



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



DICA RES  
Directores de Cadenas de Restaurantes, A.C.

# BOLETÍN

QUINCENAL



octubre 09, 2026

DIRECTORIO  
*Proveedores*  
AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS  
ESPECIALIZADOS  
PARA LA INDUSTRIA  
RESTAURANTERA

CONSULTA AQUÍ



## JURÍDICO

IMSS amplía el pago de subsidios por incapacidad mediante cuenta bancaria



## TENDENCIAS

Del menú al algoritmo: cómo las redes sociales están cambiando lo que comemos



## CAPACITACIONES

Liderazgo positivo: una herramienta para fortalecer los equipos restauranteros



## NUESTROS SOCIOS

Potzollcalli: tradición mexicana que se comparte en la mesa  
El Bajío: una historia que comenzó en Clavería



## INDUSTRIA

AMR y CANIRAC CDMX fortalecen diálogo con la Alcaldía Cuauhtémoc



## MEDIOS

AMR participa en la primera edición de los Premios Marea 51



## ALIADOS ESTRATÉGICOS

Ayudar es delicioso: gastronomía que se suma a una causa



## VINOS

Bodegas F. Rubio: el orgullo de nuestra tierra, una historia de excelencia y hospitalidad

[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**



Jose Cuervo

Mifel

Coca-Cola

# DIRECTORIO

## Proveedores

### AMR 2025-2026

INSUMOS Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS  
PARA LA INDUSTRIA RESTAURANtera

