



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



**DICARES**  
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

# BOLETÍN QUINCENAL



**JUNIO. 19. 2026**

PRÓXIMOS CURSOS

**DIRECTORIO**  
*Proveedores*  
AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS  
ESPECIALIZADOS  
PARA LA INDUSTRIA  
RESTAURANTERA

CONSULTA AQUÍ



**RENOVAR EL EQUIPO DE TU COCINA NO ES UN GASTO**  
ES LA DECISIÓN MÁS RENTABLE  
QUE PUEDES TOMAR ESTE AÑO.



EQUIPATE EN  
**KEGO.MX**

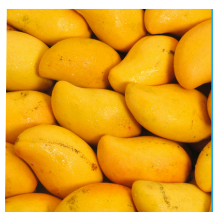


ESCRÍBENOS POR WHATSAPP 442 611 4498



**JURÍDICO**

Registro electrónico de jornada laboral: qué cambia y qué deben considerar las empresas.



**GASTRONOMÍA**

Mango Ataulfo: una historia que va más allá del sabor.



**INDUSTRIA**

#BuenaCopa llevará decálogo de consumo responsable a bares y restaurantes de CDMX rumbo al Mundial 2026



**SOCIOS**

Tigre.  
Gastro Bistro.



**EVENTOS**

Fonda Margarita: 100 años de su fundadora.



**EVENTOS**

Comida Mensual de Socios AMR fortalece el diálogo y la colaboración en la industria restaurantera.



**EVENTOS**

Turismo que Transforma: una visión estratégica para impulsar el desarrollo de México.



**VINOS**

Altos Norte Vinícola: terruño de identidad jalisciense.



**SOCIOS ESTRATÉGICOS**

ABASTUR 2026: el punto de encuentro para la innovación y el crecimiento de la industria restaurantera.

**ABASTUR**  
by Informa

**La Puerta a la Hospitalidad**

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

SAVE THE DATE

De 10 am - 7 pm

Patrocinador oficial  
**Getnet**

[www.amr.org.mx](http://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

# REGISTRO ELECTRÓNICO DE JORNADA LABORAL: QUÉ CAMBIA Y QUÉ DEBEN CONSIDERAR LAS EMPRESAS.

POR LIC. FERNANDO TREJO, JURÍDICO AMR



Conforme a los criterios de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, la obligación de registrar electrónicamente la jornada diaria laboral no representará para las empresas contar con una plataforma específica, ni un reloj checador determinado.

Los lineamientos que emitirá la Autoridad Laboral para cumplir con esa obligación, no tendrán especificaciones técnicas que obliguen a las empresas a adquirir determinadas aplicaciones o herramientas de terceros.

No existirá ningún tipo de especificación tecnológica, sólo el sistema que controle el tiempo de trabajo dentro de los límites de la Ley Federal del Trabajo, tanto en jornada ordinaria como en extraordinaria, pudiendo decidir la empresa el tipo de control de tiempo que utilice.

Lo único que se tiene que cuidar es que exista un control de registro electrónico confiable

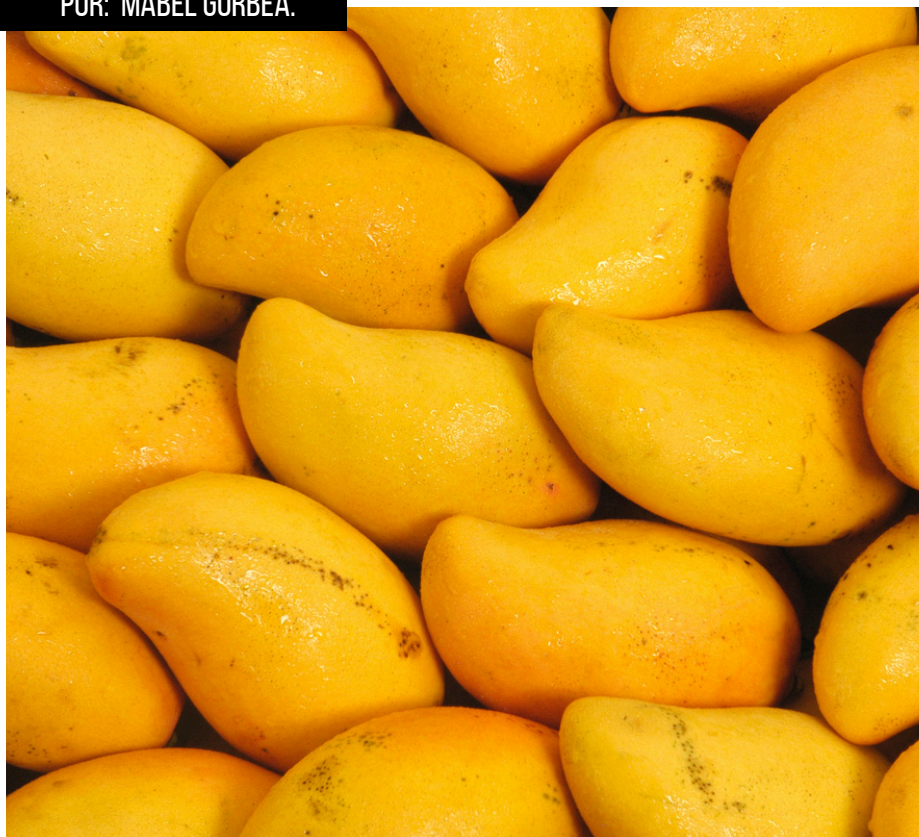
Deberá observarse el cumplimiento de que los registros electrónicos, primordialmente cuando exista tiempo extraordinario, coincidan con los timbrados del pago de la nómina reportada a las Autoridades Fiscales, pues la finalidad de los controles de asistencia es que se respeten los límites establecidos por la Ley Federal del Trabajo para las jornadas laborales y que, en su caso, se paguen las horas extras laboradas sin exceder de los máximos autorizados.



