


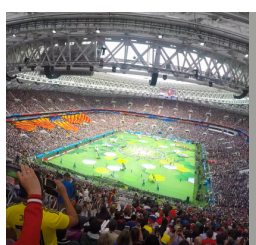
JUNIO. 05. 2026

PRÓXIMOS CURSOS

DIRECTORIO Proveedores
AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

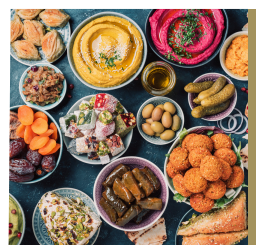
[CONSULTA AQUÍ](#)

JURÍDICO
Mundial FIFA 2026:
Consideraciones Jurídicas
para Comercios, Bares y
Restaurantes.



GASTRONOMÍA
La Guía MH de las 50 Panaderías
2026 celebra la tradición,
identidad y excelencia del pan en
la Ciudad de México.



INDUSTRIA
La Gastronomía Mexicana
fortalece su protección
constitucional en la
Ciudad de México.



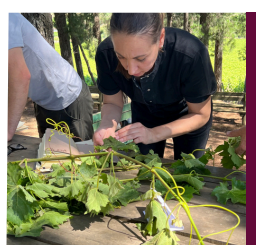
SOCIOS
Cluny.
Rocalal.



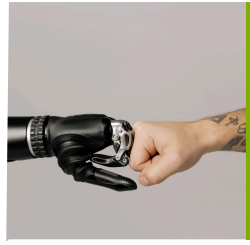
CAPACITACIÓN
Meseros toma órdenes o
meseros vendedores.



EVENTOS
Fundación Coca-Cola México
impulsa el acceso al agua en
escuelas del país y alcanza un
hito histórico



VINOS
Ampelografía: leer la vid para
entender el vino.



SOCIOS ESTRATÉGICOS
Agentes de IA en
restaurantes: cómo
contratar más rápido sin
perder el toque humano.



INTERNACIONAL
Estados Unidos enfrenta
obstáculos en la
devolución de aranceles
declarados ilegales.

ABASTUR
by Informa

La Puerta a la Hospitalidad

26 al 28 de Agosto | 2026 | Centro Banamex | CDMX

De 10 am - 7 pm

Patrocinador Oficial
Getnet

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 **Alejandra Vázquez Aragón**

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

Mundial FIFA 2026:

CONSIDERACIONES JURÍDICAS PARA COMERCIOS, BARES Y RESTAURANTES

POR LIC. FERNANDO TREJO, JURÍDICO AMR



A partir del 11 de junio y hasta el 19 de julio de 2026, se celebrará el Mundial 2026, tanto en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Canada y los Estados Unidos de Norteamérica.

Derivado de este torneo, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) en coordinación con Autoridades Mexicanas, vigilarán las promociones y publicidad alusiva al Mundial por parte de los Comercios, Bares y Restaurantes.

En las reglas dictadas por la FIFA, en coordinación con Autoridades Mexicanas, advierte que los Comercios, Bares y Restaurantes no pueden usar propiedad intelectual oficial del Mundial sin autorización expresa.

Que los negocios no pueden usar logotipos oficiales de FIFA ni del Mundial 2026 sin autorización.

Que se restringe el uso de nombres, tipografías y elementos virtuales, buscando que las medidas eviten el “ambush marketing” (Estrategia publicitaria en la que una marca busca asociarse indirectamente con un evento masivo (como el Mundial de Fútbol) para capitalizar su popularidad, sin pagar los derechos de patrocinio oficial).

Se impondrán multas y sanciones a quién viole esas disposiciones que podrían alcanzar hasta 250,000 UMA. (Unidad de Medida y Actualización), cuyo valor actual es de \$117.31, independientemente de que podrían enfrentar una clausura temporal.



Los negocios deberán cuidar promociones futboleras para no aparentar alianzas oficiales con FIFA.

La transmisión de partidos requerirá permisos y cumplimiento de Licencias. (En caso de inspección, deberá acreditarse que cuenta con esos permisos y licencias de transmisión).

Que habrá supervisión especial en Establecimientos con eventos masivos.

Para un mejor entendimiento y cuidado, se adjunta un folleto ilustrativo relacionado con las actividades del Mundial.

LA GUÍA MH DE LAS 50 PANADERÍAS 2026.

