se fortaleció con ese aprendizaje. A partir de un molino establecido en Toluca (Compañía Nacional de Harinas S. A. de C. V.) en 1970, en 1988 inicia el crecimiento de esa área con la fundación de Harinera Los Pirineos S. A. de C. V. en Salamanca, Guanajuato, augurio de todas las plantas que operarían después, con gran éxito, en distintas ciudades de enclaves varios del país. Contar con un equipo de trabajo comprometido y eficaz y saberse adaptar a un entorno económico fueron determinantes para esta expansión.

TOCANDO LA PUERTA DEL NUEVO SIGLO

La sociedad iba cambiando conforme se acercaba el nuevo siglo y La Moderna la fue acompañando en esa metamorfosis. De aquí que el Grupo haya transformado y ampliado sus portafolios: presentaciones, sabores y tipos de empaques para ajustarse a las exigencias del mercado. Para ello, se generaron ideas que fueron útiles en el lanzamiento de nuevos productos y que, al mismo tiempo, contribuyeron a cubrir la demanda de, prácticamente, todo el territorio nacional. El incremento de uno a doce centros de distribución en zonas estratégicas facilitó tales

acciones. Traspasar las fronteras fue una consecuencia casi lógica ante tal expansión.

Los gustos homogéneos de las grandes familias fueron cediendo su lugar a preferencias más individualizadas. Así surge la decisión de integrar a las presentaciones, ingredientes muy específicos como salsas. Los tamaños de los empaques también se multiplicaron, con el propósito de cumplir con las necesidades de hogares grandes o pequeños, tiendas o restaurantes. Así, se decidió aumentar el peso tradicional de doscientos gramos a medio kilo y un kilo, propicios para los distintos canales de comercialización.

La división de galletas (Fábrica de Galletas La Moderna S. A. de C. V.) también experimentó esas transformaciones. Siempre en busca de mejores sabores y consistencias, surgió el que se convertiría en su producto líder: las "Marianitas", cuyo sabor nuez encontró un nicho de mercado que las elige para acompañar sus bebidas o como postre. En su rol de mayoristas, "La Moderna" es la segunda marca con mayor participación en el mercado de las galletas en México.

Si bien la pasta tradicional sigue siendo el producto de mayor venta, los consumidores se han diversificado y buscan otras características. Todavía hace una década hubiera sido impensable proponer algo como las pastas integrales con quinoa o con moringa. Tener en mente a la generación milenial o a quienes buscan la ingestión de alimentos altamente saludables, da cuenta de la preocupación de la empresa por satisfacer a otro tipo de clientela. Y también se ha tenido en cuenta a quienes requieren de una comida rápida, dentro o fuera de casa, a través de la sopa instantánea en vasos individuales.

El siglo xxi vio cómo de una nula participación en el mercado, un producto como la harina para *hot cakes* se convirtió en la segunda marca más importante de todo México. En forma similar a las pastas, se identificó un segmento preocupado por los contenidos saludables y ahora se ofrecen tanto harinas integrales



como galletas con aportes nutrimentales. Y también fue testigo del surgimiento de nuevos artículos. Es el caso de los *pellets* a base de trigo para frituras. La nueva centuria, pues, llegó con nuevos retos y una competencia cada vez mayor. Sin embargo, el grupo la ha afrontado con el enfoque de su fundador Eduardo Monroy Cárdenas y su certeza de que “no había que tenerle miedo a la competencia sino a la incompetencia”.

■ *Página 68*
El spaghetti toma su tamaño y forma en la extendedora de la línea de pasta larga, antes de entrar a los secadores.

■ *Página 70*
Los empaques de La Moderna se producen en la envasadora, a través de bobinas.

8 LA MODERNA, UNA FAMILIA EXTENDIDA

“Más de cincuenta personas tienen veinte años o más laborando para el Grupo La Moderna. Esta permanencia revela cuán cómodos se sienten, cuán a gusto están en la realización de su trabajo. Quienes trabajan con nosotros, son tratados como personas, no como un número. Es cierto que hay mucha presión porque hay pocos puestos y mucha gente, pero aquí se sienten seguros de su trabajo: si cumplen bien, aquí se quedarán hasta cuando ellos decidan”.¹⁰

“Tenía cuatro hijos pequeños, cuando me separé de mi esposo. Como mamá soltera, me preguntaba cómo sobreviviríamos. Y providencialmente, entré como obrera a Pastas La Moderna. En la fábrica había tres turnos y el tercero era muy pesado, sobre todo para las compañeras que estaban embarazadas. Desde hace más de treinta años se decidió, afortunadamente, que en él trabajaran solo hombres. Hasta en eso corrí con suerte. Había máquinas en las que una tenía que calcular los gramos de la pasta y cada diez o quince minutos había que verificar si el cálculo era correcto. Traían las cajas de fideos a granel y teníamos que cortarlos al cálculo. Luego los pesábamos en la báscula para ver si estaba bien. Ahora todo es distinto y está muy automatizado.

Diez años más tarde, me mandaron al edificio administrativo, cuando estaba casi recién inaugurado. Era mucho menos personal. En tanto tiempo laborando, he visto a decenas de compañeros que se han jubilado. Recuerdo cuántas máquinas de escribir había y el sonido, tac, tac, tac, que no paraba, como si fueran matracas. Todas las secretarías, los

¹⁰ Ing. Carlos Alejandro Monroy Carrillo. Director de Producción y Administración de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.

contadores y sus ayudantes escribían o llenaban cuadros sin parar. Y el día que llegaron las computadoras, ¡qué fiesta! Eran grandotas, cuadradas. Primero eran pocas, pero en menos de un año se habían ido multiplicando. Y fui viendo también cómo se iban haciendo más pequeñas, más rápidas y con un diseño más moderno. Ahora hay equipo muy avanzado y desde las oficinas hasta las máquinas de la planta, todo tiene computadora.

Uno de mis principales orgullos es haber podido tener algo mío, una propiedad, gracias a mi permanencia en La Moderna. Yo había rentado durante muchos años y no sé cómo me armé de valor para acercarme al ingeniero Monroy y preguntarle cómo podía tener una casa propia. Él me contestó: “Vaya a Infonavit y nosotros la ayudamos en lo que haga falta”. A los tres días me dieron el crédito. Lloraba de gusto. Mis hijitos tendrían un techo que sería suyo.

Ellos crecieron oyéndome decir: “Ya me voy al trabajo”, “Tengo que llegar rapidito a La Moderna”. Así que cuando el mayor cumplió dieciocho años, me preguntó cómo podía entrar a laborar a la fábrica. Y lo mismo ocurrió con otro de mis hijos, quien enseguida consiguió el puesto de maquinista. Se nos daba la oportunidad de que nuestros familiares formaran parte de La Moderna. Si solicitaban gente, podías recomendar a quien tuviera ganas de trabajar. Mi hermano, por ejemplo, entró como obrero. Después, fue cambiando de oficio y le iban dando otras responsabilidades. Se jubiló hace apenas un año.

Con don Eduardo Monroy Cárdenas aprendí a ser responsable. Fue una gran persona, muy buena gente. Algunos le tenían un poco de miedo porque para él, la pasta era sagrada. No le gustaba verla en el piso ni que se desperdiciara. Nos invitaban a las comidas de fin de año. Íbamos a misa para dar gracias a Dios de que no faltara trabajo. En una comida dijo algo que no olvido: ‘Yo, a los trabajadores los considero como mi familia. Hasta el barrendero tiene



derecho a participar en estas reuniones porque todos somos parte de esta familia.’ Me siento bien satisfecha con mis logros laborales. Estoy muy orgullosa. Le digo a mis compañeros: ‘Échenle ganas para que duren aquí lo que yo he durado’.”¹¹

“Entré a La Moderna en 1981, gracias a un primo que me informó que ahí había trabajo. Mi idea era ofrecer mis servicios como soldador, pero me contrataron para pegar cajitas. En aquel entonces se usaba el engrudo. Después, me encargaron envasar. Había dos máquinas ‘Pavan’ para empaquetar pasta. A mí me hicieron responsable de la sopa menuda. Había que formar cajas en filas de seis y luego llevarlas manualmente hasta su lugar. Era pesado el proceso.

¹¹ Bertha Martínez Garcela. Intendencia. Trabaja en La Moderna desde 1982.

Yo me dije: 'esto no es lo mío', no me gustaba. Pero decidí esperarme un año. Vi que había oportunidades en otras áreas como engrapar. Me parecía fácil. Era una maquina que se operaba con el pie. Y de ahí me seguí hasta llegar a ser maquinista de prensa. Había cuatro máquinas: de menudas, otra de almeja, otra de spaghetti largo y la cuarta, era de fideo. Se podía descansar de veinte a treinta minutos, si te apurabas, pero como armador de cajas, no había esa posibilidad. Siempre me gustó dar lo mejor de mí.

Fui escalando: pasé de obrero a ayudante, y de ahí, a prensista. Recuerdo a un supervisor, Renato Mejía Molina. Tenía su carácter, pues me advertía: "Si la riegas, te voy a castigar. Pero si lo haces bien, te quedas ahí". Pasaron los años y yo seguía en mi puesto. Cuando llegó la maquinaria nueva de sopas menudas, pasaron a varios obreros a armar la maquinaria. Yo era uno de ellos. Gracias a mis conocimientos de soldador, ya conocía las herramientas. De cuarenta, nos quedamos cinco. Había una oportunidad como ayudante de soldador, como tornero y otra como eléctrico. Mi jefe me aleccionaba: 'Yo quiero una persona eficiente, no un burro. Tienes que estudiar por fuera. La electricidad implica varias cosas. Vas a sacar unos diagramas y tienes que estudiarlos.' Yo me fijaba, sacaba fotocopias de los planos, los analizaba. Trabajaba de ocho a una de la tarde y después salíamos a comer. Pero yo me quedaba en el parque cercano, para estudiar. Sabía soldar, pero no sabía nada de electricidad. Me apuraba a comer para poder estudiar. Así transcurrieron varios años.

Seguí como ayudante de electricista. Cuando el maestro Jesús Guzmán Valenzuela detectaba una falla, yo me fijaba cómo estaban los cables y la reparaba. Me tendía trampas para ver si yo estaba seguro de cómo la había arreglado. Me animaba para que fuera alguien en la vida. Ascendí a oficial de electricidad. La Moderna me dio la oportunidad de estudiar electrónica básica y electrónica media en el Tecnológico



de Monterrey. Yo no conocía casi nada. Ahí terminó por encantarme la electricidad y así lo vinculé con la electrónica. Después tomé cursos en el Conalep.

La Moderna contribuyó a mi superación personal. Me ofrecían cursos, pero, sobre todo, confiaron en mí. Los Monroy son una familia fuera de serie. En una ocasión tuve que ir a reparar una máquina a la galletera. Yo le pregunté a don Jesús Guzmán quién era el dueño: don Eduardo Monroy Cardenas, me respondió. Don Eduardo lo quería mucho; bromeaba con él: 'Quiero que arregles la máquina, no que la descompongas'. Don Eduardo era una persona muy segura de sí. Cierta día, con timidez me acerqué:

Señor Eduardo, buenos días, ¿puedo hacerle una pregunta?

¿Qué me quieres preguntar? Pasa y siéntate. Me presenté.

Yo quiero saber cómo hacer dinero en la vida.

Y él me contestó:

¿Para qué quieres hacer dinero? Para hacer dinero no hay más que ser honrado y trabajar y trabajar toda la vida. ¿Y cuánto tienes ya ahorrado?, ¿cuántos años tienes ya en la planta?, ¿qué te ha parecido? Sigue el ejemplo de Jesús. Es muy inteligente, es muy responsable. Si sigues su ejemplo y lo que yo te digo, algún día le vas a agradecer a Dios. Con toda confianza, cuando quieras preguntarme algo, no dudes, ven a verme.

Era muy bueno, muy sonriente. Aquí he aprendido a ser leal, honrado y responsable. Cada vez que termino una tarea complicada, pienso en ellos, en don Eduardo. Él me dijo: 'Ahorra un peso que sea tuyo'. Gracias al consejo que me dio, hoy tengo un peso en mi bolsa. Es mío. Y mi familia tiene un techo y mis hijos, una carrera".¹²

"La empresa en donde yo estudiaba avisó que había solicitudes para auxiliares de contabilidad en La Moderna. Estaba yo muy jovencita, cuando ingresé al departamento de contabilidad, en donde veíamos depósitos y cuentas de gasto. Yo tenía a mi cargo las ventas al menudeo y las de los agentes de ventas. Naturalmente, en la década de los ochenta, no existía la banca electrónica. Todo era físico. Me entregaban las ventas del día y al día siguiente se depositaban en el banco. La camioneta de valores venía a recoger las bolsas, por lo que a las 10 a. m. debía tener listo el dinero que se llevarían, con las bolsas selladas. Con las transacciones digitales, cambió todo porque es como si el banco estuviera dentro de la empresa. En esa época, mi jefa era María Esther Saldívar Navarrete, quien luego se casó y se retiró. Ni ella ni yo imaginábamos el momento en el que hoy vivimos. Aquí ya no

¹² Fabián Aurelio Cardoso Hernández. Electricista. Trabaja en La Moderna desde 1981.

se maneja nada en efectivo. Ni los depósitos. Ahora los clientes van directamente al banco a realizar su pago. Yo solo registro las líneas de cada banco y cada cliente identifica su pago. Ahora yo me enfoco a pagos de clientes y pago a proveedores. Antes venían a cobrar, se les daba su contrarrecibo y su factura, se revisaban sus documentos. Ahora es con factura electrónica.

Es decir, La Moderna se ha transformado junto con los cambios de la vida contemporánea. Y eso ha ocurrido en todas las divisiones y en cada uno de los departamentos de la empresa. A lo largo de más de siete lustros, he atestiguado cuánto ha crecido. Por ejemplo, existe un departamento expreso de cuentas por pagar. Ya solo me dan un documento de 'sugerencia de pago' que reviso, verifico que venga correctamente y la procesamos. Con un 'clic', el pago es enviado. Mi departamento ahora se llama Tesorería. Todo está ya concentrado.

El tiempo ha transcurrido y a la distancia pienso que no fue fácil crecer como profesionalista y como persona: pasar de ser una joven inexperta a alguien más madura. Si las paredes hablaran, podrían contar la historia de una joven soltera, que se casó y luego tuvo hijos. De cómo fue aprendiendo a darle tiempo a la familia y a su quehacer laboral. La capacitación fue muy importante. Tanto por parte de los bancos como de la propia empresa que me apoyó en el proceso. La atmósfera de trabajo y la camaradería también pusieron su grano de arena. Recuerdo que, en una ocasión, nos estaban enseñando un programa de computadora para desarrollar cuestiones contables. Estábamos practicando, en nuestros cubículos, y le pedí a una de mis colaboradoras: "Ana, salte". Yo quería que se saliera del programa. Pero cuál no sería mi sorpresa al ver que se levantaba y se salía de su oficina. Así ocurre: nos metemos tanto en nuestras actividades que tomamos las instrucciones al pie de la letra.



Mis hijos crecieron con La Moderna como parte de sus vidas. Admiran mi trabajo y me preguntan, intrigados: '¿Cómo puedes vivir entre tantos números y papeles?'. Por ellos, una se decide a no quedarse trabada, varada con los mismos conocimientos y responsabilidades. Y en cambio, sí a estar viendo siempre hacia arriba, hacia arriba. Para permanecer tantos años en una misma empresa es importante la calidad humana de las personas con quienes tratamos. Mis jefes han sido mi mejor ejemplo. Alentaron a que yo confiara en mí misma y me facilitaron las herramientas para que creciera profesionalmente. No tengo por qué defraudar a quienes han creído tanto en mí, a lo largo de casi cuarenta años".¹³

¹³ Margarita Segura Vazquez. Gerencia de tesorería. Trabaja en La Moderna desde 1983.

"Ya trabajaba en Pastilara y en Pastas Cora, cuando pasaron a formar parte de La Moderna. Tenía como dieciocho años. El tiempo ha pasado como si nada. Disfruto mi trabajo y ahora más cada día. Me preguntan cómo le hago que no me acabo y yo respondo: 'Eso ocurre, cuando pasas el día en lo que te gusta'. Es maravilloso pertenecer a esta gran familia de empresas. Un trabajador debe de valorar la casa en la que está, pues yo me imagino a La Moderna como a un padre que acurruca a sus hijos y siente que todos son buenos.

Mi primera tarea fue visitar tiendas que pertenecían a la Secretaría de la Defensa Militar (Sedena). Yo no sabía ni qué se hacía. A punta de regaños, fui aprendiendo, pero yo quería trabajar. Día a día conocía algo nuevo. Fui tomando de aquí y allá. Con orgullo abordaba a la gente y los orientaba sobre los productos que les ofrecía. Platicaba con los jefes, con los encargados. Les pedía que probaran las pastas. Estaba seguro de que cuando se las sirvieran en su mesa y sintieran las sopas tan ricas, comprarían. Después me asignaron visitar las tiendas de Conasupo (la extinta empresa paraestatal) y, con el paso del tiempo, Walmart.

Cada vez es mayor la competencia y ya no está sencillo, como antes, entrar a algunas tiendas. Pero siempre hay manera de convencer a la gente que lo que se está brindando es genuino. Algunas veces hasta soñaba sobre cómo vender. Y me daba gusto ver cómo se esforzaban para que los paquetes fueron atractivos, pues las presentaciones son cada vez más importantes para que al cliente se le antoje. Uno de mis principales orgullos fue ver cómo se ganaban los espacios y que en cada vez más lugares se vendían los productos de La Moderna. Y más cuando me entero en cuántos países distintos, en cuántos lugares lejanos, se comercializan. El campo de batalla para mí fue saber cómo vender y el tiempo ha sido una gran escuela. En cuarenta años, he aprendido a ser más paciente, a ser más sabio y a no enojarme. Hay que tener calma, pues se necesita sumar, nunca restar.

Las felicitaciones cuando he tenido logros me animan mucho. Por eso digo que me voy a retirar el día que deje de comer. En el pasado, mi familia me reprochaba que yo diera todo por el trabajo. Pero gracias a la empresa, nunca les faltó nada: tuve la oportunidad de darles a mis hijos la mejor herencia, una carrera profesional. Una de mis hijas se va a titular de arquitecta. También les brindé una casa, en donde resguardarse. Gracias a La Moderna, yo le llevo un pedazo de pan a mis hijos y me produce una gran alegría que, con mi trabajo, mis clientes tengan un producto sabroso en su mesa".¹⁴

"Luigi Geremia Zanon fue una persona muy querida en mi familia. Mi padre, Eduardo Monroy Cárdenas, lo estimaba profundamente, pues lo acompañó, a él y a la empresa, en un momento crucial en el que se definió el futuro de La Moderna. Fue un gran técnico y como él, la compañía ha tenido la fortuna de contar con personas extraordinarias en su área de competencia. Quiero recordar a Uve Schwartz, quien fue un pilar en el desarrollo de nuestro negocio en El Bajío. Trabajó con nosotros durante quince años y, lamentablemente, falleció muy joven. Transformó las fábricas de Saltillo y de Salamanca, que es el molino más grande del Grupo y uno de los cinco más importantes del país. A él también le debemos el puerto ferroviario, en donde recibimos furgones y carga desde Estados Unidos. De él fue la idea, él diseñó el concepto y él lo llevó a la realidad. Y también deseo mencionar a Ernest Siever, por su dedicación y una capacidad intelectual fuera de serie que se manifiesta en el diseño de plantas industriales. A esa capacidad le debemos la planta de Toluca y la de Saltillo".¹⁵

¹⁴ José Carmen Gualito Gómez. Promotores Yaber. Trabaja en La Moderna desde 1977.

¹⁵ Ing. José Francisco Monroy Carrillo. Director de ventas y distribución de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.



"Luigi Geremia Zanon fue un colaborador apasionado de La Moderna. Vivía en un sitio muy cercano a la planta. Si le reportaban que alguna máquina estaba fallando, se levantaba a las dos de la mañana o la hora que fuera y no regresaba a su casa hasta dejarla funcionando. Mi papá, don Eduardo Monroy Cárdenas, pudo dedicarse de lleno a las demás actividades de la empresa porque confiaba plenamente en el área de producción. Sabía que Luigi la sacaría adelante con los más altos estándares.

