



Jurídico

EL SIAPEM PROMUEVE COLOCACIÓN DE PLACA SOBRE LA IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

LEER MÁS



Eventos

156ª JUNTA DE CONSEJO NACIONAL Y ASAMBLEA GENERAL DE CANIRAC

LEER MÁS



Eventos

MIT WIL 2026: LIDERAZGO QUE TRANSFORMA LA INDUSTRIA

LEER MÁS



Industria

NI TEQUILA NI MEZCAL: DESTILADO DE PULQUE

LEER MÁS



Nuestros Socios

CHA CHA CHÁ LLEGA A SAN ÁNGEL

LEER MÁS

DIRECTORIO Proveedores AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

CONSULTA AQUÍ

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



Tendencias

BACK TO BASICS

LEER MÁS



Gastronomía

¿QUÉ ES LA COCINA HOY?

LEER MÁS



Sustentabilidad

5 TIPS PARA REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL DENTRO DE LA COCINA DE TU RESTAURANTE

LEER MÁS



Política Asuntos Públicos

MUNDIAL 2026: LA PRUEBA DE FUEGO PARA EL SECTOR

LEER MÁS



Capital Humano

LA ROTACIÓN EN RESTAURANTES

LEER MÁS

Mifel el banco que te paga por ahorrar:

10% anual*

tu dinero y rendimiento, siempre disponible.

Abre tu cuenta

en solo 5 minutos





CAPACITACIÓN

Principios de Inteligencia Artificial aplicada a la Operación y Administración de Restaurantes

Para propietarios, gerentes, administradores y jefes de área

lunes **9 MARZO**

9:00 a 14:00 hrs.

\$2,000 SOCIOS

\$2,800 NO SOCIOS

Superior de Gastronomía: Av. Sonora 189, Hipódromo Condesa, CDMX

- Temario**
1. IA sin miedo: qué es y qué NO es la Inteligencia Artificial.
 2. IA aplicada a la operación diaria del restaurante.
 3. IA para administración, finanzas y toma de decisiones.
 4. IA para experiencia del cliente, marketing y ventas.
 5. HONHAB: IA aplicada a la creación de platillos.

Instructor

Mtro. César Emilio
Tena Rodríguez



Consultor en desarrollo de negocios con más de 12 años de experiencia ayudando a empresas a crecer, ordenar su operación y tomar mejores decisiones con datos.

Noemi Alarcón
nalarcon@amr.org.mx
T. 55 5250 1146

f i X in @AMRrest





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

PROGRAMA SEMESTRAL DE CAPACITACIÓN 2026

PRÓXIMO CURSO

MARZO **9**
lunes

9:00 a 14:00 hrs.

Principios de IA aplicada a la
operación y administración
de restaurantes

Instructor: César Emilio Tena Rodríguez



ABRIL **27 y 28**
lunes martes

9:00 a 14:00 hrs.

Ingeniería del menú

Instructor: Fernando del Moral Muriel
Coordinadora: Martha Infante Bernal



MAYO **25 y 26**
lunes martes

9:00 a 14:00 hrs.

Taller de técnicas
de ventas sugestivas

Instructor: Fernando del Moral Muriel
Coordinadora: Martha Infante Bernal



JUNIO **29 y 30**
lunes martes

9:00 a 14:00 hrs.

Cómo desarrollar el área de
banquetes en tu restaurante

Instructor: Fernando del Moral Muriel
Coordinadora: Martha Infante Bernal



DEL
MORAL
ASESORES

INICIO





AMR

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE RESTAURANTES, A.C.
DESDE 1948

ÚNETE *a la* AMR



amr.org.mx

77 AÑOS
Representando a la
industria restaurantera
en México y el mundo

INICIO





Jurídico

EL SIAPEM PROMUEVE EN SU PÁGINA WEB LA COLOCACIÓN DE UNA PLACA EN LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES SOBRE LA IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

TEXTO: Fernando Trejo, Jurídico AMR

El Sistema Electrónico de Avisos y Permisos de Establecimientos Mercantiles (SIAPEM) está promoviendo en su página electrónica, el cumplimiento de la Ley por parte de los Establecimientos Mercantiles con la igualdad y la discriminación. Exige la exhibición de la Placa COPRED en lugar visible a la entrada de los Establecimientos Mercantiles como muestra de su compromiso con la igualdad y no discriminación.

Para ello, los Establecimientos Mercantiles, deberán colocar en el exterior, en lugar visible una placa con dimensiones mínimas de 60 por 40 centímetros, con la siguiente Leyenda:

Deberán exhibirse también, los números de sitios de taxi autorizados por la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México, prestar apoyo a quienes requieran información de ese servicio. El número telefónico y la página electrónica que establezcan las Alcaldías y el Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México, para la atención de quejas ciudadanas sobre irregularidades en el funcionamiento de los establecimientos mercantiles. Número telefónico de LOCATEL y 911 de emergencia.



CIUDAD DE MÉXICO
CAPITAL DE LA TRANSFORMACIÓN



COPRED

ESTÁ PROHIBIDO DISCRIMINAR
EN ESTE ESTABLECIMIENTO

En la CDMX se prohíbe negar, excluir o distinguir el acceso o prestación del servicio a cualquier persona o colectivo social por el tono de su piel, origen étnico, nacional, raza, lengua, sexo, género, edad, discapacidad, condición jurídica, social o económica, identidad indígena, identidad de género, apariencia física, condiciones de salud, religión, formas de pensar, orientación o preferencia sexual, por tener tatuajes, perforaciones o cualquier otra razón que tenga como propósito impedir el goce y ejercicio de los derechos humanos.

CUALQUIER ACTO DE DISCRIMINACIÓN PODRÁ SER DENUNCIADO.

