



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



DICARES
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

BOLETÍN

QUINCENAL



Agosto 28, 2026

DIRECTORIO
Proveedores
AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS
ESPECIALIZADOS
PARA LA INDUSTRIA
RESTAURANTERA

CONSULTA AQUÍ



JURÍDICO

Lactancia laboral y maternidad: nuevas obligaciones que plantea la Reforma a la LFT.



TENDENCIAS

Cuando la mesa crece: el auge de las reservaciones para grupos.



GASTRONOMÍA

De la tradición a la mesa contemporánea: el regreso de los sabores mexicanos.



INDUSTRIA

Rentabilidad bajo presión: cómo pueden los restaurantes enfrentar el aumento de costos.



SOCIOS

El Trujal.
Mercaderes.



EVENTOS

El Domo de Perisur: una nueva apuesta por la gastronomía en el sur de la ciudad.



ALIADOS ESTRATÉGICOS

México en una copa: el auge del tequila en la experiencia gastronómica



VINOS

7 De octubre, día del vino mexicano

Vacaciones de verano
= más comensales.
Tu negocio en temporada alta.
Más pedidos, más exigencia.

EQUIPATE EN
KEGO.MX

Freidoras

Despachadores de bebidas

Refrigeradores y congeladores

Estufas y planchas

ESCRIBENOS POR WHATSAPP: 442 611 4498

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**



Jose Cuervo

Mifel

Coca-Cola

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

LACTANCIA LABORAL Y MATERNIDAD: NUEVAS OBLIGACIONES QUE PLANTEA LA REFORMA A LA LFT

POR LIC. FERNANDO TREJO, JURÍDICO AMR

Se encuentra en estudio en la Cámara de Diputados un proyecto de Reforma a la Ley Federal del Trabajo con muchas posibilidades de aprobarse en el Periodo Ordinario de Sesiones que inicia el 1 de septiembre de 2026. Se trata de una Reforma para ampliar la lactancia laboral y prevenir la discriminación por maternidad y paternidad.



El Dictamen ya se encuentra avalado por las Comisiones Unidas de Seguridad Social y de Trabajo y Previsión Social de la Cámara de Diputados, y que, aunque preserva los dos periodos diarios de media hora cada uno para alimentar a los hijos o para la extracción de leche, incorpora nuevas obligaciones para mejorar el acceso al empleo durante el embarazo y la paternidad, garantizar la lactancia en los centros laborales en condiciones dignas y proteger a mujeres y hombres de despidos injustificados. En el Sector Privado el dictamen plantea ampliar de seis meses a 2 años el periodo de lactancia en el trabajo y los reposos a los que tienen derecho las mamás trabajadoras, únicamente para centros de trabajo con más de 50 personas. Para las empresas con una plantilla menor, el periodo de lactancia se extendería sólo hasta un año.

El Proyecto de Reforma a la Ley Federal del Trabajo pretende también incorporar un protocolo para prevenir la discriminación por embarazo o lactancia, con el fin de mejorar el acceso al empleo, sin que la maternidad o paternidad influyan, incluyéndose las prohibiciones a los patrones a realizar preguntas indagatorias o condicionamientos relacionados con planes reproductivos o responsabilidades familiares, así como negarse a aceptar a una persona trabajadora por embarazo o lactancia. El proyecto de ser aprobado entraría en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.



CUANDO LA MESA CRECE: EL AUGE DE LAS RESERVACIONES PARA GRUPOS

POR: ITZEL PANIAGUA

Las comidas con amigos, celebraciones familiares, cumpleaños y reuniones privadas están impulsando una tendencia clara: los mexicanos quieren volver a reunirse alrededor de una misma mesa. Los datos de OpenTable muestran que, durante 2025, las reservaciones para grupos de seis personas o más en México crecieron 15% respecto al año anterior. Las reservaciones para grupos de cinco personas también aumentaron 14%, una señal de que comer acompañado está ganando terreno como una de las formas preferidas de disfrutar una salida a un restaurante. Y la tendencia parece tener continuidad. De cara a 2026, 60% de los mexicanos asegura que le gustaría vivir más comidas grupales y privadas, mientras que 78% considera que salir a comer es una forma de conectar con los demás.



El crecimiento de las reservaciones grupales refleja un cambio interesante en la forma en que entendemos la experiencia restaurantera. Para muchos comensales, el restaurante ya no es únicamente el lugar al que se acude para comer: es el punto de encuentro para celebrar, convivir y compartir tiempo con otras personas. 35% de los mexicanos afirma que prefiere comer en grupo antes que hacerlo solo, y 36% señala que incluso estaría dispuesto a esperar para ir acompañado en lugar de conseguir una reservación difícil para una sola persona.