CELEBRA LA TRADICIÓN, IDENTIDAD Y EXCELENCIA DEL PAN EN LA CIUDAD DE MÉXICO

POR: ITZEL PANIAGUA



La gastronomía mexicana se construye desde muchos espacios: los mercados, las cocinas tradicionales, los restaurantes y también las panaderías. Bajo esta premisa, la Alcaldía Miguel Hidalgo, en colaboración con Culinaria Mexicana y representantes de la industria gastronómica, presentó la Guía MH de las 50 Panaderías 2026, una publicación que busca reconocer la excelencia panadera de la demarcación y fortalecer su posicionamiento como uno de los principales destinos gastronómicos de la Ciudad de México. La iniciativa surge como un esfuerzo conjunto entre gobierno e iniciativa privada para impulsar la calidad, visibilizar el trabajo de los panaderos y promover el turismo gastronómico a través de uno de los productos más representativos de la cultura alimentaria mexicana: el pan.

Durante la presentación, se destacó que la hospitalidad se ha convertido en una de las actividades económicas más relevantes de la alcaldía, posicionándose como una de sus principales fuentes de ingresos. En este contexto, las panaderías y cafeterías desempeñan un papel fundamental dentro de la industria restaurantera, al ser espacios de encuentro, tradición y convivencia que forman parte de la vida cotidiana de miles de personas.

Más allá de reconocer establecimientos destacados, la guía busca poner en valor el patrimonio panadero de México. Durante décadas, gran parte de la conversación gastronómica se ha centrado en la cocina tradicional y la alta cocina, dejando en segundo plano el enorme legado cultural que existe detrás de la panadería mexicana. Sin embargo, cada comunidad del país cuenta con panes característicos que narran historias de identidad, territorio e intercambio cultural.

La riqueza de la panadería nacional también se encuentra en la diversidad de ingredientes que ofrece México. Desde el cacao y la vainilla hasta frutas, semillas y productos regionales que enriquecen recetas tradicionales y contemporáneas, el pan se convierte en un reflejo de la biodiversidad y creatividad que distinguen a la gastronomía mexicana.





Uno de los aspectos más relevantes de la publicación es su proceso editorial. Inspirada en el espíritu de otras guías gastronómicas desarrolladas por Culinaria Mexicana, la selección buscó reconocer proyectos con trayectoria, prestigio y una historia que contar. Más allá de la técnica, se valoró la autenticidad, la identidad y la capacidad de cada panadería para generar un vínculo emocional con sus clientes.

La guía reúne 50 establecimientos que representan distintas visiones de la panadería y la repostería contemporánea, desde negocios familiares con décadas de historia hasta propuestas innovadoras que han renovado la escena gastronómica capitalina. Entre ellas destacan nombres como Alcázar, Amado Pastelería Artesanal y Chocolatería, Amano Repostería, Bakers Panadería y Pastelería, Consuelo Pan de Madre, Fougasse, La Suiza, Maison Kayser, Mallorca, Panificadora Elizondo, Saint, Tout Chocolat y Vegenería Le Muf, entre muchas otras.

La selección fue presentada en orden alfabético, privilegiando el reconocimiento colectivo sobre la competencia individual, una filosofía que también ha caracterizado otras publicaciones gastronómicas de referencia en México. Este enfoque busca invitar a los lectores a descubrir nuevas rutas, sabores e historias a través de la panadería.

La Guía MH de las 50 Panaderías 2026 representa también una invitación a redescubrir el valor cultural del pan. Detrás de cada pieza existe conocimiento técnico, creatividad, tradición y el trabajo de personas que, desde muy temprano cada día, contribuyen a preservar uno de los oficios más emblemáticos de la gastronomía.

En un momento en el que la Ciudad de México continúa consolidándose como una de las grandes capitales gastronómicas del mundo, iniciativas como esta demuestran que la excelencia culinaria también se encuentra en los pequeños detalles: en una concha recién horneada, en una hogaza artesanal o en ese pan emblemático que permanece en la memoria de quienes lo prueban.

Porque, al final, la cultura gastronómica de México también se construye desde el pan.





**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 GASTRONOMÍA MEXICANA FORTALECE SU PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO

La gastronomía mexicana dio un paso histórico en materia de preservación cultural. El Congreso de la Ciudad de México aprobó una reforma que eleva a rango constitucional la protección y salvaguarda de diversas expresiones reconocidas como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, entre ellas la Gastronomía Mexicana.



La medida representa un reconocimiento al valor cultural, social y económico de una de las expresiones más emblemáticas de nuestro país, fortaleciendo los mecanismos para su preservación y promoción a largo plazo.

La aprobación de esta reforma fue resultado del trabajo conjunto entre legisladores, autoridades y representantes del sector gastronómico. En este proceso destacó la participación de CANIRAC Ciudad de México, que aportó la visión de la industria restaurantera durante el análisis de la iniciativa, así como el trabajo permanente de CANIRAC Nacional para impulsar políticas públicas orientadas al fortalecimiento del sector.

Más allá de su reconocimiento internacional, la gastronomía mexicana constituye una manifestación viva de la identidad nacional. En ella convergen conocimientos ancestrales, tradiciones comunitarias, técnicas culinarias, ingredientes originarios y el trabajo de millones de personas que participan en toda la cadena de valor, desde productores y agricultores hasta cocineras tradicionales, chefs, restauraneros y colaboradores.