# MANGO ATAULFO:

## UNA HISTORIA QUE VA MÁS ALLÁ DEL SABOR

POR: MABEL GORBEA.



Hay frutas que tienen calendario. El Ataulfo es una de ellas. Entre abril y julio, el mango ataulfo se puede encontrar prácticamente en todos lados: desde las pequeñas fruterías de la colonia y los vendedores ambulantes con sus característicos vasos de ataulfo con chile, hasta en las heladerías y restaurantes con sus aguas de mango. Cuando el calor y la lluvia alcanzan su punto más honesto, los puestos callejeros se llenan de ese color amarillo intenso, casi dorado, que no necesita etiqueta. Es el sabor del verano mexicano.

Pero detrás de esa imagen cotidiana existe una industria de dimensiones sorprendentes y una historia económica que no siempre tiene el mismo sabor que la fruta.

El ataulfo no es una variedad de mango cualquiera. Es un mango con nombre propio, con origen documentado y con denominación de origen. La variedad Ataulfo se cultiva en la región del Soconusco, Chiapas, y recibe su nombre del ingeniero agrónomo Ataulfo Morales, quien experimentó con diversos injertos en sus árboles hasta obtener esta variedad. No es un mango genérico: es el resultado de un proceso de selección específico, anclado a un territorio concreto del sureste mexicano.

El mango ataulfo es el fruto de mayor importancia económica y social en la región del Soconusco, Chiapas. Su temporada concentra una actividad productiva que mueve comunidades enteras y vastas cadenas logísticas, desde su cosecha hasta su transporte, distribución y exportación.

México se considera el cuarto mayor productor de mango del mundo y el primero en exportaciones. Según estimaciones, el cultivo del mango genera 23 mil empleos permanentes y su producción se expande constantemente. Solo en 2023, de acuerdo con cifras de la Asociación de Empacadoras de Mango de Exportación (EMEX), los productores mexicanos vendieron más de 65 millones de cajas a Estados Unidos, que llegó a comprar más de 471 millones de dólares en mango mexicano. Son cifras que impresionan. Pero su lectura cambia cuando se observa desde el otro extremo de la cadena.

En el Soconusco, en Chiapas, se produce uno de cada tres mangos destinados al mercado nacional, a Estados Unidos y a Canadá. Al menos cinco mil familias sobreviven directamente de esa producción. Y sin embargo, la relación entre esas familias y los números millonarios de la exportación es, en el mejor de los casos, indirecta. El precio de una caja puede caer de 600 a 200 pesos en una quincena debido a los movimientos del mercado y la presión de los intermediarios. El productor, que entra al huerto a las seis de la mañana, no controla ese precio. Lo recibe. Esta es la realidad del sector agropecuario mexicano y no es exclusiva del comercio del mango. La incertidumbre sobre el valor de la propia cosecha es una condición que comparten productores de maíz, aguacate, café o caña. El campo mexicano produce, pero rara vez es quien dicta las reglas del mercado que lo consume. El ataulfo es simplemente uno de los rostros más visibles de esa realidad, precisamente porque su fama internacional hace más evidente la brecha entre lo que se produce y lo que se gana.