En este contexto, la mesa se convierte en algo más que un espacio físico. Es parte de la ocasión. Cumpleaños, reuniones familiares, encuentros entre amigos y comidas de trabajo encuentran en los restaurantes un escenario para desarrollarse. No es casualidad que, entre las tendencias de consumo para 2026, las celebraciones y las experiencias compartidas tengan cada vez mayor relevancia.

UNA OPORTUNIDAD QUE REÚNE A MÁS CLIENTES

Para los restaurantes, una reservación para diez personas representa mucho más que diez cubiertos. Una mesa grande concentra consumo en una misma ocasión, pero también reúne a distintos perfiles de clientes que quizá están visitando el establecimiento por primera vez. Una celebración bien atendida puede convertirse en una primera impresión para varios futuros comensales.

Además, las plataformas de reservaciones comienzan a responder a esta demanda. Hoy existen categorías específicas para identificar restaurantes ideales para grupos, basadas en la experiencia y las reseñas de los propios comensales.

Esto plantea una pregunta importante para la industria: ¿están los restaurantes comunicando y diseñando su propuesta pensando también en quienes buscan reunirse?

Para un restaurante, recibir grupos puede significar adaptar espacios, anticipar necesidades y encontrar formas de mantener un servicio cercano incluso cuando hay más personas alrededor de la mesa. Porque una celebración no se recuerda únicamente por lo que se comió, sino por cómo se vivió. Y ahí está una de las grandes oportunidades detrás de esta tendencia: una mesa grande puede reunir a nuevos clientes, pero una gran experiencia puede hacer que regresen. Las reservaciones grupales están creciendo porque los comensales buscan algo que los restaurantes han ofrecido desde siempre: un lugar para encontrarse. En 2026, parece que la tendencia es clara: cuantos más alrededor de la mesa, mejor.





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.

**DE LA TRADICIÓN A LA MESA
CONTEMPORÁNEA:
EL REGRESO DE LOS SABORES MEXICANOS.**

POR: ITZEL PANIAGUA



Hay cocinas que se vuelven tendencia y hay otras que, simplemente, nunca dejan de contar historias. La cocina mexicana pertenece a esta última categoría.

Durante los últimos años, ingredientes, técnicas y platillos que forman parte del patrimonio culinario de México han encontrado nuevos espacios alrededor del mundo. Del taco al mole, del maíz al chile, la gastronomía mexicana está pasando de ser reconocida por sus sabores característicos a ser explorada por su diversidad, complejidad y capacidad de reinterpretarse.

Hay cocinas que se vuelven tendencia y hay otras que, simplemente, nunca dejan de contar historias. La cocina mexicana pertenece a esta última categoría.

Durante los últimos años, ingredientes, técnicas y platillos que forman parte del patrimonio culinario de México han encontrado nuevos espacios alrededor del mundo. Del taco al mole, del maíz al chile, la gastronomía mexicana está pasando de ser reconocida por sus sabores característicos a ser explorada por su diversidad, complejidad y capacidad de reinterpretarse.

De acuerdo con el Global Fodservice Navigator Program de Technomic, 33% de los consumidores a nivel mundial afirma que pediría comida mexicana ocasionalmente, lo que coloca a esta cocina como la cuarta más preferida globalmente, únicamente detrás de la italiana, china y japonesa.

El taco continúa siendo una de las principales puertas de entrada a la gastronomía mexicana en otros países. Sin embargo, el interés internacional comienza a extenderse hacia una cocina mucho más amplia.

La propia Guía MICHELIN ha señalado que existe mucho más en la cocina mexicana que tacos y tostadas, destacando propuestas que exploran distintas regiones, ingredientes y formas de interpretar la tradición. En Londres, por ejemplo, KOL —el primer restaurante mexicano del Reino Unido en obtener una Estrella MICHELIN— construye su propuesta a partir de técnicas y sabores mexicanos utilizando principalmente ingredientes británicos.

Este fenómeno también puede observarse dentro de México. Restaurantes reconocidos por MICHELIN están llevando ingredientes locales a terrenos contemporáneos: desde mariscos del Pacífico y chiles hasta moles reinterpretados, productos de huertos propios y combinaciones con influencias de otras cocinas.

En Manta, en Los Cabos, la propuesta mexicana contemporánea de Enrique Olvera incorpora influencias peruanas y japonesas; mientras que Allium, en Guadalajara, trabaja con cerca de 100% de ingredientes mexicanos, incluyendo productos de su propio huerto y mariscos de Nayarit.

