



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



DICARES
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

BOLETÍN QUINCENAL



MARZO 27, 2026

BOLETÍN JURÍDICO

PRÓXIMOS CURSOS

DIRECTORIO
Proveedores
AMR 2025-2026

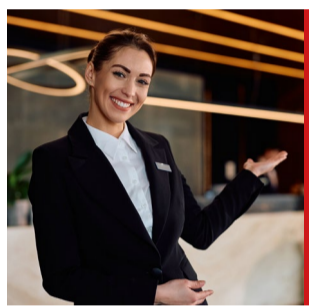
INSUMOS Y SERVICIOS
ESPECIALIZADOS
PARA LA INDUSTRIA
RESTAURANTERA

CONSULTA AQUÍ



EVENTOS

LXXVIII Asamblea
General Ordinaria
de la AMR



INDUSTRIA

La recomendación en
la era de la experiencia:
el papel del concierge



TENDENCIAS

A manera de entremés
fotográfico conociendo
México a través de sus
pescados y mariscos



RESTAURANTES

Entrevista al chef
Klaus Albert Mayr del
restaurante Anónimo



GASTRONOMÍA

La instagramificación
de la comida



VINO

Barra de Vinos Terruño:
un espacio para conectar
a través del vino



EDUCACIÓN

Diplomado en Estrategia y
Experiencia en Hospitalidad
(Alianza Superior de
Gastronomía - MVS)



CAPACITACIÓN

El encuentro entre
Inteligencia Artificial
Generativa y
la gastronomía

Mifel el banco
que te paga por ahorrar:

10% anual*



tu dinero y rendimiento,
siempre disponible.

Abre tu cuenta



en solo 5 minutos

GAT tasa fijas informativas y de comparación a partir de \$100 pesos (límite pesos 00/100) (GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.51%). La GAT real es el rendimiento que obtendrás después de descontar la inflación esperada. *La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. Consulta Términos y Condiciones, requisitos de contratación, unidad monetaria, cobertura geográfica, comisiones y Política Informativa 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 10% de octubre de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. Producto garantizado por el FIAN (Fondo de Ahorro y Seguro) por persona, por banco. Para mayor información consulta la página www.mifel.com.mx. La marca MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL S.A. DE C.V.

www.amr.org.mx

BOLETÍN QUINCENAL

Av. Insurgentes Sur 1079 Piso 6,
Col. Nochebuena, Benito Juárez, CDMX
Tel. 55 5250 1146

AVISO DE PRIVACIDAD

CRÉDITOS EDITORIALES

Dirección Editorial y Curaduría de Contenidos
Itzel Paniagua Bortolussi

Diseño Editorial, Integración y Diagramación
Juan Carlos Cuéllar



DIRECTORIO

Proveedores

AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS
PARA LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

[CONSULTA AQUÍ](#)



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

#SomosAMR

LXXVII ASAMBLEA

GENERAL ORDINARIA DE LA AMR



El pasado martes 17 de marzo se celebró la septuagésima octava Asamblea General Ordinaria de la Asociación Mexicana de Restaurantes A.C., en las instalaciones del restaurante Al Andalus ubicado en Bosque de Duraznos 39, Bosque de las Lomas en la Ciudad de México.

En punto de las 13:15 horas se registraron los asistentes y se nombraron a los dos escrutadores que en esta ocasión fueron la Lic. Diane Martin de Giau, VP de Desarrollo y Difusión de la AMR y el Lic. Eduardo Solórzano Barron, VP de Promoción de Socios Estratégicos y Proveedores de la AMR, quienes dieron fe del quórum legal para que se efectuara el desarrollo de la Asamblea. La Lic. Vivian Marcovich Katz, Secretaria Técnica de la AMR, explicó el procedimiento a los asistentes y se dio por iniciada la Asamblea.

El Lic. Hugo Vela Reyna, Presidente de la AMR, presentó su Informe de Actividades correspondiente al ejercicio social 2025-2026, siendo aprobado por unanimidad.

Conforme a la orden del día y tomando en cuenta las disposiciones del artículo 22 de los Estatutos de la AMR, se procedió a presentar al Consejo Directivo para el ejercicio 2026-2027. El nuevo Comité fue aprobado por unanimidad y se procedió a la lectura del Programa de Actividades para el periodo 2026-2027 por parte del Lic. Hugo Vela Reyna, quien continuúa un periodo más en la AMR.