Los pequeños productores enfrentan diversos retos económicos que los vuelven vulnerables ante coyotes, acopiadores y sistemas de producción de mayor escala. La cadena que lleva el ataulfo del árbol chiapaneco al supermercado estadounidense o a la frutería japonesa tiene muchos eslabones, y el primero de ellos, paradójicamente, es el que menos captura del valor final.

Uno de los retos centrales de la industria es establecer una cadena de comercialización que evite triangulaciones entre los distintos actores, preserve el valor del producto y asegure que el productor sea el más beneficiado. Otro reto igualmente urgente es la actualización de la denominación de origen del mango Aaulfo, para dar el valor que corresponde a la variedad producida en la zona protegida.

En términos concretos: la denominación de origen existe y es legítima, se obtuvo en 2003 y protege a 13 municipios del Soconusco. El problema no es su existencia sino su diseño y gobernanza. Sus mayores limitaciones se deben a que no considera las necesidades, intereses y capacidades de los productores ni de otros actores en el diseño de los instrumentos legales que la sustentan. Si bien los grandes y medianos productores desarrollan las innovaciones tecnológicas necesarias para ajustarse a la regulación fitosanitaria de los mercados internacionales, su relación con los actores comerciales sigue siendo asimétrica: las empacadoras aprovechan sus redes para mantener un amplio poder en la negociación de precios.



La paradoja es visible y concreta, ya que el mismo mango que una familia de Huehuetán vende a precio accesible aparece semanas después en tiendas premium de Los Ángeles o Tokio, donde su condición de producto mexicano de origen específico es precisamente lo que justifica su precio elevado. El valor del territorio viaja con la fruta. El beneficio económico de ese valor no siempre.

Lo que sí permanece en México es el uso. El ataulfo es una de las frutas más versátiles de la temporada. En su forma más elemental, con chile y limón en un vaso de plástico, ya es casi perfecto. Pero su pulpa firme, su bajo contenido de fibra y su dulzura equilibrada lo convierten en un ingrediente serio en manos de quien quiera llevarlo más lejos.

En los ceviches, el ataulfo aporta una acidez dulce que equilibra el chile y el limón. En salsas para pescado o simplemente en salsas con habanero. Su textura se presta para preparaciones rápidas que no necesitan cocción larga. En repostería, su color y su concentración de sabor funcionan en helados, mousses y tartas con un sabor que solo este mango alcanza. Y en coctelería, combinado con mezcal o tequila blanco, su dulzura natural reduce la necesidad de jarabes y le da al trago una identidad difícil de lograr con ingredientes artificiales.

Es una fruta que no necesita que la compliquen. Pero aguanta, y bien, cuando alguien decide tomarla en serio.



Cada julio, México consume millones de mangos Aaulfo sin detenerse demasiado a pensar en ellos. Esa naturalidad, ese consumo sin reverencia ni etiqueta de lujo, es también una forma de pertenencia. El Aaulfo no necesita que lo celebren para ser lo que es.

Pero quizás valga la pena, al menos una vez por temporada, preguntarse por las manos que lo cosecharon. No como ejercicio de culpa, sino de reconocimiento. La misma fruta que el mundo compra como producto premium nació en un huerto chiapaneco donde el precio de la caja se decidió sin que el productor tuviera mucho que decir al respecto.

El verano sabe a mango Aaulfo. Ojalá algún día ese sabor sea igual de bueno para todos los que lo hacen posible.



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.

# #BUENACOPA LLEVARÁ DECÁLOGO DE CONSUMO RESPONSABLE A BARES Y RESTAURANTES DE CDMX RUMBO AL MUNDIAL 2026

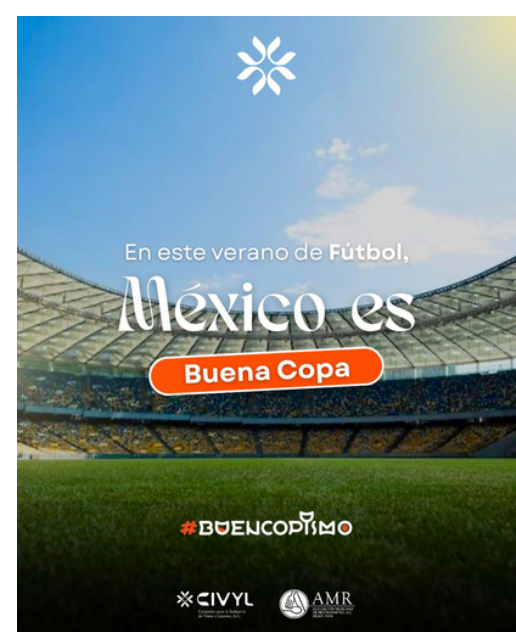
POR: PANAMBÍ GARCÉS

De cara al Mundial 2026, la Comisión para la Industria de Vinos y Licores (CIVYL), el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México (FMPT), CANIRAC y CANACO impulsan #BuenaCopa, una iniciativa que busca promover una cultura de consumo responsable y fortalecer las experiencias de hospitalidad para residentes y visitantes.