La evolución no significa dejar atrás la tradición. Al contrario: significa encontrar nuevas formas de contarla.

Si existe un hilo conductor en esta nueva conversación gastronómica, es el regreso al ingrediente. El maíz, los chiles, el cacao, los quelites, los frijoles, los moles, los productos del mar y una enorme variedad de ingredientes regionales están recuperando protagonismo, no solamente como componentes de una receta, sino como expresiones de territorio.

La mirada internacional también comienza a poner atención en aquello que durante mucho tiempo permaneció fuera de los grandes circuitos gastronómicos: las cocinas regionales, los productos endémicos y las técnicas transmitidas entre generaciones.

La conversación está cambiando: ya no se trata únicamente de preguntarnos qué platillo representa a México, sino cuántas cocinas existen dentro de México.



El auge de la gastronomía mexicana no ocurre solamente dentro de restaurantes. Las festividades y celebraciones tradicionales se han convertido en grandes escaparates para mostrar la diversidad culinaria del país.

Quizá lo más interesante del momento que vive la gastronomía mexicana es que su evolución no depende de abandonar sus raíces.

La cocina mexicana contemporánea está demostrando que una tortilla puede ser tan sofisticada como cualquier otro ingrediente; que un mole puede convertirse en el centro de una experiencia gastronómica; que un chile puede ser explorado desde diferentes técnicas y que un producto regional puede viajar mucho más lejos cuando detrás de él existe una historia.

El reto para la industria restaurantera está precisamente ahí: innovar sin perder identidad. La cocina mexicana no necesita reinventarse para conquistar nuevas mesas. Necesita seguir contando, con creatividad y respeto, todo lo que México tiene para decir a través de sus sabores.



RENTABILIDAD BAJO PRESIÓN:

CÓMO PUEDEN LOS RESTAURANTES ENFRENTAR EL AUMENTO DE COSTOS.

POR: ITZEL PANIAGUA

Ciudad de México es, sin duda, una de las grandes capitales gastronómicas de América Latina. Nuevos conceptos aparecen constantemente, restaurantes consolidados amplían su presencia y zonas como Roma, Condesa, Polanco y Juárez continúan concentrando una oferta gastronómica cada vez más diversa. Pero detrás de cada nueva apertura existe una realidad menos visible: mantener un restaurante rentable se ha convertido en un ejercicio cada vez más complejo.

En 2026, la presión viene de distintos frentes. El costo de los alimentos continúa moviéndose, las rentas comerciales han aumentado en algunas de las zonas gastronómicas más demandadas y el consumidor, aunque sigue saliendo a comer, también se ha vuelto más cuidadoso con cuánto y dónde gasta.



La magnitud del mercado capitalino ayuda a dimensionar la competencia. De acuerdo con Data México, en 2026 la Ciudad de México registra 57,168 unidades económicas dedicadas a los servicios de preparación de alimentos y bebidas, convirtiéndose en la segunda entidad con mayor número de establecimientos del país. Esto significa que el consumidor tiene más opciones que nunca.

Y, paradójicamente, también significa que cada restaurante tiene que trabajar más para diferenciarse, mantener su nivel de servicio y conseguir que los clientes regresen.

La escena gastronómica de la capital no ha dejado de renovarse. Mientras restaurantes consolidados continúan creciendo, nuevas propuestas llegan a colonias con alta concentración gastronómica. En Roma y Condesa, por ejemplo, la apertura de nuevos restaurantes convive con el cierre de otros establecimientos, en un mercado donde las rentas comerciales han llegado a incrementarse hasta 40%.

Uno de los principales retos está en los precios de los insumos. Durante la primera quincena de mayo de 2026, la inflación anual de los restaurantes se ubicó en 6.05%, de acuerdo con datos del INEGI. Para las cafeterías, el incremento llegó a 7.10%. Y aunque la inflación general de México se ubicó en 3.26% anual durante la primera quincena de agosto, los productos agropecuarios registraron un aumento quincenal de 0.39%, con incrementos particularmente fuertes en productos como cebolla, chile serrano y huevo. Para un restaurante, estos movimientos no son menores. Un incremento en el precio de un ingrediente no necesariamente puede trasladarse de manera inmediata al menú. Subir precios demasiado rápido puede modificar la percepción de valor del consumidor; absorber todos los aumentos, por otro lado, puede reducir los márgenes.