Para la Ciudad de México, considerada una de las principales capitales gastronómicas del mundo, esta decisión adquiere una relevancia especial.





La actividad gastronómica no solo enriquece la oferta cultural de la capital, sino que también genera empleo, impulsa cadenas productivas, fortalece el turismo y contribuye significativamente al desarrollo económico local.

La protección constitucional de la gastronomía mexicana reconoce precisamente esa doble dimensión: como patrimonio cultural que debe preservarse para las futuras generaciones y como motor de desarrollo que genera bienestar para miles de familias y comunidades.

En un contexto de creciente interés internacional por las experiencias culinarias y el turismo gastronómico, esta reforma fortalece además el posicionamiento de México como referente global en cultura, hospitalidad y riqueza gastronómica.

Desde la Asociación Mexicana de Restaurantes celebramos este avance y reiteramos nuestro compromiso de seguir promoviendo iniciativas que contribuyan a preservar, fortalecer y difundir el legado culinario que distingue a nuestro país ante el mundo.

La gastronomía mexicana no solo es patrimonio cultural; es identidad, tradición, desarrollo y una de las expresiones más valiosas de lo que México representa ante el mundo.



NUESTRA COMUNIDAD:

CLUNY: MEDIO SIGLO DE TRADICIÓN FRANCESA EN EL CORAZÓN DE SAN ÁNGEL

POR: ITZEL PANIAGUA



Hablar de San Ángel es hablar de historia, cultura, arquitectura y gastronomía. Entre sus calles empedradas, plazas arboladas y emblemáticas casonas, existe un restaurante que durante más de cinco décadas se ha convertido en parte del paisaje y de la memoria colectiva de la Ciudad de México: Cluny.

Fundado en 1974, Cluny abrió sus puertas como la primera crepería de México, en los sótanos de una casona construida en 1901 sobre la emblemática Avenida de la Paz. Lo que comenzó como un pequeño espacio de 14 mesas evolucionó con el tiempo hasta convertirse en uno de los referentes gastronómicos más reconocidos del sur de la ciudad, manteniendo siempre la esencia que lo ha distinguido desde sus inicios.

A lo largo de los años, el restaurante ha sabido crecer y adaptarse sin perder su identidad. Hoy, Cluny es reconocido por su propuesta de gastronomía francesa estilo brasserie, donde conviven clásicos como el Boeuf Bourguignon, el Steak Tartar, los quiches y, por supuesto, las crepas que dieron origen a su historia. La experiencia se complementa con una panadería propia, recetas elaboradas en casa y una carta que rinde homenaje a la tradición culinaria francesa.

Más allá de su oferta gastronómica, parte de su encanto radica en el entorno que lo alberga. Sus arcos de ladrillo, bóvedas, muros de piedra y decoración inspirada en la Belle Époque crean una atmósfera cálida y acogedora que ha convertido al restaurante en un lugar predilecto para celebraciones, encuentros familiares y ocasiones especiales.

En una ciudad caracterizada por la constante apertura de nuevos conceptos gastronómicos, Cluny representa el valor de la permanencia. Su capacidad para mantenerse vigente durante más de 50 años habla no solo de la calidad de su propuesta, sino también del vínculo que ha construido con generaciones de comensales que encuentran en este espacio una combinación única de tradición, hospitalidad y buen comer.

Hoy, al igual que San Ángel, Cluny continúa siendo un punto de encuentro entre historia y modernidad. Un restaurante que ha trascendido modas y tendencias para consolidarse como uno de los grandes clásicos gastronómicos de la Ciudad de México, preservando una tradición que sigue conquistando a quienes buscan experiencias memorables alrededor de la mesa.

NUESTRA COMUNIDAD:

ROCASAL: LA APUESTA DE ATALA OLMOS POR UNA COCINA CONTEMPORÁNEA CON IDENTIDAD PROPIA EN EL PEDREGAL

En una de las zonas más emblemáticas del sur de la Ciudad de México, donde la arquitectura, la historia y la gastronomía convergen, Rocasal se ha consolidado como una propuesta que busca ir más allá de la experiencia tradicional de un restaurante de barrio. Bajo la dirección de la chef mexicana Atala Olmos, el proyecto ha encontrado una voz propia a partir de una cocina contemporánea que privilegia el producto, la temporalidad y la hospitalidad como ejes fundamentales.

Ubicado en Jardines del Pedregal, dentro de Cráter Pedregal, Rocasal toma inspiración del paisaje volcánico que caracteriza a esta histórica colonia diseñada en torno a la relación entre naturaleza y arquitectura. Esa conexión con el entorno también se refleja en la propuesta gastronómica, donde los ingredientes frescos, locales y de temporada son protagonistas de un menú que evoluciona constantemente.