Al término de la Asamblea, los asistentes disfrutaron del menú ofrecido por nuestro anfitrión el restaurante Al Andalus a cargo del chef Mohamed Mazeh. El maridaje de la comida estuvo a cargo de La Naval donde se degustaron: Vermouth Francisco Simó y Cia Blanco, vino blanco albariño Pazo Señorans, vino rosado Emotion IGP Méditerranée, vino tinto Cair Selección La Aguilera, Vermouth Francisco Simó y Cia Rojo, Oporto Crasto Tawny 10 años.

Para finalizar el evento, el Lic. Hugo Vela, agradeció a los asistentes por su gran apoyo durante su gestión y compromiso con la AMR, y al chef Mohamed Mazeh por las atenciones recibidas en su restaurante.



OBLIGACIÓN PATRONAL CONTAR CON UN REGISTRO ELECTRÓNICO DEL TIEMPO LABORADO

Por Lic. Fernando Trejo, Jurídico AMR

Con la reducción de la Jornada Laboral a 40 horas, las Autoridades Laborales están considerando realizar un cambio a la Ley Federal del Trabajo, que sería entre otros, al Artículo 804 Fracción III, que establece:

III.- Controles de Asistencia, cuando se lleven en el Centro de Trabajo.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social ya analiza esta posibilidad para que sea una obligación patronal contar con un registro electrónico

del tiempo laborado, y de esa manera establecer si los trabajadores prestan servicios o no en jornada extraordinaria, y si ese tiempo les es pagado.

El reloj checador facilitará el control del tiempo trabajado, y de que la Autoridad dentro de las facultades de Inspección pueda supervisar el cumplimiento del nuevo tope de horas semanales y del tiempo extraordinario permitido en la Reforma, que es de 12 horas extras semanales que podrán distribuirse hasta en cuatro días a la semana, cuyo costo para el patrón será del 100%

sobre el valor de las horas extras ordinarias. El exceso de las horas extras permitidas tendrá un costo del 200%, por lo que no serán opciones para el patrón.

Si bien, la Reforma para establecer la jornada laboral de 40 horas ya fue promulgada, el registro electrónico no es exigible, cuya obligación se plasmará tan pronto se integre a la Ley Federal del Trabajo mediante la Reforma correspondiente. En tanto ello no suceda, los patrones no tendrán obligación de llevar registro electrónico.

TRES REFORMAS A LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO QUE SE ENCUENTRAN EN ANÁLISIS EN EL CONGRESO

Por Lic. Fernando Trejo, Jurídico AMR

Avanzan con aprobación en el Congreso de la Unión (Cámara de Senadores y Diputados), diversas Reformas del Gobierno de México a la Ley Federal del Trabajo, como: La Transparencia Salarial. El Derecho a la Desconexión Digital y La Prohibición del Buró Laboral.

Las Reformas de Transparencia Salarial y Desconexión Digital ya fueron aprobadas por la Cámara de Diputados, falta únicamente la aprobación del Senado. El Buró Laboral está en proceso de estudio, discusión y aprobación en su caso en la Cámara de Senadores, sin embargo, por ser iniciativas promovidas por la Presidenta de la República, las consideran como prioritarias para aprobarse en este mismo año.

Transparencia salarial: Contempla la Visibilidad del salario y prestaciones en las ofertas de empleo, restricciones y modificaciones al salario y condiciones laborales unilateralmente después de la contratación, acceso a la información de estructuras laborales por parte de los trabajadores, Reglamento Interior de Trabajo contemplando reglas que regulen el derecho a la transparencia salarial. Declaración de cláusulas nulas que nieguen acceso a la información de estructuras retributivas o establezcan salarios y prestaciones menores a las de la oferta de trabajo.

Desconexión digital: Define la desconexión digital como un derecho de las personas de abstenerse de participar en cualquier tipo de comunicación con su centro de trabajo una vez finalizada su jornada laboral, así como en días de descanso, vacaciones o permisos.

Buró laboral: Prohíbe a los patrones el uso de Sistemas de Registro con Datos Personales Sensibles de los Trabajadores separados de su empleo para limitar el acceso o permanencia a uno nuevo.