Como parte de este esfuerzo, se promoverá la adopción de un Decálogo de Buenas Prácticas en bares, restaurantes y otros establecimientos participantes, con acciones orientadas a fomentar decisiones informadas y entornos de convivencia responsables. Entre ellas destaca el compromiso de ofrecer un vaso de agua natural sin costo por cada bebida alcohólica servida, así como la difusión del concepto de Trago Estándar para generar mayor conciencia sobre el consumo de alcohol.

#BuenaCopa busca sumar esfuerzos entre la industria, el sector turístico, las cámaras empresariales y los establecimientos para impulsar una agenda conjunta de consumo responsable rumbo al Mundial 2026. Más que una campaña, la iniciativa busca consolidarse como un movimiento que promueva decisiones informadas, fomente buenas prácticas en los establecimientos y contribuya a fortalecer una cultura de celebración responsable.



# NUESTRA COMUNIDAD:

## ENTRE BRASAS Y CORTES: LA PROPUESTA DE TIGRE EN MASARYK

POR: ITZEL PANIAGUA



En una ciudad donde la oferta gastronómica crece prácticamente cada semana, hay lugares que logran destacar no solo por lo que sirven en la mesa, sino por la experiencia completa que construyen alrededor de ella. Ese es el caso de Tigre, ubicado en Masaryk, un espacio que combina carácter, calidez y una propuesta culinaria inspirada en dos tradiciones que entienden muy bien el placer de comer: la argentina y la italiana.

Desde que se cruza la puerta, el lugar transmite una energía dinámica pero acogedora; de esos sitios donde la conversación fluye sin esfuerzo y donde el ritmo de la experiencia parece invitar a quedarse un poco más. Sin necesidad de excesos, Tigre apuesta por una propuesta que encuentra fuerza en los detalles y en el respeto por ingredientes y técnicas que hablan por sí mismos.

La cocina encuentra un punto de encuentro entre Argentina e Italia, dos culturas donde la comida tiene un significado que va más allá del plato. En el menú, los cortes tienen un papel protagonista y reflejan una ejecución precisa que pone especial atención en la calidad del producto y en la preparación. Cada pieza llega a la mesa con una cocción cuidada y con ese equilibrio que permite apreciar el sabor real de la carne, sin artificios innecesarios.

Pero más allá de la cocina, uno de los elementos que realmente termina por definir la experiencia es el servicio. En Tigre, la atención se siente cercana y genuina; el equipo acompaña la experiencia con recomendaciones oportunas y una hospitalidad que logra hacer sentir a los comensales cómodos desde el primer momento. Es esa clase de servicio que sabe estar presente sin resultar invasivo y que convierte una comida en una experiencia mucho más memorable.

En un entorno gastronómico donde cada vez es más difícil sorprender, Tigre encuentra su identidad apostando por una combinación efectiva: buena cocina, excelentes cortes y una atención que hace que los detalles marquen la diferencia. Porque a veces, los lugares que más permanecen en la memoria son aquellos que entienden que una gran experiencia no depende únicamente de lo que llega al plato, sino también de cómo hacen sentir a quienes se sientan a la mesa.



# NUESTRA COMUNIDAD:

## *GASTRO BISTRO: UNA PROPUESTA JOVEN QUE APUESTA POR LA CREATIVIDAD Y LA EVOLUCIÓN DE LA COCINA MEXICANA*

La gastronomía evoluciona constantemente, y con ella también surgen nuevas generaciones de chefs y conceptos que buscan ofrecer experiencias distintas, frescas y conectadas con los gustos actuales de los comensales. Bajo esta visión nace Gastro Bistro, un proyecto encabezado por el chef Axel García, que apuesta por una cocina creativa, dinámica y con una identidad propia.

Con una trayectoria que ha destacado por su disciplina, talento y participación en importantes escenarios gastronómicos, Axel García forma parte de una nueva generación de chefs que entiende la cocina como un espacio de experimentación y expresión, sin perder de vista la riqueza culinaria que distingue a México.