El ticket promedio también se ha convertido en un indicador importante para entender esta nueva realidad. Durante temporadas de alta demanda, como diciembre, la consultora gastronómica Congahin estimó que el ticket promedio podía incrementarse hasta 70%, impulsado por celebraciones, reuniones y mayor consumo fuera de casa. Pero una cosa es que el consumidor esté dispuesto a gastar más en ocasiones especiales y otra muy distinta es que acepte aumentos permanentes sin percibir un valor adicional.

Por eso, el reto no consiste únicamente en aumentar precios, sino en hacer que el precio tenga sentido para el comensal. La experiencia, el servicio, la calidad de los ingredientes, la propuesta gastronómica y la consistencia se vuelven parte de esa ecuación. La rentabilidad también se construye desde la operación. La industria necesita mirar con mayor precisión indicadores como el costo de alimentos y bebidas, desperdicios, productividad, rotación de personal, ocupación, ticket promedio y rentabilidad por platillo. La ingeniería de menú, por ejemplo, permite identificar cuáles son los platos que generan mayor margen y cuáles, aunque sean populares, pueden representar una presión importante sobre los costos.

También resulta fundamental revisar periódicamente proveedores, porciones, compras e inventarios. Pequeñas fugas repetidas pueden representar una diferencia considerable al cierre del mes.

La vitalidad gastronómica de Ciudad de México es evidente. La llegada constante de nuevos conceptos demuestra que existe demanda, inversión e interés por salir a comer. Pero también existe una realidad que la industria no puede ignorar: las condiciones para operar son cada vez más exigentes. El crecimiento de las rentas en zonas como Roma y Condesa, la presión de los insumos y la necesidad de mantener precios competitivos forman parte de un escenario en el que la supervivencia depende tanto de una buena propuesta gastronómica como de una gestión empresarial sólida.

La buena noticia es que la rentabilidad no tiene que estar peleada con la experiencia. Un restaurante puede cuidar sus costos sin sacrificar calidad, revisar sus procesos sin perder hospitalidad y ajustar su propuesta sin dejar de ser fiel a su identidad. Hoy, el verdadero éxito no está solamente en abrir las puertas, sino en conseguir que sigan abiertas.



NUEVA Modelo0%

100% SABOR MODELO
0% ALCOHOL



0.4% ALC.VOL. ALIMENTATE SANAMENTE

NUESTRA COMUNIDAD:

EL TRUJAL: UN VIAJE POR ANDALUCÍA A TRAVÉS DE LA GASTRONOMÍA

POR: ITZEL PANIAGUA



En el corazón de Polanco, El Trujal: Cocina Mediterránea propone un recorrido por los sabores, aromas y tradiciones de Andalucía, llevando a la Ciudad de México una experiencia gastronómica en la que el aceite de oliva se convierte en el hilo conductor de la mesa.

El nombre del restaurante hace referencia al trujal, el molino donde tradicionalmente se extrae el aceite de oliva a partir de las aceitunas. Esta idea dio origen a un concepto que busca rendir homenaje a uno de los ingredientes esenciales de la cocina mediterránea y, al mismo tiempo, acercar al comensal a la riqueza cultural del sur de España.

Detrás de esta propuesta se encuentra el **Chef Pablo San Román**, nacido en San Sebastián y con más de tres décadas de trayectoria gastronómica en México. A lo largo de su carrera ha desarrollado distintos proyectos y se ha distinguido por vincular tradición, técnica e innovación, siempre con un profundo interés por la cultura gastronómica española y mexicana.

Para dar forma a El Trujal, San Román trabajó junto al Chef Rodrigo Reyes, quien viajó por distintas provincias de Andalucía para conocer de primera mano sus costumbres, técnicas y platillos. De ese recorrido surgió una propuesta que busca trasladar a México no sólo los sabores de la región, sino también su espíritu de hospitalidad y disfrute alrededor de la mesa.

La carta recorre diferentes expresiones de la cocina andaluza y mediterránea: desde aceitunas aliñadas, salazones, gambas y almejas, hasta arroces, pescados, carnes y postres tradicionales. Entre sus preparaciones también destacan propuestas como el pescado a la sal, el rabo de toro, el bacalao con muselina de ajo y distintas versiones de arroces y productos del mar.

Pero la experiencia va más allá de la carta. El Trujal ofrece catas de aceite de oliva, menús maridaje con vinos de Jerez y experiencias como el tradicional ronqueo de atún, acercando al comensal a la cultura y las técnicas que dan identidad a la gastronomía andaluza.