Le aportó mucho a La Moderna: impulsó medidas de higiene y de extrema limpieza. Fue un mecánico excepcional que con el sonido de las máquinas y su vibración podía determinar en dónde se encontraba la falla. No había horarios para él, pues estaba pendiente las veinticuatro horas del día. Fue también un hombre de su tiempo: profundamente individualista,

estaba al tanto de todos los detalles, sin delegar a nadie o creer en el trabajo de equipo. Hombre parco en su trato, impuso un orden extremo entre sus colaboradores. Las aportaciones de Luigi, en las décadas de los sesenta y los setenta, fueron invaluable para La Moderna".¹⁶

- *Página 75, superior*
Las pastas son debidamente pesadas para su empaque en básculas de la envasadora, como este codo 2 en la línea de pastas cortas.
- *Página 75, inferior*
Luego de ser pesada la pasta y depositada en el empaque, las mordazas suben, sellan y cortan, para que el paquete quede listo.
- *Página 79*
En el año 2000, se construyó el primer centro de distribución (CEDI), desde donde se desplazan todos los productos elaborados por Grupo La Moderna.

¹⁶ M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo. Presidente del Consejo de Administración y Director General de Grupo La Moderna.

9 LA MODERNA, VISIÓN DE FUTURO

VALORES Y CONVICCIONES QUE PERMANECEN:
TRANSFORMAR PARA CONSOLIDAR Y TRASCENDER.

"En mi familia se experimentó una firme formación moral. De un lado y de otro: las cuestiones de negocios las aprendí, principalmente, de la mano de mi papá, Eduardo Monroy Cárdenas. Mi mamá, Martha Carrillo Mier, nos educó en la vivencia de la autenticidad y la congruencia. Es necesario pensar que detrás de casi toda gran empresa, hay una familia. Pueden estar más o menos institucionalizadas las funciones de sus miembros, pero en México, muchas de las grandes organizaciones surgieron y florecieron por la aportación de dos o más integrantes de sus familias. De aquí la relevancia de los valores que se cultivan en ellas.

Tanto de palabra como en la vida cotidiana, desde muy niños, mis hermanos y yo fuimos educados con la idea de hacer bien las cosas, no desear mal al prójimo, trabajar pensando en el interés común. Nos criaron en un ambiente desahogado económicamente, pero austero, al mismo tiempo. Nunca nos faltó nada: siempre había comida y agua caliente. Ropa, la necesaria. Vacaciones, las justas, cuando las había. No salíamos a restaurantes, ni tampoco nos regalaban juguetes extravagantes. Armar mis cochecitos y jugar con ellos en el escritorio de la oficina de mi papá era uno de mis gozos de niño. Conforme fuimos creciendo, se fueron precisando y ampliando esos valores como el pensar en beneficiar a la patria y ser personas libres de vicios. Mi papá, Eduardo Monroy Cárdenas, era muy anecdótico y una de las maneras en las que nos comunicaba su sabiduría era mediante frases sencillas y, algunas veces, populares. Nos decía, una y otra vez: "La palabra convence, pero el ejemplo arrastra".

Hemos sido una familia muy católica y mi papá, tanto en las ocasiones buenas como en las malas, nos recordaba: "A mí me guía Dios". Y lo decía con convicción y humildad. Tenía yo más o menos treinta años, cuando caí en la cuenta de que seguir los consejos de él y de mi mamá era la mejor elección y decisión de vida. Opté por ella y fui testigo de cómo me comenzó a ir de manera excelente. Por eso es importante que se respeten los caminos que mi papá trazó para la empresa, y que los principios que fomentó en su vida personal y como hombre de negocios sigan prevaleciendo en el Grupo La Moderna".¹⁷

"Todo el Grupo La Moderna se siente orgulloso de la calidad de la pasta que ofrecemos. En particular, me siento honrado por los spaghetti, los fideos, que llevamos a la mesa de un gran número de hogares. Usamos la misma harina de trigo cristalino (*triticum durum*), con un alto valor nutritivo, que se usa en Europa. Desde técnicos hasta especialistas aseguran que nuestra pasta es igual o, tal vez, mejor que la que se puede encontrar en el Viejo Continente. Los productos comestibles de La Moderna entran al corazón de cada vivienda: a sus cocinas. Y están vinculados con lo máspreciado que posee el ser humano: su salud. Consciente de ello, mi papá, Eduardo Monroy Cárdenas, estaba obsesionado por la calidad y ese es nuestro estandarte: garantizar al ama de casa, a la persona responsable de preparar los alimentos, que están adquiriendo un producto de primera línea e higiénicamente elaborado.

Cuando hablo de calidad, no lo hago de manera retórica sino con el respaldo de los hechos. Tenemos certificaciones de Europa y Estados Unidos. Se avala que cada uno de los productos de la marca La Moderna cuenta con el nivel de sanidad y cumple

¹⁷ Arq. Eduardo Monroy Carrillo. Consejero de Grupo La Moderna, S.A. de C.V.



con los procedimientos de cualquier empresa de clase mundial. Fuimos los primeros en ofrecer una pasta enriquecida: le añadimos vitaminas, minerales y ácido fólico para bienestar de la población. Ahora es por ley, pero La Moderna comenzó con esa práctica desde mucho antes. En México, fuimos los primeros en brindar ese extra a nuestros consumidores. Para mi papá y para quienes estamos a la cabeza del grupo fue un extraordinario motivo de satisfacción pensar que, con una porción de pasta, las mujeres embarazadas cumplían con los requerimientos diarios de ácido fólico; contribuíamos así al nacimiento de niños y niñas en buen estado de salud. En cada división se aporta un granito de arena para que eso suceda: cada producto de La Moderna se ha pensado para el bienestar de las personas y, en función de eso, se somete a un proceso industrial que garantiza los más altos estándares para su consumo”.¹⁸

“Estudié una maestría en la Universidad de Stanford y ese lapso me regaló muchos aprendizajes y experiencias de vida. Quizás, una de las más valiosas fue percatarme de que si bien hay gente talentosísima en otras partes del mundo, también la hay en México. Aquí, sin embargo, existe un problema de organización y esta es una parte esencial del éxito en una empresa. De ahí la relevancia de instaurar consejos, prestarles atención, trabajar con ellos. Un negocio sano es aquel en el que se dejan atrás las politiquerías, el meterse zancadillas o la existencia de un radio pasillo cuyos rumores prevalecen más que la información emanada por parte de la propia empresa. Desterrar esas malas prácticas, gracias a una buena organización, a ceñirse a una metodología de trabajo, en un clima de respeto, ha favorecido

¹⁸ Ing. Carlos Alejandro Monroy Carrillo. Director de Producción y Administración de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.

que La Moderna sea competitiva. Ese tipo de valores y acciones, me parece, contribuyen a que en México existan empresas, en pie de igualdad, en relación con las mejores del mundo.

Soy un firme creyente de los beneficios de contar con órganos colegiados. Es difícil que se equivoquen, pues si dos cabezas piensan más que una, muy probablemente diez piensen mejor que dos. Mi papá, Eduardo Monroy Cárdenas, estuvo de acuerdo cuando le propuse que invitáramos al Consejo de Administración a profesionistas independientes, ajenos a la familia. Ellos nos han provisto de objetividad y han atemperado la pasión familiar. Pero también hemos cuidado que ellos no sean mayoría, pues para mi papá, para mi mamá, para los Monroy Carrillo, La Moderna ha sido y es parte de nosotros: como un brazo, como una pierna. Ese tipo de afecto y emoción, obviamente, no es compartido con tal intensidad por los otros consejeros. Así logramos un equilibrio en la administración: distancia y cercanía; neutralidad y corazón.

Una de las grandes preocupaciones de mi papá era que, en algún punto, La Moderna se disolviera como grupo o que no trascendiera más allá de la segunda generación. Propuse, con la anuencia de mis hermanos, la creación de un comité de integración que ponderara la incorporación de los jóvenes miembros de la familia. Así, invitamos a tres personas independientes y a un asesor, con un peso moral ante nosotros. Se trataba de constituir un pequeño grupo, cuyas opiniones y orientaciones fueran relevantes para todos. Para dar una idea de la seriedad de este consejo, baste mencionar que uno de sus integrantes es Francisco Alcalá, quien fuera director general de Banamex; otro es Guillermo Güemez García, quien fue subgobernador del Banco de México; también tenemos el apoyo del Ing. Isidoro Pérez López, quien desarrolló una carrera extraordinaria en el grupo, a lo largo de treinta años. Él conoce las entrañas de

nuestra operación y, por lo tanto, sus observaciones son muy apreciadas. Y, por último, contamos con un experto en gobierno corporativo, proveniente de la prestigiada organización Deloitte.

El cometido de ese consejo es evaluar a los miembros de la tercera generación para detectar, en ellos, aptitudes para un puesto o una función determinada, en el seno de La Moderna. Hoy son seis jóvenes de nuestra familia quienes dan fe del extraordinario tino de nuestro comité, al haberles asignado cargos idóneos. Hay ciertas reglas que tienen como propósito impulsar el desempeño de nuestros hijos y sobrinos. Por ejemplo, ellos no pueden tener como jefe a su papá. Este modelo está funcionando de manera notable, porque si bien se cimienta en otros que han tenido éxito en empresas familiares en países como España o Italia, este también se basa en el respeto a la autoridad moral de sus integrantes. Varios de ellos conocieron a mi papá y él los admiraba y apreciaba. De esta manera, entre consensos y objetividad, estamos construyendo un proceso con miras a que esa pasión por el trabajo y ese amor hacia La Moderna continúe por muchos años más”.¹⁹

“La Moderna ha probado su capacidad para competir en mercados mundiales. Cada uno de los miembros de este grupo está consciente de que el resultado de nuestra labor es visible cuando sabemos que hay un número mayor de personas en más países que eligen nuestros productos. O que las certificaciones internacionales que hemos obtenido son exactamente las mismas a las que se someten las grandes empresas de Inglaterra o de Alemania.

Ese éxito es multifactorial. El punto de partida ha sido el legado de mi padre, Eduardo Monroy Cárdenas. Él nos comunicaba, a mis hermanos y a mí, grandes

¹⁹ M. en C. Luis Miguel Monroy Carrillo. Presidente del Consejo de Administración y Director General de Grupo La Moderna.

verdades en pequeñas frases. Por ejemplo, guardamos en nuestra memoria que “No hay crisis que aguante dieciséis horas de trabajo” porque hay problemas que, estamos ciertos, solo con el actuar, con el darse a la tarea, pueden ser resueltos. El gran ejemplo, que intento emular, es que él fue una persona humilde e industriosa. La soberbia, el pensar que lo sabemos todo o que tenemos las respuestas a cualquier pregunta no está en nuestro horizonte.

Mi padre puso las bases y convirtió una pequeña fábrica, en un grupo consolidado. Hoy, concebimos La Moderna como un ente activo, capaz de detectar las nuevas tendencias y abierto al cambio. Es un grupo calificado para autoregenerarse y plantearse metas cada vez más retadoras. Estamos conscientes de que esto reviste un doble desafío: por un lado, preservar un legado y saber honrarlo. Pero, por otra parte, el pasado no es el presente y debemos ser hábiles para poder trascender más allá de una segunda generación.

La guía de nuestro padre fue fundamental para el éxito de esta empresa, durante más de medio siglo. Ahora nos toca asegurar que la transición hacia el futuro también traiga consigo la prosperidad del grupo. Todos, en nuestra familia, profesamos el mismo deseo: que nuestros descendientes formen parte de la tercera y la cuarta generación que estén detrás de las principales decisiones del grupo. Eso sería lo ideal. Sin embargo, mis hermanos y yo fuimos formados en la cultura de la meritocracia y estamos convencidos de que, en un mercado tan competido, a nivel nacional e internacional, serán solo las personas más aptas, las más capaces, las indicadas para ocupar un lugar en La Moderna”.²⁰

²⁰ Ing. José Antonio Monroy Carrillo. Director General División Molinos Grupo La Moderna S.A. de C.V.

“En nuestra infancia y después, la vida familiar se caracterizó por una austeridad en el vestir, en los coches que se adquirían, en la manera como transcurría el día a día. La educación que recibimos mis hermanos y yo fue a la antigua: la palabra de mi padre, Eduardo Monroy Cárdenas, era una orden; la de mi madre, Martha Carrillo Mier, no se cuestionaba. A ella, la veíamos ayer y la seguimos considerando ahora como el pilar, como la autoridad moral, que nos recuerda quiénes somos. Con una rectitud a prueba de todo, mi mamá reiteraba el peso de la honestidad en nuestras vidas. Discretísima en su vida, aunque no la conozcan, aunque se haya dejado ver muy poco, La Moderna no sería lo que hoy es sin ella. Su solidez y su fortaleza les confieren otra dimensión a los valores que fue cultivando en nosotros.

Escuchamos desde pequeños de labios de mi papá que la razón de ser de la empresa iba más allá del beneficio económico. Hablaba del sentido social que existía en crear empleos y en mantenerlos. En las décadas en las que he estado indirecta y directamente involucrado en La Moderna, he sido testigo de temporadas de altibajos y, sin embargo, esto no podía afectar dos vertientes en las que estábamos comprometidos: la nómina y el apoyo a la comunidad, a la obra social en la que el grupo está involucrado. Ese es el contexto que ha marcado mi vida: un molde familiar del que provenimos, mis hermanos y yo, con valores y códigos éticos compartidos.

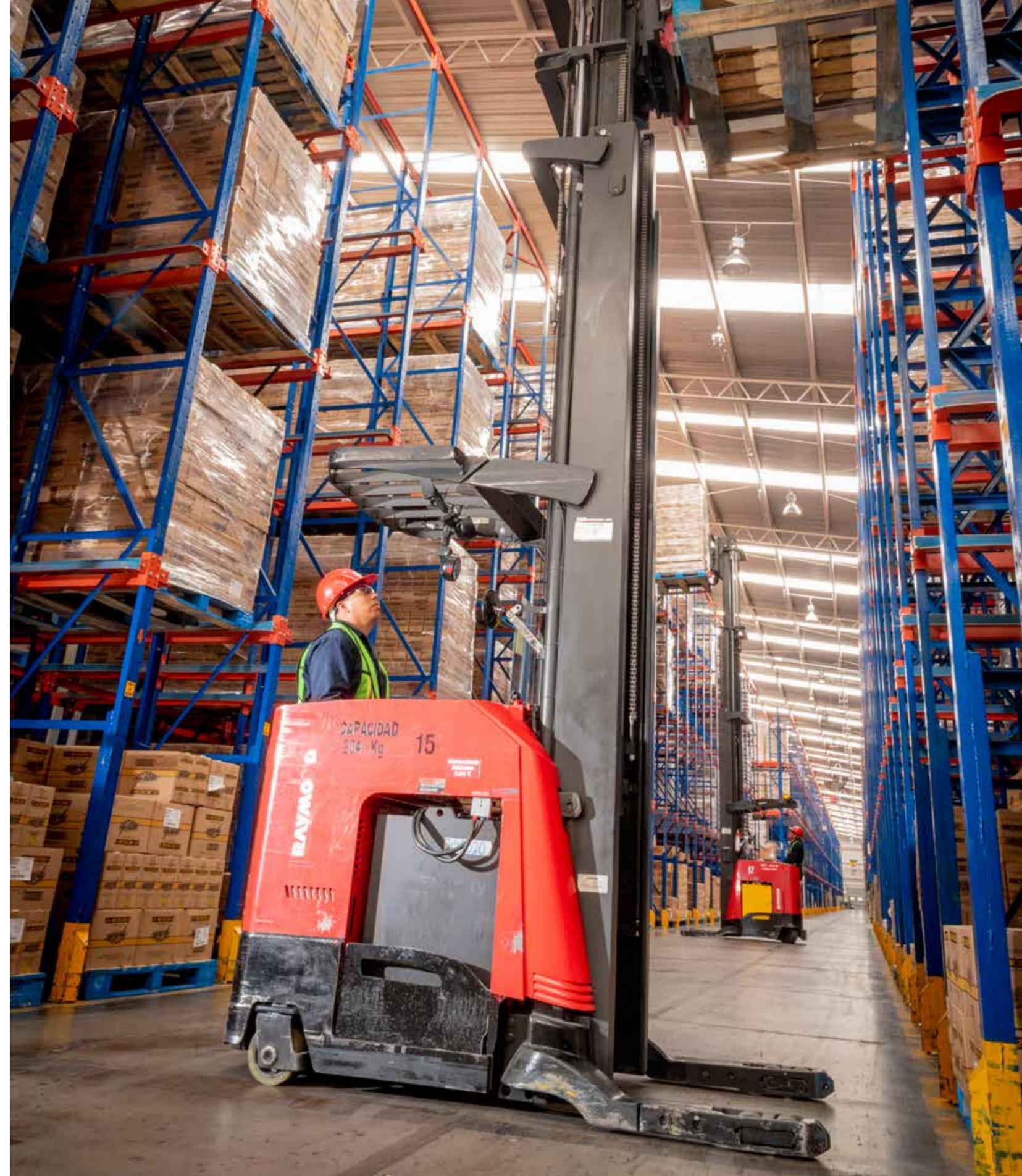
Desde hace algunos años, se ha ido preparando una transición suave, fluida, para que los miembros que lo deseen, entre las ocho ramas de la familia Monroy Carrillo, se incorporen a trabajar en La Moderna. Es todo un reto porque el mundo ha cambiado; las formas de vida, también, y es comprensible que los ritmos y los modos de ser en cada hogar sean diferentes entre sí. No obstante, la confianza en Dios que siempre se promovió en nuestro hogar y el optimismo de

que, con trabajo honesto se saldría adelante, siguen siendo un faro para nosotros.

Porque estamos conscientes de qué tan importante es la familia tanto para los individuos como para la sociedad, tratamos de fomentar esa misma orientación en la empresa. Si las personas cercanas a nuestros colaboradores están bien, ellos podrán enfocarse con tranquilidad en sus encomiendas. Nuestra intención, entonces, es promover relaciones sanas dentro y fuera de los centros laborales del grupo.

Quiero finalizar compartiendo que para mí, durante estos cien años de existencia, ha habido cuatro puntos de inflexión en La Moderna. El primero de ellos fue la adquisición de la fábrica de pastas, en 1959. Tenía casi cuarenta años de historia previa, pero su adquisición por parte de mi papá significó un giro de ciento ochenta grados en cuanto a crecimiento, expansión y modernización. El segundo momento trascendente en la historia de La Moderna fue haberse convertido en empresa pública, en 1987. De ser un negocio familiar se transformó en una organización consolidada e institucional. El tercer punto de inflexión me atañe personalmente, pues se crea la comercializadora, que implicó tener una fuerza de ventas única para distribuir todos nuestros productos. Y, por último, el inicio de las exportaciones y la búsqueda de nuevos horizontes. El futuro es halagüeño para el Grupo La Moderna. Aspiramos a adaptarnos a los cambios y, por eso, nuestra búsqueda actual va en pos de nuevas líneas de negocios que aprovechen nuestros puntos de distribución”.²¹

²¹ Ing. José Francisco Monroy Carrillo. Director de ventas y distribución de Productos Alimenticios La Moderna S.A. de C.V.



CRONOLOGÍA:

PRIMEROS CIEN AÑOS DE

La Moderna



1920



Se asocia Alberto Alfonso Henkel Villarelo con los hermanos Pedro y Dionisio Vendrell para fundar la Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna; los tres se han nutrido ya de la experiencia de los antiguos negocios familiares relacionados con la producción de trigo, harina y panaderías. La pequeña factoría se instala en pleno centro de la ciudad de Toluca, Estado de México, en la avenida Sebastián Lerdo de Tejada, número 57.



1923

Debido a distintos problemas con la administración y la distribución de la producción, Alfonso A. Henkel y los hermanos Vendrell desmontan la fábrica y embodegan la maquinaria. Don Rafael Costa, quien había trabajado en la fábrica y conocía su funcionamiento, compra parte del equipo. La empresa, aún más pequeña, se muda a otro céntrico predio, en Pedro Ascencio 26. Laboran en ella ocho obreros.