La propuesta de Gastro Bistro surge precisamente de esa combinación: el respeto por los ingredientes y sabores que forman parte de nuestra cultura gastronómica, junto con una mirada contemporánea que busca reinterpretarlos y presentarlos desde una perspectiva distinta. El resultado es un concepto que apuesta por la calidad, la técnica y una experiencia cercana para el comensal. Más allá de la cocina, Gastro Bistro refleja una tendencia cada vez más presente en la industria restaurantera: la búsqueda de propuestas auténticas, donde el concepto, la identidad y la experiencia completa juegan un papel tan importante como los platillos que llegan a la mesa.

Actualmente, los consumidores buscan espacios que ofrezcan algo más que una buena comida; buscan historias, creatividad y experiencias que generen conexión. En ese contexto, nuevos proyectos liderados por jóvenes talentos se han convertido en parte importante de la transformación que vive el sector.

La industria restaurantera continúa evolucionando gracias a propuestas que se atreven a experimentar, innovar y construir nuevas formas de entender la hospitalidad. Gastro Bistro se suma a esta nueva generación de conceptos que, a través de una visión fresca y una propuesta con personalidad propia, contribuyen a fortalecer y enriquecer el panorama gastronómico actual.



# NUESTRA COMUNIDAD:

## FONDA MARGARITA: 100 AÑOS DE SU FUNDADORA

POR: ITZEL PANIAGUA



Hablar de la gastronomía mexicana es hablar de historias, familias y recetas que han trascendido generaciones. Uno de los ejemplos más emblemáticos de esta herencia culinaria es Fonda Margarita, un establecimiento que este año celebra su centenario, consolidándose como uno de los espacios más representativos de la cocina tradicional de la Ciudad de México.

Fundada en 1926, Fonda Margarita ha logrado mantenerse vigente durante cien años gracias a una propuesta basada en la autenticidad, el sabor casero y el respeto por las recetas que han acompañado a miles de comensales a lo largo de un siglo. Ubicada en la colonia Del Valle, la fonda se ha convertido en un referente de los desayunos tradicionales mexicanos, atrayendo tanto a habitantes de la ciudad como a visitantes nacionales e internacionales interesados en conocer una expresión genuina de la cultura gastronómica del país.

A lo largo de su historia, el establecimiento ha preservado platillos que forman parte del patrimonio culinario cotidiano de México, desde frijoles de olla y guisados tradicionales hasta preparaciones que evocan los sabores de hogar que han caracterizado a generaciones de familias mexicanas. Su permanencia demuestra que la tradición y la calidad continúan siendo elementos fundamentales para el éxito de un negocio gastronómico.

La celebración de sus 100 años representa mucho más que un aniversario. Es el reconocimiento a la labor de quienes han dedicado su vida a conservar técnicas, ingredientes y recetas que forman parte de la identidad cultural de nuestro país. En una industria que evoluciona constantemente y donde las tendencias cambian con rapidez, espacios como Fonda Margarita recuerdan la importancia de mantener vivas las raíces que distinguen a la cocina mexicana en el mundo.

La preservación de las tradiciones gastronómicas desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la cultura, el turismo y la economía. Los restaurantes tradicionales no solo ofrecen alimentos; también transmiten historias, costumbres y conocimientos que enriquecen la experiencia de los comensales y contribuyen a la construcción de comunidades más conectadas con su patrimonio.

Para el sector restaurantero, casos como el de Fonda Margarita son una muestra de que la innovación puede convivir con la tradición. Mantener la esencia de una propuesta gastronómica mientras se adapta a los cambios del entorno es uno de los grandes desafíos de la industria, y también una de las claves para construir negocios con legado.

Al celebrar un siglo de historia, Fonda Margarita se convierte en un símbolo de la riqueza gastronómica de México y en un recordatorio de la responsabilidad compartida que tiene el sector de proteger, promover y transmitir las tradiciones culinarias a las futuras generaciones. Su historia demuestra que preservar nuestras raíces no solo honra el pasado, sino que también fortalece el futuro de la gastronomía mexicana.



NUEVA  
**Modelo0%**

100% SABOR MODELO  
0% ALCOHOL



18 0.4% ALC.VOL. ALIMENTATE SANAMENTE

# COMIDA MENSUAL DE SOCIOS AMR FORTALECE EL DIÁLOGO Y LA COLABORACIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANtera

POR: ITZEL PANIAGUA



**El** Asociación Mexicana de Restaurantes llevó a cabo una nueva edición de su Comida Mensual de Socios, un encuentro que continúa consolidándose como un espacio clave para fomentar el intercambio de experiencias, fortalecer relaciones y generar nuevas oportunidades de colaboración dentro del sector restaurantero.