DALE JUEGO A TU NEGOCIO,
ASEGURA EL MARCADOR CON



IMPULSO MIFEL

EL CRÉDITO QUE PAGAS
CON TUS VENTAS

MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL, S.A. DE C.V.

LA RECOMENDACIÓN EN LA ERA DE LA EXPERIENCIA:

EL PAPEL DEL CONCIERGE EN LA CREACIÓN DE VÍNCULOS SIGNIFICATIVOS ENTRE COMENSALES Y PROPUESTAS GASTRONÓMICAS

Por Melissa Oteo



Impacto de la tecnología en el sector

Sabemos que, a lo largo de los años, la tecnología, el turismo y las generaciones han cambiado. Esto nos obliga a estar en constante evolución y actualización como concierges para seguir siendo necesarios durante los viajes de nuestros huéspedes y ser un aliado en la industria restaurantera.

El avance acelerado de la tecnología ha modificado la manera en que los viajeros planifican, experimentan y evalúan sus desplazamientos, así como la forma en que los profesionales de la hospitalidad entre ellos los concierges y los restaurantes, diseñan y entregan valor. Este fenómeno no solo ha optimizado procesos operativos, sino que ha alterado las expectativas del cliente contemporáneo, cada vez más informado, conectado y exigente.

Tradicionalmente considerado como la principal fuente de información local, el concierge ya no es el único canal de acceso al conocimiento del destino. Hoy, los huéspedes llegan al hotel con listas de restaurantes, recomendaciones de influencers y reservas previamente realizadas.

Valor Humano Añadido

Aunque la tecnología es esencial, lo que nos mantiene relevantes es la calidez, el servicio y la empatía que ofrecemos a nuestros huéspedes. Escucharlos y comprender sus necesidades en cada momento es algo que la tecnología aún no puede replicar.

El concierge actúa como un intérprete que traduce deseos en propuestas concretas y personalizadas. Esta mediación experta no puede ser sustituida

por algoritmos o plataformas digitales, ya que se fundamenta en la observación, la escucha activa y el juicio humano.

Adiferencia de las recomendaciones automatizadas, el concierge considera variables intangibles: el motivo del viaje, el estado de ánimo del huésped, la ocasión que se desea celebrar o incluso el ritmo del día. De este modo, la recomendación deja de ser una respuesta estándar y se convierte en una experiencia diseñada a medida.

La flexibilidad y la capacidad de adaptación son esenciales en los servicios de concierge. Debemos estar preparados para adaptarnos a las necesidades cambiantes de los huéspedes y resolver problemas de manera eficaz.

