



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



DICARES
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

BOLETÍN QUINCENAL



Julio 03, 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.



ESCRÍBENOS POR WHATSAPP 442 611 4498

EQUÍPATE EN
KEGO.MX



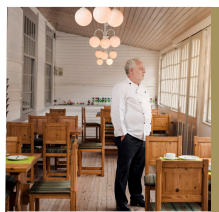
JURÍDICO

Congreso analiza propuesta
de protección laboral ante
sustitución por Inteligencia
Artificial



TENDENCIAS

La energía detrás de la cocina: el
reto de los combustibles en la
industria restaurantera



INDUSTRIA

Industria Restaurantera: AMR
analiza el comportamiento del
consumo durante el Mundial.



SOCIOS

Más allá del sushi: los platillos
que hacen de El Japonés una
experiencia culinaria diferente



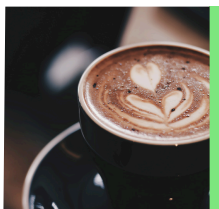
INDUSTRIA

Cuando una botella no es lo
que parece: cómo identificar
alcohol adulterado



EVENTOS

El papel de las cámaras y
asociaciones en el futuro de
la industria restaurantera



ALIADOS ESTRATÉGICOS

Más que una bebida: por qué
el café se volvió parte de la
vida de los mexicanos



VINOS

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



ABASTUR
by Informa

SAVE THE DATE

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

CONGRESO ANALIZA PROPUESTA DE PROTECCIÓN LABORAL ANTE SUSTITUCIÓN POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL

POR LIC. FERNANDO TREJO, JURÍDICO AMR



En la Comisión Permanente del Congreso de la Unión se presentó por Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), un proyecto para reformar o adicionar la Ley Federal del Trabajo con el fin de otorgar una indemnización de cinco meses de salario a trabajadores despedidos por sustitución de funciones con Inteligencia Artificial. Es decir, en estos casos, se adicionarían dos meses de salario, a los tres meses que actualmente se contienen en la Ley.

Se reconoce en el proyecto que La Ley Federal del Trabajo establece mecanismos de protección frente a despidos injustificados, pero que al no contemplar de manera específica los supuestos en que la terminación de la relación laboral deriva de decisiones tecnológicas que transforman los procesos productivos, y por tanto la pérdida del empleo, ello no obedece a una causa atribuible al trabajador, sino a una decisión empresarial orientada a la adopción de nuevas tecnologías que incrementen la eficiencia como es la Inteligencia Artificial.

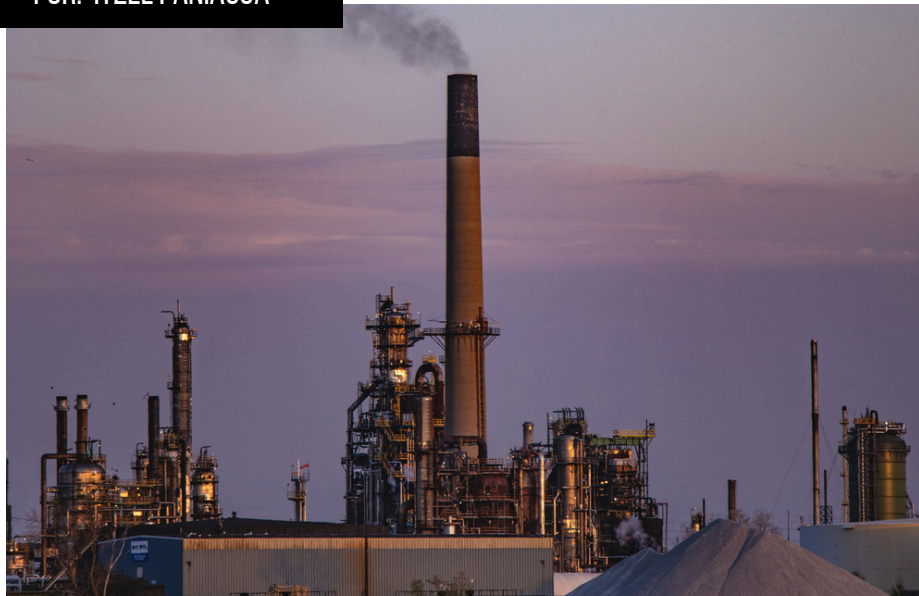
De ello la medida para incrementar la indemnización, y la adición al artículo 50 de la Ley Federal del Trabajo con la indemnización de cinco meses, pero continuando la aplicación de dicho artículo en todo lo demás que ya prevé. Se trataría de una adición.