En esta ocasión, la reunión se realizó en el restaurante Sonia, un espacio reconocido por su propuesta de cocina italiana y su concepto que combina tradición, calidad y una experiencia gastronómica completa. En un ambiente cercano y de convivencia, socios, aliados estratégicos e invitados especiales se dieron cita para compartir una jornada de diálogo y conexión entre profesionales del sector.

Como parte del programa, la AMR contó con la participación de Deliverect y Qonda, empresas que presentaron soluciones enfocadas en impulsar la innovación y optimizar la operación diaria de los restaurantes.

Durante su participación, representantes de ambas compañías compartieron herramientas y estrategias relacionadas con la transformación digital, la integración tecnológica y la mejora de procesos operativos, aspectos que hoy juegan un papel fundamental para fortalecer la competitividad y responder a las nuevas necesidades de la industria.





Más allá de un punto de encuentro, la Comida Mensual de Socios se ha convertido en un espacio que permite generar conversaciones relevantes, acercar nuevas ideas y construir alianzas entre los distintos actores que forman parte del ecosistema restaurantero.

Estas reuniones nacen desde el compromiso de la AMR por generar espacios de valor para sus afiliados, promoviendo la innovación y el fortalecimiento de una industria restaurantera cada vez más sólida y preparada para enfrentar los retos del entorno actual.



# Turismo que Transforma:

## UNA VISIÓN ESTRATÉGICA PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE MÉXICO

Representantes de la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) asistieron a la presentación del plan “Turismo que Transforma”, una iniciativa que busca consolidar al turismo como una herramienta de desarrollo económico, social y cultural para las comunidades del país.

POR: ITZEL PANIAGUA



Durante el encuentro se compartieron los principales ejes de esta estrategia, enfocada en fortalecer la competitividad de los destinos turísticos, promover una mayor integración entre los distintos sectores de la cadena de valor y generar beneficios tangibles para las comunidades que participan en la actividad turística.

La presentación destacó la importancia de construir un modelo de turismo sostenible e incluyente, capaz de impulsar el crecimiento económico al tiempo que preserva el patrimonio cultural, gastronómico y natural de México. Asimismo, se subrayó el papel que desempeñan las empresas, organizaciones y autoridades en la creación de experiencias turísticas de calidad que contribuyan al posicionamiento de los destinos nacionales.

Para la AMR, este tipo de espacios representan una oportunidad para fortalecer la vinculación con actores estratégicos del sector turístico y refrendar el papel de la gastronomía como uno de los principales motores de atracción para visitantes nacionales e internacionales.



La estrecha relación entre turismo y gastronomía ha convertido a los restaurantes en protagonistas de la experiencia de viaje, generando valor económico, promoviendo la identidad cultural de cada región y contribuyendo al desarrollo local. En este contexto, iniciativas como “Turismo que Transforma” permiten impulsar una visión integral que favorezca el crecimiento de toda la cadena productiva vinculada al turismo.

Con su participación en este encuentro, la AMR reafirma su compromiso de colaborar en proyectos que impulsen la competitividad, innovación y sostenibilidad de los sectores turístico y gastronómico, contribuyendo al fortalecimiento de México como uno de los destinos más atractivos del mundo.





## RENOVAR EL EQUIPO DE TU COCINA NO ES UN GASTO. ES LA DECISIÓN MÁS RENTABLE QUE PUEDES TOMAR ESTE AÑO.

¿Sabías que en la industria restaurantera, la eficiencia operativa define la rentabilidad?  
Uno de los factores que más impacta esa eficiencia y que con mayor frecuencia se posterga es la renovación del equipo de cocina.

### CONOCE LOS **BENEFICIOS** DE RENOVAR:

#### **MENOR CONSUMO ENERGÉTICO**

Los equipos con años de uso pueden consumir **hasta un 30% más de energía** que uno nuevo. Renovar una freidora, un horno o una estufa de alto rendimiento se traduce en una factura eléctrica más baja desde el primer mes de operación. Un **ahorro real, constante y medible**.



#### **MAYOR CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

Un equipo profesional actualizado puede **incrementar** la capacidad de producción de una cocina **hasta en un 40%**. **Más velocidad, menos tiempos de espera** y mayor rotación de mesas se traduce directamente en más ingresos por servicio, sin necesidad de ampliar el espacio.



#### **RETORNO DE INVERSIÓN REAL**

Los negocios que operan con equipo obsoleto destinan hasta un 25% de su presupuesto de mantenimiento en reparaciones correctivas, dinero que con equipo nuevo prácticamente desaparece. Además, un equipo moderno **puede amortizarse en un promedio de 18 a 24 meses**, convirtiéndose en un activo productivo a largo plazo.