La importancia de crear redes

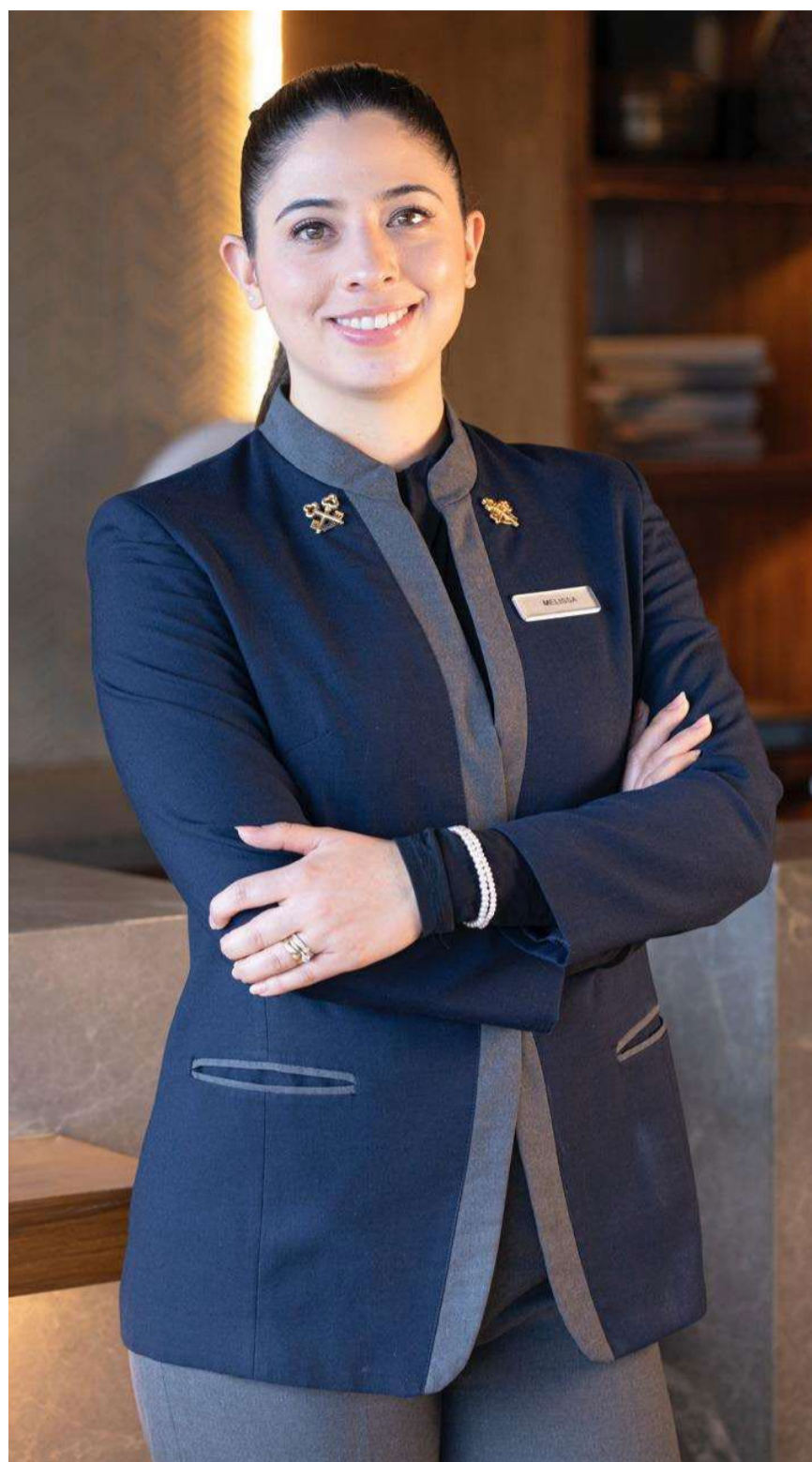
Desde la perspectiva del huésped, la red entre concierges y restaurantes se traduce en acceso, confianza y personalización. Gracias a esta relación, el comensal puede disfrutar de experiencias que van más allá de lo estándar: mesas bien ubicadas, atención personalizada, menús adaptados o soluciones creativas ante restricciones de disponibilidad.

El valor percibido por el huésped no reside únicamente en conseguir una reserva, sino en la sensación de ser comprendido y cuidado. La recomendación respaldada por una red profesional sólida reduce la incertidumbre y refuerza la experiencia emocional del viaje, convirtiendo la comida en un recuerdo significativo.

Es fundamental que estemos siempre actualizados sobre nuevos restaurantes, experiencias y que mantengamos una red de contactos con estos establecimientos. Esto nos permite ofrecer experiencias memorables a nuestros huéspedes incluso cuando los sitios web muestran que todo está completamente agotado o reservado.

Para los restaurantes, la relación con los concierges representa una fuente de clientes alineados con su propuesta gastronómica. A diferencia de la exposición masiva en plataformas digitales, la recomendación del concierge actúa como un filtro cualitativo que conecta al restaurante con comensales cuyas expectativas, perfil y contexto son compatibles con la experiencia ofrecida.

Además, esta red favorece la construcción de reputación fuera del entorno digital. La recomendación profesional contribuye a posicionar al restaurante como un referente confiable y auténtico, especialmente en destinos turísticos donde la competencia es elevada. La relación directa con concierges también permite a los restaurantes recibir retroalimentación valiosa sobre la experiencia del cliente y áreas de mejora.



INSPIRAR A LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

“La generosidad, la amabilidad y el cuidado hacia los demás crean conexiones y experiencias memorables”.

A MANERA DE ENTREMÉS FOTOGRÁFICO

CONOCIENDO MÉXICO A TRAVÉS DE SUS PESCADOS Y MARISCOS



Gracias a la producción de este libro me adentré en un mundo fascinante: conviví con oceanógrafos, pescadores y especialistas que me revelaron los secretos del mar. Convivir con los personajes que conocen en profundidad las aguas y sus peces, como el biólogo y doctor en manejo de recursos naturales Luis Bourillón, ha sido muy enriquecedor. Comprendí que el mar no sólo nos alimenta, sino también nos enseña.