1927



1927 Don Rafael Costa se regresa a su país natal, España, y le vende el negocio a su yerno, Javier Reverter, quien había comenzado a trabajar con él desde un año antes. La operación se cerró en quince mil pesos. El negocio comienza a rendir dividendos y se muda a un local a la calle Ignacio Allende 4. Sitio que sería adquirido y en el que permanecería la fábrica, durante muchos años, para luego instalarse en el sitio original de la avenida Lerdo de Tejada.



1959

Después de casi tres décadas, el 16 de febrero de 1955, don Javier Reverter le vende la fábrica a don Esteban Abascal Saldamando. El trato fue por trescientos mil pesos e incluía equipo variopinto, incluyendo alguno de la primera factoría. Abascal Saldamando adquiere en Italia un equipo muy moderno que se establece en un lugar diseñado exprofeso. Hasta la fecha, sigue siendo la ubicación en la que permanece: calle profesor Jesús González Ortega 405, en la ciudad de Toluca.

Con una vasta experiencia en el negocio de los molinos así como en los ámbitos de las ventas y la comercialización, don Eduardo Monroy Cárdenas, junto con don Carlos Scougall Acho y don Luis Gutiérrez Dosal le compran a don Esteban Abascal Saldamando la Fábrica de Pastas La Moderna, por un monto de dos millones ochocientos mil pesos. A los veinticuatro días, el 24 de junio de 1959, fallece súbitamente el señor Gutiérrez Dosal y don Carlos Scougall le ofrece su parte, por así convenir a sus intereses.



Don Eduardo Monroy Cárdenas acepta y contrae distintas obligaciones financieras para poder cumplir con las deudas contraídas por esa adquisición. Después de muchos apuros, obtiene los créditos necesarios para salir adelante. Los siguientes pasos fueron mejorar la producción, reforzar la tecnología de la fábrica, contar con materia prima sobresaliente y abrir nuevos mercados.



1960

Don Luigi Geremia Zanon llega de Italia a instalar maquinaria de la Casa Pavan. Es contratado por La Moderna, en donde laboró durante más de cuarenta años. Su preparación como ingeniero mecánico industrial así como su conocimiento profundo en la preparación de pastas alimenticias, contribuyó a que la empresa ofreciera, desde esos años, un producto de primerísima calidad. Don Eduardo Monroy Cárdenas, personalmente, toca puertas para ampliar la cartera de clientes de La Moderna. Comienza a conquistar los mercados del Bajío, Hidalgo, Morelos, Distrito Federal y Valle de México, así como a consolidar los del Valle de Toluca.



1970

En mayo de ese año, es adquirida la Compañía Nacional de Harinas S. A. Se producían setenta toneladas diarias que, al poco tiempo, fueron siendo cada vez más. Tres lustros más tarde, este primer molino es reconstruido y modernizado. Se le dota de un edificio nuevo y de maquinaria de última generación, importada de Alemania. Su producción de sémola, en ese momento, ya es insuperable y se convierte en la fuente abastecedora de los insumos de la Fábrica de Pastas La Moderna.



1972



En el cierre de ese año, es constituida la razón social Fábrica de Galletas La Moderna S. A. de C. V. Desde sus cimientos, todo es diseñado de acuerdo con la visión de la marca: dimensiones del terreno, nave industrial y adquisición de los equipos y los hornos necesarios para la producción de galletas de todo tipo. El arranque de este negocio tuvo algunos tropiezos que se complicaron con las crisis económicas que prevalecieron hasta la siguiente década. Gracias a un cambio de estrategia y al emprendimiento de acciones específicas, fue conquistándose el mercado de las galletas populares.

1978

Se constituye el Grupo Táblex S. A. de C. V., el 17 de octubre de 1978, aunque no empezaría a operar como tal sino hasta 1987, cuando se convierte en una realidad el aglutinamiento de las empresas de La Moderna. En aquellos años, el nombre Táblex es un acrónimo compuesto por las iniciales de términos que describen al buen empresario: trabajo, administración, buena fe, lealtad y excelencia.



1987

El 3 de septiembre de 1987, las acciones de Tablex, se empiezan a cotizar libremente en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Es un paso trascendental para el grupo, pues se transforma de empresa familiar a empresa pública. Sería hasta el 2000, cuando su nombre cambiaría a Grupo La Moderna, tal y como se había deseado desde varias décadas atrás. Geográficamente, la empresa empieza su expansión en enclaves tan importantes como: Villagrán y Salamanca (Guanajuato) y Guadalajara (Jalisco) hasta lograr, dos décadas después, cobertura total a nivel nacional y presencia internacional.



1997

La sociedad con Miller Milling Co., de Minneapolis (Estados Unidos) para fabricar sémola de trigo cristalino para exportación, desde el sur de Sonora, augurará la serie de aventuras conjuntas que emprenderá La Moderna con otras sólidas compañías. Acuerdos con Barilla, en 1994, y con Bimbo, años después, mostrarán la capacidad del Grupo para construir, de manera profesional, asociaciones exitosas.



1999



Si bien desde años atrás se había empezado a construir, ampliar, adecuar o modernizar molinos, en este año se adquiere el antiguo y tradicional Molinos del Fénix S. A. de C. V., localizado en Saltillo, Coahuila. Inicia así una estrategia que irá consolidándose en las dos décadas siguientes, encaminada a ampliar la cobertura del mercado y a reducir riesgos, ante imprevistos en la siembra y la cosecha de trigo.

2001

El arranque del nuevo siglo traerá consigo un conjunto de alianzas, adquisiciones y estrategias de expansión en suelo mexicano y más allá. Después de negociar con Kraft Foods, la casi centenaria marca Tres Estrellas pasa a formar parte de Grupo La Moderna. Para ello, se instala un molino de arroz en Toluca y una planta de mezclas de harina en Salamanca, Guanajuato.



Con la adquisición de la prestigiosa marca Pastas Cora, se consolida el posicionamiento de la empresa en nuevas o poco exploradas geografías, como la zona de La Laguna y se estrechan relaciones con Grupo Bimbo, antiguo propietario de la marca.



La alianza comercial con Pastas Capri de Guatemala permite que los productos de La Moderna comiencen a ser comercializados en ese país y otros de Centroamérica. La planta sería adquirida, finalmente, en 2007.

2007

Grupo La Moderna se asocia con Bimbo, al adquirir esta empresa el 50% de la Fábrica de Galletas La Moderna. Esta transacción es exitosa, gracias a las cualidades de ambas organizaciones: esta aporta su experiencia, su red de empresas y su conocimiento del mercado y aquella, sus procesos personalizados y la calidad de sus productos.



2008



Se crea Molinos del Sudeste S. A. de C. V. e inicia la construcción de una planta de pastas en Mexicali, Baja California.

2009



A partir de una seria enfermedad, don Eduardo Monroy Cárdenas decide dejar la presidencia de La Moderna. De manera ordenada, a lo largo de casi cuatro años, organizó un proceso de sucesión que favoreció una transición transparente y sólida. Permanece, hasta su fallecimiento en 2014, como presidente emérito del Consejo de Administración. Grupo La Moderna toma la decisión de dejar de cotizar en la BMV e inicia la emisión de bonos entre el público en general, a fin de no depender de una sola fuente de financiamiento.



2010

Grupo La Moderna oficializa su salida de la BMV. La empresa deja de ser pública, pero mantiene la mayoría de los requisitos solicitados por la BMV, como la solidez de su estructura y la delegación de responsabilidades en órganos colegiados.

2016

En una nave de más de ocho mil metros cuadrados y una capacidad para seis líneas completas de producción, es inaugurada una planta de pastas en Ramos Arizpe (Coahuila). Su estratégica ubicación le permite tener en las cercanías una materia prima de la mejor calidad.

2018



Con una inversión de 50 millones de dólares, La Moderna inaugura su primera planta en Estados Unidos, en Cleburne, Texas. Se suma a las siete existentes en México y funge, al mismo tiempo, como centro de distribución de los productos de la marca, en el sur de los Estados Unidos.

2019

Inauguración del Ferropuerto de Grupo La Moderna, en Villagrán (Guanajuato). La puesta en marcha del Ferropuerto consolida la diversificación de la marca, al ofrecer servicios al sector agrícola e industrial.





CAPÍTULO 2

LA MODERNA

UNA MARCA LÍDER
en un mercado exigente



Juntos descubrimos
que la vida da muchas vueltas.

100
años
LA MODERNA
La pasta de tu vida
f /pastalamoderna @lamoderna_mx
lamoderna.com.mx



LA MODERNA, UNA MARCA LÍDER en un mercado exigente

Erik Larsen / Adriana Garduño

En las noches de invierno, mientras hervía la sopa en la chimenea, añoraba el calor de su trastienda, el zumbido del sol en los almendros polvorientos, el pito del tren en el sopor de la siesta, lo mismo que añoraba en Macondo la sopa del invierno de la chimenea, los pregones del vendedor de café y las alondras fugaces de la primavera...

Gabriel García Márquez

NUESTRAS SOPAS: EL NUTRIMENTO Y APAPACHO EN LOS COMENSALES

■ *Página 86*
Los productos de La Moderna se disfrutan desde el momento de elegir entre sus variadas presentaciones, figuras y sabores.

■ *Página 89*
Los distribuidores, promotores y vendedores de Grupo La Moderna son pieza clave en el éxito de la empresa.

Abrir la puerta e impregnarte del delicioso aroma de la sopa caliente, seguramente despierta en la mente uno de los recuerdos más amorosos de la infancia, como un abrazo cálido y reconfortante. Ayer, hoy y siempre, la sopa de pasta nos evoca el amor de quien la prepara y nos transporta siempre al mismo lugar: el corazón de mamá.

En nuestra cultura, las mujeres que cocinan buscan satisfacer la necesidad de alimentación de la familia y demostrar a sus seres queridos su cariño y preocupación por ellos. Esto representa la

percepción¹ del consumidor de pastas, así como sus necesidades y deseos, razones y motivaciones de compra.

Las mujeres cocinan para sus hijos, pensando en su desarrollo y nutrición y para sus esposos, pensando en consentir y enamorar. Estas acciones influyen en su **comportamiento**² como consumidores para satisfacer sus necesidades. La familia cocina y come junta para convivir y estrechar los lazos de amor entre todos.

Las amas de casa, quienes generalmente son las responsables de la alimentación en los hogares, tienen el **deseo**³ de brindar una alimentación completa y variada que incluya sopa para abrir el apetito y consentir al estómago con caldo "calientito" (pasta, verduras, caldos), guisado preparado de diferentes maneras para no aburrir con el mismo platillo (pollo, carne, pescados) y un complemento (verdura, arroz, pasta seca, frijoles, tortilla o pan).

Las pastas presentan dos formas principales de consumo: la sopa aguada y la pasta seca. La sopa aguada abre el apetito, consiente el estómago, complementa la comida, contribuye a que los niños coman mientras se divierten con las figuras de la pasta en sus platos. Al complementarla con verduras o caldo de pollo se incrementa su valor nutricional y es un medio ideal para que los niños consuman verduras.

Mientras que la pasta seca es el guisado en sí misma, pero al mismo tiempo consiente al paladar, es de fácil preparación y varía el acompañamiento de otros alimentos. Hoy en día, la pasta seca se consume con gran frecuencia por su sabor y versatilidad para preparar diversos platillos. ¡Ni qué decir de la sensación de satisfacción después de comerla!

¹ Su forma de pensar, sentir y actuar.

² Procesos para tomar decisiones de compra y uso de bienes comprados.

³ Forma en que un consumidor aborda una necesidad.

En el **mercado**⁴ de los consumidores de las pastas, existen principalmente tres **segmentos**⁵ de **mercado**: los tradicionales, los prácticos y los gourmets. El segmento más grande son los consumidores **tradicionales**, quienes son fieles a la marca por su sabor, porque les brinda calidad y confianza; además, desean preservar la tradición culinaria de sus mamás y emular esa sazón única. El segundo segmento en tamaño son los consumidores **prácticos**, los que desean pastas que les faciliten cocinar en el menor tiempo posible; este segmento busca la practicidad y están más dispuestos a innovar y probar nuevos productos y marcas. Y el tercer segmento son los **gourmets**, quienes desean pastas con características especiales (grosor de pastas, alta calidad, componentes nutricionales, entre otras).

La pasta es un producto para todos. Mientras que en cualquier hogar encontramos una sopa aguada -humeante y rica-, en el restaurante se sirve una exquisita pasta acompañada con otros ingredientes. En cualquier caso, en ese momento se olvidan las preocupaciones del día y no queda más que agradecer a Dios por el alimento presente en las mesas y por las manos que lo han preparado.

LA INDUSTRIA DE LA PASTA EN MÉXICO Y EL MUNDO

Las pastas han estado presentes en las mesas desde tiempos inmemorables. Como nuevo producto para el mundo tuvo sus orígenes en China y luego en Italia desde hace varios siglos. La pasta italiana se elaboraba mediante la trituration de diversos cereales

⁴ Gente con necesidades o deseos, capacidad y voluntad de compra.

⁵ Subgrupos de personas que comparten una o más características que hacen que tengan necesidades de productos similares.

y granos mezclados con agua que se cocían y como resultado se obtenía un alimento sabroso, satisfactorio y nutritivo. La pasta italiana a base de sémola (harina) de trigo *durum* y sus recetas se extendieron primero por Europa, luego hacia América y al resto del mundo. En América, los inmigrantes italianos y españoles fueron quienes trajeron la pasta en el siglo XIX y principios del siglo XX, emprendiendo negocios de producción a pequeña y mediana escala. A principios del siglo XX, se introdujeron importantes mejoras en la producción como fuerza motriz, túneles de secado, rodillo mecánico y moldes, hasta llegar al sistema de producción continuo.

De la década de los veinte a los cuarenta, la industria de pastas en México tuvo su etapa de introducción. Algunas pocas empresas realizaron inversiones importantes y comenzaron a ofrecer sus productos a los consumidores, quienes empezaron a conocer y probar la pasta.

En las décadas de los cincuenta a los ochenta, la industria de pastas pasó de la etapa de introducción a la etapa de crecimiento. El mercado registró un importante incremento, aunque estaba muy fraccionado porque existían diversas plantas de producción y marcas regionales que dominaban el mercado. Al pasar de los años, La Moderna fue imponiendo su gran calidad, buen servicio, precio asequible, surtiendo pedidos con máxima eficiencia, ganando mercado a lo largo y ancho del país, y las marcas regionales fueron disminuyendo su presencia. Eso fue posible gracias a un gran empeño en el trabajo conjunto y armónico por parte de todos los colaboradores.

De la década de los noventa a la fecha, la industria de pastas ha llegado a su etapa de consolidación. El mercado se concentra principalmente en algunas marcas de pastas que venden sus productos a nivel nacional e internacional. La mayoría de estas marcas están enfocadas en alguno de los segmentos de mercado, canales y regiones. Por su parte, **La Moderna**



FABRICA DE PASTAS ALIMENTICIAS

LA MODERNA, S.A.



“El logotipo de La Moderna ha evolucionado con la empresa a través del tiempo. El logo actual fue desarrollado por Lance Wyman, uno de los diseñadores gráficos más importantes del siglo xx”.

ha continuado su estrategia de atender a todos los segmentos, a todos los canales con una cobertura nacional e internacional, lo que ha sido un gran reto. No obstante, esta estrategia, aunada a la alta calidad y variedad de sus productos, le ha permitido ser líder indiscutible en el mercado mexicano de pastas y ser el principal productor y exportador de este producto.

En nuestro país, la pasta se ha consumido por varias generaciones, formando parte de nuestra cultura. La pasta ha sido tradicionalmente preparada en casa por la mamá y se asocia con su cariño, pero también con el sabor, nutrición y tradición. Es considerada un alimento de la canasta básica que brinda una importante fuente de energía y que ha permitido a las familias alimentarse bien a un costo muy asequible.

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA MARCA LA MODERNA

En México, en la época posrevolucionaria, la sociedad vivía una situación difícil que demandaba productos alimenticios accesibles y de alto valor nutritivo para la población, así como empresas que incentivaran la producción del campo. Fue entonces cuando los hermanos Vendrell, de origen español, se asociaron con don Alberto A. Henkel, persona local de Toluca, para iniciar una pequeña fábrica de pastas, aprovechando su experiencia y conocimiento en el ramo; así

nació la Fábrica de Pastas Alimenticias La Moderna, S. A. Desde entonces, esta compañía se distinguió por invertir en la mejor tecnología disponible y por ser innovadora en muchas áreas, lo que le permitió ofrecer productos alimenticios de la mejor calidad a precio accesible; a través de los años esta ha sido su principal ventaja competitiva, es decir, el conjunto de características únicas de la empresa y de sus productos que su mercado objetivo percibe como importantes y superiores a su competencia.

En *Branding* (herramienta utilizada por los mercadotecnicos para distinguir el producto de una empresa de los productos de su competencia, a través de la definición de la marca: nombre, símbolo o logo, diseño, entre otros), La Moderna es, sin duda, el mejor **nombre de marca**⁶ que podría tener, porque hace honor a lo que ha representado a lo largo de cien años de historia: modernidad e innovación, sustentos de su ventaja competitiva.

En la historia de la empresa no se tiene registro de cómo fue definido su nombre de marca, pero se dice que “La Moderna” surgió porque, en ese entonces cuando inició, la fábrica estaba en una planta muy moderna y así la llamaban las personas. “... *toda la gente así la mencionaba: ¿dónde vives? Pues cerca de la ‘Moderna’, de aquella fábrica moderna. Creo que era por algo acerca del edificio o de la maqui-*

⁶ Parte de la marca que se puede hablar.

naria, entonces toda la gente así la identificaba”, comenta José Orozco⁷, quien ha trabajado por casi 30 años en el área de ventas de La Moderna.

El nombre de la marca “La Moderna” se ha posicionado en el mercado y ha logrado la lealtad de los consumidores de pastas en México; es decir, la preferencia consistente por esta marca sobre las demás, así como incrementar exponencialmente su **valor de marca**.⁸

UNA IMAGEN CONTUNDENTE Y CON PERSONALIDAD

Así como la empresa ha evolucionado a través del tiempo, también lo ha hecho su logo o símbolo.

En un inicio, La Moderna empleó una imagen sencilla que mostraba en un primer renglón el texto “FÁBRICA DE PASTAS ALIMENTICIAS” en letras mayúsculas, color rojo y con tipografía simple; en un segundo renglón se podía leer “LA MODERNA, S. A.” con letras mayúsculas y un tamaño mayor al de la línea anterior de texto, de color negro y tipografía especial, que resaltaba el nombre de la marca. Estos textos estaban acompañados por un dibujo de la fachada de la empresa en color negro. La fachada fue elegida por

⁷ En entrevista realizada por Índice Editores, marzo 2020.

⁸ Valor de la empresa y sus marcas.

ser un ícono en la ciudad de Toluca, ya que fue una de las primeras fábricas con diseño y construcción *ex profeso* que se instaló en esta ciudad.

Posteriormente, y con la evolución del diseño y la fotografía, La Moderna tuvo otros logos más elaborados. Uno de ellos consistió en el texto “La Moderna” con letra manuscrita, de color rojo y con un grueso ribete de color blanco para destacarlo sobre la imagen de fondo.

Finalmente, a finales de los sesenta se desarrolló el logotipo de La Moderna, tal como lo conocemos actualmente, el cual fue registrado oficialmente en el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual en julio de 1981. Este logotipo fue desarrollado por Lance Wyman, uno de los diseñadores gráficos más importantes del siglo xx, creador del logotipo de México 68 y de la señalización del metro de la Ciudad de México, Hoteles Camino Real, Empaques Titán, Hylsa, DeTodo, Hotel El Presidente-Chapultepec, FinÁgil, entre otros.

Wyman utilizó los distintos tipos de pasta para crear el logotipo de La Moderna: spaghetti, estrellitas, corona, codos, entre otras figuras; todos de color amarillo y sobre un fondo negro forman la reconocida marca de pastas mexicanas. Contaba el propio Lance a don Eduardo Monroy que, al azar, tendió sopa de letras en un mantel blanco y que consistentemente la letra que destacaba era la M y de ahí que la M de Moderna es la del molde de sopa de

letras ¡Sorprendente la simplicidad de los genios! Este logotipo ha sido utilizado desde entonces y hasta nuestros días y es visto tanto en empaques, cajas estibadas, camiones de transporte y fábricas.