Se considera como justificante de la Iniciativa, que en México la oferta de trabajo relacionada con Inteligencia Artificial se duplicó, y que un gran porcentaje de las empresas prevé una disminución de vacantes para empleos Junior por el uso de la tecnología en los próximos tres años.



LA ENERGÍA DETRÁS DE LA COCINA: EL RETO DE LOS COMBUSTIBLES EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

POR: ITZEL PANIAGUA



Cada servicio exitoso comienza mucho antes de que el platillo llegue a la mesa. Detrás de cada cocina operando a máxima capacidad existe un recurso indispensable: la energía. En la industria restaurantera, el gas LP y el gas natural continúan siendo los combustibles predominantes para procesos de cocción, hornos, parrillas, freidoras y sistemas de agua caliente; sin embargo, su costo y su impacto ambiental están convirtiéndose en un tema estratégico para el sector.

El consumo energético de un restaurante varía según el tamaño del negocio, el tipo de cocina y el volumen de operación. Estimaciones de la industria indican que un restaurante pequeño puede consumir entre 5,000 y 8,000 kWh de gas al año, mientras que establecimientos medianos pueden superar los 15,000 kWh anuales. En operaciones con alta producción, equipos como hornos industriales, parrillas y freidoras se encuentran entre los principales consumidores energéticos.

El impacto económico de este consumo va más allá del gasto cotidiano. Los combustibles forman parte de los costos operativos sensibles a fluctuaciones de mercado y factores geopolíticos. Cuando se presentan incrementos en los precios del petróleo o del gas natural, el efecto se refleja en toda la cadena de valor: desde el costo de los insumos hasta la operación diaria de los negocios. Diversos sectores productivos ya han reportado presiones financieras derivadas de incrementos energéticos recientes.

Para los restaurantes, esto representa un reto importante. Un aumento sostenido en los costos energéticos puede reducir márgenes operativos o generar presión para ajustar precios al consumidor, especialmente en negocios con alta dependencia de procesos de cocción prolongados o múltiples líneas de producción.

A este escenario se suma el componente ambiental. Los combustibles fósiles utilizados en cocina generan emisiones asociadas a gases de efecto invernadero y contaminación atmosférica. Aunque el gas natural produce menores emisiones en comparación con otros combustibles más pesados, la conversación dentro del sector ya no se limita únicamente al costo inmediato, sino a la eficiencia y sostenibilidad a largo plazo.





Ante este panorama, cada vez más operadores están explorando alternativas enfocadas en una operación más limpia y eficiente: equipos de alta eficiencia energética, sistemas híbridos, cocinas de inducción para ciertos procesos, tecnologías de monitoreo de consumo y mejores prácticas operativas que reduzcan desperdicios.

La transición no necesariamente implica sustituir por completo los sistemas actuales, sino adoptar estrategias que permitan reducir costos y mejorar la eficiencia energética.

En una industria donde cada porcentaje puede impactar la rentabilidad, la energía dejó de ser únicamente un gasto operativo para convertirse en un factor clave de competitividad.

La cocina del futuro no solo deberá ofrecer rapidez y calidad: también tendrá que responder a un entorno donde la sostenibilidad y la eficiencia serán ingredientes indispensables.



**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.

INDUSTRIA RESTAURANTERA:

AMR PONE SOBRE LA MESA LOS PRIMEROS RESULTADOS DEL MUNDIAL.

POR: ITZEL PANIAGUA

La CANIRAC CDMX y la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) participó en la Reunión Plenaria de Turismo organizada por la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (CANACO), un espacio de diálogo que reunió a representantes del sector para analizar los retos y oportunidades que enfrenta la industria tras el arranque del Mundial y su impacto económico.