Con más de dos décadas de trayectoria profesional y experiencia en América, Europa y Asia, Atala Olmos ha desarrollado una filosofía culinaria basada en el respeto al producto y en la integración de técnicas y sabores aprendidos a lo largo de su carrera. En Rocasal, esa visión se traduce en una cocina internacional contemporánea que evita los excesos y apuesta por platos equilibrados, accesibles y técnicamente sólidos.

Lejos de seguir tendencias pasajeras, la chef ha enfocado sus esfuerzos en construir una propuesta gastronómica donde conviven influencias mediterráneas, mexicanas e internacionales. El resultado es una carta que privilegia los ingredientes naturales, orgánicos y sustentables, con preparaciones que buscan resaltar los sabores originales de cada producto.

Entre los platillos que mejor representan esta filosofía destacan propuestas como el ceviche de jurel con espuma de mojito, los ñoquis de espinaca con salsa de parmesano, los tacos de lechón y distintas creaciones de temporada que reflejan la versatilidad de una cocina abierta a diversas influencias culturales sin perder coherencia ni identidad.

Sin embargo, el enfoque de Atala Olmos va más allá de la cocina. Rocasal ha puesto especial atención en la experiencia integral del comensal, desde el diseño del espacio y la selección de vajillas elaboradas por artesanos mexicanos hasta la creación de ambientes que funcionan tanto para encuentros familiares como para reuniones de negocios o celebraciones especiales.



En una ciudad donde constantemente surgen nuevas aperturas gastronómicas, Rocasal ha optado por construir una propuesta basada en la permanencia, la calidad y la cercanía con sus clientes. La apuesta de Atala Olmos consiste en demostrar que la alta cocina contemporánea puede ser sofisticada sin resultar pretenciosa, y que la innovación puede surgir a partir del respeto por los ingredientes, el territorio y las historias que cada platillo busca contar.

Más que un restaurante, Rocasal representa la consolidación de una visión gastronómica que entiende la cocina como un espacio de encuentro, donde técnica, producto y hospitalidad convergen para ofrecer una experiencia que refleja la evolución de una de las chefs mexicanas más destacadas de su generación.

NUEVA
Modelo0%

100% SABOR MODELO
0% ALCOHOL



18 0.4% ALC.VOL. ALIMENTATE SANAMENTE

MESEROS TOMA ÓRDENES O MESEROS VENDEDORES

POR: FERNANDO DEL MORAL



En una ocasión un amigo y colega, dueño de un restaurante me preguntó ¿cómo puedo lograr que mis meseros actúen como vendedores? Así les llamo, pero siguen actuando como meseros, solo se dedican a tomar la orden.

Mi respuesta fue sencilla, aunque le sorprendió, a mi amigo le dije, si quieres vendedores trátalos como vendedores, si sigues tratándoles como meseros, seguirán actuando como meseros toma ordenes.

La mayoría de la empresas de la industria de los restaurantes se han preocupado por desarrollar un estilo de servicio particular, con procedimientos y secuencia de atención a sus clientes muy bien definidos y que obtienen un gran nivel de calidad y atención, que ha sido reconocido a nivel internacional, nuestros colaboradores en los restaurantes se destacan por su amabilidad y calidez, así como en la eficacia en la aplicación de los métodos de servicio.

Lo cual, no ha sido así en el caso de las habilidades y técnicas de venta en los restaurantes, continuamente hemos escuchado, “saben servir de maravilla, pero no saben vender, solo se concentran en tomar la orden”

De igual manera también hemos escuchado a comensales quejarse “ten cuidado cuando el mesero te recomienda algo, seguramente es lo más caro” y lamentablemente eso sucede con frecuencia y es la mejor forma de ahuyentar a un cliente, así mismo cuando un cliente pregunta “que lo mejor aquí” responden rápidamente TODO y esa es la mejor manera de matar una venta.

Damos por hecho y por obvio que nuestros meseros deben conocer y manejar habilidades innatas de venta sugestiva y sin presionar al comensal y no es así, la venta sugestiva es una técnica que se debe instruir, inculcar y ser materia formal de capacitación, existen técnicas que bien aplicadas logran la satisfacción del cliente a través de las sugerencias del mesero, quien a su vez también logra incrementar la venta por comensal con el consabido beneficio para la empresa y para el mismo, reflejándose como resultado en la propina.

Existen varias empresas que han logrado impulsar la motivación de la venta en sus colaboradores con reconocimientos visibles, los cuales ostentan con orgullo como parte de su uniforme y los distingue, podemos observar meseros con Pines que han ganado gracias a su esfuerzo de venta.