### ESTE ES EL MOMENTO DE RENOVAR TU COCINA. CON **LAS MEJORES MARCAS**:



En KEGO encuentras equipo profesional con **envío a todo México** y **asesoría personalizada** para que elijas **lo que tu operación realmente necesita**.

Conoce el catálogo completo en:

[KEGO.MX](https://www.kego.mx)

**¿NO SABES POR DÓNDE EMPEZAR? NUESTROS ASESORES TE AYUDAN A ELEGIR EL EQUIPO IDEAL SEGÚN TU OPERACIÓN.**  
Contacta a nuestro equipo vía WhatsApp +52 442 611 4498

# ALTOS NORTE VINÍCOLA: TERRUÑO DE IDENTIDAD JALISCIENSE

POR: KARIM HERNÁNDEZ.



Altos Norte es una vinícola mexicana en los Altos de Jalisco. Ahí, elaboramos vinos auténticos y de mínima intervención, producidos con respeto al terruño e identidad. La producción sirve a una comunidad consciente: sus clientes, colaboradores, la región y el medio ambiente. Lo hace mediante prácticas sustentables, responsables y regenerativas, combinando tradición y técnica.

Nos importa conservar la tierra, honrar y historia, así como brindar experiencias únicas que conecten a las personas con el valor de un vino bueno y sano. Además, somos el primer viñedo y bodega jalisciense en obtener la certificación orgánica por Ecocert.

En el viñedo y bodega Altos Norte, José Vega Villalobos y Karim Hernández producen vinos naturales. El viñedo se fundó en 2016; nació de la inspiración y el amor por el vino y la tierra de los antepasados de José y Karim. Hoy, el viñedo se ubica en la Hacienda San José del Tepozán, Municipio de Encarnación de Díaz, Jalisco, en un inmueble que es propiedad de la familia desde 1922.

Forma parte de un proyecto agroecológico que desde 1994 combina reforestación, agricultura y ganadería en libre pastoreo, buscando siempre la congruencia y la sustentabilidad. El proyecto inició con media hectárea de Tempranillo y Cabernet Sauvignon; pronto plantaron tres hectáreas y media de Albariño y Malbec. Siempre se ha cultivado siguiendo los principios de la vitivinicultura orgánica regenerativa.

La vinificación se lleva a cabo mediante fermentaciones espontaneas por las levaduras silvestres presentes en el viñedo, nada se añade o se quita, los vinos siguen un proceso natural sin aditivos, clarificaciones, filtración o estabilización. El suelo alcalino y las condiciones climáticas dan lugar a vendimias ideales para la producción de vinos espumosos, estilo en el que se ha especializado la bodega, que elabora tanto método ancestral (también conocidos como Pet Nats) como método tradicional o champenoise.

La misión de Altos Norte es producir en forma sustentable vinos auténticos que sean el reflejo del esfuerzo humano, el varietal y el terruño. El winemaker es José Vega Villalobos, que se formó como ingeniero civil, pero aprendió de vinos de manera autodidacta, además de que tiene varios cursos en EVA (Escuela del Vino del Altiplano), en UABC Campus Ensenada, CETYS Universidad, entre otros.



La vinícola toma su nombre de la región en donde está ubicada, y con ello asumen la responsabilidad de hacer el mejor vino. La sustentabilidad, regeneración, conservación y respeto por la tierra son prioritarios: en un mundo cada vez más degradado, Altos Norte busca regresarle a la tierra lo que nos da.

Trabajan con suelos vivos, que permiten obtener uvas con una gran riqueza microbiológica: los vinos son un producto vivo. Hacia el futuro, la bodega pretende consolidar la Ruta del Vino de los Altos de Jalisco y con ello, mostrar la gran tradición cultural y potencial enogastronómico del Estado.

#### **PREMIOS**

**Medalla de Oro para el Espumoso “BRUTO “ Tempranillo 2021, Método Tradicional México Selection, Concours Mondial de Bruxelles Coahuila 2022**

**Medalla Gran Oro y Espumoso Revelación para el “BRUTO” Albariño 2022. Método Tradicional México Selection, Concours Mondial de Bruxelles Yucatán 2023**