Durante este encuentro, la AMR y CANIRAC CDMX presentaron los principales hallazgos de su segunda medición sobre el desempeño del sector en el arranque del mundial y el fin de semana del Día del Padre. Los resultados muestran que, si bien sí hubo derrama económica, ésta no se ha distribuido de manera homogénea y continúa concentrándose en ciertos formatos de negocio, ciudades y perfiles de consumo.

De acuerdo con la medición, cinco de cada diez restaurantes reportaron un desempeño por debajo de una semana regular, mientras que solo 28% registró mejores ventas. Los conceptos con mejores resultados fueron sports bars, cantinas contemporáneas y restaurantes-bar, algunos con incrementos superiores al 30%. El principal detonador del consumo fue el Día del Padre, que impulsó el movimiento en 45% de los establecimientos, mientras que 15% atribuyó su mejor resultado a la combinación entre esta celebración y el Mundial.





Destacaron también que el consumo se concentró en tickets promedio de entre \$251 y \$400 por persona, con una ocupación dividida en el sector: cerca de 45% de los restaurantes reportó niveles menores al 50% de ocupación.

Asimismo, se señaló que más del 55% de los restaurantes registró ventas inferiores a las del mismo periodo del año anterior, en un contexto marcado por baja ocupación hotelera, plantones y marchas, factores que también afectaron el desempeño general. Hasta el momento, la derrama esperada de 560 millones de dólares, equivalente al 1% del PIB restaurantero, aún no se ha materializado.

Con esta participación, se refrendó el compromiso de dar seguimiento puntual al comportamiento del sector y de mantener informada a la industria sobre el impacto real de los grandes eventos en la actividad restaurantera de la Ciudad de México.



NUESTRA COMUNIDAD:

MÁS ALLÁ DEL SUSHI: LOS PLATILLOS QUE HACEN DE EL JAPONEZ UNA EXPERIENCIA CULINARIA DIFERENTE

POR: ITZEL PANIAGUA



Cuando se habla de cocina japonesa en México, es fácil pensar en los clásicos de siempre: sushi, arroz o yakimeshi. Sin embargo, existen propuestas que buscan ir mucho más allá de lo tradicional, apostando por experiencias que combinan autenticidad, creatividad y una identidad propia. Ese es precisamente el caso de El Japonéz.

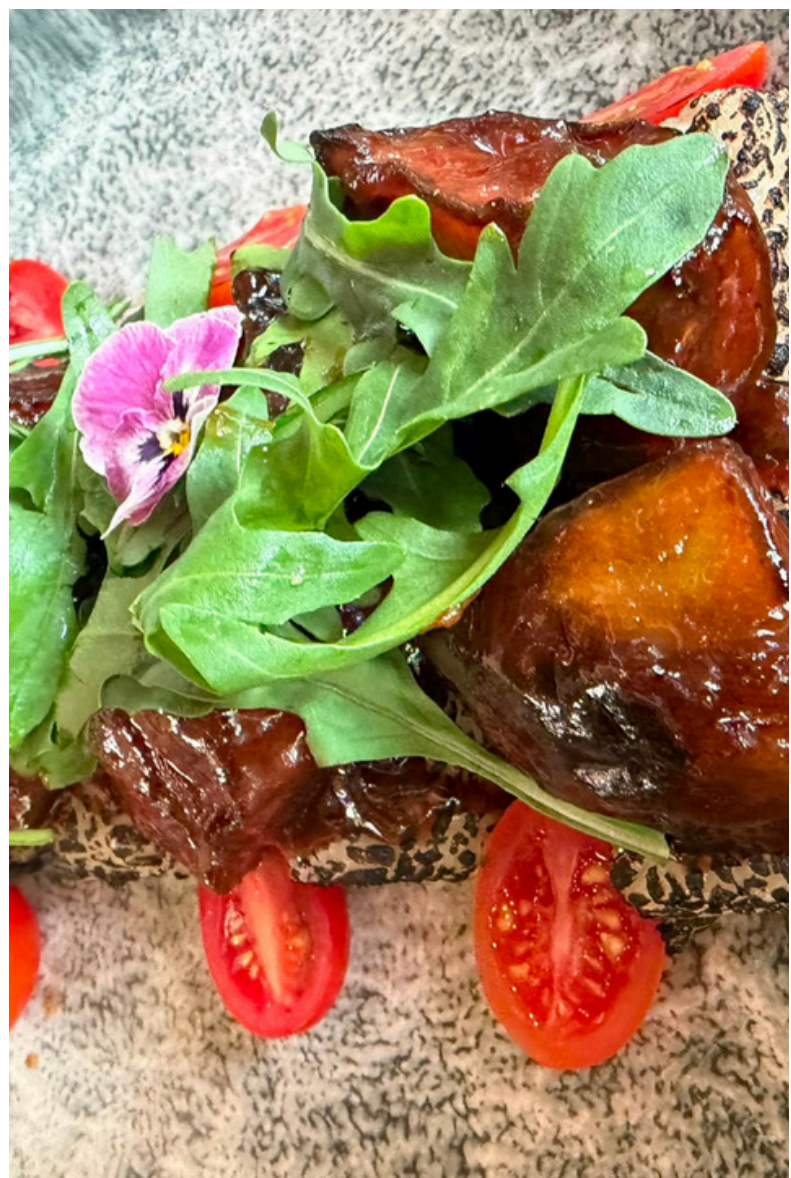
Bajo una filosofía que el restaurante define como “tradinnovación”, su propuesta gastronómica ha logrado construir un equilibrio entre el respeto por las raíces japonesas y una constante búsqueda por evolucionar. La idea es simple: mantener viva la tradición mientras se crean nuevas experiencias para sorprender a los comensales.