LÍNEA NO DISCRIMINACIÓN
LOCATEL 55 5658 1111

LÍNEA DE SEGURIDAD
DEL CONSEJO CIUDADANO
55 5533 5533

LOGO
ESTABLECIMIENTO

INICIO



BOLETÍN

AMR-DICARES

Eventos

156ª JUNTA DE CONSEJO NACIONAL Y ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA DE CANIRAC

TEXTO: Itzel Paniagua, Directora Adjunta AMR · CANIRAC

La Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) y DICARES estuvieron presentes en la 156ª Junta de Consejo Nacional y Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de la CANIRAC, así como en la toma de protesta de nuestro querido amigo Taico Alarcón como Presidente Nacional de CANIRAC por un periodo más (2026-2027).

Reconocemos la importancia de estos espacios de diálogo y coordinación para el fortalecimiento del sector restauranero a nivel nacional.

Desde la AMR y DICARES, extendemos nuestros mejores deseos para que este nuevo periodo al frente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) esté marcado por grandes logros, unidad y un impulso decidido al crecimiento de la industria.





Ignacio Alarcón asume por tercer año la Presidencia Nacional de CANIRAC y llama a fortalecer al sector en 2026

En el marco de la Asamblea Nacional celebrada el 26 de febrero en la ciudad de Puebla, con la participación de restauranteras y restauranteros provenientes de todo el país, Ignacio Alarcón Rodríguez Pacheco asumió por tercer año consecutivo la Presidencia Nacional de la CANIRAC, enviando un mensaje claro de unidad, continuidad y firme representación del sector restaurantero mexicano.

Durante la sesión también se llevó a cabo la toma de protesta de la Comisión Ejecutiva Nacional, integrada por liderazgos de todo el país, consolidando una estructura sólida que fortalece la interlocución de la Cámara ante los tres órdenes de gobierno y los principales actores económicos.

Al rendir su mensaje, el presidente nacional afirmó que este periodo no representa solo continuidad, sino una etapa de consolidación estratégica: *“Defender a los restaurantes es defender a millones de familias mexicanas”*, expresó.

Recordó que la industria genera más de 2.5 millones de empleos directos y es uno de los pilares del turismo, la economía y la cohesión social del país. Subrayó, además, que el sector ha demostrado resiliencia y responsabilidad

en momentos complejos, actuando siempre con prudencia, coordinación y priorizando la seguridad de colaboradores y comensales.

Rumbo al Mundial 2026 y ante un entorno económico desafiante, Ignacio Alarcón señaló que el eje central de esta nueva etapa será la profesionalización del sector, impulsando capacitación, innovación tecnológica, mejores prácticas operativas y mayor competitividad para los establecimientos.

CANIRAC fortalecerá su agenda institucional mediante el diálogo permanente con autoridades, el acompañamiento puntual a sus delegaciones y la construcción de políticas públicas que brinden certidumbre y condiciones justas para el crecimiento del sector.

Por su parte, la Presidenta Ejecutiva Nacional, Claudia Ramírez del Palacio, destacó que la fortaleza de la Cámara radica en su cohesión interna y en el compromiso diario de quienes integran el gremio: *“CANIRAC no es un nombre ni un edificio; CANIRAC son las personas que todos los días levantan la cortina de un restaurante y generan empleo, identidad y comunidad”*.

La Asamblea Nacional reafirmó que el gremio restaurantero continuará avanzando con responsabilidad social, visión sostenible y determinación estratégica. Porque cuando la industria restaurantera avanza, avanza México.

INICIO



MIT WIL 2026

MindHacking Experience & Wine

BOLETÍN
AMR-DICARES



Eventos

MIT WIL 2026: LIDERAZGO QUE TRANSFORMA LA INDUSTRIA



TEXTO: Joanna Vallejo, Sommelier de la Asociación Mexicana de Restaurantes.
Presidenta Fundadora, Asociación de Mujeres del Vino en México

El próximo 5 de marzo, de 9:30 a.m. a 6:00 p.m., la Asociación de Mujeres del Vino en México celebrará la segunda edición de MIT WIL 2026: Women in Leadership, Powered by Wellnex, en el Colegio Superior de Gastronomía, institución académica referente del sector y orgulloso miembro de la Asociación Mexicana de Restaurantes.

Este encuentro reunirá a 120 mujeres líderes de la industria vitivinícola y gastronómica —enólogas, sommeliers, directivas comerciales y creadoras de opinión— en una plataforma diseñada para fortalecer competencias directivas, liderazgo estratégico y toma de decisiones dentro del sector.

La jornada integra conferencias con líderes internacionales, networking de alto impacto y experiencias sensoriales donde el vino es eje articulador. Durante el evento se presentará también el vino oficial de la Asociación, símbolo del trabajo colaborativo y visión de largo plazo de esta red profesional.

Fundada en 2020, Mujeres in Taninos es hoy la asociación líder en México y una de las tres más relevantes a nivel global dedicadas a profesionalizar y visibilizar el liderazgo femenino en la industria de vinos y destilados.

Para los restaurantes afiliados a la AMR, MIT WIL representa una inversión estratégica en talento, cultura organizacional y competitividad.

Impulsa la participación de tus líderes y forma parte de esta conversación que está moldeando el futuro del sector.

Registro y boletos:

<https://www.sommelieralacarta.com/event/mit-wil-2026-2/register>

“Este evento también abre sus puertas a nuestros grandes aliados: los hombres de la industria, quienes se suman a la conversación y al encuentro a partir del cóctel de networking y la comida en el restaurante Nido, porque el liderazgo se construye en colaboración”.





INICIO



NUEVA Modelo0%

100% SABOR MODELO
0% ALCOHOL



18 0.4% ALC.VOL ALIMENTATE SANAMENTE

INICIO





Industria

NI TEQUILA NI MEZCAL: DESTILADO DE PULQUE

TEXTO: Ricardo Alexander M.