**Pet Nat Rosado ZAFADO 2023, Mejor Rosado Espumoso 2025 con 95 puntos , en la Guia Catadores del Vino Mexicano 2025**



# ABASTUR 2026:

## EL PUNTO DE ENCUENTRO PARA LA INNOVACIÓN Y EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

POR: ITZEL PANIAGUA

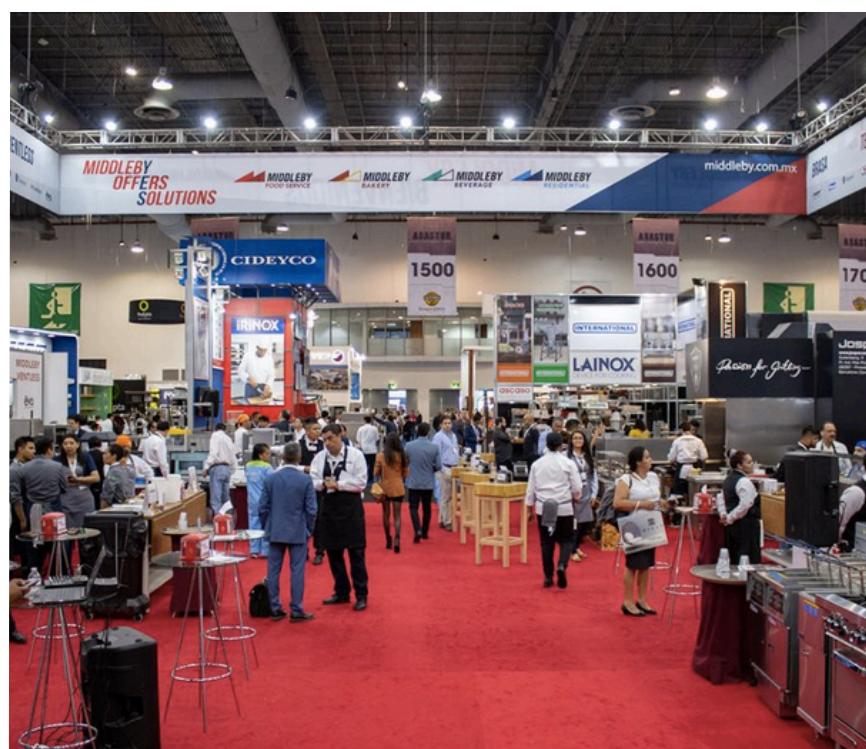


Cada año, ABASTUR reúne a los principales actores de la industria de la hospitalidad en México y Latinoamérica, consolidándose como el evento más importante para los sectores de restaurantes, hoteles, cafeterías y catering. Con más de cuatro décadas de trayectoria, esta exposición se ha convertido en una plataforma clave para conocer las tendencias, tecnologías y soluciones que están transformando el sector HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías).

La edición 2026 se llevará a cabo del 26 al 28 de agosto en el Centro Banamex de la Ciudad de México, donde se espera la participación de más de 600 expositores nacionales e internacionales, así como la asistencia de más de 20 mil compradores especializados. El evento contará con más de 30 mil metros cuadrados de exhibición dedicados a presentar productos, servicios, equipamiento y tecnologías para la industria de la hospitalidad.

A lo largo de sus distintas ediciones, ABASTUR ha reunido a fabricantes, distribuidores, proveedores de tecnología, empresas de alimentos y bebidas, especialistas en equipamiento de cocina, mobiliario, soluciones de gestión, sistemas de pago, plataformas digitales y servicios para restaurantes y hoteles. Además de su amplia área comercial, el evento suele albergar competencias culinarias, conferencias y espacios de capacitación enfocados en la profesionalización del sector.

Para los restauranteros, asistir a ABASTUR representa una oportunidad estratégica para descubrir nuevas herramientas que permitan optimizar operaciones, reducir costos y mejorar la experiencia de los comensales. La exposición ofrece acceso directo a proveedores especializados, lanzamientos de productos, equipamiento de última generación y soluciones tecnológicas que ayudan a fortalecer la competitividad de los negocios gastronómicos.





Asimismo, el evento facilita el intercambio de experiencias y la generación de alianzas comerciales entre empresarios, emprendedores y líderes de la industria, convirtiéndose en un espacio ideal para identificar tendencias de consumo, modelos de negocio emergentes e innovaciones que marcarán el futuro de la hospitalidad.

La entrada está dirigida principalmente a profesionales del sector y el registro puede realizarse a través de la plataforma oficial del evento. Los costos y modalidades de acceso son publicados directamente por los organizadores conforme se acerca la fecha de realización.

En un entorno cada vez más competitivo, ABASTUR se mantiene como una de las principales ventanas para impulsar la modernización y el crecimiento de los restaurantes mexicanos, ofreciendo un espacio donde la innovación, la tecnología y las oportunidades de negocio convergen para fortalecer a toda la cadena de valor de la industria.



## 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](http://amr.org.mx)

**BOLETÍN** AMR-DICARES

**INICIO**