La experiencia comienza desde la amplitud de su menú. Con una carta extensa y en constante evolución, El Japonéz apuesta por ofrecer alternativas que inviten a explorar sabores distintos en cada visita. Más que repetir fórmulas, el restaurante busca que cada platillo cuente una historia y genere una experiencia alrededor de la mesa.

Uno de los ejemplos que mejor representa esta esencia es el Katsudon, un platillo tradicional japonés que acerca al comensal a una forma distinta de disfrutar la gastronomía oriental. La preparación incluye una parrilla acompañada de pasta de arroz, un filete de res empanizado cubierto con una salsa llena de sabor y un bowl de arroz que complementa la experiencia. Más que un platillo, se convierte en una invitación a descubrir una forma diferente de comer y conectar con la tradición japonesa.

Entre las propuestas que mejor representan el concepto de fusión destaca también el Pulpo Guataquí, una preparación que combina influencias japonesas y mexicanas en una misma experiencia. El platillo integra pulpo parrillado con una salsa dulce con habanero, puré de manzana y un crujiente chicharrón de shiitake que aporta contraste de texturas y sabores inesperados.

Pero la experiencia culinaria en El Japonéz no termina ahí. Dentro de su propuesta también destacan opciones como las costillas de cordero, el salmón y el teppanyaki de wagyu, preparaciones que elevan la experiencia gastronómica a través de ingredientes de alta calidad y técnicas que buscan resaltar el sabor de cada elemento.





Además, la innovación forma parte esencial de su ADN. El restaurante constantemente desarrolla propuestas especiales inspiradas en temporadas y momentos específicos. Ejemplo de ello son algunas creaciones recientes como un ramen de suadero, un Sushi Dog inspirado en la forma de un hot dog o nigiris creados para representar distintos países alrededor del mundo, demostrando que la creatividad también tiene un lugar importante dentro de la cocina japonesa contemporánea.

Quizá esa sea una de las razones por las que El Japonés ha logrado mantenerse vigente a través del tiempo: entender que una comida puede convertirse en mucho más que una simple visita a un restaurante.

Porque al final, más allá de los ingredientes o las técnicas, la experiencia más memorable es aquella que logra sorprender.