Por Ignacio Urquiza · @comepesca #pescaconfuturo @ambareditores

Con mi cámara, nadé entre langostas, atunes y kampachis, testigo del cuidado que requiere la acuicultura: desde la larva y el agua donde crecen hasta el esfuerzo por ofrecer un alimento sano y responsable. Vi cómo el chef Héctor Palacios y el biólogo marino Christian Liñán compartían con los pescadores del golfo de California técnicas japonesas como el *ikejime*, que dan mayor calidad y valor a su producto. Escuché de la bióloga Citlalli Gómez Lepe la historia de los trucheros que, tras viajar por primera vez a España e Italia, transformaron sus métodos y hoy, orgullosos, producen en las montañas un alimento que antes parecía imposible en esos lugares.

También estuve presente en La Paz, Baja California Sur, donde el Consejo Mexicano de Promoción de los Productos Pesqueros y Acuícolas

(Comepesca) reunió a pescadores y compradores para dialogar y entender que la pesca responsable se construye entre todos: quienes capturan, quienes distribuyen y quienes cocinan.

Con mis imágenes quiero abrir una ventana a estas historias conmovedoras, donde se entrelazan tradición, ciencia y esfuerzo comunitario. Historias que nos recuerdan que, al cuidar nuestros mares y ríos, también nos cuidamos a nosotros mismos. Un enorme agradecimiento a los cocineros que nos abrieron sus fogones para las fotos.

Esta obra es, al final, un homenaje al mar, a los ríos y lagos, así como a sus guardianes, que con pasión y respeto nos invitan a conocer México a través de sus pescados y mariscos.



De venta en:

- <https://www.cooksandbooks.com.mx/products/conociendo-mexico-a-traves-de-sus-pescados-y-mariscos>
- <https://pescaconfuturo.com/> donar (1,500 pesos)
- Además en tiendas: Ingredienta, Rincón de Temporada, Cuchillito de Palo (VdeB), Alma Tierra (VdeB) y Restaurante Marea (CDMX)





18 0.4% ALC.VOL ALIMENTATE SANAMENTE

ENTREVISTA AL CHEF KLAUS ALBERT MAYR

DEL RESTAURANTE ANÓNIMO

Por Itzel Paniagua, Directora Adjunta AMR



¿Quién es el chef Klaus Albert Mayr?

El chef Klaus Albert Mayr, nacido en Miami, pasó su juventud en Santo Domingo y radicó en California, al norte de San Francisco, en un pequeño pueblo llamado Napa, donde estudió e inició su carrera en la zona.

Llegó a México en noviembre de 2016 por la oportunidad de trabajar con el chef Jorge Vallejo, quien lo trajo de Dinamarca como jefe de cocina para el restaurante Quintonil. Su paso por Quintonil fue de tres años.

¿Cuál es la propuesta gastronómica de Anónimo en Ciudad de México?

Anónimo es un restaurante italoamericano, con el objetivo de crear un concepto basado en agua y harina: mucha pasta y pizza para compartir, acompañadas de un trago. Todo esto respetando las distintas culturas de América que convergen en su propuesta.

¿Qué es Anónimo?

Para el chef Klaus, Anónimo es “ser anónimo dentro del proyecto”. La historia detrás del nombre tiene que ver con el protagonismo que normalmente los chefs tienen en sus restaurantes y cómo, durante veinte años de su carrera, ocupar ese puesto lo ha hecho sentirse anónimo.

Al elegir un nombre para su restaurante, decidió “Anónimo” para que el enfoque no recaiga en él, sino en el restaurante. Hasta ahora que su trabajo ha cobrado mayor relevancia, es que se ha dado a conocer frente a las cámaras.





¿Cuál es el plato favorito del chef Klaus?

Gnocchi a la Parisienne, ya que no son *gnocchis* tradicionales con papa, sino que están hechos con una masa llamada *pâte à choux*, a base de agua, harina y un poco de mantequilla, con la cual se elaboran *dumplings*. En este plato se caramelizan los *gnocchis* con huitlacoche y elote y se coronan con una espuma de pecorino y miel de agave.