En las últimas décadas, los destilados mexicanos lograron brillar en el mundo. Primero el tequila cruzó la frontera hasta llegar a considerarse uno de los espirituosos más cotizados a nivel global, compitiendo con gigantes del mercado como el vodka, el ron y el whisky. Le siguió el mezcal, cuyo crecimiento se consolida cada año. Y están formándose otros destilados, como el sotol o el bacanora, que igualmente cuentan con denominación de origen.

De acuerdo con datos del Consejo Regulador del Tequila (CRT), de enero a diciembre de 2025 se produjeron 583.53 millones de litros de este espirituoso, frente a los 495.8 millones de litros registrados en el mismo periodo de 2024, lo que representa un incremento de 17.7%.

Esta historia del agave o maguey sigue evolucionando y ahora renace en un espirituoso 100% mexicano que está listo para ganarse un lugar en el mundo de los destilados y de la coctelería internacional: el destilado de pulque, que remite al fermento más antiguo de lo que hoy se conoce como México.

Según los vestigios arqueológicos encontrados en territorio mexicano, el pulque se elabora desde hace por lo menos 3,000 años por

grupos indígenas como los otomís, los mexicas y los toltecas, principalmente ligado a temas religiosos.

Con la llegada de los españoles, el pulque perdió este misticismo y se volvió accesible para gran parte de la población, convirtiéndose en la bebida más “democrática” por siglos. Así continuó hasta mediados del siglo XX, cuando las empresas cerveceras lograron, en gran parte mediante una campaña de desprestigio, tomar su lugar como la bebida favorita de los mexicanos.

Algunas haciendas pulqueras trataron de sobrevivir a ese embate destilando las enormes cantidades de pulque que producían, pero en ese momento el espirituoso no logró permear en la sociedad y la industria pulquera comenzó una decadencia de la cual no se ha podido recuperar del todo, casi cayendo en la extinción.

Mientras tanto, el mundo fue cambiando, así como las preferencias en bebidas con contenido alcohólico. Los destilados de agave se volvieron tendencia a nivel mundial por su calidad, sabor e historia. No por nada el mercado estadounidense consume más tequila que whisky, sólo por detrás del vodka.





Bajo esta premisa, resulta necesario destacar que el destilado de pulque es la versión más pura del maguey en un espirituoso, principalmente porque, a diferencia del tequila y del mezcal, no pasa por un proceso de cocción de la piña. De esta forma conserva mejor las notas frescas y lácticas del pulque y, además, se evita la generación de ciertos compuestos indeseables –como el metanol– que suelen asociarse con la resaca cuando se consumen.

En el mercado mexicano actualmente existen alrededor de una veintena de destilados de pulque, y su producción sigue en aumento. Uno de ellos es NSOKI, elaborado en Nopala de Villagrán, en el estado de Hidalgo.

NSOKI se produce con una graduación alcohólica de 36% y se destila dos veces en alambiques tradicionales de cobre. Aun siendo un producto relativamente nuevo, ya ha ganado dos medallas

de plata en el Concurso Mundial de Bruselas, uno de los principales galardones de la industria de los espirituosos.

Restaurantes como Baldío, Pujol y Palmares, en la Ciudad de México, ya lo han incluido en su oferta de destilados y coctelería como una nueva opción de espirituosos mexicanos. Su perfil lo hace ideal para barras que buscan innovar con cócteles de baja intervención, destilados de origen y propuestas que cuenten historias de territorio y tradición.

Lo que es un hecho es que nuestro país sigue innovando y todavía tiene mucho que ofrecer en el mundo de los destilados de agave y maguey. El destilado de pulque es una oportunidad para que los restaurantes en México amplíen su carta, diferencien su propuesta y participen desde ahora en la construcción de la siguiente gran categoría de espirituosos mexicanos.

INICIO





Nuestros Socios

CHA CHA CHÁ LLEGA A SAN ÁNGEL: EL RENACER DE UN ÍCONO EN EL SUR DE LA CIUDAD

TEXTO: Emilio Moraita

Tras décadas de historia en una de las esquinas más emblemáticas del sur de la capital, la intersección de Avenida de la Paz e Insurgentes se transforma. Donde por más de 50 años habitó un clásico Sanborns, hoy abre sus puertas **Cha Cha Chá San Ángel**, una propuesta que fusiona el respeto por el patrimonio arquitectónico con la vitalidad de la gastronomía mexicana contemporánea.

Dirección: Av. Insurgentes Sur 2105, San Ángel, CDMX (esquina Av. de la Paz e Insurgentes)
Teléfono: 55 9680 9362 · Contacto: emilio@chachacha.mx
IG: [@chachacha.restaurantes](https://www.instagram.com/chachacha.restaurantes)



Un homenaje a la arquitectura de hacienda

El proyecto de restauración, liderado por los talentosos arquitectos Andrea Martínez y Mario Salim, se centró en “dar vida” a un espacio que ya era hermoso por naturaleza. Con una curaduría meticulosa, se rescató la cantera original y se aclararon las maderas para aportar luminosidad, manteniendo intactos los atributos que definen su carácter: vitrales originales, techos de madera pintados a mano y la imponente fuente central que preside el salón principal.

Si bien la piel del edificio se mantuvo fiel a su esencia de hacienda, sus “entrañas” fueron totalmente renovadas. El restaurante cuenta

ahora con instalaciones de primer nivel, destacando una panadería y tortillería artesanal ubicada al centro del salón, permitiendo que el aroma y el proceso de la tortilla hecha a mano sean parte de la experiencia visual del comensal.