CUANDO UNA BOTELLA NO ES LO QUE PARECE: CÓMO IDENTIFICAR ALCOHOL ADULTERADO

POR: ITZEL PANIAGUA



La seguridad alimentaria no comienza únicamente en los ingredientes que llegan a una cocina; también incluye la trazabilidad y autenticidad de las bebidas que forman parte de la experiencia gastronómica. Un caso reciente en Guanajuato volvió a encender las alertas luego de que varias personas fallecieron y decenas más resultaron intoxicadas tras consumir tequila presuntamente adulterado durante una celebración. Las investigaciones preliminares identificaron botellas con etiquetas falsificadas, códigos QR inoperantes y envases reutilizados que aparentaban ser productos originales.

El caso volvió a poner sobre la mesa un riesgo que afecta tanto a consumidores como a establecimientos: el alcohol adulterado continúa representando un problema de salud pública y una amenaza para la industria.

Las bebidas adulteradas pueden contener sustancias no aptas para el consumo o componentes químicos utilizados para reducir costos o imitar características de bebidas originales. En algunos casos, estos productos pueden incluir concentraciones peligrosas de alcoholes tóxicos o compuestos químicos que generan daños severos en el organismo.

Aunque las falsificaciones son cada vez más sofisticadas, existen señales que pueden ayudar a identificar posibles irregularidades:

Revisar sellos y tapas

Los sellos rotos, mal colocados o con señales de manipulación pueden ser una alerta. Sin embargo, los casos recientes muestran que incluso botellas aparentemente selladas pueden haber sido reutilizadas, por lo que no debe ser el único indicador.

- Verificar etiquetas y códigos

Errores ortográficos, diferencias en tipografías, colores distintos o códigos QR que no funcionan pueden indicar falsificación. Las marcas suelen mantener estándares muy precisos de impresión y diseño.

- Observar el líquido

Cambios inusuales en el color, presencia de sedimentos o partículas suspendidas pueden ser señales de alteración.

- Desconfiar de precios excesivamente bajos

Cuando el precio es considerablemente menor al promedio de mercado, puede existir una irregularidad en el origen o autenticidad del producto.

- Comprar únicamente a distribuidores autorizados

Para restaurantes y establecimientos, la trazabilidad de proveedores se convierte en una herramienta clave para reducir riesgos operativos y sanitarios.



Para la industria restaurantera, el tema va más allá de evitar pérdidas económicas. La confianza del consumidor se construye a partir de experiencias seguras, y una cadena de suministro responsable se convierte en un elemento tan importante como la calidad del menú.

En un contexto donde las falsificaciones evolucionan constantemente, verificar el origen de una botella puede ser una práctica pequeña con un impacto enorme.



NUEVA
Modelo0%

100% SABOR MODELO
0% ALCOHOL



18 0.4% ALC.VOL. ALIMENTATE SANAMENTE

MÁS QUE REPRESENTACIÓN: EL PAPEL DE LAS CÁMARAS Y ASOCIACIONES EN EL FUTURO DE LA INDUSTRIA RESTAURANtera

POR: ITZEL PANIAGUA



La industria restaurantera es uno de los motores económicos y sociales más relevantes del país. Más allá de la experiencia gastronómica que llega a la mesa, el sector sostiene una extensa cadena de valor que involucra empleos, turismo, producción agrícola, logística, tecnología y servicios. Sin embargo, en un entorno marcado por cambios regulatorios, retos laborales, inflación y nuevas demandas de consumo, el crecimiento de la industria requiere algo más que buenos conceptos y operaciones eficientes: necesita representación

En México, organismos como la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) y Asociaciones Empresariales como la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) han desempeñado un papel clave para fortalecer al sector, impulsar el diálogo con autoridades y generar espacios de colaboración que permitan responder a los desafíos de una industria en constante transformación.

La relevancia del sector se refleja en sus cifras. Actualmente, la industria restaurantera representa el 12.2% de todos los negocios del país, genera alrededor de 2.4 millones de empleos directos y se ubica entre las actividades económicas más importantes de México. Además, se ha convertido en uno de los principales generadores de oportunidades laborales para jóvenes, siendo la puerta de entrada al mercado laboral para miles de personas cada año.