De igual manera existen empresas que organizan de manera formal concursos de venta, programas de incentivos con remuneraciones ligadas a las ventas logradas por sus vendedores y que a la vez han desarrollado programas prácticos y aplicables de técnica de venta sugestiva, es por ello que han logrado tratar a sus vendedores como MESEROS VENDEDORES.

Las técnicas de venta sugestiva son materia formal de capacitación que pueden desarrollar en los meseros habilidades que reditúan en beneficios directos para ellos y por consiguiente para la empresa y por lo tanto son muy apreciadas para ser adoptadas por ellos y a la vez muy apreciadas por los comensales que perciben el interés por agradar con sus sugerencias y asegurar una experiencia gastronómica agradable a través de la experta recomendación del VENDEDOR.



EL TALLER DE TECNICAS DE VENTAS SUGESTIVA, organizado e impartido a través de la Asociación Mexicana de Restaurantes por Del Moral Asesores, es un taller interactivo, que se basa en el método de capacitación para adultos, donde el participante aprende a base de razonar los conceptos, conocer, practicar y aplicar las técnicas de venta sugestiva y diferenciar el solo tomar una orden con actitud pasiva a ser proactivo en la sugerencia y descripción apetitosa de cada platillo que despierte la imaginación y por consiguiente el antojo en los clientes, identificando cada una de las 4 técnicas y el momento adecuado para sugerir complementos, realizar la venta enfocada en la especialidad del restaurante y lograr la venta de último momento antes de la cuenta.

Terminando con un cuestionario de auto evaluación, en el cual cada participante identifica sus áreas de oportunidad de mejora en sus técnicas de venta.

Termine recordándole a mi amigo y colega aquella frase de Albert Einstein, que dice

“Si sigues haciendo las cosas como siempre las has hecho, obtendrás lo que siempre has obtenido, si quieres obtener cosas diferentes, tendrás que hacer las cosas de manera diferente”.

Y este taller enseña cómo obtener resultados diferentes en el esfuerzo de ventas de nuestros colaboradores.



Fundación Coca-Cola México

IMPULSA EL ACCESO AL AGUA EN ESCUELAS DEL PAÍS Y ALCANZA UN HITO HISTÓRICO

En el marco del cierre del Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA 2026™, presentado por Coca-Cola, Fundación Coca-Cola México destacó los avances de su programa Escuelas con Agua, una iniciativa que busca garantizar el acceso al agua limpia y desinfectada en comunidades escolares de todo el país.

POR: ITZEL PANIAGUA



Durante una cena con causa realizada en la Ciudad de México, Rodrigo Feria, Director Ejecutivo de Fundación Coca-Cola México, compartió los resultados alcanzados por este programa, considerado el proyecto insignia de la organización en materia de acceso al agua y desarrollo comunitario.

Gracias a la instalación de sistemas de captación de agua de lluvia y a un modelo de monitoreo único en México, Escuelas con Agua ha llegado a 1,000 escuelas públicas en 29 estados de la República, beneficiando a más de 347 mil estudiantes y personal escolar.

Más allá de las cifras, el impacto se refleja en mejores condiciones de higiene y bienestar para miles de niñas, niños y docentes, quienes ahora cuentan con acceso a sanitarios funcionales, espacios comunes más limpios y entornos adecuados para el aprendizaje.

Como parte de las acciones rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026™, Fundación Coca-Cola México y la Industria Mexicana de Coca-Cola anunciaron además la implementación de **50 nuevas Escuelas con Agua en cada uno de los estados sede del torneo en México**, con el objetivo de que el evento deportivo deje un legado social duradero en las comunidades.



Durante su mensaje, Rodrigo Feria destacó que aún existen importantes desafíos en el acceso al agua dentro de miles de escuelas del país, por lo que hizo un llamado a sumar esfuerzos entre iniciativa privada, organizaciones sociales y ciudadanía para ampliar el alcance de este tipo de proyectos.

Asimismo, reconoció la participación de aliados estratégicos como Isla Urbana, Rotoplas y las propias comunidades escolares, cuya colaboración ha sido fundamental para alcanzar este hito.

La celebración cobra un significado especial al coincidir con los 100 años de Coca-Cola en México, una fecha que reafirma el compromiso de la compañía y su fundación con el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades donde opera.

Con iniciativas como Escuelas con Agua, Fundación Coca-Cola México busca seguir construyendo soluciones que generen beneficios tangibles y de largo plazo, demostrando que la colaboración entre distintos sectores puede traducirse en mejores oportunidades para las futuras generaciones.

La Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) estuvo representada por su presidente ejecutivo, Hugo Vela, así como la presidenta de DICARES Mireya Ruiz, el Chef Mikel Alonso y Constantino González, quienes acompañaron esta celebración del Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ y respaldaron una iniciativa que busca generar beneficios tangibles para las comunidades mexicanas. Su participación refrenda el compromiso del sector restaurantero con proyectos que promueven el desarrollo social, la sostenibilidad y la construcción de un legado positivo más allá de los grandes eventos internacionales.