La cocina: Tradición con pulso actual

La propuesta gastronómica corre a cargo de los chefs Jorge Guerra y Salvador Reyes, piezas clave del grupo que ahora rinden homenaje a las raíces mexicanas. En sus propias palabras, la cocina de **Cha Cha Chá San Ángel** es como si “San Ángel Inn y El Cardenal tuvieran un hijo en 2026”: platos con alma tradicional ejecutados con técnica y vanguardia.





Tres atmósferas

Con capacidad para 230 comensales, el restaurante ofrece tres experiencias diferenciadas para cada momento del día:

- **El Salón Principal:** Bajo techos de doble altura y rodeado de vitrales, es el espacio ideal para comidas familiares con la fuente como testigo.
- **La Terraza:** Un espacio con ritmo propio y grandes ventanales, diseñado para disfrutar con amigos en una atmósfera más relajada.
- **La Cantina:** Con el espíritu clásico de la CDMX, pantallas para eventos deportivos y descansa-

vasos para “echar la ficha” mientras se disfruta de una barra completa.

Apostando por el vecindario

La llegada de **Cha Cha Chá** a San Ángel responde a una visión clara: descentralizar la oferta gastronómica de la Ciudad de México. “Sentimos que zonas como la Roma y Condesa están saturadas. Decidimos apostar por el sur porque San Ángel es una zona vital que requiere sangre nueva y conceptos que respeten su identidad pero miren hacia el futuro”, comentan los fundadores.



INICIO



Impulsando el SABOR



EXPERTOS
FOOD SERVICE

herdezfoodservice.com.mx | Call Center: 800-228-9437

 @HerdezFS  @HerdezFoodServiceOficial  @HerdezFoodService  Herdez Food Service  Herdez Food Service



INICIO





Pomme
et
citron

Tendencias

BACK TO BASICS

TEXTO: Gabriela Ruiz, dueña y fundadora de Pomme et Citron

El inicio del 2026 ha estado cubierto de eventos que han impactado nuestra energía, nuestra manera de ver el mundo y como nos relacionamos con los demás.

Ha cambiado nuestros hábitos, la tendencia del cero alcohol, la vida Fit y las cosas orgánicas invaden hasta los rincones más escondidos de este mundo. Esto también se ha visto reflejado en la industria restaurantera en donde la línea está cambiando más y más a un enfoque del uso consciente de los ingredientes sin artificios innecesarios, es decir lo que la tierra nos da, lo no procesado.

Restaurantes que antes tenían como platillos principales jugosos cortes han cambiado totalmente la perspectiva de sus propuestas y todos los días se inauguran nuevos restaurantes en donde tienen una infinidad de propuestas con verduras que ni si quiera conocíamos. La

industria de lo sano ha llegado a tal sofisticación que hoy puedes degustar platillos que parecen salidos de un sueño totalmente sanos y con factores nutricionales importantes para las personas, introduciendo también la decoración con flores comestibles que le dan un toque más especial.

La presentación de un plato siempre es y será la conexión con el cliente, es la comunicación visual y plasma la identidad de cada chef. Es en el emplatado en donde se ve reflejada también la tendencia a regresar a lo cotidiano: mesas menos sofisticadas en donde lo que habla es la comida, sentirte como en casa de tu abuela en donde sacaban platos de distintas vajillas que no combinaban.

Vajillas orgánicas con colores mate retomando así la paleta de la naturaleza que tanto queremos recuperar.





Maderas, fibras naturales, platos grandes con porciones pequeñas pero no insuficientes, estableciendo los límites saludables para comer, colores como arena, beige, verdes que dan paz y sostenibilidad visual.

Platos asimétricos sin formas conocidas parecidas a las formaciones de las piedras que encuentras en el mar.

Platos de piedra, tendencia a utilizar brazas, invocando los 4 elementos: tierra, agua, fuego y aire que forman el mundo material y espiritual del ser humano.

El mundo está migrando hacia la sustentabilidad en todos los ámbitos de la vida y se ve reflejado en tendencias de moda, decoración, hábitos y sobre todo en las mesas de los restaurantes en donde se pretende conectar con el comensal en un nivel más espiritual regresándolo a ese mundo

en donde quedaba fuera la codependencia con el celular y la gente se veía a la cara y platicaba en las mesas de los restaurantes, disfrutando el platillo con todos los sentidos, sin necesidad de tomarle foto para demostrarle al mundo en donde estás, que comes y con quien, sin darle la connotación de disfrute que debería.

Lo único que puedo decir si, hacia allá vamos y si, si take me back, back to basics.

Grand San Ángel

C. de la Amargura 17-Local 8, San Ángel, CDMX

Plaza Andaro

Avenidal del Carmen 4, Avandaro, Valle de Bravo, México

Sitio Web: pomme-citron.com

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

INICIO





Gastronomía

¿QUÉ ES LA COCINA HOY?

TEXTO: Jorge Dumit, Chef Ejecutivo de Alfredo di Roma, Grupo Presidente

Hoy, la cocina es una oportunidad para enseñar quiénes somos. Y sí, lo digo como si fuera algo fácil de lograr. Pero no lo es.

Cada vez que pruebo uno de mis platos siento que podría mejorar: en el montaje, en los sabores, en la técnica. Siempre hay algo que ajustar, algo que perfeccionar. El paladar es profundamente personal y, aun así, el oficio exige rigor.

Recuerdo que un maestro me decía: “*en gustos se rompen géneros*”. Y aunque tiene razón, intentemos mirarlo desde otro ángulo. Si todo fuera solo cuestión de gustos, probablemente escucharíamos más reggaeton que música clásica —lo digo con sarcasmo, por supuesto—. Incluso dentro de lo que llamamos belleza existen parámetros medibles, puntos claros que indican cuándo algo está bien hecho. Y esa clasificación importa.