El color amarillo tiene una asociación con el sol, la energía, la luz, el entendimiento, la creatividad, la alegría, la felicidad y el optimismo. Relacionado con la pasta, se asocia con la sémola de trigo. Por su parte, el color negro significa fuerza, poder, elegancia, seriedad, seguridad, confiabilidad; este color resalta y contrasta con las letras en amarillo, que es la luz en el logo de La Moderna. Con relación a la pasta se vincula con una mejor calidad ya que se utilizan los mejores ingredientes para la preparación del producto.

La combinación de colores en el logotipo tiene un contraste efectivo que le da fuerza a la marca y al mismo tiempo la distingue de sus competidores. Desde el comienzo de la década de los setenta, el logotipo de La Moderna ha mantenido su esencia a través del tiempo, sin cambios.

LA MODERNA SIEMPRE UN PASO ADELANTE

La Moderna siempre se ha caracterizado por ser visionaria e ir más allá de lo establecido. Desde sus orígenes, innovó en la forma de comercializar y distribuir sus productos. En sus inicios, la pasta se vendía en los mercados a granel y se envasaba en costales de manta en los que venía la sémola (harina de trigo *durum*), siendo pionera del actual reciclaje, o en bolsas de 3 kg de papel kraft. La Moderna fue pionera en comercializar el producto en bolsas de celofán de 250 g. Además, también fue precursora en el uso de cajas de cartón para el empaquetado de las bolsas de pasta. En algunas regiones llamaban a La Moderna como "La Negrita" por sus colores en el empaque.

Actualmente, los empaques de La Moderna, además de proteger el producto, buscan también promover el producto, facilitar su reciclaje y almacenaje, uso y conveniencia para los consumidores y distribuidores.

Ahora los empaques son más sofisticados de polipropileno y otro tipo de materiales especializados y mucho más resistentes. El etiquetado de los productos es informativo para ayudar a los consumidores a realizar una selección de productos adecuada y reducir la **disonancia cognitiva**⁹ después de la compra. Desde luego que cumplen tanto con la normatividad del mercado doméstico como la de aquellos a los que se exporta.

LA MODERNA: LA MARCA LÍDER EN LA PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR

La Moderna siempre se ha caracterizado por innovar en todas sus áreas y por mantener una visión de crecimiento continuo y escalable que la han posicionado como una de las mejores marcas en México.

En 2013 se creó el reporte de Kantar World Panel "FootPrint", la clasificación de las marcas más elegidas en México. En ese año La Moderna ocupó la 6ª posición, y a partir del 2014 y hasta el 2019 ha ocupado la 5ª posición por seis años consecutivos.

Kantar es la compañía líder mundial de datos, percepciones y consultoría que mide y explica el comportamiento de compra y consumo de los mexicanos en 360°. De acuerdo con sus datos, un 83.3% de los hogares mexicanos consumen a La Moderna con un promedio de frecuencia de compra de 18 veces por año y cuenta con 291 millones de *Consumer Reach Point* (CRPs), que son las veces que una marca

⁹ Tensión en los consumidores al reconocer inconsistencias con sus expectativas del producto.

Venta de Pastas al canal de Autoservicio (en millones de pesos)

Fuente: Nielsen



fue elegida por los consumidores en el transcurso de un año y que combina el universo de hogares del país, la penetración de la marca y la frecuencia con la que es comprada. Y en la categoría de alimentos, ocupa el 2º lugar solamente precedida por la marca Bimbo.

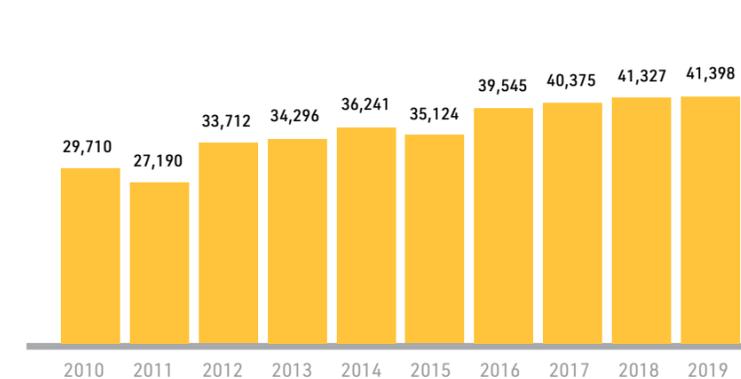
En la última década, La Moderna ha tenido un importante crecimiento en las ventas de su producto insignia: las pastas. En el canal de autoservicio, la tasa de crecimiento promedio anual en ventas fue del 9.1%, lo que ha significado pasar de niveles de 500 millones de pesos en el 2010 a niveles superiores a los 1,100 millones de pesos en ventas por año.

Asimismo, en el volumen de venta de pastas se ha tenido un importante crecimiento debido al incremento de la demanda. Del 2010 al 2019, el volumen de venta de pastas en el canal de autoservicio pasó de niveles de 30 mil toneladas a niveles superiores a las 40 mil toneladas.

La Moderna se ha mantenido como la marca líder en la venta de pastas en el canal de autoservicio, al abarcar una tercera parte del mercado confirmando así la preferencia de las familias mexicanas por sus pastas.

Volumen de venta de Pastas a Autoservicio (en toneladas)

Fuente: Nielsen



Este importante crecimiento también se ha visto reflejado en el canal de mayoristas. En este mismo período, la tasa de crecimiento promedio anual en ventas fue del 6.1% de 750 millones de pesos en el 2010 se incrementó a 1,250 millones de pesos en el 2019.

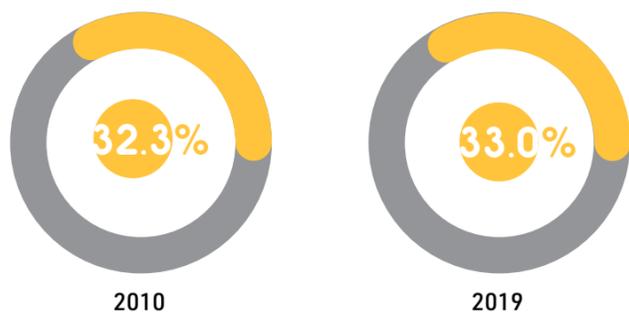
De acuerdo con la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, A. C. (ISCAM) en el canal de mayoristas La Moderna ha mantenido un volumen de venta de pasta superior a las 500 mil cajas, inclusive en los últimos años ha registrado niveles de hasta 600 mil cajas por año.

En el canal de mayoristas, ha mantenido su liderazgo indiscutible en la venta de pastas, logrando cubrir más de la mitad del mercado como resultado de la gran calidad de su producto y su estrategia de comercialización. En la cobertura de venta de pastas en el canal de mayoristas se ha mantenido una distribución ponderada con niveles superiores al 90%, gracias a sus altos estándares en el cumplimiento de los pedidos.

Año con año, La Moderna se ha consolidado, incluso a pesar de la competencia que ha enfrentado en los últimos años con productos provenientes de otros países como España e Italia y de Centro y Sudamérica.

Participación del mercado de la venta de Pastas a Autoservicio

(% de las ventas) Fuente: Nielsen

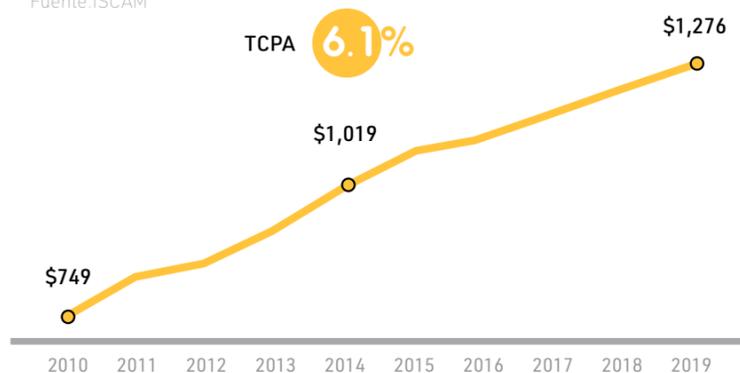


En la participación de mercado, La Moderna ha permanecido como la marca líder al contar con más de la mitad del mercado, 54.9% en 2019, lo que confirma la preferencia de las familias mexicanas por sus pastas. La excelente penetración en el mercado ha sido gracias a que ha mantenido un equilibrio entre sus principales canales de distribución (puntos de venta): autoservicios y mayoreo. La Moderna ha mantenido una distribución ponderada con niveles superiores al 90%.

De acuerdo con el reporte mundial del estatus de la industria de pasta desarrollado por la International Pasta Organisation (2013), México es uno de los 15 países con mayor producción y consumo de pasta, con aproximadamente 300 mil toneladas. No obstante, en el consumo de pasta *per cápita*, está cerca del lugar 40 con aproximadamente 3.2 kg por persona, mientras que Italia tiene un consumo *per cápita* de 25.3 kg por año. En exportación de pasta, México forma parte de los 15 países de mayor exportación, al desplazar aproximadamente 68 mil toneladas. En importación de pasta, está cerca del lugar 30, e importa aproximadamente 11 mil toneladas.

Ventas de Pastas a Mayoristas

(en millones de pesos) Fuente: ISCAM



LA ESTRATEGIA DE LA MODERNA PARA SER LA LÍDER EN ALIMENTOS DE TRIGO

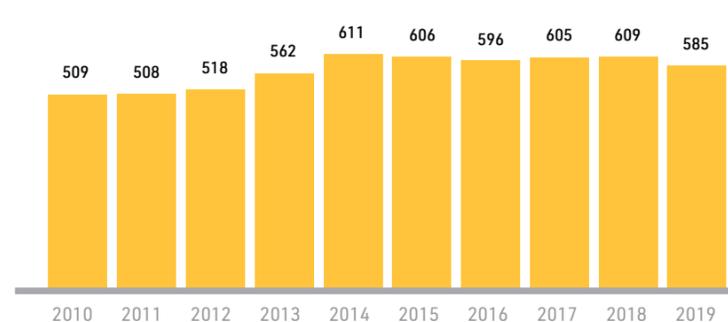
¿Cuál ha sido la estrategia de La Moderna para llegar a ser la empresa líder en la producción de los mejores alimentos de trigo: pastas, galletas y harinas de México? Su **estrategia**, también conocida como **mezcla de mercadotecnia**¹⁰, se sustenta en varios elementos que se conforman con las 4P's de mercadotecnia (Producto, Plaza, Precio y Promoción), como son calidad, variedad de productos, distribución, cobertura nacional, precio justo, mensaje apropiado.

La Moderna, como todas las compañías líderes, sabe que las empresas ya no solo venden productos sino experiencias. Por lo tanto, ha incorporado a su estrategia los tres elementos de la mezcla de mercadotecnia de servicios o experiencias (Procesos, Evidencia física y Gente) como son los procesos certificados, tecnología de vanguardia, el compromiso

¹⁰ Combinación única de producto, lugar, promoción y estrategias de precios diseñadas para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado objetivo.

Volumen de venta de Pastas a Mayoristas

(en miles de cajas ISCAM) Fuente: ISCAM



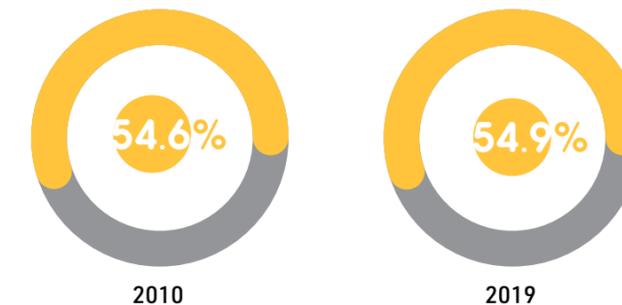
con los colaboradores y con la sociedad. Esta estrategia es la que ha llevado a La Moderna a convertirse en la **empresa líder en la producción de los mejores alimentos de trigo**: pastas, galletas y harinas de México. A continuación, se describen cada uno de estos elementos de la mezcla de mercadotecnia.

LA CALIDAD Y VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS

El primer elemento de la mezcla de mercadotecnia es el **producto** y, sin duda, La Moderna tiene los mejores productos que constituyen su diferenciación para cumplir y superar las expectativas de sus públicos. Por eso, siempre ha escuchado la voz de sus consumidores a través de investigaciones de mercado cualitativas y cuantitativas, de la interacción del día con día, y en la última década, a través del monitoreo de redes sociales e internet, para conocer sus preferencias; también ha estado pendiente de sus hábitos y costumbres, ha observado qué les gusta y cómo les gusta. Un ejemplo de esto fue la producción del fideo

Participación del mercado de la venta de Pastas de Mayoristas

(% de las ventas) Fuente: Nielsen



precortado, ya que fue La Moderna la primera empresa de pastas en producir así el fideo, considerando el hábito de las amas de casa de hacerlo pedacitos.

Sin duda, a través de los años, la diferenciación principal de La Moderna ha sido la variedad en sus líneas de productos y su innovación constante para generar nuevas categorías y subcategorías. Es la marca líder en ofrecer productos de todas las categorías de pasta: pasta alimenticia, sopa en sobre, pasta con queso, para microondas, integral, de vegetales, con condimentos especiales, línea infantil y pastas saborizadas, por mencionar algunas.

Gracias a esta diversidad, abarca todos los segmentos del mercado. Otras marcas se han enfocado en cubrir solo alguno de ellos, canal o región. Mientras que La Moderna ha mantenido e impulsado su estrategia de atender a todos los segmentos, todos los canales y con una cobertura nacional e internacional, lo que ha sido un gran reto. No obstante, esta estrategia, aunada a la calidad y variedad de sus productos, le ha permitido ser líder indiscutible en el mercado mexicano de pastas, y ser uno de los principales productores y exportadores de este producto.



■ **Página 96**

La variedad de productos La Moderna satisface todos los gustos, desde una rica sopa hasta platillos completos.

Una estrategia importante ha sido la innovación en los productos ya tradicionales para convertirlos en productos nuevos. Tal es el caso de las pastas secas que ahora tienen condimentos variados, así el consumidor puede elegir entre una pasta con ajo y albahaca, otra con chipotle o con mantequilla. Estos nuevos productos también tienen nuevos empaques, por ejemplo con cantidades de 500 g lo que hace aún más atractiva su presentación.

Otro ejemplo es el sinfín de figuras de pastas que La Moderna ha creado pensando en los niños; hoy en día, es la única en tener un catálogo de más de 40 figuras en pastas. Además de las tradicionales, cuenta con animales de la selva, diferentes tipos de dinosaurios, balones, raquetas, entre muchas otras; ninguna otra marca en el mercado tiene esta diversidad para el gusto y diversión de los más pequeños.

También ha sido la primera marca en ofrecer pastas con sabores picantes para dar gusto al mercado mexicano; ahora en los puntos de venta lo mismo se puede encontrar un rotini con queso y jalapeño que un fettuccini con queso y chipotle, entre otros sabores diferentes.

Con su línea de productos "Buen Comer" ha evolucionado el concepto tradicional de las pastas para convertirlas en platillos completos con un mayor valor nutritivo. Estas pastas vienen acompañadas con sobres de sazónadores y los consumidores solo deben agregar la proteína que deseen (carne, atún, pollo). Así pueden tener un spaghetti que trae un aceite de oliva con chiles y especias y solamente agregan atún, de esta manera obtienen un plato principal más completo y fácil de preparar.

Con esta estrategia se posiciona a la pasta no solamente como una sopa, sino como un platillo principal, se trata de comunicar al consumidor que pueden preparar la pasta de otras formas para que sea un platillo más completo, rendidor y sabroso (rico).

Los consumidores de La Moderna la prefieren por su calidad, ya que todos los insumos que utiliza son de

primerísima calidad. La Moderna fue la primera en introducir la pasta fabricada a base de sémola, que no es otra cosa que harina que proviene de una variedad de trigo llamada *durum* que le da a la pasta mayor consistencia y que los italianos denominan al dente (al diente), a diferencia de las pastas de menor precio fabricadas con harina de trigos suaves que hace que la pasta se "bata" al hervirla. Esto la convierte en un producto agradable y nutritivo por su sabor y consistencia, perfecta cuando ya está cocida.

Junto con la diferenciación basada en la diversidad de productos para acrecentar el consumo de ventas, también las estaciones del año y las festividades contribuyen al consumo de la pasta. Por ejemplo, el spaghetti y las ensaladas de coditos son la guarnición tradicional en las cenas de Navidad. Además, existen diferentes preferencias en los tipos de pastas y figuras. Por ejemplo: en la zona occidente, el fideo y las figuras en caldo son las preferidas; mientras que en el Pacífico, se consumen más las figuras grandes o las ensaladas frescas de pasta seca.

Hoy en día, la gama de categorías de los productos de La Moderna es muy extensa e incluye no solo pastas sino también galletas, harinas, *pellets*, sopas y salsas. Todas de la mejor calidad y en diferentes tipos de presentaciones y empaques.

La Moderna ha incrementado su portafolio de productos con la adquisición de otras marcas: "Tres Estrellas", líder en México desde hace más de 75 años, principalmente reconocida por harina para *hot cakes*; "De Luigi", enfocada en las pastas gourmet; "Pastas Cora"; "Rex", "Pasti-Lara" y "La Perla", entre otras. Con esto, no solo fortaleció la calidad y prestigio de estas marcas, también elevó el nivel de satisfacción de los diferentes consumidores al atender sus necesidades y complacer sus gustos.

En la categoría de galletas ofrece bombones, saladas –de la marca "Tres Estrellas"–, sándwiches, surtidas, tradicionales y *wafer*. Están las harinas de trigo y

harinas para *hot cakes* –de las marcas "La Moderna" y "Tres Estrellas"– y harinas para pasteles y atoles –de la marca "Tres Estrellas". En pellets hay presentaciones a granel. Hay muchos tipos de sopas: de tomate, picante, *kids* y saludables. Las salsas son un complemento perfecto para las pastas y existe una amplia variedad de ellas: italiana, bolognese, formaggio, arrabiata, funghi y mediterránea, que dan gusto a todos los paladares.

La extensa variedad de pastas se ha convertido en base indispensable de la alimentación, y La Moderna les ha dado una nueva dimensión para convertirlas en ingredientes multifuncionales que resaltan otros alimentos, creando nuevas formas de uso y abriendo las puertas a un sinfín de platillos con más beneficios y para diferentes gustos. Hoy, cuando se cocinan las pastas, se viven experiencias nuevas y continúan generándose los "apapachos" llenos de amor.

EL LUGAR CORRECTO Y CON LA GENTE CORRECTA

El segundo elemento de la mezcla de mercadotecnia de La Moderna es la **plaza o distribución**. Después del producto, este es el diferenciador más importante de La Moderna, el cual es muy apreciado por sus consumidores y distribuidores.

La Moderna siempre ha llegado a todos los rincones de México. Cuando inició esta empresa, no importaba si en las poblaciones no existían caminos pavimentados o diferentes obstáculos, gracias al esfuerzo y dedicación de los vendedores y distribuidores, siempre ha existido un plato de sopa caliente en cada hogar mexicano.

Desde su creación y hasta la década de los cincuenta, el **canal de distribución tradicional**¹¹ de venta

¹¹ Organizaciones independientes que facilitan la transferencia de la propiedad.

de La Moderna fueron las tiendas, posteriormente se anexaron los tianguis, los mayoristas y las tiendas de conveniencia. No existían las cadenas ni las distribuidoras. El éxito de ventas en La Moderna dependía del esfuerzo de los vendedores, quienes hacían grandes recorridos y visitaban clientes de todos tamaños, distribuidos por todo el país. Durante este periodo, La Moderna fue conquistando los nuevos mercados, a base de esfuerzo, cuidando la calidad de producción y proporcionando un excelente servicio.

La fuerza de ventas fue crucial para la venta y distribución de los productos, los pedidos se levantaban tienda por tienda usando blocks de pedido y se llevaban a la fábrica en Toluca. Esto evolucionó cuando comenzó a utilizarse el fax, entonces los vendedores, e incluso algunos clientes, pasaban los pedidos por esta vía. Posteriormente, La Moderna mandaba un transporte para entregar el producto tienda por tienda.