El chef define este plato como un pozole con mezcla de culturas.

¿De dónde nació el amor por la cocina italiana?

El chef Klaus cuenta que, a pesar de que su familia es del sur de Alemania, solo visitó Italia una vez cuando era niño. Sin embargo, de ahí no nació su amor por la cocina italiana.

Fue hasta su tercer o cuarto trabajo, en Flour + Water en San Francisco, donde tuvo su primer acercamiento real a la pizza y la pasta, enamorándose de ellas. Antes de esto, solo había trabajado en restaurantes *fine dining*.

Define Anónimo como *comfort food*, pero elaborada con ingredientes y técnicas más elevadas.



¿Cuál es la bebida favorita de Anónimo del chef Klaus?

Un trago de su creación: “El tío Klaus”, hecho con Tío Pepe, mezclado con jugo de pepino, limón y un poco de jarabe, preparado en shake.

¿Cuál ha sido su mayor reto durante los cuatro años de Anónimo?

Mantener activo a Anónimo y que le dé la oportunidad de desarrollar otros negocios. Permanecer vigente en la Condesa, atrayendo gente nueva y manteniendo comensales satisfechos.

Su mayor reto siempre fue abrir un restaurante, y hoy le gustaría expandirse más en lo que hace, no solo en restaurantes. Actualmente cuenta con un segundo restaurante llamado Sukai, un izakaya japonés en San Miguel Chapultepec.

¿Qué restaurante ha marcado la vida profesional del chef Klaus?

Su carrera de 20 años en la industria le ha dejado un sinfín de experiencias, pero sin duda lo que más lo marcó fue su estancia en Dinamarca, donde trabajó en el restaurante Geranium con el chef Rasmus Kofoed.

Ahí vivió el proceso desde cero hasta la obtención de tres estrellas Michelin. Este reto constante le reafirmó que es una persona creativa y que ser chef implica múltiples áreas de oportunidad que, a través de la investigación, le han permitido desarrollar distintos conceptos.

¿Qué consejo le daría a las nuevas generaciones de chefs?

El chef Klaus recomienda que amen lo que hacen y que no lo hagan por fama ni por dinero.



Anónimo · Atlixco 105, Hipódromo Condesa, CDMX · [@anonimo.rest](https://www.instagram.com/anonimo.rest)

Si el chef tuviera que definir a la industria restaurantera en una palabra, sería: FRESCO.

LA INSTAGRAMIFICACIÓN

DE LA COMIDA

Por Guillermo Villarreal

Instagram se fundó hace más de 15 años y, desde que se popularizó, ha cambiado la forma en la que nos comportamos en viajes, eventos y también en restaurantes. Hay personas que no se preocupan por disfrutar el momento, sino por sacar la mejor foto para conseguir la mayor cantidad de “likes”. Y claro, hay quien ha logrado capitalizarlo.



Todos vimos la hamburguesa bañada en queso que inundó las redes hace un par de años. Los videos se replicaron infinitamente; muchos caímos y fuimos por una. Pero cuando la tenías enfrente era difícil de comer y el sabor no tenía nada fuera de lo común. Aun así, la seguíamos publicando.

Poco a poco empezaron a aparecer platillos pensados primero para la cámara y después para el paladar. Colores exagerados, porciones gigantes, chorros interminables de queso o chocolate. Todo para lograr ese momento perfecto en video: el corte, el desborde, el goteo. El problema es que muchas veces, después de la foto, queda un plato incómodo de comer y que rara vez justifica regresar.

Para muchos restaurantes, Instagram dejó de ser una vitrina y se volvió una estrategia. Algunos invierten más tiempo en crear un plato viral que en perfeccionar uno clásico. La lógica es simple: un video que se comparta miles de veces puede llenar mesas durante semanas. Pero la viralidad es volátil. Lo que hoy llena un restaurante mañana puede sentirse viejo.

Mientras tanto, muchos de los mejores platillos siguen pasando desapercibidos. No tienen humo, ni litros de queso derramándose, ni colores fluorescentes o bengalas. Son platos sencillos, bien hechos, que tal vez no detienen el scroll... pero sí hacen que quieras regresar.