Eso me lleva a otra frase que siempre me acompaña, dicha por un amigo enólogo, quien se preguntaba y respondía a sí mismo: ¿El buen vino es el que te gusta? No. El buen vino es el que está bien hecho. Que te guste o no, ya es tu problema. Mi trabajo como enólogo es hacer un buen vino.

Estas dos posturas, incómodas pero necesarias, son las que muchas veces nos cuestan trabajo a los cocineros:

Hacer las cosas bien.

Usar buen producto.

Vender a un precio justo.

Ser consistentes.

Dar buen servicio.

Dejar de creernos artistas y asumirnos como lo que somos: profesionales, ejemplos y líderes.





Y todo eso me recuerda una frase hermosa:
“El que no vive para servir, no sirve para vivir”.

Ahí es donde la pasión se nota. Donde el corazón enciende el alma del comensal. Donde se percibe el amor que cada cocinero pone en sus platos. Considero que esa es una de mis mayores fortalezas.

Hoy, al estar al frente de un restaurante italiano, una cocina cargada de historia y tradición, surgen preguntas inevitables:
¿Hay que cambiar algo que funciona bien?
¿Qué lugar tiene la creatividad dentro de lo tradicional?

Todas las respuestas posibles son válidas. No se trata de arreglar lo que no está roto, sino de dejar huella haciéndolo mejor. De aplicar mejores técnicas. De permitir

que nuevas generaciones prueben, se equivoquen, experimenten. Pero, sobre todo, que aprendan a sentir y a disfrutar este oficio, que no es sencillo.

Llegué a un lugar donde el producto debe lucir más que el ego. Donde las recetas tradicionales no se pueden ni se deben tocar. Pero esa columna vertebral nos permite construir: darle brazos y piernas a un proyecto sólido, honesto y vivo.

Si hacemos las cosas bien, dejaremos huella.
Honrando la cocina italiana.
Usando los mejores productos.
Con pesca fresca todos los días.
Con trazabilidad.
Con técnica.
Pero, sobre todo, con verdaderas ganas de servir.

INICIO

Sustentabilidad

5 TIPS PRACTICOS PARA REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL DENTRO DE LA COCINA DE TU RESTAURANTE

TEXTO: Gabriela Gómez, VP Responsabilidad Social AMR

La sustentabilidad no es moda ni una aspiración a largo plazo, sino una condición esencial para la competitividad, la resiliencia y el crecimiento económico, esto de acuerdo con el Foro Económico Mundial (WEF), integrando la transparencia y la optimización como ejes de supervivencia económica.

Las soluciones sostenibles y la innovación redefinen el desarrollo Global y en la industria de la hospitalidad busca también alinearse a este desarrollo.

Te presentamos 5 tips prácticos para reducir el impacto ambiental dentro de la cocina de tu restaurante.

1. Reduce el desperdicio de alimentos: Planifica tus menús y tus compras para evitar sobras y desperdicios. Utiliza ingredientes frescos, de temporada y a granel para reducir empaques innecesarios.

2. Utiliza energía y agua de manera eficiente: Asegúrate de que tus equipos tengan un plan de mantenimiento preventivo y estén ajustados para reducir el consumo de energía y agua. Instala equipos con bajo flujo para ahorrar agua, ajustar ventilación y usar iluminación LED para disminuir el consumo.

3. Elige productos sostenibles: Opta por productos locales, orgánicos y con certificación de sustentabilidad. Evita productos con empaques excesivos o no reciclables.

4. Reduce el uso de plásticos: Elimina los plásticos de un solo uso en tu cocina, como popotes, cubiertos y bolsas. Opta por alternativas biodegradables o reutilizables.

5. Implementa un programa de reciclaje: Asegúrate de que tu cocina tenga un programa de reciclaje efectivo para papel, cartón, vidrio y plástico. Educa a tus empleados sobre la importancia del reciclaje y la separación de residuos.

Implementando estos 5 tips, podrás reducir significativamente el impacto ambiental de tu cocina y contribuir a un futuro más sostenible.

World Economic Forum (WEF), *Global Risks Report 2025-2026* (Enfoque en resiliencia climática y riesgos de biodiversidad). Consultado en <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/>

ONU Medio Ambiente, *Global Waste Management Outlook 2024/2026*, <https://www.unep.org/resources/Global-Resource-Outlook-2024>

INICIO



Mifel el banco que te paga por ahorrar:

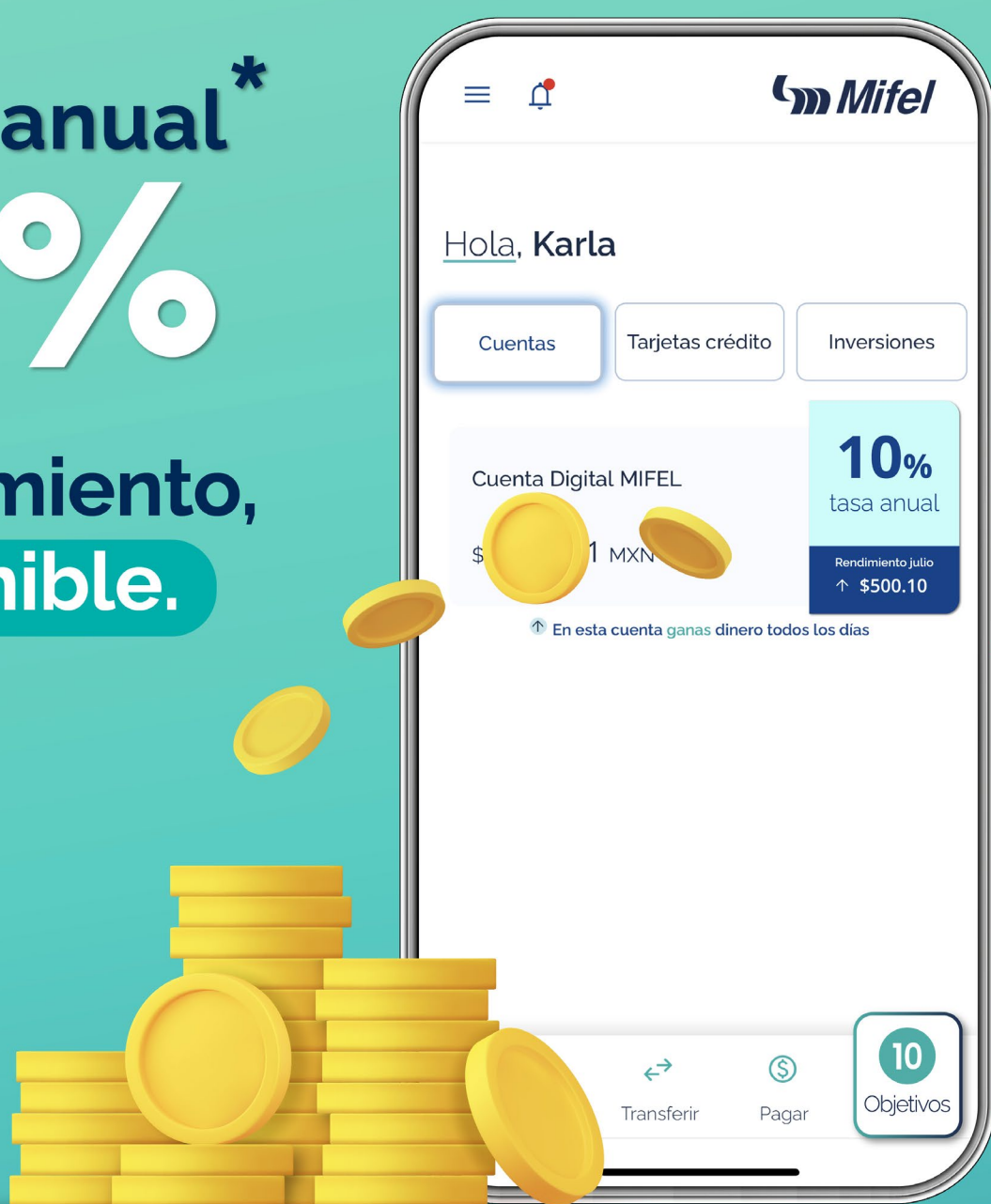
10% anual*

tu dinero y rendimiento,
siempre disponible.

Abre tu cuenta



en solo 5 minutos



GAT para fines informativos y de comparación a partir de \$100 pesos (cien pesos 00/100 m.n.) **GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.51%.** La **GAT real** es el rendimiento que obtendría después de descontar la inflación estimada. *La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. Consulta **Términos y Condiciones, requisitos de contratación, unidad monetaria, cobertura geográfica, comisiones y folleto informativo** en www.mifel.com.mx. Fecha de cálculo de **GAT Nominal y Real:** 25 de septiembre de 2024, vigentes al 31 de diciembre de 2024. Vigencia de la promoción del 01 de octubre de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. Producto garantizado por el IPAB hasta por 400 mil UDIS por persona, por banco. Para mayor información consulta la página www.ipab.org.mx. La marca MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL S.A. DE C.V.

INICIO



Política - Asuntos Públicos

MUNDIAL 2026: LA PRUEBA DE FUEGO PARA EL SECTOR RESTAURANTERO

TEXTO: Pedro Rangel, Consultor en economía de mercados regulados
pedro.rangel@kellogg.northwestern.edu

Aquellos que tuvieron la fortuna de vivir el Mundial de México 1968, aunque fuera desde la mirada asombrada de un adolescente de 15 años, pertenecen a una generación nacida a partir de 1953; todos ellos son hoy mexicanos que superan los 70 años.

Para quienes nacimos después, ese Mundial existe más como memoria heredada que como experiencia propia: una postal luminosa de un México que, por un instante, se sintió en el centro del mundo. El 2026 nos coloca, por fin, en un nuevo momento histórico. No como espectadores de un lejano recuerdo nacional, sino como protagonistas de un evento que volverá a poner a México bajo el reflector global.

En este contexto, el Mundial representa una oportunidad relevante para el sector restaurantero, por lo que resulta indispensable realizar una lectura económica más rigurosa.

De acuerdo con informes del gobierno de la presidenta Claudia Sheinbaum, en México se prevé recibir alrededor de 5.5 millones de visitantes durante el torneo, con un gasto promedio por turista que, con base en proyecciones de Banco Base, rondaría los 427.58

dólares, es decir, aproximadamente 7,300 pesos por persona. Este dato es atractivo en términos de flujo, pero potencialmente engañoso en términos de rentabilidad.

La historia de los megaeventos deportivos muestra que la demanda extraordinaria no se traduce automáticamente en utilidades extraordinarias. Sin duda alguna, durante el Mundial los restaurantes llenarán sus mesas; el verdadero reto para la industria será defender sus márgenes de utilidad en un entorno de presión operativa y competencia intensificada.

El análisis internacional de la derrama económica de estos eventos es consistente: los beneficios tienden a concentrarse en los establecimientos que cuentan con alta capacidad de ejecución operativa, posicionamiento de mercado y disciplina de costos. Por lo tanto, el desafío de capturar rentabilidad en contextos de alta demanda es transversal a todo el sector. Tanto los restaurantes de prestigio internacional y las grandes cadenas, como los establecimientos medianos y pequeños, enfrentan el mismo riesgo de ver presionados sus márgenes de utilidad si no anticipan ajustes operativos oportunos.