Así, El Trujal se convierte en un espacio donde la gastronomía funciona como puente entre dos culturas: una propuesta que invita a descubrir Andalucía desde México y a entender que detrás de cada ingrediente existe una historia, una tradición y una manera particular de celebrar la vida alrededor de la mesa.



AV. ISAAC NEWTON 88, POLANCO, POLANCO V SECC, MIGUEL HIDALGO, CDMX.

NUESTRA COMUNIDAD:

MERCADERES: ALTA COCINA MEXICANA Y CULTURA DEL VINO EN EL CORAZÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

En el corazón del Centro Histórico de la Ciudad de México, entre calles que han sido testigo de siglos de historia, Mercaderes ha construido desde 1998 una propuesta que une la alta cocina mexicana con una profunda vocación por la cultura del vino. Ubicado en Avenida 5 de Mayo, el restaurante ocupa un edificio cuya historia se remonta a distintas etapas de la vida de la ciudad, convirtiendo cada visita en un encuentro entre patrimonio, gastronomía y hospitalidad.

Desde su apertura, Mercaderes nació con la intención de ofrecer en el Centro Histórico un espacio donde la alta cocina mexicana pudiera disfrutarse acompañada de una buena copa de vino. Hoy, su propuesta mantiene ese propósito a través de una cocina que parte de las raíces mexicanas y las presenta con una visión contemporánea, utilizando ingredientes de calidad y técnicas que buscan preservar el sabor y la identidad de nuestra gastronomía. Más del 80% de sus platillos corresponden a propuestas de alta cocina mexicana, reconocimiento que forma parte de su nombramiento como Tesoros de México.

La experiencia gastronómica encuentra uno de sus principales complementos en su Enoteca, considerada una de las más amplias del Centro Histórico. La selección de vinos ocupa un lugar central en la propuesta del restaurante y, especialmente, en la promoción de la producción vinícola nacional: más del 60% de las etiquetas que integran su cava son mexicanas, una apuesta que refleja su compromiso con la difusión y el reconocimiento del vino producido en nuestro país.

Esta vocación también se vive a través de sus experiencias de maridaje. Cada mes, Mercaderes organiza cenas en las que un menú diseñado por su equipo de cocina se encuentra con una selección específica de vinos, mientras sommeliers y representantes de las bodegas comparten con los comensales detalles sobre el origen, elaboración y características de cada etiqueta.

La propuesta se mantiene así en constante diálogo entre plato y copa: el vino no aparece únicamente como acompañamiento, sino como parte de una experiencia gastronómica que invita a descubrir los sabores de México desde diferentes perspectivas. Un ejemplo reciente son sus cenas dedicadas a vinos mexicanos, en las que la cocina de Mercaderes se ha encontrado con bodegas nacionales para celebrar el patrimonio gastronómico y vitivinícola del país.

A más de dos décadas de su apertura, Mercaderes continúa haciendo del Centro Histórico un punto de encuentro para quienes buscan disfrutar de la cocina mexicana y, al mismo tiempo, conocer y valorar la riqueza de los vinos nacionales. Una propuesta que demuestra que la tradición también puede evolucionar y que, cuando gastronomía y vino se encuentran alrededor de una misma mesa, la experiencia se convierte en una forma de celebrar a México.



AV. 5 DE MAYO 57, CENTRO HISTÓRICO DE LA CDAD. DE MÉXICO, CUAUHTÉMOC, CDMX



EL DOMO DE PERISUR:

UNA NUEVA APUESTA POR LA GASTRONOMÍA EN EL SUR DE LA CIUDAD.

POR: ITZEL PANIAGUA

La escena gastronómica de Ciudad de México continúa expandiéndose y, esta vez, el sur de la capital suma un nuevo espacio destinado a convertirse en punto de encuentro para distintas propuestas culinarias. En Perisur, El Domo comienza a tomar forma como un nuevo espacio gastronómico que reúne conceptos de diferentes estilos y procedencias, ampliando la oferta del centro comercial y sumando nuevas opciones para quienes buscan comer, celebrar o simplemente descubrir un nuevo lugar en la ciudad. Aunque su apertura se encuentra todavía en proceso, las primeras propuestas ya comenzaron a recibir comensales y anticipan la diversidad que caracterizará a este nuevo destino gastronómico.



Entre los primeros restaurantes en abrir sus puertas se encuentra Nicos, referente de la cocina mexicana dirigido por el chef Gerardo Vázquez Lugo. Con casi siete décadas de historia, el restaurante llega a Perisur con una propuesta que mantiene como eje los ingredientes, las recetas y la hospitalidad que han construido su identidad. Su nueva ubicación ya se encuentra operando y cuenta con una carta que incorpora algunos de sus clásicos junto con propuestas para este nuevo espacio.