Impulsando el SABOR



EXPERTOS
FOOD SERVICE

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

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



BOLETÍN AMR-DICARES

INICIO



AMPELOGRAFÍA:

LEER LA VID PARA ENTENDER EL VINO

POR: DIANA VILLANUEVA



Como parte de mi desarrollo educativo y profesional en la industria vitivinícola, hace algunos años decidí explorar líneas de formación más allá del análisis sensorial. Mi curiosidad me llevó hacia enfoques técnicos, culturales y científicos, con la intención de comprender el vino desde una perspectiva más integral. Porque entender el vino no comienza en la copa, sino en su origen, y con la protagonista de esta industria: la vid.

Dentro de este camino, hubo una disciplina que captó por completo mi atención y que continúa fascinándome: la ampelografía de la Vid. La palabra proviene del griego ampelos (vid) y graphos (escritura). En esencia, es la disciplina que describe y clasifica las variedades de vid a partir de sus características visibles: hojas, sarmientos, racimos y bayas.

Lo que históricamente fue un ejercicio de observación detallada, hoy se complementa con mediciones precisas y e incluso con marcadores de ADN. Su importancia es fundamental, pues permite identificar variedades, aclarar identidades, proteger los recursos genéticos y garantizar la autenticidad tanto de los vinos como de su material vegetal. En conjunto, es una pieza clave en la conservación del patrimonio vitícola (OIV, 2019). Desde 1873 existen normas internacionales para su estudio, y actualmente se utilizan alrededor de 150 descriptores que abarcan desde brotes y hojas, hasta racimos, bayas y madera. En este contexto, la Organización Internacional de la Vid y el Vino (OIV) estableció un protocolo de identificación de variedades mediante su resolución OIV-VITI 609-2019 (OIV, 2019).

A pesar de los avances tecnológicos, la ampelografía y su observación de la vid en campo sigue siendo el primer filtro en la identificación varietal. Permite recuperar variedades autóctonas o silvestres, detectar errores de etiquetado, apoyar procesos de certificación clonal y conectar el material vegetal actual con descripciones históricas.

A pesar de los avances tecnológicos, la ampelografía y su observación de la vid en campo sigue siendo el primer filtro en la identificación varietal. Permite recuperar variedades autóctonas o silvestres, detectar errores de etiquetado, apoyar procesos de certificación clonal y conectar el material vegetal actual con descripciones históricas. En el caso de vides silvestres, incluso aporta herramientas para identificar cultivares con potencial de adaptación frente al cambio climático (This et al., 2006). Uno de los ejemplos más emblemáticos de su relevancia es la identificación de la uva Carmenere en Chile. A finales de 1994, el ampelógrafo francés Jean-Michel Boursiquot la identificó en el Valle del Maipo, particularmente en Viña Carmen, demostrando que lo que durante décadas se había cultivado y promovido como Merlot correspondía, en realidad, a Carmenere.

Su investigación comenzó precisamente al observar diferencias en los brotes y flores, lo que lo llevó a concluir que se trataba de esta variedad de origen en Burdeos que se consideraba extinta en su lugar de origen (Martínez, 2018).





Otro ejemplo más cerca de nosotros, en Baja California, es el caso igualmente revelador con la llamada "Nebbiolo mexicana". Durante años, esta variedad fue identificada y comercializada como Nebbiolo; sin embargo, estudios ampelográficos y genéticos realizados por la Universidad de California, Davis, determinaron en 2021 que en realidad corresponde a la variedad italiana Lambrusca di Alessandria (De la Fuente, 2021).

En Francia se encuentra la colección ampelográfica más grande del mundo, ubicada en el Centro de Recursos Biológicos de la Vid (CRB-Vigne), unidad experimental del INRAE, en Montpellier. Aquí se conservan registros de una vasta diversidad de variedades, portainjertos, híbridos y especies relacionadas con *vitis vinifera* (INRAE, s.f.), lo que permite a los investigadores consultar, comparar y complementar con sus propios casos de estudio. En esta misma línea, la OIV impulsa uno de los programas formativos más especializados a nivel internacional: el curso, que se lleva a cabo cada dos años en un país distinto, reúne a científicos, investigadores, académicos, entre otros, con el objetivo de fortalecer la identificación de variedades en campo y su comprensión a través de análisis científicos en laboratorio (OIV, s.f.).