En la Ciudad de México, epicentro operativo del torneo, la vara de competencia ya es elevada. De acuerdo con el INEGI, la capital cuenta con más de 33,000 restaurantes, desde establecimientos de alta gama hasta taquerías tradicionales. Esto significa que el Mundial no aterriza en un mercado virgen, sino en una plaza madura y densamente competida. La consecuencia previsible es una disputa intensa por capturar el gasto de los visitantes en todos los segmentos del mercado.

Desde la óptica de la demanda, el Mundial generará picos de consumo abruptos pero intermitentes. La mayor presión se concentrará en ventanas muy específicas: horas previas y posteriores a partidos, zonas de fans y corredores hoteleros. Este patrón configura ingresos por ráfagas, no una expansión sostenida del mercado.

Además, el consumidor contemporáneo, cada vez más apoyado en herramientas digitales, suele privilegiar servicio rápido, previsibilidad en la experiencia y reputación verificable. Este comportamiento eleva el estándar competitivo para todo el ecosistema restaurantero, independientemente del tamaño o posicionamiento del establecimiento.

El cuello de botella más serio, por lo tanto, no será la demanda sino la ejecución. En eventos de esta magnitud emergen tres presiones simultáneas: escasez de personal capacitado en momentos pico, tensiones en proveeduría y deterioro de tiempos de servicio.

¿Qué hacer ante este escenario?

Primero, reforzar el compromiso con la calidad del producto y la atención al consumidor. En periodos de alta demanda puede aparecer la

tentación de acelerar procesos sacrificando estándares, bajo la lógica de que el flujo compensará cualquier deficiencia. Esa es una apuesta cortoplacista. En la economía digital de la reputación, una mala experiencia durante el Mundial puede tener efectos duraderos mucho después de que termine el torneo. La consistencia en la calidad y en el servicio debe ser el principal activo competitivo de los restaurantes en todos los segmentos y gamas.

Segundo, anticipar la profesionalización operativa. Planeación de inventarios críticos, capacitación de personal temporal y fortalecimiento de canales de reserva y pago digital serán medidas determinantes para capturar la oportunidad sin comprometer la experiencia del cliente.

Tercero, en el frente regulatorio, resultaría estratégico que la industria restaurantera explore esquemas de colaboración con la Profeco para establecer mecanismos expeditos de solución de controversias. Esta coordinación institucional permitirá evitar multas posteriores para el sector, además de fortalecer su atención y compromiso con el cliente.

Cincuenta y ocho años tuvieron que pasar para que el Mundial regresara a México. Esa sola cifra debería recordarnos la magnitud de la oportunidad. Como país anfitrión somos afortunados de volver a vivir este momento histórico; como consumidores, también llegamos con expectativas más altas que nunca.

Los comensales, nacionales y extranjeros, estarán ahí. La pregunta es si la industria restaurantera está observando a tiempo estos factores que pueden afectar su rentabilidad. Los restaurantes que lleguen preparados capitalizarán el momento; los que no, verán los pesos pasar frente a sus mesas... sin que terminen en su caja.

INICIO





Capital Humano

LA ROTACIÓN EN RESTAURANTES: LO QUE DICEN 150,000 HISTORIALES LABORALES

TEXT0: Max Werner, ChambasAI

La industria restaurantera emplea directamente a más de 2.5 millones de personas en México. Es uno de los sectores más dinámicos de la economía, y también uno de los que más sufre por la rotación de personal.

Se habla mucho de que la rotación anual en restaurantes supera el 100%. En **ChambasAI** decidimos medirlo directamente, usando datos que no mienten: los historiales de empleo oficial del IMSS.

Qué analizamos

Tomamos una muestra de más de 150,000 candidatos verificados en nuestra plataforma,

personas cuyo historial laboral fue cruzado con registros del IMSS, y calculamos la mediana de duración en cada empleo para puestos operativos del sector restaurantero.

Los resultados confirman lo que muchos restauranteros intuyen, pero con una precisión que sorprende.

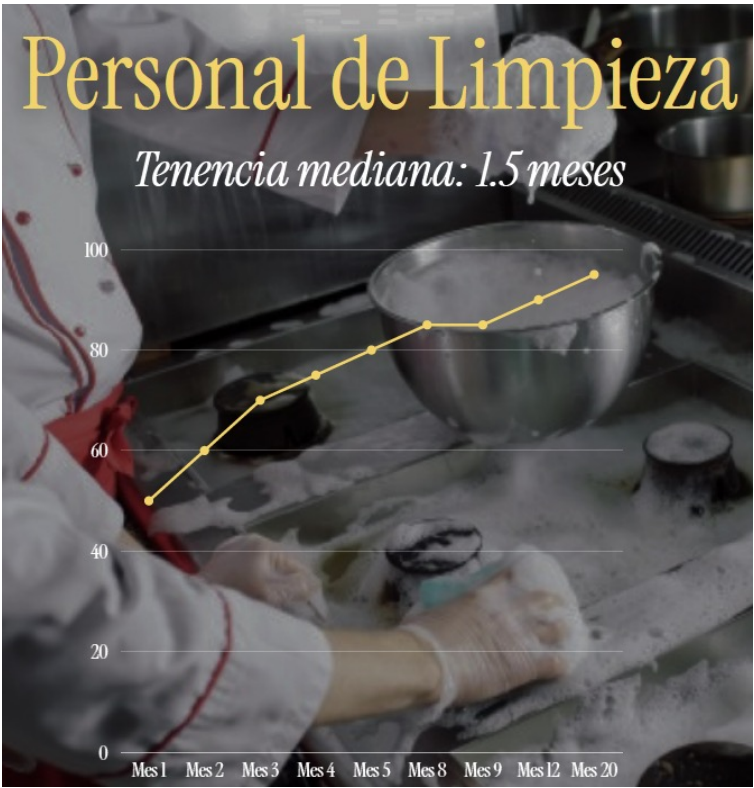
Los números

La tenencia mediana, es decir, el punto en el que ya se fue *la mitad* de las personas del trabajo, es alarmantemente baja en todos los puestos:





Meseros: 1.33 meses. Para el tercer mes, cerca del 70% ya se fue.