Con los años, La Moderna fue ganando mercado gracias a la calidad de los productos, la tenacidad y el esfuerzo de los representantes de ventas en cada estado. Ya en la década de 1970, inició la etapa de las empresas distribuidoras, quienes se encargaban de comercializar los productos de La Moderna en ciudades y regiones. Un ejemplo de estas distribuidoras es la empresa Yaber, S. A. de C. V., dirigida en este entonces por José Concepción Yaber, la cual logró muy buenos resultados en la distribución de los productos de La Moderna en la Ciudad de México y en zonas circunvecinas. Otro ejemplo fue la empresa de don Jorge Garcés, de Tiendas Garcés, quien fue distribuidor y posteriormente consejero de La Moderna, y distribuyó sus productos en el Estado de México, Morelos y Guerrero; y después a través de Súper Kompras y Surti-Tienda.

En ese tiempo, La Moderna comercializaba sus productos a nivel de mayoreo, principalmente a través de las tiendas de gobierno (Seguro Social,

CONASUPO), centrales de abasto, distribuidoras y al menudeo, en las tienditas de la esquina.

En los años ochenta, el canal de autoservicio empezó a tener un gran auge en el país, se contrataron vendedores especializados y empezó a venderse la pasta en bolsitas de plástico, como las conocemos hoy en día. Los promotores colocaban un código de barras, el precio y acomodaban el producto. Gigante, El Sardinero, Aurrera, De Más, De Todo, Blanco, La Merced, entre otras, fueron algunas de las principales tiendas de autoservicio que comenzaron a comercializar los productos. Al principio, el volumen de venta de pasta no era muy grande, pero con el tiempo, el autoservicio tuvo un mayor crecimiento que otros canales hasta convertirse en uno de los principales canales de venta.

El incremento en la demanda de los productos de La Moderna originó un crecimiento industrial de plantas, lo que a su vez derivó en una evolución de la comercialización y distribución. Con el aumento de las plantas de producción se crearon nuevos equipos de ventas y centros de distribución, buscando ofrecer un servicio personalizado a todos los clientes, con el propósito de conocer sus necesidades, generar nuevas oportunidades de crecimiento y fortalecer la imagen de la marca en todo el país.

Fue hasta el año 2000, cuando La Moderna decidió construir su primer **centro de distribución**, desde donde se desplazan todos los productos elaborados por el Grupo La Moderna. Hoy en día todas las cadenas de autoservicio tienen centros del distribución y La Moderna entrega sus productos en estos centros.

La distribución, sin duda, ha sido una pieza clave para estar presente en todos los rincones de México, y ahora también en otros países como Estados Unidos de América, Centroamérica, Colombia y en las islas del Caribe.

EL PRECIO JUSTO Y EL MENSAJE APROPIADO

El tercer elemento de la mezcla de mercadotecnia de La Moderna es el **precio**. La Moderna ha seguido una estrategia de precio que busca maximizar la utilidad y el valor para los clientes. Los productos de La Moderna siempre han tenido un precio competitivo que los consumidores perciben como justo, inclusive que ofrecen una relación costo-beneficio favorable para el consumidor. Son precios muy atractivos en comparación con otros alimentos. Una pasta con 200 gramos es suficiente para alimentar sanamente y con un alto valor nutricional a cuatro o cinco personas, y su costo es muy económico, esa es la razón principal por la que la pasta ha sido tan bien aceptada por los consumidores de todos los tiempos.

El cuarto elemento de la mezcla de mercadotecnia de La Moderna es la **promoción**. En este elemento, La Moderna ha desarrollado una mezcla de promoción, es decir, una combinación de herramientas promocionales que incluyen publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, entre otras. Además, ha evolucionado con los avances tecnológicos, y actualmente opera una comunicación integrada de mercadotecnia que involucra los elementos de la mezcla de promoción, los medios tradicionales (televisión, radio, prensa), y los nuevos medios interactivos (blogs, redes sociales, página web).

Antes de la década de los ochenta, la compañía no hacía ningún tipo de publicidad o promoción. En estos tiempos, solo existía la famosa "publicidad de boca en boca", en la cual, los consumidores comunicaban a otros consumidores su experiencia con los productos de La Moderna. También los vendedores de La Moderna hacían este tipo de publicidad, animando a los clientes a probar las pastas, para que ellos a su vez comunicaran a otros de la calidad y el sabor de La Moderna. Otra forma de promover la marca entre distribuidores y mayoristas era regalar

calendarios, una costumbre muy bien aceptada por los clientes.

En nuevos mercados, La Moderna ofrecía degustaciones y en algunos casos hasta bajó un poco el precio, con el fin de que las personas probaran el producto y constataran su calidad. Por ejemplo, se realizaban degustaciones en centros comerciales, junto a los anaqueles de las tiendas para que la gente se animara a probar y se impulsaba de esta manera las ventas. Este tipo de promoción continúa hasta nuestros días, e inclusive ha evolucionado a las "furgonetas-cocina", en donde se invita a la gente a probar los productos y se enfatiza que es un producto muy económico, práctico y es la base para crear innumerables platillos si se combina con todo tipo de alimentos.

Fue hasta los años ochenta que La Moderna comenzó a repartir carteles, imprimir recetarios y comenzó a publicitar sus productos en programas televisivos como el Club del Hogar, programa con temática cómico-musical y uno de los programas de mayor duración en México. En este entonces, la publicidad estaba principalmente enfocada a las amas de casa con información del uso de la pasta. Entonces, se emprendió una campaña para dar a conocer cómo se debía preparar la pasta, ya que el consumidor tenía el hábito de freír la pasta para obtener un color tostado y un sabor característico, pero esto hacía que se perdieran los nutrientes y no se degustara el sabor de la calidad del trigo *durum*.

En la década de los noventa, se llevó a cabo una campaña publicitaria asociando la marca y el producto con Juegos Olímpicos, que consistió en difundir imágenes de deportistas de diversas disciplinas: clavados, fútbol, entre otros, con el propósito de invitar a consumir la pasta, señalando que este producto tiene muchos carbohidratos y nutrientes benéficos para los deportistas de alto rendimiento. Con el fin de promover el consumo de pasta entre los deportistas, por décadas se han apoyado maratones y eventos



2ª MOËTINA
GALLETAS
Animalitos
CARGA CHOCOLATE

2ª MOËTINA
Buen comer
PILAMA CON CREMA Y CHILE POBLANO
SÓLO ALBUICAR

2ª MOËTINA
Rotini
con Queso Cheddar y Jalapeño
Nuevo

2ª MOËTINA
Spaghetti
con Salsa de Tomate

TRES ESTRELLAS
Versión preparada para
tradicional
CHURROS
Dulce

TRES ESTRELLAS
CELLOS

TRES ESTRELLAS
NUEVA
Sopros

2ª MOËTINA
BOMBI SAURIS

2ª MOËTINA
SUPER FOODS
SUP FOO

2ª MOËTINA
Buen comer

TRES ESTRELLAS
Harina de ARROZ
LIBRE DE GLUTEN

2ª MOËTINA
de Lui
QUINOA
PIPETTE
MORI
PENNE

2ª MOËTINA
Galletas SUN
Fami
contiene 2 Charolitos

TRES ESTRELLAS
Tradicional
HOT CAKES
Tradicional

2ª MOËTINA
Salsa para Pasta
ARRABBIATA

2ª MOËTINA
Salsa para Pasta
TARRAGON

2ª MOËTINA
Salsa para Pasta
ITALIANA

Harina de Trigo
SAN ANTONIO
CENTRALINA
TRES ESTRELLAS
Rendidora
Incluye Receta!
Contenido Neto 1 kg

Harina de Trigo
SAN ANTONIO
CENTRALINA
TRES ESTRELLAS
Rendidora
Incluye Receta!
Contenido Neto 1 kg

2ª MOËTINA
CODO GRANDE

2ª MOËTINA
SPAGHETTI

2ª MOËTINA
ROTINI

NUEVO 2ª MOËTINA
Fettuccine
con Queso Cheddar y Chipotle

2ª MOËTINA
Sopa

TRES ESTRELLAS
Vainilla
Francesa

2ª MOËTINA
Marianita

CONQUISTA TU ANTONIO
TROYANAS
CHOCOLATE

2ª MOËTINA
Marias

2ª MOËTINA
SPAGHETTI
COCO

2ª MOËTINA
Integral



- Páginas 100-101
La Moderna se distingue por la variedad en sus líneas de productos y su innovación constante para generar nuevas categorías.
- Páginas 102-103
A través de sus diversas campañas, La Moderna ha comunicado un mensaje claro y contundente: Ser la marca de pastas líder en México.
- Página 106-107
En las "furgonetas-cocina", se invita a la gente a degustar los productos de La Moderna.

deportivos en muchas ciudades. Por ejemplo, desde hace más de 25 años La Moderna ha patrocinado y estado presente en el maratón del Club Atlas en Guadalajara, dando a degustar sus productos entre los participantes de este evento deportivo que ya es toda una tradición.

Actualmente, La Moderna realiza comunicaciones integradas de mercadotecnia con el fin de transmitir de manera consistente el valor, los beneficios de los productos y los atributos de la marca a través de muy diversos medios de comunicación: carteles, internet, programas de televisión, radio, espectáculos y redes sociales, entre otros.

A través de sus diversas campañas, La Moderna ha comunicado un mensaje claro y contundente: Ser la marca de pastas líder en México y en el mercado hispano de los Estados Unidos; con la mayor variedad de pastas enriquecidas con vitaminas, hierro y ácido fólico; rápidas de preparar y económicas, y fuente de nutrición de las familias en los diferentes momentos de su vida. Además de recordar que su amplia gama de productos satisface diferentes gustos y los estilos de vida actuales.

Para celebrar sus cien años de vida en 2020, La Moderna lanzó una campaña especial para comunicar este gran acontecimiento. El mensaje principal recuerda a sus consumidores que La Moderna es una marca confiable, innovadora desde hace cien años, y que siempre ha estado presente en los mejores momentos de sus vidas, acompañándolos y evocando emociones que siempre recordarán.

Las condiciones del mercado hacen que los consumidores sean cada vez más exigentes, por lo que La Moderna, cumpliendo con su compromiso de innovación constante, ha generado diversas promociones en beneficio de la enorme variedad de consumidores.

Desde 2014, La Moderna empezó a hacer promociones de ganadores instantáneos y de ganadores



por acumulación para lograr un acercamiento con el consumidor (*engagement*) con el ama de casa para que se sienta "apapachada". Para participar y ganar, el cliente solo registra un código impreso en el empaque del producto. Con estas promociones se ha otorgado desde dinero en efectivo hasta regalos útiles como delantales, utensilios de cocina o bolsas ecológicas, así como *bonus pack* con productos gratis, ya sea del mismo producto o de otros complementos como salsas.

Una estrategia de publicidad de La Moderna fue vincular la marca con la imagen del chef Oropeza, experto de la gastronomía en México. Además, se llevó a cabo una promoción para ganar una convivencia con Oropeza en Xcaret, en el estado de Quintana Roo.

Desde hace más de siete años, La Moderna continuamente ha desarrollado diferentes promociones para que sus consumidores se sientan atendidos por la marca y tengan ese acercamiento emocional con la pasta número uno en México.

La mejor promoción de La Moderna, ha sido y seguirá siendo, sin duda, la comunicación de "boca a boca" de consumidores satisfechos que degustan los productos de clase mundial de La Moderna. Consecuentemente, cuando aparezca la pregunta de mamá: ¿quieren comer una sopa calentita?, en ese momento la familia contesta al unísono: "sí", imaginándose el rico sabor de este tradicional platillo hecho con pastas La Moderna.

LOS PROCESOS CERTIFICADOS Y TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA

Los procesos e instalaciones físicas son elementos primordiales de la estrategia de mercadotecnia de servicios o experiencias. Son las actividades que realiza la empresa para mantener una estrecha relación con sus clientes y consumidores, cuidando todos los puntos de contacto con la empresa, buscando la fidelización de los clientes y consumidores.

Adicionalmente, las instalaciones toman cada vez más relevancia, ya que ayudan a darle forma a las percepciones de los clientes.

En lo que respecta a procesos, La Moderna ha desarrollado estándares y sistemas de servicio para sus clientes, los cuales han permitido incrementar el nivel de satisfacción de los mismos. También se ha trabajado en conjunto con los clientes (autoservicios y mayoristas) para ofrecer una mejor experiencia de compra a los consumidores finales.

Las empresas del Grupo La Moderna han obtenido certificaciones de calidad, inocuidad e higiene emitidas por instituciones y organismos nacionales e internacionales. La compañía ha obtenido las acreditaciones: Compromiso y Responsabilidad Social Empresarial (CRESE), Certificación Kosher, Certificado BRC Global Standard for Food Safety, Industria Segura, Customs Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT), Norma ISO 9001:2008 y Esquema de certificación FSSC 2200:2011.

La infraestructura del Grupo La Moderna es muy amplia y asegura todas las fases del ciclo de producción de sus productos con la mejor calidad. Este ciclo comienza con la siembra del trigo *durum*, para lo cual establece contratos y financia al campesino para que coseche el trigo, lo que asegura tener el grano de alta proteína en abundancia; posteriormente, el Grupo no solo cuenta con molinos para procesar ese trigo, sino las fábricas para la manufactura de todos sus productos y para la elaboración de los empaques de plástico y de cartón.

LA MODERNA UNA EMPRESA CON VISIÓN DE EXPANSIÓN

Hoy en día, Grupo La Moderna posee una infraestructura bien consolidada que incluye cinco plantas ubicadas en estas ciudades: Toluca, Estado de México (aquí existen dos plantas); Ramos Arizpe, Coahuila;

Guadalajara, Jalisco; Mexicali, Baja California Norte. Esta última está automatizada y trabaja con robots que intervienen en la producción, el empaque y empaque de todas las pastas. Además, su cobertura de ventas la realiza en todo el territorio nacional a través de cinco zonas: Pacífico, Bajío, Norte, Centro y Sur.

También tiene plantas en otros países: Guatemala y en Cleburne, Texas, EE.UU, con esta última, La Moderna logró la expansión de la compañía en este país y que la Food and Drug Administration (FDA) reconozca que sus productos cuentan con las normas de calidad y seguridad para el consumo.

Para convertirse en lo que hoy es, desde el último tercio del siglo xx, La Moderna tuvo una expansión muy importante y fue integrándose verticalmente. Primero comenzó con la adquisición de molinos de trigo. En 1970, adquirió la Compañía Nacional de Harinas, S. A. de C. V.; en 1988, Harinera Los Pirineos, S. A de C. V.; posteriormente, Molinos del Fénix, S. A. de C. V., Molinos del Sudeste, S. A de C. V. y Tablex Miller, S. de R. L. También desarrolló programas de apoyo financiero a agricultores a través de Finágil, S. A de C.V., así como empresas para sus empaques, entre ellas: Papeles Corrugados, S.A. de C. V. y Películas Plásticas, S. A de C. V.

EL COMPROMISO CON LOS COLABORADORES Y CON LA SOCIEDAD

“Los clientes no son lo primero, lo primero son tus empleados. Si cuidas de tus empleados, ellos cuidarán de tus clientes”.

*Richard Branson, 1950-
Empresario inglés. Virgin Atlantic*

El último elemento de la estrategia de mercadotecnia de servicios o experiencias, el más importante, son las personas. Este es realmente el principal

diferenciador de las organizaciones. Las personas son las que hacen posible el producto y servicio y a ellas se deben las organizaciones.

La Moderna es consciente que el éxito pasado, presente y futuro, ha sido y será gracias a sus colaboradores. Por esto, para la empresa es prioridad la realización como seres humanos dentro del trabajo de sus colaboradores, quienes se sienten motivados, satisfechos y comprometidos con su trabajo y con La Moderna. Muchas ideas creativas para mejorar la empresa, resolver problemas y hacer mejores productos y servicios han surgido de los colaboradores.

Lo anterior no hubiera sido posible sin la visión, liderazgo y dedicación de don Eduardo Monroy Cárdenas, su Sra. esposa Martha Carrillo y su familia, quienes han integrado un equipo altamente competente y comprometido con La Moderna, en donde el trabajo de cada uno ha sido y será fundamental para el logro de la misión y objetivos de la compañía, siempre buscando vivir los valores de La Moderna, que son administración, buena fe, lealtad, excelencia, trabajo en equipo, liderazgo, honestidad y responsabilidad. Todos los colaboradores son una gran familia y antes de buscar el éxito individual, buscan el éxito de la empresa.

La Moderna, que cuenta con aproximadamente 5,000 colaboradores, es una empresa familiar, en donde varias generaciones han formado parte de la fuerza de trabajo de la empresa. Abuelos, padres e hijos han vivido experiencias muy gratificantes y satisfactorias.

“Soy Federico Gaona, trabajé durante 38 años como vendedor; mi padre me recomendó en La Moderna y ahora mi hijo también trabaja aquí en el área de ventas. Un gran porcentaje de los empleados actuales son nietos de los vendedores de antaño. Es una empresa muy familiar y siempre ha estado en la mejor disposición de apoyar a sus empleados y a sus familias. La Moderna

siempre estuvo integrada por gente honesta, para la empresa lo más importante era la honestidad, y si uno se desarrolló con ese perfil, siempre tiene la puerta abierta para que alguien más de la familia ocupe su lugar”.¹²

La empresa realiza campañas de **mercadotecnia interna**¹³ (*endomarketing*), permitiendo aumentar el compromiso, reducir la rotación y atraer talento calificado.

La labor empresarial iniciada por don Eduardo Monroy ha sido, en su justo momento, fortalecida por sus colaboradores con una formación académica profesional que ha dado una visión global a la compañía, integrando un equipo de trabajo colaborativo con los directivos, ejecutivos, administradores, técnicos, operarios y de apoyo.

Si algo ha caracterizado a los líderes de la compañía a lo largo de los años, es escuchar al personal, conocer sus inquietudes, sus sugerencias y aportaciones para juntos construir la gran empresa mexicana que hoy es.

En constante preocupación por el medio ambiente, las empresas que conforman al Grupo han adoptado normas de control ambiental para cuidar el medio ambiente y a la naturaleza.

Grupo La Moderna tiene como filosofía ser altamente productivo y tener un gran sentido humano. Ha cimentado su quehacer en preceptos éticos que le otorgan un alto grado de responsabilidad social para crear mejores condiciones económicas en beneficio de sus colaboradores y la comunidad.

Es una empresa altruista y comprometida con su nación, por eso, participa con diversas instituciones

¹² En entrevista realizada por Índice Editores, mayo 2020.

¹³ Conjunto de estrategias y acciones enfocadas a mejorar la relación y bienestar interno de los trabajadores y colaboradores de la empresa.

para apoyar diferentes causas benéficas en áreas de educación, alimentación, valores, entre otros, y a favor del bienestar humano. Algunos de estas organizaciones son ECOCE. Reforestamos México, A. C.; Mexicanos Activos; Un Kilo de Ayuda; Teletón; Fundación Nutrición y Vida, A. C.; ConMéxico; Banco de Alimentos del Estado de México; Del Amor Nace la Vista; Cruzada de Amor de Navojoa, I. A. P.; Banco de Alimentos de Navojoa, I. A. P.; Nemi; Obras Sociales del Santo Hermano Pedro; Educadores Integrales del Estado de México; Misafeme, entre otras.

La Moderna ha evolucionado a la par de la sociedad y de sus hábitos de consumo, siempre con el firme propósito de satisfacer permanentemente no solo las necesidades de sus consumidores, sino también las de sus proveedores, colaboradores y accionistas, a través de productos con calidad mundial, comercio justo, buenas prácticas empresariales y con principios éticos y morales.

A lo largo de diez décadas de historia, La Moderna es orgullosamente un modelo de adaptación y transformación que ha forjado un camino de éxito y crecimiento continuo. Sin duda, es una empresa innovadora que ha trascendido y deja una huella ejemplar en la historia de la industria alimenticia en México.

*"Sopa y amores, los primeros, los mejores".
Refrán popular*





CAPÍTULO 3

LA MODERNA

EN LOS HOGARES DE MÉXICO
una realidad nutritiva para la familia



LA MODERNA EN LOS HOGARES DE MÉXICO: Una realidad nutritiva para la familia

José Luis Curiel Monteagudo

UN POCO DE HISTORIA...