Motivada por esta búsqueda constante de aprendizaje, decidí aplicar al Cours International d'Ampélographie de l'OIV, donde fui seleccionada para formar parte de su edición en Chile 2023. Fui la primera mexicana en participar en esta formación, y pude apreciar el nivel y la trayectoria de mis compañeros de curso: científicos, investigadores, académicos quienes, además de su trayectoria y experiencia, compartieron una gran calidad humana. Hasta hoy, muchos de ellos se han convertido en grandes amistades. Sin duda, una experiencia muy significativa que marcó mi camino profesional y reafirmó mi interés por seguir aprendiendo y compartiendo el conocimiento del vino desde diversos enfoques. Así, la ampelografía ha evolucionado de estar basada en la observación del ampelógrafo a ser una disciplina cuantitativa y estandarizada, apoyada en herramientas como la ampelometría, los marcadores moleculares y, más recientemente, la inteligencia artificial. Sin embargo, su esencia permanece intacta: observar la vid en campo, leer su estructura e interpretar sus formas sigue siendo el punto de partida para comprender, identificar y garantizar la autenticidad del vino. Porque entender el vino, es aprender a leer la vid.

AGENTES DE IA EN RESTAURANTES: CÓMO CONTRATAR MÁS RÁPIDO SIN PERDER EL TOQUE HUMANO

POR: RICARDO ALTAMIRANO. QONDA



En la industria restaurantera, cada turno cuenta. Una vacante sin cubrir no solo representa una silla vacía en la operación: puede traducirse en mesas mal atendidas, tiempos de espera más largos, presión para el equipo actual y, en muchos casos, pérdida directa de ventas. Meseros, cocineros, garroteros, repartidores, cajeros, baristas, hostess y personal de limpieza son el motor silencioso de miles de restaurantes en México. Sin embargo, atraer, filtrar y contratar talento operativo se ha vuelto cada vez más complejo.

Hoy el reto no es únicamente “publicar una vacante”. El verdadero reto es responder rápido, filtrar bien, dar seguimiento constante y lograr que el candidato sí llegue a entrevista. En un mercado donde muchas personas aplican desde su celular, fuera de horario laboral y desde distintos canales digitales, los procesos tradicionales de reclutamiento suelen quedarse cortos. El candidato escribe por WhatsApp, Facebook, Instagram o algún portal de empleo; si nadie responde en minutos, probablemente ya está hablando con otra empresa.

Aquí es donde la inteligencia artificial comienza a jugar un papel clave para restaurantes, cafeterías, cadenas, grupos restaurantera y franquicias. No para sustituir al reclutador ni al gerente, sino para quitarles de encima la parte más repetitiva y operativa del proceso: responder preguntas frecuentes, validar requisitos básicos, pedir documentos, agendar entrevistas y mantener vivo el interés del candidato.

La contratación en restaurantes tiene una característica muy particular: requiere velocidad, pero también criterio humano. Un buen gerente o reclutador sabe detectar actitud, servicio, energía, puntualidad, presentación y disposición. Eso no desaparece con la tecnología. Al contrario, se vuelve más importante. La IA debe funcionar como un copiloto: atiende cientos o miles de conversaciones, organiza la información y entrega candidatos más listos para que el equipo humano tome mejores decisiones.



En Qonda hemos visto que una parte importante del volumen de candidatos ocurre fuera del horario de oficina. Muchas personas buscan empleo por la noche, en fines de semana o durante traslados. Si la empresa no responde en ese momento, se pierde una oportunidad. Un agente de IA puede atender 24/7, resolver dudas de la vacante, confirmar ubicación, disponibilidad de horario, experiencia previa, documentos básicos y agendar una entrevista sin que el reclutador tenga que estar conectado todo el día.

Esto es especialmente relevante para restaurantes con alta rotación o múltiples sucursales. Cuando cada unidad publica por su cuenta, responde desde distintos celulares o pierde conversaciones entre redes sociales, el proceso se vuelve desordenado. Centralizar la atracción y el seguimiento permite tener visibilidad completa: qué vacantes están abiertas, de dónde vienen los candidatos, quién cumple el perfil, quién ya fue agendado y qué documentos faltan. La operación deja de depender de hojas de cálculo, mensajes sueltos o capturas de pantalla.

La inteligencia artificial también puede ayudar en una etapa crítica: después de la contratación. Muchos colaboradores nuevos abandonan en los primeros días porque no recibieron información clara, no entienden procedimientos, no saben a quién acudir o se sienten desconectados. Un agente de onboarding puede acompañarlos, explicar reglas básicas, responder dudas frecuentes, recordar documentos pendientes y facilitar su integración. En restaurantes, donde el ritmo de trabajo es intenso desde el primer día, este acompañamiento puede marcar la diferencia.

La oportunidad para la industria restaurantera no está en “usar IA por moda”. Está en diseñar procesos más simples, más rápidos y más humanos. Un candidato bien atendido tiene más probabilidad de llegar a entrevista.