También abrió sus puertas VERA by Zahie Téllez, propuesta que lleva al sur de la ciudad una interpretación contemporánea de la cocina italiana. La presencia de la chef Zahie Téllez suma una propuesta de autor a la nueva oferta de El Domo. A estas aperturas se suma Ladurée, que comenzó operaciones el 24 de agosto con un formato Coffee Shop All Day.

El concepto ocupa el tercer piso de la plaza y amplía el universo de la histórica casa francesa más allá de sus icónicos macarons, con una propuesta pensada para distintos momentos del día: desayuno, comida, café, postres y cena ligera. También forma parte de esta nueva oferta Ludlow Bistró, Ultramarinos de Fran, Joe and The Juice, Loma Linda; ampliando el abanico de propuestas que comienzan a instalarse en el espacio.

La llegada de estos conceptos refleja una tendencia que continúa transformando la oferta gastronómica de la capital: los espacios de consumo se convierten cada vez más en destinos por sí mismos. El valor de El Domo no está únicamente en reunir restaurantes, sino en generar un punto de encuentro donde diferentes propuestas puedan convivir y ofrecer experiencias distintas dentro de un mismo espacio.





Para los visitantes de Perisur, esto significa nuevas posibilidades para cada ocasión: desde una comida mexicana de larga tradición hasta una experiencia italiana contemporánea, un café con acento francés o una propuesta más casual para compartir.

El Domo aún se encuentra en una etapa de crecimiento. Algunas de sus propuestas ya comenzaron operaciones mientras otras continúan preparando su llegada, por lo que la oferta gastronómica seguirá evolucionando durante los próximos meses.

Con restaurantes de trayectoria, propuestas de autor y conceptos internacionales, este nuevo espacio comienza a consolidarse como una alternativa para quienes viven, trabajan o visitan el sur de Ciudad de México. La gastronomía capitalina no deja de crecer, y esta vez encuentra un nuevo escenario para hacerlo.



KEGO

Equipos clave para restaurantes que no se detienen en vacaciones.

Más demanda, más clientes, más ventas.
Prepárate con el equipamiento ideal.

Julio es el mes en que los negocios gastronómicos se llenan. Y solo los que tienen el equipo correcto aprovechan la temporada al máximo.

Llega el verano, se incrementa el flujo de comensales y suele ser justo en ese momento cuando el equipo con más antigüedad comienza a presentar fallas. Un horno que no rinde, una freidora que tarda más de lo normal o un refrigerador que no conserva a la temperatura adecuada pueden costarle a tu negocio ventas, clientes y reputación. La diferencia entre una temporada exitosa y una de menor rendimiento muchas veces se define antes de que empiece.

Tu cocina lista para el verano

En vacaciones, la experiencia lo es todo.

Estos son algunos de los equipos que te ayudan a responder mejor, vender más y mantener la calidad que buscas SIEMPRE.

Porque al final del día, un cliente satisfecho regresa. Y un negocio bien equipado es el que tiene la capacidad de garantizarlo, servicio tras servicio, temporada tras temporada.



Invierte en equipos que trabajan tan duro como tú.

Más eficiencia, menos fallas y más satisfacción para tus clientes.

EQUÍPATE EN
KEGO.MX

¿ESTÁS REALMENTE PREPARADO?

Estufas y planchas



Para servicios largos sin interrupciones.

- ✓ Potencia y control en cada platillo.
- ✓ Diseñadas para uso intensivo.
- ✓ Durabilidad que se traduce en ahorro.

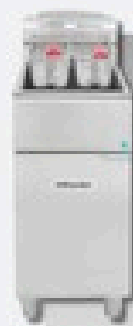
Refrigeradores y congeladores



Mayor volumen, mayor conservación.

- ✓ Conservan la frescura y calidad.
- ✓ Gran capacidad de almacenamiento.
- ✓ Operación confiable día y noche.

Freidoras



Más pedidos, más rapidez, mismo sabor de siempre.

- ✓ Rápida recuperación de temperatura.
- ✓ Mayor rendimiento en menos tiempo.
- ✓ Ideales para picos de demanda.

Despachadores de bebidas



Presentación que atrae. Servicio que convence.

- ✓ Bebidas siempre frías y listas.
- ✓ Atractivos y fáciles de usar.
- ✓ Aumenta el ticket promedio.