Pocas noticias aparecen en la historia de México acerca de la aparición de la pasta, sin embargo se sabe que siglos antes de que el hombre asiático consumiera arroz, ya comía productos derivados de cereales. Entre ellos, mijo o *shu* (*Setaria Spp.*), cebada o *ta mo* (*Hordeum vulgare*), sorgo o *kao liang* (*Sorgo vulgaris*) y los precursores del trigo llamado *hsiao mo*, *triticum spelta* y *triticum dicccocum*, los cuales con el tiempo y la domesticación, se convirtieron en los trigos actualmente conocidos como *triticum aestivum* o trigo suave, panadero rico en gluten, y el *triticum durum* o trigo duro, macarronero, rico en sémola.¹

El hombre de Pekín (*Synanthropus pekinensis*), elaboraba una pasta llamada *ping* y más adelante, las primeras civilizaciones asiáticas crearon una pasta llamada *pi-lo* y otra rellena *chiao tzu* o *hun-t'un* cuyo significado se asocia con "bóveda celeste", por su forma abovedada que le daba el relleno.

La leyenda dice que durante los viajes de Marco Polo, en el año 1300, en la Edad Media, llegó la pasta

■ Página 110

Los productos precursores del trigo se convirtieron, con el tiempo, en los trigos actualmente conocidos, como el trigo duro, rico en sémola.

¹ Kwang Chih Chang, *The Archeology of Ancient China*, Yale University, 1987.



■ **Página 112**
Don Diego López Pacheco Cabrera y Bobadilla, Marqués de Villena, Virrey de la Nueva España en 1640.

■ **Página 113**
Los navíos llegaban abarrotados con varias mercancías del otro lado de los mares.

de China a Venecia, sin embargo, cien años antes, el manuscrito musulmán escrito por Ibn Razin (Razes) *Fadalath Al Jiwan*, menciona algunas pastas hechas por los árabes del *Al Andalus*, en la península Ibérica en el siglo XIII. Dentro del amplio repertorio de productos árabes se encontraban el *fidaw* y las pastas cortas para hacer *cuscús* y la *atriunya*, un cilindro similar a los actuales macarrones. Todavía en Murcia, el macarrón recibe el nombre de aletría y la pasta hilada se llamó *itrya* en árabe. El *fidaw* es el antecedente más remoto de los actuales fideos. Razes (*Ibn Razin*) describió la elaboración del *fidaw* y menciona los tipos de pastas que se usaban: la alargada a modo de trigo, la redondeada a modo de grano de cilantro o *bugía* y la muy delgada o *kagid*.²

El más antiguo documento que menciona a los fideos en el continente americano, es un relato del doctor Cristóbal Gutiérrez de Medina, capellán del barco donde viajó don Diego López Pacheco Cabrera y Bobadilla, Marqués de Villena, cuando asumió el cargo de Virrey de la Nueva España en 1640. En el inventario de las bodegas del barco anclado en Veracruz, menciona gran cantidad de ingredientes. Además de gallinas, vacas y carneros, trajo pipas de vino, aceite y cajas de bizcochos, jamones, arroz, legumbres, frutos secos, pasas, y además, fideos. Así en 1640, la Nueva España daba la bienvenida al *fidew* de origen árabe.³

Con la llegada de los navíos, proliferaron las tiendas de ultramarinos, pues los barcos llegaban abarrotados con varias mercancías del otro lado de los mares, de ahí tomaron el nombre de *abarrotos*. Traían vinos de Francia, España, Italia y Portugal, bacalao para las celebraciones, aceitunas encurtidas,

² Ibn Razin Al-Tuyibi, *Relieves de las mesas, acerca de las delicias de la comida y los diferentes platos*, traducción del Fadalat Al-Jiwan, Editorial Trea, Gijón, 2007.

³ José Luis Curiel Monteagudo, *Virreyes y virreinas golosos de la Nueva España*, Editorial Porrúa, México, 2004.

quesos varios, aceite de oliva, almendras, nueces de Castilla, castañas y todo género de especias. Al inicio del siglo XX, tanto en esas tiendas como en las vinaterías y ultramarinos, se vendían fideos y otras pastas secas traídas de Europa. Según los cronistas, las pastas nacionales y las importadas se reconocían por su color, las más blancas eran mexicanas mientras las amarillas provenían de Europa.

Con motivo del fuerte impulso que se dio a la producción algodonera y a la industria textil, al final del siglo XIX, comenzó la extracción del aceite de pepita de algodón y a partir de entonces, no solamente hubo aceite de oliva y manteca de puerco como en todo el virreinato, sino poco a poco se introdujeron otros aceites de semillas oleaginosas. Comenzó el uso de aceite neutro, sin sabor, para freír pastas, principalmente para dar sazón y consistencia. Además, las salsas, los huevos, las verduras, las carnes y los pescados gozaron con el calor de un aceite excelente para preparar las salsas de las pastas y el tradicional caldillo de jitomate de la cotidiana sopa caldosa de fideos.

Las recetas más antiguas de pastas elaboradas en territorio mesoamericano aparecen en el *Recetario Novohispano*, un manuscrito del siglo XVIII. Ahí asoma el italiano nombre de raviolos, palabra derivada de *riavvolta* cuya etimología evoca algo enrollado o envuelto; en este caso, estaban rellenos de espinacas exprimidas y finamente picadas, con trocitos de jamón, tuétano y sesos, condimentados con pimienta chica, clavo, canela en polvo, aceite de oliva y queso de Flandes rallado. También están los tallarines (del italiano *taglierini*) fritos en manteca y ambas recetas partían de harina.⁴

En el *Libro de cocina de la gesta de independencia*, fechado en la "Nueva España" [sic] en 1817,

⁴ Anónimo, *Recetario Novohispano*, CONACULTA, Culturas Populares, México, 2002.



aparece una sopa, donde los fideos o mostachones se cocían en caldo de carne sazonada con ajo, clavo y azafrán. Se servían con un buen queso añejo rallado.⁵ A fines del siglo XIX en el recetario tradicional de Celaya aparecen unos tallarines, cocidos en caldo de hígados de pollo. En forma *menudita* se picaban los higaditos con jamón, cebolla, perejil y se mezclaba con jitomates, sal y pimienta, mantequilla fundida, abundante queso rallado y se horneaba.⁶

Una receta de *raviolos a la italiana* mezclaba huevo, harina, aceite de oliva y sal, pero además agregaba un chorrito de vino blanco. Esa pasta servía para envolver carne o frutas. Otras recetas aromatizaban la pasta con vino de Málaga.

⁵ *Libro de cocina de la gesta de independencia*, Nueva España, 1817, Introducción y estudio José Luis Curiel Monteagudo, CONACULTA, Culturas Populares, México, 2002.

⁶ Celerina Maldonado, *Recetario Tradicional*. Celaya, fines del XIX, CONACULTA, Culturas Populares, México, 1999.

Sopa de caldo de res con pasta de **codito**

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

En la olla de los pucheros, cocemos la carne del buey, que se acompaña gloriosa de aquellos que la adornan y perfuman, como son la cebolla y ajos tatemados, acompañados del divino clavo y agua. Debes dejarla cocer por largo tiempo y la espuma debes quitar... La carne debe estar suave, la sacarás con cuidado, que luzca apetitosa y sabrosa. Cuando toda quede afuera, colarás el caldo y lo regresarás a la misma olla para cocer la pasta, acompañada del delicioso azafrán. El rico y sabroso caldo comerás, adornado con queso añejo desmoronado.



PROCEDIMIENTO:

PARA EL CALDO DE RES:

1. En olla profunda colocar el agua, el chambarete, la cebolla, los ajos y el clavo, dejar que suelte el hervor, con una cuchara retirar la espuma, bajar el fuego y dejar cocinar durante 60 minutos.
2. Retirar el caldo del fuego, colar, separar la carne y reservar.

PARA LA PASTA:

1. Regresar el caldo de res al fuego y dejar que suelte el hervor, agregar el azafrán y la pasta de codo, dejar hervir durante 10 minutos (o el tiempo recomendado en el paquete), agregar la carne, dejar calentar durante 2 minutos y servir caliente acompañado del queso desmoronado.

INGREDIENTES

PARA EL CALDO DE RES:

- 1.5 l de agua
- 800 g de chambarete de res
- 60 g de cebolla, asada en trozos
- 3 dientes de ajo, asados con piel
- 3 clavos, enteros, ligeramente tostados
- 5 g de sal de mesa

PARA LA PASTA:

- **1 paquete de pasta de codo no. 3, La Moderna de 200 g**
- 2 pizcas de hebras de azafrán
- 200 g de queso añejo, desmoronado





Desde entonces, se hicieron con las pastas cosas ingeniosas con ingredientes mexicanos. Tallarines en chile poblano, pastas con frutos del mar y vegetales del desierto como la receta del *tallarín yaqui*, del padre Pícolo, un misionero italiano jesuita en Baja California, quien agregó a la pasta cocida, camarones y trocitos de nopales tiernos.

Aunque el *pomodoro* o jitomate llegó a Florencia en tiempos de Cosme de Medici (siglo xvi), su uso en las pastas italianas no es muy antiguo. Algunos textos decimonónicos hablan de *macarrones a la Napoleón*, sin embargo las salsas napolitanas aparecieron después de la Unificación Italiana, un proceso histórico del siglo xix cuando los diversos estados y reinos ubicados en la península itálica se unieron entre 1815 y 1870. Gracias al paso del ferrocarril entre Nápoles y Torino, tanto el grano duro de trigo como el jitomate, llegaron a la Toscana donde se crearon grandes portentos de recetas de pastas con jitomate, entre ellas el spaghetti a la bolognesa. El libro de Pellegrino Artusi, "La ciencia en la cocina y el arte de comer bien" difundió las recetas y con la lectura de las cocineras, sirvió para unificar la lengua italiana.⁷

En México las recetas de pastas incluyeron ingredientes autóctonos o arraigados durante el virreinato. Los *ravioles mexicanos* se hacían con chile y se rellenaban con chorizo desmenuzado, jitomate, cebollas, aceitunas y un poco de perejil picado. El recetario, de Hildelisa Martínez de Quintero, escrito a fines del siglo xix, en Mascota, Jalisco, menciona una sopa de macarrones en cazuela, con manteca, jitomate, pimienta molida y queso rallado a fuego lento y tapada para dorar. Al final se servía, con fiambres y chiles encurtidos, queso rallado y sardinas.⁸

⁷ Pellegrino Artusi, *La ciencia en la cocina y el arte de comer bien*, 1891, Alba editorial, Barcelona, 2010.

⁸ Hildelisa Martínez de Quintero, *Recetario de Mascota*, Jalisco. Finales del siglo xix, México, CONACULTA / Culturas Populares, México, 2003.

Los fideos también fueron dulces, se hacían con leche o con leche de almendras como lo señalan varios recetarios, como el de Tepetitlán, Puebla de 1901: "leche hervida con azúcar y canela, después colada, donde se echan los fideos fritos en manteca y se hierven hasta que estén cocidos sin que se seque la sopa".

Según la "Guía General de la República Mexicana" publicada en 1905⁹, las primeras fábricas mexicanas de sémolas y pastas utilizaban máquinas de vapor para mezclar e hilar las pastas, contaban con hornos para secarlas y dínamos para generar energía eléctrica para alumbrar.

Las sopas de pastas con diferentes figuras como bolitas o pipirín, pececillos, estrellitas, aparecen en *El Cocinero Mexicano*, publicado por Mariano Galván Rivera en 1831. Esas figuras se hacían en casa con el auxilio de cortadores de galletas o moldes de lámina. En el siglo xx, esas figuras fueron precursoras de diferentes pastas industriales. A partir de 1920 La Moderna fabricó variadas pastas para sopas caldosas y paulatinamente introdujo estrellitas, plumas, rueditas o engranes, lengüitas, la popular sopa de letras, la de pipirín o de municiones y otras pastas de mayor tamaño para usarse como sopas secas: caracoles, conchitas, plumas, macarrones, corbatas o coditos.

Hacia 1933, aparecen en México los primeros productos envasados de jitomate como puré y jugo, hechos en diferentes fábricas empacadoras. Gracias a ello, la velocidad de preparación de caldillos y salsas se redujo considerablemente, aunque las cocineras tradicionales hasta la fecha preparan las pastas con salsas y caldillos hechos con jitomates frescos.

La comida corrida la inventaron los chinos que se establecieron en la Ciudad de México después de trabajar en la construcción y operación de los ferro-

⁹ Guía General de la República Mexicana, Tomo I, 1905.

Tallarín

yaqui

INGREDIENTES

PARA LA COCCIÓN DEL TALLARÍN:

- 2 l de agua
- **1 paquete de tallarín, La Moderna de 200 g**
- 5 g de sal de mesa

PARA EL NOPAL:

- 4 nopales criollos
- 15 ml de aceite de oliva
- 3 g de sal de mesa
- 2 pizcas de orégano seco

PARA LOS CAMARONES:

- 400 g de camarón mediano, limpio
- 5 g de sal de mesa
- 2 pizcas de pimienta negra, molida
- 15 ml de aceite de oliva
- 2 pizcas de hojuelas de chile seco (opcional)

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

En una olla profunda cocemos los tallarines, para que queden sabrosos, deberás agregar agua y sal, moverlos y nunca olvidar enfriarlos una vez cocidos. Después en el comal asarás los nopales, que perfumados con orégano, resaltará sus sabores. Ya con todo listo, es momento de cocer los camarones, que pondrás sobre la sartén, donde danzarán de un lado a otro hasta cocidos y rojitos... que su color despierte hasta al más tímido de los comensales. Agregarás la pasta y los nopales en cuadritos, ya bien calentito es momento de disfrutar.



PROCEDIMIENTO:

PARA LA COCCIÓN DEL TALLARÍN:

1. En olla profunda colocar agua con sal, una vez que suelte el hervor agregar el tallarín, mover con cuchara, dejar que hierva durante 10 minutos, colar y pasar bajo el chorro de agua, reservar.

PARA EL NOPAL:

1. Calentar un comal, barnizar los nopales con aceite y sazonar con sal y orégano. Asar durante 6 minutos por ambos lados. Cortar en cubos, reservar.

PARA LOS CAMARONES:

1. Sazonar los camarones con sal y pimienta, calentar un sartén y agregar aceite, inmediatamente agregar los camarones y saltear 8 minutos sin dejar de mover, rociar con las hojuelas de chile, agregar la pasta y los nopales, saltear durante 3 minutos. Servir caliente.





Fideos dulces

con canela y almendra

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

En apetitosa mantequilla deberás freír un cuarto de fideo, cuando dorado y brillante se encuentre, sobre una servilleta, guardarás un ratito. En una olla con leche fresca, acompañarás el dorado fideo y dejarás que la fragante canela, el indulgente azúcar y la almendra molida vayan hirviendo juntos y se conviertan en preciados cómplices del dulce y delicioso sabor, que bien revuelto lo convierten en un postre espeso, lleno de amor, que se corona con un toque del agradable polvo de canela.



PROCEDIMIENTO:

PARA LA FRITURA DEL FIDEO:

1. En una cacerola, calentar la mantequilla, agregar el fideo y freír cuidando que no se rompa. Cuando tome un color dorado, retirar del fuego.

PARA LA COCCIÓN DE LA PASTA:

1. En olla mediana, agregar la leche junto con la canela, azúcar y almendra, sin dejar de mover; una vez que suelte el hervor, agregar la pasta frita, mover ligeramente y dejar hervir 5 minutos, retirar del fuego, servir decorando con canela y almendra fileteada.
2. Se puede agregar alguna fruta rebanada (por ejemplo, fresas) para dar color al platillo.

INGREDIENTES

PARA LA FRITURA DEL FIDEO:

- 75 g de mantequilla sin sal
- **1 paquete de fideo no. 1, La Moderna de 200 g**

PARA LA COCCIÓN DE LA PASTA:

- 1 l de leche
- 5 g de canela en rama
- 150 g de azúcar, granulada
- 200 g de almendra en polvo
- 1 pizca de sal de mesa

PARA DECORAR:

- 5 g de canela en polvo
- 10 g de almendras fileteadas, ligeramente tostadas



carriles. Su propósito era servir una comida completa al menor costo. Este sistema de servicio se hará popular también en las cantinas, frecuentadas por los estudiantes universitarios, cuando las facultades de la universidad estaban diseminadas en el centro hoy histórico; que por decreto de los años treinta, no podían servir las bebidas solas, sino acompañadas de comida. En ese momento se inventaron las botanas. Por cada copa aparecía un platillo y desde entonces, como parte de esa serie de guisos, aparecieron en todas las cantinas, la sopa caldosa de pasta y el fideo seco.

Con aceite vegetal y con puré de tomate, se popularizó uno de los portentos de la cocina mexicana: el ancestral *fideo seco* donde el más fino y largo de los fideos hechos madejas, se fríe en el aceite y ya dorado se pone en una salsa espesa de jitomate o en puré de tomate condimentado con chile chipotle o morita o bien con chiles anchos, mulatos o pasillas.

El resultado fue extraordinario, en las mesas se servía en platonos con aguacates en rebanadas y con abundante queso rallado o bien en forma de rosca. Algunos restaurantes de prestigio añadieron a su carta tacos de fideo seco, una verdadera delicia para conocedores.

Hacia 1940 el repertorio de pastas era muy grande. Entre los nombres populares de las pastas, algunas recuerdan un origen: a la marinera, con pescados y mariscos; a la jardinera o a la campesina, con verduras; de la cazuela, con diferentes ingredientes. Otras evocan un lugar de procedencia: a la romana, a la florentina, a la napolitana o a la piemontesa; otras mencionan algún ingrediente: a la crema, al chipotle, al poblano; otras recuerdan a la amiga que dio la receta: de Lupe, de Catalina, de María, o bien las litúrgicas o de temporada: de cuaresma, navideña, de Corpus, de reyes o de fiesta. Otras por sus ingredientes recuerdan regiones, lugares, y otras más hablan del momento histórico como: republicana, revolucionaria, centenaria y las más antiguas: porfiriana, estilo imperio, a la archiduque, y una muy popular y predilecta del siglo XIX: la *Maximiliana imperial*, ravioles en salsa bechamel hecha a la antigua, con manteca de tocino, harina y leche. Se rellenaban con carne de gallina y sesos picados.

Muchas pastas no usaban agua, sino se cocían en caldos de res, de vísceras o de gallina y, para servir, rociaban el plato con quesos rallados al momento con la ayuda de un rallador. Los quesos favoritos eran los importados de Flandes, de Parma, de Gruyere o los regionales añejos como el de Cotija, el de Zacatecas o el de la Barca.

En los años cincuenta se pusieron de moda sopas caldosas de coditos y de fideos con leche, donde la pasta se cocía en caldo de gallina o res con leche y abundante queso rallado de Chihuahua.

Asimismo, en los años sesenta la moda fue servir pastas frías a manera de ensaladas donde se usaban

figuras grandes como conchas, corbatas, caracoles o coditos con queso o con algún aderezo de mayonesa, mostaza, salsa mil islas, yerbas de olor o quesos fuertes como Roquefort.

Alex Cardini, quien fuera cocinero del Hotel Peñafiel de Tehuacán, Puebla, en los años veinte, fundó el célebre Restaurante Cardini en la Ciudad de México. Hacia 1930, en Tijuana hizo famosa la ensalada César con su hermano César, su cocinero Remigio Murgía, y su colaborador Livio Sandini. En la capital la gente iba a Cardini también por sus pastas. Otros gratos lugares de la Ciudad de México, donde se podía disfrutar una rica pasta fueron: el Restaurante Focolare, de César Balsa, abierto desde febrero de 1953 en la calle de Hamburgo, cuando todavía no se mencionaba ese lugar como la Zona Rosa. En 1966 el Chef Ennio Petterino abrió las puertas del Ristorante Italiano La Lanterna en el Paseo de la Reforma de la Ciudad de México, con cocina piemontesa comandada por Ennio y Mario Petterino. Otros célebres restaurantes fueron la Pérgola y Villa Roma, donde los meseros servían las pastas y la pizza con guantes y cubiertos de plata. Más adelante, en los años ochenta, aparecieron La Strega y Raffaello, y en 1996 el Alfredo di Roma fue famoso por el *Fettuccine Alfredo*.