En redes sociales gana el plato que mejor se ve. En la vida real, el que mejor sabe. Y casi nunca son el mismo.

Impulsando el SABOR



EXPERTOS
FOOD SERVICE

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



BOLETÍN AMR-DICARES

INICIO



BARRA DE VINOS TERRUÑO:

UN ESPACIO PARA CONECTAR A TRAVÉS DEL VINO

Por Liz Suárez



Barra de Vinos Terruño comenzó hace seis años, cuando mi pareja Irving Herrera y yo organizábamos pequeñas catas, cenas maridaje y eventos temáticos para un club de vino que fue creciendo cada vez más. Nos encantaba crear experiencias —una cata de vinos alemanes con comida tradicional, un maridaje de oportos con chocolates, talleres de barrica— pero nos enfrentábamos a un reto constante: en Chihuahua la oferta de vino era muy limitada.

Para nuestra sorpresa, cada etiqueta que conseguíamos desde grandes distribuidoras de otras ciudades despertaba entusiasmo inmediato. La gente pedía más, quería comprar y volver a probar. Y ahí encontramos una oportunidad: iniciar una pequeña distribuidora de vino italiano, pensando en un mercado que necesitaba buenas opciones a precios accesibles.

El camino nos llevó a Las Pic Pizzería, en el centro histórico de Chihuahua, donde coincidimos con los hermanos Palma, chefs y socios que compartían nuestra visión. Lo que empezó como una relación proveedor-restaurante evolucionó en la idea de crear

algo que no existía en la ciudad: el bar de vinos al que nos hubiera encantado ir cuando estábamos aprendiendo. Un lugar accesible, con mucho copeo, etiquetas diferentes y que nosotros explicábamos sin pretensiones y acompañábamos de buena comida.

Así nació Terruño: una barra con esencia italiana, más de 10 vinos por copeo que cambian cada semana, más de 20 etiquetas por botella, destilados de uva como grappa, vermouths, vinos fortificados y de postre. Aquí, todo gira en torno a la uva: no vendemos cerveza, refrescos ni bebidas preparadas. Solo agua, vino y mucha pasión por el servicio.

Una parte fundamental de nuestra filosofía es apoyar el vino de Chihuahua. Por eso creamos los Jueves de Vino Local, un día en el que invitamos a una bodega del estado para que comparta su historia directamente con los comensales, mientras sus vinos se sirven por copeo. Esto ha permitido que más personas descubran que el vino local tiene identidad, calidad y un rostro detrás de cada proyecto.

Algo que hemos aprendido es que el vino no es difícil de vender: solo necesita tacto, conocimiento, sensibilidad y honestidad. Cuando las personas entran a Terruño, se dan cuenta de que no hace falta saber de vino para disfrutarlo. Y así, nos hemos ganado la confianza de nuestra comunidad.

En Chihuahua, beber vino todavía es un acto de descubrimiento, pero también de conexión. En Terruño vemos todos los días cómo la gente se reúne, conversa y aprende, creando comunidad alrededor de una bebida que, más que un producto, es una experiencia compartida. Y eso, para nosotros, es lo más valioso.



DIPLOMADO EN ESTRATEGIA Y EXPERIENCIA EN HOSPITALIDAD

ALIANZA SUPERIOR DE GASTRONOMÍA – MVS

Por Superior de Gastronomía

Un programa de alta especialización para directivos y líderes del sector

Inicio: 4 de mayo

Cierre de registro: 24 de abril

Horario: Lunes 9:00 - 13:00 hrs. (Híbrido)

Objetivo: Crear un Plan de Acción Estratégico real para su negocio

Costo: \$2,900 (Inscripción) + 8 pagos de \$8,500



SUPERIOR de GASTRONOMÍA UNIVERSIDAD

HOSPITALIDAD SIN LÍMITES

Diplomado en **Estrategia y Experiencia en Hospitalidad**

En alianza con: **SUPERIOR de GASTRONOMÍA UNIVERSIDAD**

Dirigido a: Dueños y Líderes de negocio

Modalidad: Híbrido

Duración: 8 meses / 32 sesiones / 128 horas

Sede: Superior de Gastronomía Universidad, Col Condesa, CDMX / ZOOM

Nuestro objetivo es formar líderes que conviertan la hospitalidad en ventaja competitiva.