¿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

MÉXICO EN UNA COPA:

EL AUGUE DEL TEQUILA EN LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

POR: ITZEL PANIAGUA



Durante mucho tiempo, hablar de tequila fuera de México significaba pensar en una copa, sal y limón. Hoy, la conversación es mucho más amplia.

El tequila se ha convertido en uno de los grandes embajadores de la gastronomía mexicana en el mundo y, dentro de los restaurantes y bares, está adquiriendo un nuevo papel: ya no es únicamente una bebida para acompañar una celebración, sino un ingrediente, una expresión de territorio y una pieza cada vez más importante dentro de la experiencia gastronómica.

Los números ayudan a dimensionar este fenómeno. Al cierre de 2025, México exportó 397.1 millones de litros de tequila, frente a los 377.5 millones registrados en 2023. Entre 2023 y 2025, el volumen exportado creció a un ritmo promedio de 2.6% anual, con Estados Unidos, Japón, Reino Unido y España entre sus principales destinos. Pero el crecimiento más interesante no necesariamente está en cuánto tequila se consume, sino en cómo se consume.

La categoría está entrando en una nueva etapa. De acuerdo con El Economista, el tequila atraviesa en 2026 un proceso de consolidación en el que la calidad, el segmento premium y la experiencia de consumo están ganando terreno frente a una lógica basada únicamente en volumen. Esta evolución también se refleja en las barras. La coctelería contemporánea está explorando el tequila desde nuevas perspectivas: diferentes expresiones, técnicas, ingredientes locales, perfiles aromáticos y combinaciones que permiten descubrir sus posibilidades más allá de los cócteles clásicos. Food & Wine México identifica precisamente el redescubrimiento de los destilados mexicanos como una de las tendencias que están transformando la coctelería. El tequila y el mezcal han abierto camino a otros destilados nacionales y a una nueva narrativa alrededor de los ingredientes, las tradiciones y el territorio mexicano. La barra comienza así a funcionar como una extensión de la cocina.

La evolución de la bebida ha llevado a una mayor integración entre gastronomía y coctelería. Los restaurantes están diseñando bebidas que dialogan con sus menús, mientras que chefs y bartenders colaboran para crear experiencias en las que el destilado deja de ser un acompañamiento y adquiere un papel propio. En México, esta tendencia ya puede verse en propuestas de alta cocina que incorporan tequila y otros destilados mexicanos dentro de sus programas de bebidas. En algunos restaurantes, por ejemplo, la carta de coctelería sustituye destilados tradicionales por opciones mexicanas como tequila, mezcal, sotol, raicilla y bacanora, creando combinaciones pensadas para dialogar con los sabores de la cocina.

La gastronomía mexicana que viaja al extranjero también lleva consigo sus bebidas. Guías Gastronómicas han documentado restaurantes mexicanos fuera del país donde el tequila forma parte de la experiencia gastronómica y del acompañamiento de los platos, como ocurre en propuestas que buscan reproducir y reinterpretar la cocina mexicana desde otras ciudades del mundo. Parte del atractivo contemporáneo del tequila está en comprender qué hay detrás de la botella. El agave azul, el paisaje de Jalisco, los procesos de producción, el tiempo de maduración y las diferentes expresiones del destilado permiten construir una narrativa que conecta al consumidor con el territorio.



Por eso, experiencias como catas, maridajes y recorridos especializados han comenzado a ganar presencia dentro de la oferta gastronómica y turística. En 2025, Mundo Cuervo documentó experiencias de maridaje con tequila, así como catas especializadas dentro de festivales gastronómicos.

Esta transformación también responde a un consumidor que busca experiencias más completas. La coctelería contemporánea privilegia cada vez más los ingredientes, las historias y la técnica. Bon Appétit ha identificado tendencias como el uso de ingredientes culinarios en los cócteles, técnicas provenientes de la cocina y una mayor atención a la historia detrás de las bebidas. En este contexto, el tequila tiene una ventaja difícil de replicar: posee una historia, un territorio y una identidad cultural reconocible a nivel internacional. Incluso un clásico como la Paloma está siendo redescubierto desde una perspectiva gastronómica. Bon Appétit la presenta como una expresión de equilibrio entre tequila, cítricos, amargor, acidez y las notas terrosas del agave, demostrando que incluso los cócteles más sencillos pueden convertirse en una puerta de entrada para conocer mejor el destilado



El crecimiento internacional del tequila representa una oportunidad particularmente relevante para la industria restaurantera mexicana. Cada copa puede convertirse en una extensión de la experiencia: un maridaje, una recomendación del sommelier o bartender, una cata, un cóctel de autor o simplemente una conversación sobre el origen y las características de la bebida. La oportunidad está en pasar de ofrecer tequila como una categoría más dentro de una carta a contar todo lo que existe detrás de él.