Su impacto también alcanza al turismo y la economía nacional. La actividad restaurantera aporta cerca del 15% del PIB turístico nacional, consolidándose como uno de los pilares del turismo experiencial y del posicionamiento gastronómico del país. Tan solo durante 2025, la derrama económica asociada a la actividad gastronómica turística superó los 245 mil millones de pesos.

Sin embargo, detrás de estas cifras existen desafíos importantes. Actualmente, la industria enfrenta un déficit cercano a 500 mil trabajadores, mientras que múltiples establecimientos continúan enfrentando problemas relacionados con rotación de personal y dificultades para completar plantillas laborales. Es precisamente en este contexto donde la representación empresarial adquiere mayor relevancia. Cámaras y Asociaciones funcionan como puentes entre las necesidades de los empresarios, las políticas públicas y el desarrollo del sector. Su trabajo no solo consiste en generar posicionamientos o participar en conversaciones regulatorias; también impulsa iniciativas relacionadas con profesionalización, innovación, sostenibilidad y formación de talento.



La preparación de nuevas generaciones es uno de los temas que actualmente cobra mayor relevancia para la industria. Bajo esta visión, espacios de encuentro entre el sector académico y empresarial adquieren un valor estratégico.

Como parte de este esfuerzo, la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México realizó el Encuentro Empresarial CANACO–Universidad Insurgentes, un espacio dirigido a estudiantes de las licenciaturas en Administración de Empresas Turísticas y Gastronomía con el objetivo de acercarlos a experiencias y perspectivas de líderes del sector.

Más allá de una conferencia, este tipo de encuentros representan una oportunidad para conectar la formación académica con las realidades de la industria, permitiendo que futuros profesionales comprendan los retos y oportunidades que enfrentarán en el campo laboral.

Hoy, cuando el sector restaurantero evoluciona a una velocidad sin precedentes, la colaboración entre empresas, organismos y talento emergente se vuelve una pieza indispensable. Porque construir el futuro de la industria no depende únicamente de quienes están hoy en las cocinas y restaurantes; también depende de quienes se están preparando para liderarla mañana.



MÁS QUE UNA BEBIDA:

POR QUÉ EL CAFÉ SE VOLVIÓ PARTE DE LA VIDA DE LOS MEXICANOS

Para millones de mexicanos, el café es mucho más que una bebida para despertar. Está presente en reuniones, oficinas, sobremesas, jornadas laborales, espacios de convivencia y, cada vez más, en experiencias gastronómicas completas. Su presencia en la rutina diaria ha transformado no solo hábitos de consumo, sino también una industria que continúa evolucionando entre nuevas tendencias, consumidores más exigentes y mayores expectativas de calidad.

POR: ITZEL PANIAGUA



Actualmente, se estima que los mexicanos consumen alrededor de 2.6 tazas de café al día, convirtiéndolo en una de las bebidas más presentes en la vida cotidiana del país. Además, el 84% de los hogares consume café soluble, mientras que el interés por opciones de especialidad y experiencias premium continúa creciendo.

Detrás de cada taza existe también una importante cadena productiva nacional. México se mantiene como uno de los principales productores de café a nivel internacional y genera actividad económica para miles de familias. La producción se concentra principalmente en Chiapas, Veracruz y Puebla, entidades que representan gran parte del volumen nacional, aunque también destacan regiones como Oaxaca por sus perfiles de alta calidad y creciente reconocimiento internacional.

El café también tiene un peso importante en el consumo fuera del hogar. Después de los cambios provocados por la pandemia, el gasto de los mexicanos en restaurantes y cafeterías ha mostrado una recuperación importante. Datos recientes señalan que cada hogar destinó en promedio 3,896 pesos trimestrales a consumo en restaurantes y cafeterías, reflejando el regreso de los consumidores a espacios de convivencia y experiencias gastronómicas.

Sin embargo, el crecimiento del mercado también ha traído nuevos desafíos. Hoy los consumidores no solo esperan un buen café: esperan recibir la misma experiencia en cualquier lugar y en cualquier momento. Una taza preparada en una cafetería independiente, un restaurante, un hotel o incluso una tienda de conveniencia debe cumplir con expectativas cada vez más altas.