El participante concluye con un plan de acción medible, listo para aplicarse en su restaurante.



Que diseñen estrategias rentables, creen conceptos con identidad, alineen la promesa de marca con la operación en sala y gestionen indicadores para decidir con evidencia.



Que desarrollen equipos que comunican y sirven con precisión, estandaricen procesos y preparen un crecimiento ordenado y escalable.



Saúl Hernández

Asesor de Operaciones
Agave Holdings

Marianne Gómez

Directora
MVS Exponencial

Mauricio León Figueroa

Director de Operaciones y Marca
Casa Prime - México

Alexander Alvarado Vargas

VP Ejecutivo de Negocios
CMR

Rodrigo Vargas

Director General de
MVS Educación
Curador del Diplomado

Claudia Ruiz

Consultora en
Liderazgo y Desarrollo
Organizacional

Eduardo Méndez

Socio Fundador
Hero Guest

Rubén García González

Director División Chili's
CMR

EL

Itacatito* Martínez

Al terminar el partido, se lleva la comida que sobró para no desperdiciarla.



*Itacatito: Porción de comida que te dan para llevar después de una reunión.



PACTO *por la* **COMIDA**®

JUNTOS VS. LA PÉRDIDA
Y EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS



enmexicolacomidanosetira.org

EL ENCUENTRO ENTRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA Y LA GASTRONOMÍA

Por César Emilio Tena, Consultor en Desarrollo de Negocios



El pasado lunes 9 de marzo tuve la oportunidad de impartir el curso “Principios de IA Generativa aplicada a la Operación y Administración de Restaurantes” para Socios de la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) en las instalaciones del Superior de Gastronomía, un ejercicio que dejó reflexiones muy interesantes.

Cuando hablo de inteligencia artificial con restauranteros, la primera reacción suele ser una mezcla de curiosidad y escepticismo. Lo entiendo. Conozco la operación de restaurantes y sé que en este negocio lo que no se traduce en algo práctico simplemente no sirve. Por eso busqué darle al curso un enfoque completamente útil: menos teoría y más herramientas que se puedan aplicar al día siguiente.

Antes de adentrarnos en su uso resulta esencial tener claridad sobre lo que la IA es, lo que puede hacer y lo que no, para formarnos una perspectiva real de sus limitaciones y de los riesgos asociados: seguridad, alucinaciones, sesgos y dependencia excesiva. De igual manera, sin importar cuál sea el objetivo, para trabajar con ella es particularmente importante entender las características de un buen prompting (la forma en la que interactúas con la herramienta) y lo esencial que resulta alimentarla con datos de calidad, puesto que esto influye enormemente en la eficiencia y efectividad de las respuestas obtenidas.

Durante la sesión revisamos algunas plataformas de IA que facilitan actividades cotidianas en un restaurante. Lo que más enganchó al grupo fue pasar de la teoría a la práctica: con datos reales, los asistentes comprobaron cómo la IA puede ayudarte a planear turnos, proyectar demanda por hora, calcular compras de insumos y detectar dónde se pierde dinero por merma o sobreinventario.

De la operación saltamos a las finanzas para analizar ventas,

costos y márgenes, identificar días rentables y distinguir los platillos que generan valor de aquellos que solo ocupan espacio en el menú. Abordamos también la experiencia del cliente mediante el análisis de reseñas en plataformas de delivery, el diseño de promociones con base en la demanda y el margen, y la generación de contenido para redes sociales.

Finalmente trabajamos con HONHAB, una plataforma de IA que facilita la creación de nuevos platillos a través de funciones como sugerencias de combinación de ingredientes, gramajes, especificaciones de cocción e información nutricional.

Al final de la sesión quedó claro que la inteligencia artificial no reemplaza el criterio de las personas; lo amplifica. Tareas que hoy nos consumen horas (cruzar inventarios, revisar reseñas, armar reportes) pueden resolverse en minutos con las herramientas adecuadas. La tecnología por sí sola no es ventaja competitiva; la forma en que la usamos, sí. No se trata de que una máquina decida por ti, sino de que te dé un panorama claro para que tú decidas mejor.



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

PROGRAMA SEMESTRAL DE CAPACITACIÓN 2026

PRÓXIMO CURSO

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



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

BOLETÍN AMR-DICARES

INICIO