Además de ravioles, canelones y lasaña, en las cartas de aquellos restaurantes de corte italiano surgían nombres en italiano; como bucatini, scialatelli, tagliatelle, casserece, spaghetti, rigatoni, tortoglioni, fusilli, fettuccine o penne con diferentes salsas: all'arrabiata con pimienta y especias; napolitana con salsa de tomate; alla bolognese con salsa de tomate y carne molida; alla carbonara con tocino, huevo y queso; alla cardenal con crema, jamón y chícharos; alla puttanesca con tomate, aceitunas negras y anchoas; al pesto, con albahaca, ajo, aceite de oliva y piñones; al burro con mantequilla y queso; all'aglio, con aceite, ajo y pimienta roja.

■ *Página 122*

Al inicio del siglo XX, llegaron cocineros italianos y franceses como Sylvain Daumont, cuyo famoso Restaurante Sylvain, destacó de 1903 a los años veinte.

Sopa de fideo seco

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

Empieza con los rojos y jugosos jitomates que asados deben estar, no olvides los acompañantes de siempre, como son los chiles rojos desvenados, la cebolla y los ajos, que molidos todos juntos, forman parte del divino sabor. Debes freír en aceite los fideos, sin que se doren de más. Unta la cazuela con aceite, baña el fondo con el jitomate, enseguida los doraditos fideos, cubre nuevamente con el jitomate y enseguida los fideos, así deberás alternar, deja que se cueza a fuego suave a que se absorba el untuoso sabor del jitomate. No olvides servir el espeso guiso adornado con el fresco queso hecho en canasto y el verde aguacate.



PROCEDIMIENTO:

PARA LA SALSA DE JITOMATE:

1. En licuadora moler el jitomate, la cebolla, los ajos, los chiles desvenados y despepitados, agua y sal, colar. En una cacerola, calentar aceite y sofreír la salsa a fuego medio durante 10 minutos. Reservar.

PARA EL FIDEO:

1. En un sartén, calentar aceite y freír el fideo para dorarlo. Calentar la salsa de jitomate y chiles, agregar a la pasta y dejar cocinar a fuego medio hasta que se absorba la salsa.

PARA DECORAR:

1. Servir caliente y decorar con rebanadas de aguacate y queso fresco rallado.

INGREDIENTES

PARA LA SALSA DE JITOMATE:

- 4 jitomates Saladet, asados y sin piel
- 30 g de cebolla, asada en trozos
- 2 dientes de ajo, asados
- 1 chile guajillo, ligeramente asado y remojado en agua caliente
- 2 chiles morita, ligeramente asados y remojados en agua caliente
- ¼ taza de agua del remojo de chiles
- 5 g de sal de mesa
- 15 ml de aceite vegetal

PARA EL FIDEO:

- 30 ml de aceite vegetal
- **1 paquete de fideo no. 2, La Moderna de 220 g**

PARA DECORAR:

- 2 aguacates Hass
- 100 g de queso fresco, rallado
- 1 pizca de hojuelas de chile (opcional)





LA MODERNA 100 AÑOS

Pasta

de moño con queso Roquefort y hierbas frescas

INGREDIENTES

PARA LA COCCIÓN DE LA PASTA:

- 2 l de agua
- 5 g de sal de mesa
- **1 paquete de moño, La Moderna de 200 g**

PARA EL ADEREZO:

- 60 g de mayonesa
- 15 g de mostaza
- 15 g de cátsup
- 10 g de hojas de perejil
- 5 g de aros de cebolla de rabo
- 2 g de sal
- 2 pizcas de pimienta negra, molida
- 200 g de queso Roquefort, desmoronado

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

En la olla con agua y poquita sal, deja cocer la pasta sin que pierda su linda figura de moño. Una vez que hierva y esté cocida, agua fría la cobijará, después la dejarás escurrir para que reciba los sabores majestuosos de la mayonesa, mostaza, cátsup y los condimentos de sazón como cebolla, perejil, sal y pimienta, que mezclados con queso Roquefort, envolverán su bella y fresca forma que en el paladar deberás degustar.



PROCEDIMIENTO:

PARA LA COCCIÓN DE LA PASTA:

1. En olla profunda colocar agua con sal, una vez que suelte el hervor, agregar la pasta de moño, mover con una cuchara, dejar que hierva durante 10 minutos, colar, pasar bajo el chorro de agua y reservar.

PARA EL ADEREZO:

1. En un tazón, agregar la mayonesa, la mostaza, la cátsup, el perejil, la cebolla, la sal y la pimienta, mezclar hasta lograr un aderezo uniforme. Agregar la pasta y una parte del queso, revolver hasta integrar, decorar con el resto del queso.

EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS DE CONSUMO DE LA SOPA DE PASTA

Varios empresarios italianos del siglo XIX produjeron sus propias pastas para sus negocios. Entre ellos: José Fulcheri con su famoso restaurante de la calle de Tlapaleros (hoy 16 de septiembre) y en el Tívoli de Bucareli, El Cazador de Juan Minnetti en el Portal de Mercaderes, La Concordia de Antonio Omarini, el Café de Conzalvi, la Fonda del Hotel Gillow de Sebastiano Zonnetti, además de los negocios de Pedrazzi, Borgatto o Alboni y el célebre Café de Veroly en Coliseo Viejo junto al Teatro Principal.¹⁰

Durante la Revolución Mexicana, las amas de casa capitalinas continuaban sus faenas cotidianas para alimentar a sus familias. Los restaurantes de la Ciudad de México ofrecían sus servicios y las fiestas familiares se hacían en parques recreativos.

Al inicio del siglo XX, llegaron cocineros italianos y franceses como Sylvain Daumont, el célebre francés, quien organizó los suntuosos banquetes presidenciales durante las fiestas del centenario de 1910 y cuyo famoso Restaurante Sylvain, en Coliseo Viejo 51, frente al Portal del Águila de Oro, destacó de 1903 a los años veinte. Ahí se gestaron diferentes personajes del arte culinario como Manolo del Valle, quien posteriormente abriría diferentes restaurantes como el Perroquet del Frontón México y El Manolo.

Otro discípulo de Sylvain fue Alejandro Pardo Landa, egresado de la Academia Azul de París y de la Escuela de Artes y Oficios de Madrid, quien en 1916 estableció la primera escuela de cocina en México. Se llamó Academia de Alta Cocina y estuvo ubicada en la segunda calle de la Acequia y posteriormente se trasladó a la tercera calle de Santa María la Ribera

91, en la entonces elegante colonia Santa María en las afueras de la ciudad.

Pardo, inspirado en el libro de "El Practicón" de Ángel Muro, recetario de alta popularidad en España desde 1894¹¹, publicó hacia 1913 su obra "El Verdadero Práctico" bajo el patrocinio de la Gran Fábrica de Conservas El Gallo, de Clemente Jacques y Cía.

Pardo además de impartir sus clases, escribió "Los 30 Menús del Mes"¹², "Las Recetas Prácticas y Escogidas de Cocina" y "El Verdadero Práctico". Sin embargo, Pardo murió muy joven en 1921 a los 38 años. Su viuda doña Justina Rangel reunió todo el material que acumuló y después publicó una segunda edición ampliada del libro "El Verdadero Práctico", impreso por Juan Pueyo, en Madrid, en 1922. Una segunda edición se imprimió en México en 1928 a cargo de la Editorial Herrero¹³, cuyo prólogo lo escribió doña Justina. En ambas ediciones aparecen recetas de pastas salpicadas de recetas cotidianas y populares de tradición mexicana. Pardo menciona constantemente la eficiencia de sus instrumentos favoritos: el metate y el molcajete, para hacer salsas con la mayor rapidez y eficiente grado de acabado, cuando todavía no había licuadoras ni equipos eléctricos de cocina, las piedras mexicanas fueron superiores a otros instrumentos similares europeos. La refrigeración se lograba solo con hielo al que se agregaba sal.

En "Los 30 Menús del Mes", integra recetas cotidianas para cada día del mes sin repetir. Entre sus recetas, Pardo descubre sopas de pasta y recetas de pastas secas como ravioles, tallarines y macarrones.

¹¹ Entre 1894 y 1928 se publicaron 34 ediciones.

¹² Alejandro Pardo, *Los 30 Menús del Mes. Manual de cocina casera*, 3ª edición, México, Antigua Librería de Murguía, 1918.

¹³ Alejandro Pardo, *El Verdadero Práctico*. Herrero Hnos. Sucs., México, 1928.

¹⁰ Antonio García Cubas, *El libro de mis recuerdos*, México, Impr. de García Cubas Hnos., 1904.

Posteriormente, en los años treinta, Josefina Velázquez de León, sin duda la más ilustre maestra del arte culinario en México, hizo famosa su escuela primero ubicada en su casa, en la calle de Abraham González 68 y después en la calle de Bolívar 47, donde las alumnas observaban las preparaciones gastronómicas más complejas frente a una estufa donde doña Josefina realizaba la demostración ante sus alumnas. Al finalizar la clase las asistentes podían adquirir los materiales y uno de los 150 recetarios de su autoría publicados por la "Editorial Josefina Velázquez de León" para hacerlo en casa.

Una receta original de doña Josefina publicada en 1936 en su Manual Práctico de Cocina es el *Reloj de Spaghetti para la Cena de Fin de Año* donde colocaba capas alternadas de spaghetti, verduras, agua y pollo picado y pollo deshebrado. Utilizaba un molde redondo untado con mantequilla y horneaba el conjunto con una buena cantidad de queso. Después lo decoraba con mitades de huevo cocido y rajitas de poblano para simular la carátula de un reloj con sus manecillas hechas también con tiras delgadas de chile poblano.¹⁴

En 1955, Elena Ocampo de Sanz publicó la "Cocina Internacional", un libro predilecto de muchas amas de casa mexicanas y entre las recetas de pastas incluyó un soufflé de spaghetti, donde la pasta previamente cocida se escurre y coloca en un refractario con jamón y pollo desmenuzado, puré de tomate y después se envuelve en claras y yemas a punto de turrón. Se horneaba con trocitos de mantequilla hasta dorar. Se servía como un espectáculo.¹⁵

El siglo XX abre un escenario importante a diferentes restaurantes tradicionales mexicanos como

¹⁴ Josefina Velázquez de León, *Manual Práctico de Cocina*, Academia Calrod, México, 1936.

¹⁵ Elena Ocampo de Sanz, *Cocina Internacional*, 1ª edición, México 1955.

La Fonda Santa Anita y La Hostería de Santo Domingo, herederos del Café el Oriental establecido hacia 1864 en la calle de 5 de mayo donde servían la sopa de fideo y el fideo seco. El Prendes de una familia asturiana se caracterizó por la gran hospitalidad del joven Amador Prendes, quien recién llegado de Asturias solicitó trabajo sin saber que los dueños se apellidaban igual que él y eran sus paisanos. Comenzó como mozo y siempre fue reconocido por los clientes como el propietario, por su cordialidad y esmerado servicio. Con la construcción del Palacio de Bellas Artes fue necesario trasladarse al N° 4 de 16 de septiembre, donde estuvo hasta los años noventa del siglo XX, un lugar célebre por su comida y por sus murales, donde estaban los retratos de diferentes personajes como Porfirio Díaz, Pancho Villa, Emiliano Zapata, Amado Nervo, Venustiano Carranza, Álvaro Obregón o Mickey Mouse. Además del filete Chemita, había diferentes pastas.

El Café de Tacuba lo estableció don Dionisio Mollinedo en 1912, en una casa señorial del siglo XVI con su decoración barroca y sus platillos nacionales y antojitos, donde se hicieron célebres la sopa de ajo y la de fideo. En el Jockey Club se reunían los científicos y empresarios hasta cuando cerró sus puertas y los hermanos Walter, Francis y Frank Sanborn adquirieron la Casa de los Azulejos y la transforman en 1918 en Sanborn's Bros., S. A., donde introdujeron una novedosa fuente de sodas y una tienda de regalos. Su característica: el servicio sin prisa, estilo provincia, con indumentaria típica para atraer a los turistas. La cocina mexicana evolucionó con la preparación de las pastas servidas en platos calentados en modernas salamandras o gratinadores.

Soufflé de spaghetti

Así se dictaba la receta a principios del siglo xx:

Hierve el spaghetti en agua con sal, cuela y enfría, luego reserva. Deberás tener el pollo cocido en finas hierbas y deshebrarlo, así como jitomate molido sazonado. Por último, los huevos bien batidos hasta que estén espesos. En un tazón hondo pondrás el spaghetti con la mezcla de los huevos, jitomate, pollo y jamón. En un platón de refractario, untado con mantequilla, cobijarás el soufflé, que en el horno caliente a fuego lento brindará su calor y la magia surgirá con su olor y crujiente cubierta. Servirás caliente con un rocío de perejil.



PROCEDIMIENTO:

PARA LA COCCIÓN DEL SPAGHETTI Y POLLO:

1. En olla profunda colocar agua con sal, una vez que suelte el hervor, agregar el spaghetti, mover, dejar que hierva durante 10 minutos, colar, pasar bajo el chorro de agua y reservar.
2. En otra olla agregar agua, pollo, cebolla, ajo, tomillo, mejorana y laurel, dejar hervir durante 45 minutos. Retirar del fuego y dejar enfriar. Deshebrar el pollo y reservar.

PARA EL SOUFFLÉ:

1. Precalentar el horno a 180°C.
2. Cortar la rebanada de jamón en cubos de 1 cm y reservar.
3. Derretir la mantequilla y barnizar el fondo y paredes del molde.
4. En un tazón colocar el spaghetti junto con el puré, el pollo, el jamón y el perejil, mezclar, reservar.
5. En batidora agregar los huevos, la sal y la pimienta, batir con globo, hasta que la mezcla doble su volumen. Vaciar en el tazón de spaghetti y mezclar procurando no sobre-batir, integrando todos los ingredientes para el soufflé. Vaciar en el refractario y cubrir la superficie con los trocitos de mantequilla. Hornear durante 25 minutos. Retirar del horno y servir caliente.

INGREDIENTES

PARA LA COCCIÓN DEL SPAGHETTI:

- 2 l de agua
- **1 paquete de spaghetti, La Moderna de 200 g**
- 5 g de sal de mesa

PARA EL POLLO:

- 2 l de agua
- 4 piezas de pollo
- 40 g de cebolla
- 2 dientes de ajo
- 2 ramas de tomillo
- 2 ramas de mejorana
- 1 hoja de laurel

PARA EL SOUFFLÉ:

- 1 molde refractario de cristal
- 1 rebanada de jamón de pierna (250 g grosor de 1 cm)
- 15 g de mantequilla
- 200 g de puré de tomate
- 2 huevos
- 5 g de sal de mesa
- 2 pizcas de pimienta negra, molida
- 10 g de hojas de perejil, picadas
- 75 g de mantequilla sin sal, cortada en cubitos



¿SOPA SECA O EN CALDO?

México es un país donde se consume mucho la sopa caldosa, sin descuidar las pastas clásicas secas que se consumen en otros lugares.

Nuestros antepasados consumían gran cantidad de sopas caldosas, tanto en la época prehispánica como en el virreinato. Así este tipo de preparaciones es una constante tradicional de México. Dentro de las favoritas se encuentran las sopas aguadas de pasta.

Ricardo de la Vega, autor español de la famosa zarzuela "La Verbena de la Paloma", decía: "Siete virtudes tienen las sopas: quitan el hambre y dan sed poca. Hacen dormir y digerir. Nunca enfadan, siempre agradan y crían la cara colorada".

Además es importante recordar que una sopa dio origen a la palabra *restaurant*. En 1765, Boulanger en París, ofrecía cierto caldo restaurador de moda y para competir con otros establecimientos puso un letrero en latín: "*Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos*" ("Vengan a mí, todos aquellos cuyo estómago sufre, que yo lo restauraré"). La palabra *restaurabo* llamó la atención y de ahí nació el nombre de *restaurant*, como lugar donde se "repara el estómago vacío".

Guillermo Prieto, en su libro *Memorias de mis Tiempos*, narra cómo la comida cotidiana de una casa mexicana de la clase media en el siglo XIX se servía: "...entre una y dos de la tarde, se componía de caldo, con limón exprimido y chile verde estrujado; sopa ya sea de arroz o de fideo, además del puchero de rigor, presente en todas las casas mexicanas, separado en sus componentes, es decir: coles y nabos, garbanzos, ejotes, carne, jamón y espaldilla...".¹⁶ De acuerdo con los libros de cocina, como el "Manual del Cocinero y Cocinera Poblana" y "El Cocinero Mexicano", cuando había invitados en casa, la comida empezaba

cuando llegaban a la mesa dos sopas para escoger, la señora de la casa servía a cada comensal de acuerdo con su elección y una sirvienta llevaba el plato al lugar donde estaba sentado. Una de las sopas favoritas era la de fideo o de pasta de otras figuras y la otra una crema o sopa diferente.¹⁷ Inmediatamente después aparecía el puchero. Este guiso es heredero de la *adafina* sefardita de los siglos IX al XV y de la *olla podrida* del siglo XVII, y antepasado del cocido madrileño popular en España y también en los restaurantes españoles de la Ciudad de México de los siglos XX y XXI, donde todavía lo sirven por separado en tres platos que los gastrónomos llaman: sota, caballo y rey (verduras, garbanzos y carnes). Sin embargo, quien pide el cocido sabe que la comida comienza con el caldo del cocido, al cual agregan fideos o macarrones. El puchero toma su nombre de la puchera, una olla de barro español, y se hizo muy mexicano, todavía en la ciudad de Mérida todos los domingos en todas las casas se come puchero, pues allí toda la ciudad come lo mismo según el día de la semana y los domingos son días de puchero. Varios autores señalan que el caldo del puchero de ternera, res o carnero, o de las tres carnes, constituye la base de las demás sopas, entre ellas, la sin par sopa de fideos.

Cuando los extranjeros prueban las sopas de pastas, quedan maravillados, complacidos y enamorados de ellas. No se diga en aquellas fondas tradicionales donde llevaban a las mesas la sopa muy caliente en un tazón de dos orejas sobre la cual descansa un chile pasilla entero frito. Por ello, las grandes empresas desarrollaron en los años ochenta sopas instantáneas de pasta presentadas en sobres para consumo inmediato, pues su base es un consomé de pollo en polvo con tomate y fideos de tamaño regular.



TRADICIONES, INGREDIENTES Y PREPARACIONES PREDOMINANTES EN ESTOS 100 AÑOS EN MÉXICO

Varios documentos, entre ellos los recetarios y las crónicas, relatan la evolución de la pasta en México. Al inicio del siglo XX, todavía se usaban metates y molcajetes para moler; para quitar las semillas del jitomate, algunas cocineras colaban las salsas con un ayatito, mientras otras, antes de moler, sacaban las semillas de los jitomates con un alfiler. Así hacían las salsas y otras preparaciones. En 1920, todavía no se inventaba la licuadora, ni los otros aparatos eléctricos. No existían los refrigeradores ni los congeladores eléctricos. Para enfriar, se usaban gabinetes de madera forrados por dentro con láminas de plomo que tenían un compartimiento de lámina para poner hielos.¹⁸

¹⁸ Tania Carreño King, *La Cocina Mexicana a través de los siglos, VII. El Pan de cada día*, Fundación Herdez, Editorial Clío, México, 1997.



■ Página 133

Josefina Velázquez de León hizo famosa su escuela, donde las alumnas observaban las preparaciones gastronómicas mientras ella realizaba la demostración.

■ Página 133, óvalo izquierdo

Alejandro Pardo Landa estableció la primera escuela de cocina en México, en 1916.

■ Página 133, óvalo derecho

Josefina Velázquez de León fue sin duda la más ilustre maestra del arte culinario en México en esa época.

¹⁶ Guillermo Prieto, *Memorias de mis Tiempos*, CONACULTA, México, 1992, pp. 112-113.

¹⁷ *El Cocinero Mexicano*, 1831, tomo 1, México, CONACULTA, Culturas Populares, México, 2000.