Y ahí aparece uno de los mayores retos para la industria: la consistencia y estandarización. Preparar un espresso perfecto continúa siendo un proceso que depende de múltiples variables: tiempo de extracción, presión, temperatura y experiencia del personal. Un pequeño cambio puede alterar completamente el resultado final. Esto se vuelve aún más complejo en un entorno donde muchos negocios enfrentan rotación de personal y mayores presiones operativas.

La tecnología comienza a convertirse en una aliada para responder a estas necesidades. Soluciones como las desarrolladas por Franke Coffee Systems buscan reducir la variabilidad en la preparación mediante sistemas que optimizan automáticamente procesos como el flujo de agua y los tiempos de extracción, permitiendo mantener una calidad uniforme entre diferentes ubicaciones y equipos de trabajo.

Más que sustituir el trabajo del barista, la tecnología apunta a reforzar la experiencia. En un mercado donde cada vez existen más opciones y consumidores más informados, lograr que una taza sea memorable puede marcar la diferencia entre una compra ocasional y un cliente que regresa.

Porque en un país donde el café ya forma parte de la cultura diaria, la expectativa ya no es únicamente servir una bebida; es entregar una experiencia que los consumidores quieran repetir.





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:

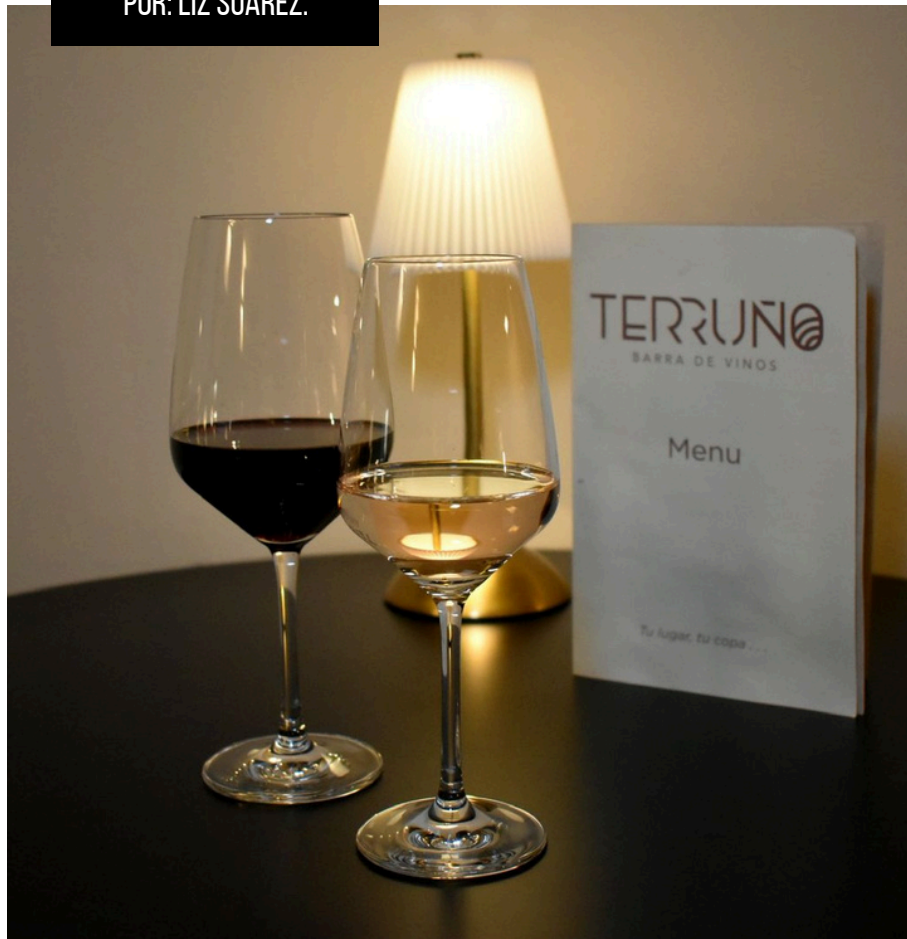
[KEGO.MX](https://www.kego.mx)

¿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

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.





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