**Hoy, México no solo está exportando tequila.
Está exportando una forma de entender, celebrar y compartir la mesa.**



7 DE OCTUBRE, DÍA DEL VINO MEXICANO

POR: PAZ AUSTIN

DOF: 10/01/2023

DECRETO

ARTÍCULO PRIMERO. *Se declara el día 7 de octubre de cada año como "Día del Vino Mexicano".*

ARTÍCULO SEGUNDO. *La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, en el ámbito de sus atribuciones, debe promover la participación en las actividades que se deriven del presente instrumento, por conducto de los consejos nacionales, representantes de los comités nacional y estatales de los sistemas Producto Vid, comités interinstitucionales, consejos, productores, asociaciones civiles y académicos cuyo objeto o interés estén vinculados a la Industria Vitivinícola.*

TRANSITORIO

Único. *El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.*

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en Ciudad de México a 5 de enero de 2023



No se imaginan el impacto y la magnitud de este decreto: es el reconocimiento que el vino mexicano merecía desde siempre. Es el acto de hacer el vino verdaderamente nuestro, de los mexicanos; de asimilarlo como parte fundamental de nuestra gastronomía y de nuestro acervo de bebidas tradicionales. La vitivinicultura en México se ha abierto paso a lo largo de 500 años entre constantes interrupciones: así como hoy existe un decreto para celebrar el Día del Vino Mexicano, en su momento existieron órdenes de la Corona Española para prohibir la producción de *Vitis vinifera* en la Nueva España. Hubo guerras, revoluciones y un malinchismo cultural que frentaron su renacimiento, pero que por fin hemos vencido. Todo ese camino de resistencia se consolida hoy en este decreto nacional. Celebrar nuestra producción es honrar esa resiliencia y la riqueza de una gastronomía que nos define. Sin embargo, para que las etiquetas locales ocupen el lugar que merecen en las mesas de nuestros restaurantes, aún nos falta romper mitos, educar al consumidor y atrevernos a maridar la cocina tradicional mexicana con vino.

La historia detrás de esta efeméride refleja esa misma tenacidad. Durante mi gestión al frente del Consejo Mexicano Vitivinícola (2019-2023), encabecé el cabildeo y el desarrollo de las herramientas institucionales para lograr un reconocimiento oficial. La meta original era firmar el Decreto Presidencial durante el 43.º Congreso Mundial de la Viña y el Vino en Baja California, ante delegados de 49 países, pero no nos alcanzó el tiempo. Aún así buscamos una fecha con profundo peso histórico o que coincidiera con la fundación del propio Consejo, algún día con sentido. No obstante, se asignó un día sin antecedente alguno: el 7 de octubre, un día sin mucho peso, aparentemente.

Lo que empezó como un número al azar se convirtió en la excusa perfecta para transformarlo todo. El 7 de octubre pasó de ser un día común a conmemorar lo verdaderamente esencial: la tierra, el trabajo agrícola, la cocina, la sobremesa, la amistad, la familia, la alegría, el sol y el aire; La vida misma.



A diferencia de las campañas comerciales detrás del Día del Tequila o de la Cerveza, el Día del Vino Mexicano es la primera efeméride dedicada a una bebida nacional respaldada por un decreto y la firma presidencial. Fue una reivindicación histórica para que al vino se le reconozca, por fin, como bebida tradicional mexicana. Hoy, esta pequeña gran acción es un caso de estudio en el grupo de trabajo de Patrimonio y Legado de la Organización Internacional de la Vigne et du Vin (OIV), donde se analiza la resiliencia de nuestra industria frente a más de 500 años de interrupciones y retos políticos.

Por eso, en honor al vino nacional y a todos los que han construido una historia magnífica de viñas y barricas en México, invito a las y los socios de la Asociación Mexicana de Restaurantes y Dicares a adueñarse del próximo 7 de octubre y a que compartan este orgullo con todos los que nos dedicamos al sector del vino. Volvamos este día una fiesta grande en nuestros comedores: diseñen maridajes con platillos tradicionales, convoquen a los productores a contar sus historias al pie de la mesa y permitan que las copas de vino mexicano sean coprotagonistas de sus experiencias gastronómicas más exquisitas.

¡Que viva el Vino Mexicano! ¡Que viva la Gran Fiesta del Vino Mexicano!





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



Jose Cuervo

Mifel

Coca-Cola