Personal de limpieza: 1.5 meses. Es el puesto que más rápido se vacía: la mitad se va antes de cumplir siquiera el primer mes.



Cocineros: 1.67 meses. Al tercer mes, dos de cada tres ya no están.

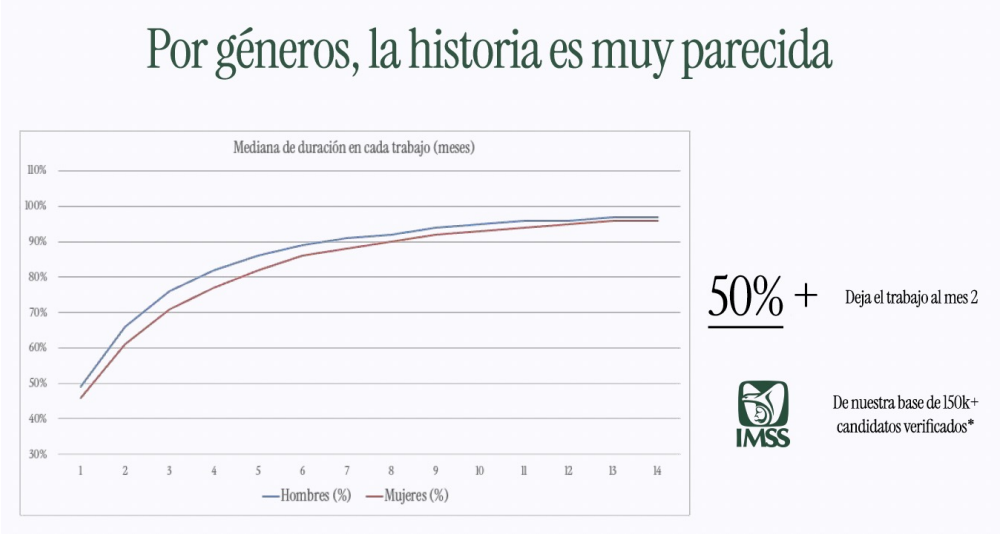


Bartenders: 1.67 meses. Mismo patrón: al mes 3, más del 65% abandonó el puesto.

El mensaje es consistente en todos los roles: para cuando un empleado operativo cumple tres meses, la probabilidad de que siga con usted es de apenas 1 en 3.

¿Hay diferencia por género?

Prácticamente no. El patrón de salida es casi idéntico entre hombres y mujeres. Esto sugiere que el problema no es demográfico – es estructural. Las condiciones del empleo operativo en restaurantes generan rotación por sí mismas.





Entonces, ¿qué hacemos con esto?

El primer instinto es pensar que hay que reducir la rotación. Y sí, hay cosas que ayudan: mejores condiciones, mejor onboarding, mejores salarios. Pero seamos honestos: en puestos operativos, la rotación alta es una realidad estructural del sector. No va a desaparecer.

Lo que sí puede cambiar es cómo respondemos ante ella.

Hoy, la mayoría de los restaurantes contratan de forma reactiva. Alguien renuncia el viernes y el lunes empieza la carrera por encontrar un reemplazo. Se pierde tiempo, se pierde dinero, y mientras tanto el equipo opera incompleto – que es exactamente la situación en la que se encuentra casi todo el sector, operando con apenas el 80% de su plantilla.

Si la rotación es constante, la contratación tiene que ser constante también. No se trata de un esfuerzo puntual cada vez que alguien se va, sino de tener un proceso continuo y eficiente que permita cubrir vacantes rápido, una y otra vez, sin que eso consuma todo el tiempo del gerente o del dueño.

Eso es lo que estamos construyendo en ChambasAI: una forma de contratar personal operativo que esté diseñada para la realidad del sector – donde siempre hay vacantes, donde la urgencia es permanente, y donde cada día con una posición sin cubrir cuesta dinero.

Lo que viene

El dato más revelador quizás no es la rotación en sí, sino lo que produce: hoy, casi todos los restaurantes en México operan con solo el 80% de su plantilla completa. Eso significa que el sector arrastra un déficit estructural de aproximadamente 500,000 posiciones. Y con el Mundial 2026 en puerta – que podría detonar más de 14,000 empleos adicionales en hospitalidad – la brecha solo se va a ampliar.

Los restauranteros que quieran cerrarla tendrán que actuar rápido. Pero hay razones para ser optimistas: la inteligencia artificial está avanzando a una velocidad que hace apenas un par de años era impensable, y con ella vienen herramientas que van a transformar procesos que hoy consumen demasiado tiempo y demasiada gente. Desde la publicación de vacantes hasta la selección, la verificación y el contacto con candidatos – todo se puede hacer más rápido y mejor.

ChambasAI es una de esas herramientas, y seguramente no será la única. Lo importante es que el sector empiece a adoptarlas.

Estos datos provienen del análisis interno de ChambasAI sobre más de 150,000 candidatos verificados con historial de empleo oficial del IMSS.

INICIO

¿Sabes cuántas empresas hay detrás de este histórico momento?

LAS EMPRESAS GENERAN 8 DE CADA 10 EMPLEOS

Canales de TV:
+ 170 Empresas
+ 22,000 Empleos

Restaurantes:
+ 620,000 Empresas
+ 2,275,000 Empleos



¡Escanéame!

Censo Económico 2024, INEGI

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación



INICIO