Un reclutador con información ordenada puede enfocarse en evaluar mejor. Un gerente con candidatos previamente filtrados puede cubrir vacantes con menos fricción. Y un nuevo colaborador acompañado desde el inicio tiene más posibilidades de quedarse.

El futuro del trabajo en restaurantes no será completamente automatizado; será más bien aumentado. Los mejores equipos no serán los que reemplacen personas con tecnología, sino los que usen tecnología para que las personas trabajen mejor. En una industria donde la experiencia del cliente depende directamente del talento humano, contratar bien y rápido se convierte en una ventaja competitiva. La inteligencia artificial no viene a quitarle el alma al restaurante. Viene a ayudar a que el equipo tenga más tiempo para lo que realmente importa: servir mejor, operar mejor y construir lugares donde la gente quiera trabajar.



ESTADOS UNIDOS ENFRENTA OBSTÁCULOS EN LA DEVOLUCIÓN DE ARANCELES DECLARADOS ILEGALES

Por: Itzel Paniagua



El proceso para devolver miles de millones de dólares recaudados mediante los aranceles impuestos por la administración de Donald Trump se ha convertido en uno de los temas comerciales más relevantes para Estados Unidos y sus socios económicos. Tras una serie de resoluciones judiciales que determinaron que el gobierno estadounidense excedió sus facultades al imponer diversos gravámenes a las importaciones, las autoridades se encuentran obligadas a reembolsar los recursos cobrados a empresas importadoras. Sin embargo, el proceso ha enfrentado retrasos, errores administrativos y diferencias sobre el monto total que deberá ser devuelto.

De acuerdo con información presentada ante el Tribunal de Comercio Internacional de Estados Unidos, la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) corrigió recientemente sus cálculos sobre las solicitudes de reembolso recibidas y redujo las estimaciones de los recursos que finalmente podrían regresar a las empresas afectadas.

Más allá de las cifras, el caso representa un precedente importante para el comercio global. Durante años, los aranceles impulsados por la administración Trump modificaron cadenas de suministro, elevaron costos de importación y generaron incertidumbre para empresas de múltiples sectores, desde manufactura y logística hasta alimentos y bebidas.

La decisión de los tribunales estadounidenses refuerza la importancia de los mecanismos legales que limitan la aplicación unilateral de medidas comerciales y envía una señal de mayor certidumbre para los mercados internacionales.

Aunque los reembolsos serán entregados principalmente a importadores estadounidenses, los efectos podrían extenderse a economías exportadoras que mantienen una fuerte relación comercial con Estados Unidos.

Países como México, Canadá, China y diversas naciones de Asia y Europa podrían beneficiarse indirectamente si la devolución de recursos ayuda a reducir costos para las empresas estadounidenses y reactiva la demanda de productos importados.

En el caso de México, principal socio comercial de Estados Unidos, una menor presión sobre los costos de importación podría traducirse en mayores oportunidades para exportadores de sectores como alimentos procesados, productos agrícolas, bebidas, manufacturas y autopartes. Asimismo, la resolución judicial podría fortalecer la confianza de las empresas que dependen de cadenas de suministro integradas entre ambos países.

Especialistas también consideran que el caso podría influir en futuras discusiones sobre políticas proteccionistas, al establecer límites más claros sobre el alcance de las facultades presidenciales para imponer aranceles sin la aprobación correspondiente de otras instancias gubernamentales.

Uno de los principales debates es si los recursos reembolsados llegarán finalmente a los consumidores. Diversas compañías estadounidenses han anunciado que utilizarán parte de los fondos recuperados para reducir precios o compensar incrementos de costos derivados de los aranceles.

De concretarse estas medidas, los consumidores podrían percibir una disminución en el precio de algunos bienes importados, mientras que las empresas ganarían margen para invertir, expandir operaciones y fortalecer sus cadenas de suministro.

A medida que avanza el proceso de reembolso, el caso continúa siendo observado por gobiernos, inversionistas y empresas de todo el mundo, ya que sus implicaciones podrían influir en la política comercial estadounidense y en la dinámica del comercio internacional durante los próximos años.

Fuente: IFMA The Food Away From Home Association, "Problems Arise in the Refund of Tariff Money", 29 de mayo de 2026

CAPACITACIÓN

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

DIRIGIDO A: Profesionales de la industria restaurantera (dueños, gerentes, administradores, jefes de área)

MARTES
23 JUNIO

COLEGIO SUPERIOR DE GASTRONOMÍA

AV. Sonora 189, Hipódromo Condesa, CDMX

9:00 A 14:00 HRS

\$2,000 Socios

\$2,800 No Socios

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 gestión integral del restaurante



PONENTE: Maestro 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.

NOEMÍ ALARCÓN

nalarcon@amr.org.mx | 55 5250 1146

   @AMR



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

ÚNETE
a la
AMR



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

amr.org.mx

BOLETÍN AMR-DICARES

INICIO