CODO 3

La Moderna

100 años

La pasta número uno en México

CODO 3

100% Trigo durum

ENRIQUECIDA CON VITAMINAS + HIERRO + ACIDO FOLICO

Recetas en: www.lamoderna.com.mx

Cont. Net. 200 g



Todavía se cocinaba con leña o carbón, aunque comenzaban a usarse las estufas de petróleo. Controlar el calor de los guisos era una proeza, pues para bajar o subir la temperatura, no se podía moderar con una perilla, sino era necesario cambiar la cazuela de la hornilla del bracero y llevarla a otra donde hubiera mayor o menor cantidad de carbón según se necesitara. Los hornos eran de leña hechos de mampostería adosados a las paredes de las cocinas. Para gratinar, la operación era difícil, se hacía "a dos fuegos", para lo cual se tapaba el recipiente que contenía el guiso con un comal donde se ponían brasas incandescentes para dar calor por arriba y por debajo. Se usaban cazuelas de barro y moldes metálicos para cocer la pasta, no había refractarios. En algunas casas del siglo xx había estameñas u ollas altas con tapas perforadas para que, después de la cocción, se pudiera colar.

Las recetas mexicanas al inicio del siglo xx rara vez mencionan cantidades. Las cocineras eran verdaderamente buenas intérpretes y no tenían la necesidad de medir. Los tiempos se calculaban en Padres Nuestros, Aves Marías y Credos, además, las cocineras conocían la física aplicada a la perfección, dominaban los tiempos de cocción y determinaban por experiencia propia, el momento exacto para finalizar la ejecución. Imperaba la destreza para los quehaceres básicos. Las formas de cocción se hacían según las costumbres familiares heredadas de la abuela, en muchos casos partían en forma mecánica, irreflexiva y grotesca al agregar en forma innecesaria aceite, sal y cebolla al agua de cocción, además, las pastas no se cocían "al dente" como recomiendan los cánones italianos, sino hasta cuando se pegara una pequeña porción de pasta aventada a la pared de azulejos o todavía peor, por tradición familiar prolongaban el tiempo de cocción para hacer pastas exageradamente suaves, gusto muy arraigado en algunas familias hasta la fecha. Para el servicio, durante los años cincuenta fue moda importada de



Norteamérica poner una cuchara en la mesa, para enredar los spaghetis, costumbre jamás encontrada en Italia.

Las medidas cotidianas de las recetas eran puños, dedos, pizcas, tantos, tantitos, chorros, gotas y chorritos, libras y cuartillos. Para medir usaban cascarones de huevo, pocillos, escudillas, cazuelitas, jarritos, calderas, ollitas o dedales, aunque desde 1900, el Diario Oficial anunció el uso del sistema métrico decimal¹⁹ con las medidas oficiales modernas de kilos, litros, metros. En México el precio de los ingredientes se pagaba en centavos, quintos, veintes, pesetas, tostones o pesos, aunque en algunos lugares daban por cambio chicles y había clacos o pilones. En las cocinas aparecieron las balanzas de platillos y otras formas prácticas y cotidianas para medir, como tazas, cucharadas, latas. No faltó alguna cocinera que en su receta pidiera una "corcholata de

¹⁹ Vid Anexo en Vicenta Torres de Rubio, *Manual de Cocina Michoacana*, 1896, Fundación Herdez, México, 2005.



■ **Página 136**

Los manuales de cocina narran cómo era la comida cotidiana de las familias mexicanas de la clase media del siglo xix.

■ **Página 137, izquierda**

Todavía se cocinaba con leña o carbón, aunque comenzaban a usarse las estufas de petróleo.

■ **Página 137, derecha**

La cocina mexicana mantuvo los utensilios ancestrales y alternó su uso con materiales como el barro, hierro, cobre y latón.

Información Nutricional	Cantidad por porción		Porcentaje del VNR ²⁰ :			
Tamaño de la porción: 50 g Porciones por paquete: 4	Contenido energético	735.1 kJ (173.2 Kcal)	Carbohidratos (hidratos de carbono)	35.6 g	Vitamina B1 (Tiamina)	56 %
	Proteínas	5.9 g	Azúcares	1.4 g	Vitamina B2 (Riboflavina)	24 %
	Grasas (lípidos)	0.8 g	Fibra dietética	1.7 g	Niacina (Ácido Nicotínico)	31 %
	Grasa saturada	0.2 g	Sodio	2.9 mg	Ácido Fólico (Folacina)	31 %
					Hierro	18 %

* (VNR) Valor Nutricional de Referencia para la Población Mexicana (NOM-051-SCFI/SSA1-2010)



Mister Q" de pimienta. Había numerosas devociones, convencionalismos sociales y algunas supersticiones, entre ellas, para algunas personas, los tallarines, spaghettis, fideos y otras pastas largas, no debían cortarse porque enteros simbolizan la longevidad y la vida. El hecho de partirlos significaba cortar los años de vida.

A partir de 1930, aparecieron nuevos aparatos eléctricos como el tostador, la licuadora y la batidora. Las pastas se hacían más fácilmente, todavía las mesas de trabajo eran de granito o de madera a veces cubiertas con lámina. Colocaban los cacharros y múltiples recipientes colgados en las paredes. Algunas ollas, sartenes y los modernos moldes refractarios se ponían en estantes visibles. Había una despensa cercana a la cocina y un curioso espacio adosado a un muro con repisas pero con una parte sobresalida hacia un patio interior protegido con tela de mosquitero para mantener ventilados algunos ingredientes. La sabiduría culinaria mexicana mantuvo el uso de los utensilios ancestrales y alternó su uso según las necesidades e inflexiones con materiales como la piedra, barro, madera, hierro, cobre, latón o acero. Había parrillas y planchas de hierro, comales de barro o de lámina negra, metates y molcajetes de piedra, rallos, tazones, espumaderas y moldes de lámina; molinillos y un sinfín de cucharas, cucharitas y cucharones de madera, cuchillos: fileteros, cebolleros, mondadores, hachas o machetes.

■ **Página 138**

Los nutrimentos contenidos en la pasta juegan un papel muy importante para la salud.

■ **Página 140-141**

Las pastas de La Moderna, siempre presentes en la mesa de las familias mexicanas.

Entre más antigua es una cocina, se descubren técnicas más complicadas. Las cocineras de antaño sabían matar gallinas o guajolotes, escamaban y evisceraban ellas mismas los pescados, destazaban las carnes y molían en molcajetes hincadas en el suelo.

IMPORTANCIA DE LA PASTA EN LA NUTRICIÓN DE LAS FAMILIAS MEXICANAS

Los nutrimentos contenidos en la pasta juegan un papel muy importante para la salud. Se han clasificado, según las cantidades como se consumen, en macronutrimentos que son los hidratos de carbono que proporcionan 4 kcal/g, los lípidos que aportan 9 kcal/g y las proteínas que también aportan 4 kcal/g. Además de proporcionar energía, las proteínas sirven para reparar y mantener los tejidos del organismo.

Los micronutrimentos son los minerales que actúan como los electrolitos y las vitaminas, indispensables para la salud.

En cuanto al valor nutritivo, cada 50 g de pasta contienen 35.6 g de hidratos de carbono (carbohidratos), de los cuales solo 1.4 g son azúcares; aporta 5.9 g de proteínas; contiene 0.8 g de grasas totales (lípidos), 0.2 g de grasa saturada, 1.7 g de fibra dietética y 2.9 mg de sodio.

Con respecto al porcentaje de VNR²⁰, aporta 18% de hierro, 56% de tiamina o vitamina B1, 24% de riboflavina o vitamina B2, 31% de niacina y 31% de ácido fólico, con un aporte de energía (contenido energético) de 173.2 kcal o 735.1 kJ.

Dentro de los hidratos de carbono disponibles aparece tanto la fibra soluble como la insoluble. La fibra soluble es capaz de reducir los niveles de azúcar

²⁰ (VNR) Valor Nutricional de Referencia para la población mexicana (NOM-051-SCFI/SSA1-2010).

en la sangre, evitar enfermedades cardíacas, mejorar la flora intestinal, aumentar las defensas y evitar enfermedades como divertículos y el cáncer de colon. La fibra insoluble es responsable de mantener la regularidad intestinal porque mejora y facilita el movimiento del tracto digestivo, además satisface, produce saciedad y reduce el apetito y la sensación de hambre.

La pregunta obligada es: ¿La pasta engorda? De ninguna manera, no debe analizarse un solo alimento para conocer su aporte energético, sino el conjunto del esquema de costumbres cotidianas llamado dieta. Una dieta integral debe ser equilibrada, suficiente, variada, apropiada y saludable. Por ello se deben variar y no exagerar el consumo de diferentes alimentos y considerar entre los cereales algunas veces a las pastas.

El consumo de energía debe calcularse como las cuentas de dinero mediante una ecuación. Si:

Ingresos = gastos (no hay pérdida ni ganancia)
 Ganancia = Ingresos - gastos = ingestión - actividad física y metabolismo
 Ingresos de alimentos >> gastos = engorda
 Gastos >> ingresos de alimentos = adelgaza

Los gastos son el metabolismo basal (energía necesaria para funcionamiento de los órganos del organismo) y la actividad física. Actualmente se recomienda consumir frutas y verduras, entre ellas leguminosas, por lo menos dos raciones al día, cereales y granos en cantidad suficiente, poca carne y lo menos posible de grasas y azúcares.

¿QUIÉNES SON LOS MAYORES CONSUMIDORES DE PASTA?

El ser humano es un ser biopsicosocial que tiene necesidades biológicas, psicológicas y sociales. La mamá y la abuela inculcan en los niños hábitos heredados por ellas y sus gustos. Saben halagar a través del gusto y según la sazón a los niños para satisfacer su aspecto biológico de nutrición. Gracias a las figuras de las pastas, la comida de los pequeños se convierte en un juego, donde pueden analizar las formas de la pasta, aprender a leer con una sopa de letras, desarrollar un mundo de imaginación con los coditos, engranes, figuras que hacen alusión a los deportes o a seres prehistóricos como dinosaurios. Además con las pastas largas pueden jugar con cuerdas, alambres o mecates.

Cuando crece el joven interviene su vanidad y esencia psicosocial, donde ante una invitación elige desde lo más sencillo y cotidiano, hasta lo más sofisticado y elocuente, donde puede elegir sus gustos particulares y buscar diferentes experiencias, conocer lugares y viajar, así como hacer alarde de cómo comer y cómo acompañar sus alimentos. Un hombre o mujer maduros y equilibrados moldearán sus gustos y refinamientos con el tiempo. Los más entusiastas, cocinarán las pastas para halagar y conquistar a sus amistades, pues la cocina de las pastas, por su sencillez, puede ser el primer escalón para crear un nuevo cocinero o un gourmet.

Desde el punto de vista económico, las pastas gozan de gran prestigio tanto en restaurantes como en los hogares pues su costo es bajo y se pueden preparar numerosos alimentos con ellas, además son fáciles de guardar, de larga duración y ligeras para transportarlas.

De esta manera podemos concluir que las pastas son para todas las edades y para todos los gustos.



BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Aguilar, José Ángel. *La Revolución en el Estado de México*. México: Ediciones del Gobierno del Estado de México, 1987.
- Alanís Boyzo, Rodolfo. *El Estado de México durante la Revolución Mexicana (1910-1914)*. Toluca: Gobierno del Estado de México, 1985.
- Albíter Barrueta, Ángel. "Los periódicos de Toluca". *Siglo y Medio. Sumaria Tolucense*. Ciudad de México: Ayuntamiento de Toluca, 1981, pp. 181-234.
- AMABPAC. *1914: La Revolución Mexicana y la Gran Guerra*, México, 2015.
- Ayala Lagunas, Francisco. *Resistencia de los hacendados ante el proceso de reforma agraria. El caso de la hacienda de "La Huerta", propiedad de la familia Henkel, 1915-1935*. Tesis de licenciatura. Toluca: UAEM, 2018.
- Archivo Histórico Municipal de Toluca de Lerdo. Expedientes de Comercio, años 1919-1925.
- Ávila Palafox, Ricardo. *¿Revolución en el Estado de México?* México: INAH, Gobierno del Estado de México, 1988.
- Ayuntamiento de Toluca. *Breve historia de la Plaza Cívica de Toluca*. México: Autor, 1977.
- . *Primer centenario del Paseo Colón 1892-1992*. Toluca: Autor, 1992.
- Baranda, Marta y Lía García (comps.). *Estado de México. Textos de su historia*. Toluca: Gobierno del Estado de México, Instituto Mora, 1987.
- Coordinación General de Comunicación Social. *La Revolución en el Estado de México*. No. 11. Toluca: Gobierno del Estado de México (Serie Identidad Estatal).
- Curiel Monteagudo, José Luis I. *Virreyes y Virreinas Golosos de la Nueva España*, Editorial Porrúa, 2011.
- Escamilla García, Ana Paula. *Los paseos dominicales en Toluca durante el porfiriato*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México, 2001.
- Figuroa Doménech, J. *Guía General descriptiva de la República Mexicana*, Editor Ramón de S.N. Araluce.
- García G., Rodolfo. *Cosas de Toluca*. Toluca: Gobierno del Estado de México, Ayuntamiento de Toluca, 1987.
- García Luna, Margarita. *La prensa del Estado de México en el siglo diecinueve*. Toluca: Gobierno del Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de México, 1986.
- , coord. *Los orígenes de la industria en el Estado de México (1830-1930)*. Toluca: Instituto Mexiquense de Cultura, 1998.
- . *Toluca en el porfiriato*. Toluca: Gobierno del Estado de México, 1986.
- . *Una ciudad y dos causas sociales a través del tiempo. Antología de textos históricos*. Toluca: FOEM, 2014.
- Garrido, Isauro Manuel. *La ciudad de Toluca*. Edición facsimilar de la de 1883. Ciudad de México: Biblioteca Enciclopédica del Estado de México, 1975.
- Gutiérrez Gómez, José Antonio. *El impacto del movimiento armado en el Estado de México (1910-1920)*. Toluca: Gobierno del Estado de México, Instituto Mexiquense de Cultura, 1997.
- Manual del cocinero y cocinera*, del periódico literario La Risa. Imprenta de José María Macías, Puebla, 1849.
- Miño Grijalva, Manuel. "La industria". *Historia general del Estado de México. República Restaurada y Porfiriato*. Vol. 5. Zinacantepec: Gobierno del Estado de México, El Colegio Mexiquense, 1998, pp. 219-265.
- Montes de Oca, Elvia. *Política laboral y corporativismo en el Estado de México 1934-1940*. México: El Colegio Mexiquense, Tecnológico de Monterrey, 2000.
- Novo Valencia, Gerardo. *La ciudad de Toluca. Casa, vestido y sustento (Sustento)*. Toluca: Ayuntamiento de Toluca, 2015.
- . Novo Valencia, Gerardo. *Guía turística de Toluca*. Ayuntamiento de Toluca, 1982-1984.
- . *Toluquerencias*. Toluca: Fondo Editorial del Estado de México, 2015.
- Pilcher, Jeffrey. *¡Que vivan los tamales! Food and the Making of Mexican Identity*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1998.
- Peñaloza García, Inocente. *Toluca, sucesos del siglo XX*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México, 2001.
- Rangel Vda. De Pardo, Justina. *El verdadero práctico*. Herrero Hns. Sucesores, México, 1928.
- Recillas Enecoiz, Luis. *Atisbo a los inicios del cine en Toluca, 1896-1910*. Metepec: Ayuntamiento de Toluca, Editorial Norte/Sur, 2013.
- Reverter, Javier. "Para Eduardo Monroy". Documento personal. Toluca: mayo 18, 1963.
- Salinas, Miguel. *Datos para la historia de Toluca*. Edición facsimilar. Toluca: Ayuntamiento de Toluca, 1986.
- Sánchez García, Alfonso. *Historia del Estado de México*. México: Gobierno del Estado de México, 1974.

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

Alamy: 38, 39 • Alfonso Sánchez García: 13, 14, 21 izq., 45 • Archivo La Moderna: 4 central, 8 sup., 24-25, 44, 49, 52, 57, 84 inf., 102, 103, 138 • Archivo Histórico Municipal de Toluca de Lerdo: 34-35 • Carlos José Urquijo: Portadilla, 4 sup. der., 5 inf, 6, 108 inf., 115, 119, 120, 125, 126, 131, 134-135 • Elias Ascencio Tinajero: 4 inf., 5 sup., 8 central, 42 der., 51, 52, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 68, 69, 70, 72, 73, 75, 79, 84 sup. y central, 86, 89, 96, 100-101, 107, 108 sup. der., 110, 141 • Familia Vendrell: 32 • Istock: 37 • México en fotos: 10, 12, 18, 19 • Pixabay: 4 sup. izq., 42 izq., 108 sup.izq. y central, 116, 137 der.

Tomadas de libros:

1914: La Revolución Mexicana y la Gran Guerra: 26, 122 • El Verdadero Práctico: 133 óvalo izq. • Guía General descriptiva de la República Mexicana: 21 óvalo izq., 23, 27, 29 izq. • Guía turística de Toluca: 8 inf. • La ciudad Provinciana de Toluca en los años cincuenta: 33 • Las mejores recetas de la academia de cocina Velázquez de León: 133 izq. y óvalo der., 137 izq. • Los orígenes de la industria en el Estado de México (1830-1930): 15, 21 óvalo der., 22, 31 • Manual del cocinero y cocinera: 136 • Toluca: los trabajos de la memoria: 16-17, 20, 28, 29 der. • Virreyes y Virreinas Golosos de la Nueva España: 112 • World History, The human experience. The early age: 36

Entrevistas realizadas por Índice Editores:

Alberto Felipe Campos Reza • Don Jorge Garcés (Q.E.P.D.) • Federico Gaona García • José Orozco • Laura Yaber • Lizzeth Torrijos

Agradecemos sinceramente a quienes nos apoyaron con la iconografía y fotografías del libro:

Chef Gustavo Chávez Águila • Familia Ortega García • Familia Serrano García • Familia Zárate Gutiérrez • Félix Suárez • Karen Miranda López • Nuria Vendrell Vendrell • Ricardo Garduño • Rode Raquenel Congo García • Rodrigo Sánchez Arce • Sandybell Juárez

- . *Monografía municipal. Toluca*. Toluca: Gobierno del Estado de México, 1985.
- . *Toluca en la pluma del profesor "Mosquito"*. Toluca: Ayuntamiento de Toluca, 2015.
- . Introducción, fotografía y notas. *Toluca: los trabajos de la memoria*. Toluca: Ayuntamiento de Toluca, 1992.
- Sandoval Santana, Yolanda. "Manifestaciones de la cultura, 1900-1960". *Historia general del Estado de México. De la Revolución a 1990*. Vol. 6. Zinacantepec: Gobierno del Estado de México, El Colegio Mexiquense, 1998, pp. 343-357.
- Serventi, Silvano y Françoise Sabban. *Pasta. The Story of a Universal Food*. NY: Columbia University Press, 2002.
- Shelke, Kantha. *Pasta and Noodles. A Global History*. London: Reaktion Books Publication, 2016.
- Velázquez de León, Josefina. *Las mejores recetas de la academia de cocina Velázquez de León*. Ediciones J. Velázquez de León, 1952.
- Von Mentz, Brígida. "La estructura social". *Historia general del Estado de México. República Restaurada y Porfiriato*. Vol. 5. Zinacantepec: Gobierno del Estado de México, El Colegio Mexiquense, 1998, pp. 319-351.
- World History, The human experience. The early age*. Glencoe-McGraw-Hill, 1999.
- Zanini De Vita, Oretta. *Encyclopedia of Pasta*. California: University of California Press, 2009.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos su valioso apoyo a quienes nos concedieron entrevistas:

Entrevistas realizadas por Maricruz Castro Ricalde:

Aurelio Cardoso Hernández • Bertha Martínez Garcela • Carlos Alejandro Monroy Carrillo • Eduardo Monroy Carrillo • José Antonio Monroy Carrillo • José Carmen Gualito Gómez • José Francisco Monroy Carrillo • Luis Miguel Monroy Carrillo • Margarita Segura Vázquez



TRADICIÓN
CALIDAD y
SABOR

Se terminó de imprimir en el mes de septiembre de 2020
en los talleres de Servicios Profesionales de Impresión, S.A. de C.V.
Calle Geranio 307, Colonia Santa María Insurgentes,
Del. Cuauhtémoc 06430 Ciudad de México, CDMX
En su composición se usaron tipos
de las familias URW DIN, Roboto y Hiruko Pro.
Se imprimió en papel couché mate de 150 g.
La edición consta de 2,000 ejemplares.