CONSULTA AQUÍ

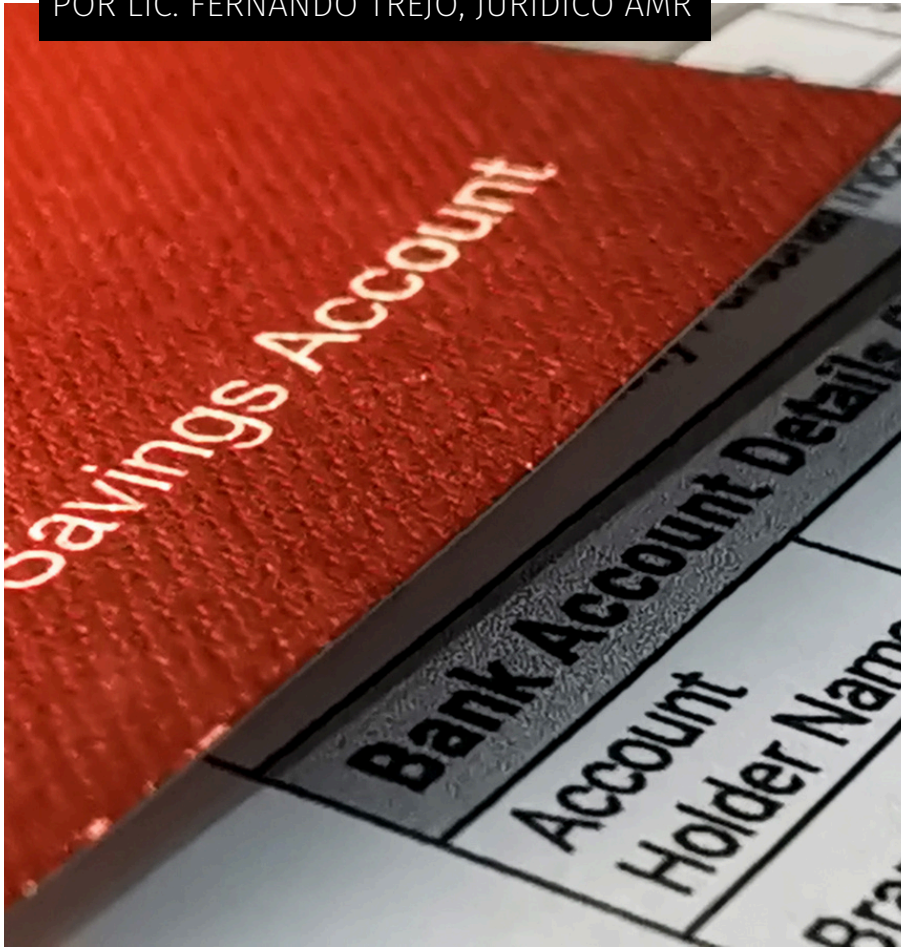


**AMR**  
ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE RESTAURANTES, A.C.  
DESDE 1948

#SomosAMR

# IMSS AMPLÍA EL PAGO DE SUBSIDIOS POR INCAPACIDAD MEDIANTE CUENTA BANCARIA

POR LIC. FERNANDO TREJO, JURÍDICO AMR



Se publicó en el Diario Oficial de la Federación el pasado 5 de octubre de 2026 el ACUERDO ACDO.AS2.HCT.020926/266.P.DPE S, dictado por el H. Consejo Técnico del Instituto Mexicano del Seguro Social, relativo a la modificación de los parámetros para fortalecer y ampliar el acreditamiento en cuenta bancaria como medio de pago de los subsidios derivados de una incapacidad temporal para el trabajo, en materia de enfermedad general, riesgos de trabajo y maternidad que prevé la Ley del Seguro Social, en los siguientes términos:

**Primero.-** Tomar nota del informe presentado por la Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales respecto de los avances y resultados del "Programa de Mejora para el Pago de Subsidios, a través de la Universalización del Pago en Cuenta Bancaria", así como de las acciones implementadas para optimizar los procesos de validación y dispersión de los subsidios por incapacidad temporal para el trabajo, relativo al Acuerdo ACDO.AS2.HCT.260623/161.P.DPES de este órgano de gobierno.

**Segundo.-** Se aprueba la modificación a los parámetros para fortalecer y ampliar el acreditamiento en cuenta bancaria como medio de pago de los subsidios derivados de una incapacidad temporal para el trabajo, en los términos siguientes: Enfermedad general con un umbral que equivale a 9 SM = \$2,835.36; Riesgos de trabajo con un umbral que equivale a 16 SM = \$5,040.64 y Maternidad con un umbral que equivale a 99 SM = \$31,188.96, cálculo con salario mínimo de \$315.04.

**Tercero.-** La Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales emitirá el oficio circular correspondiente para comunicar los parámetros aprobados en el presente Acuerdo y establecer las directrices operativas para su aplicación por parte de los Órganos de Operación Administrativa Desconcentrada y las unidades administrativas que intervienen en el trámite y pago de subsidios.

**Cuarto.-** Los pagos cuyo importe sea igual o sea superior a los parámetros establecidos en el presente Acuerdo deberán efectuarse mediante acreditamiento en cuenta bancaria, de conformidad con los requisitos y condiciones establecidos en las disposiciones institucionales aplicables. Para los pagos inferiores a dichos parámetros, el personal de Prestaciones Económicas promoverá entre las personas aseguradas el registro voluntario de una cuenta bancaria, privilegiando el acreditamiento como medio de pago cuando se cumplan los requisitos correspondientes.

**Quinto.-** La aplicación de los parámetros aprobados no modifica los requisitos para el otorgamiento de los subsidios, su cuantía, la vigencia de derechos ni las demás condiciones sustantivas de las prestaciones previstas en la Ley del Seguro Social y en las disposiciones institucionales aplicables.

**Sexto.-** Se instruye a la Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales para que, en conjunto con las áreas institucionales competentes, realice las acciones necesarias para la implementación de los parámetros aprobados, así como para su seguimiento y evaluación.

**Séptimo.-** El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación".



# DEL MENÚ AL ALGORITMO: CÓMO LAS REDES SOCIALES ESTÁN CAMBIANDO LO QUE COMEMOS

POR: ITZEL PANIAGUA

**Durante años, elegir dónde comer dependió de recomendaciones, reseñas, guías gastronómicas o una búsqueda en internet. Hoy, el recorrido puede comenzar de una manera muy distinta: con un video de 30 segundos, una fotografía en Instagram o una recomendación que aparece mientras hacemos scroll. Las redes sociales dejaron de ser únicamente un escaparate para los restaurantes y se convirtieron en una nueva puerta de entrada a la experiencia gastronómica. El consumidor descubre un platillo, conoce un concepto, consulta opiniones y decide si quiere visitarlo prácticamente dentro del mismo recorrido digital.**

**Un estudio de Eater y Vox Media, realizado en 2025 entre más de 2,000 adultos estadounidenses, encontró que 77% de los encuestados de la Generación Z y 67% de los millennials descubren nuevos restaurantes a través de redes sociales.**



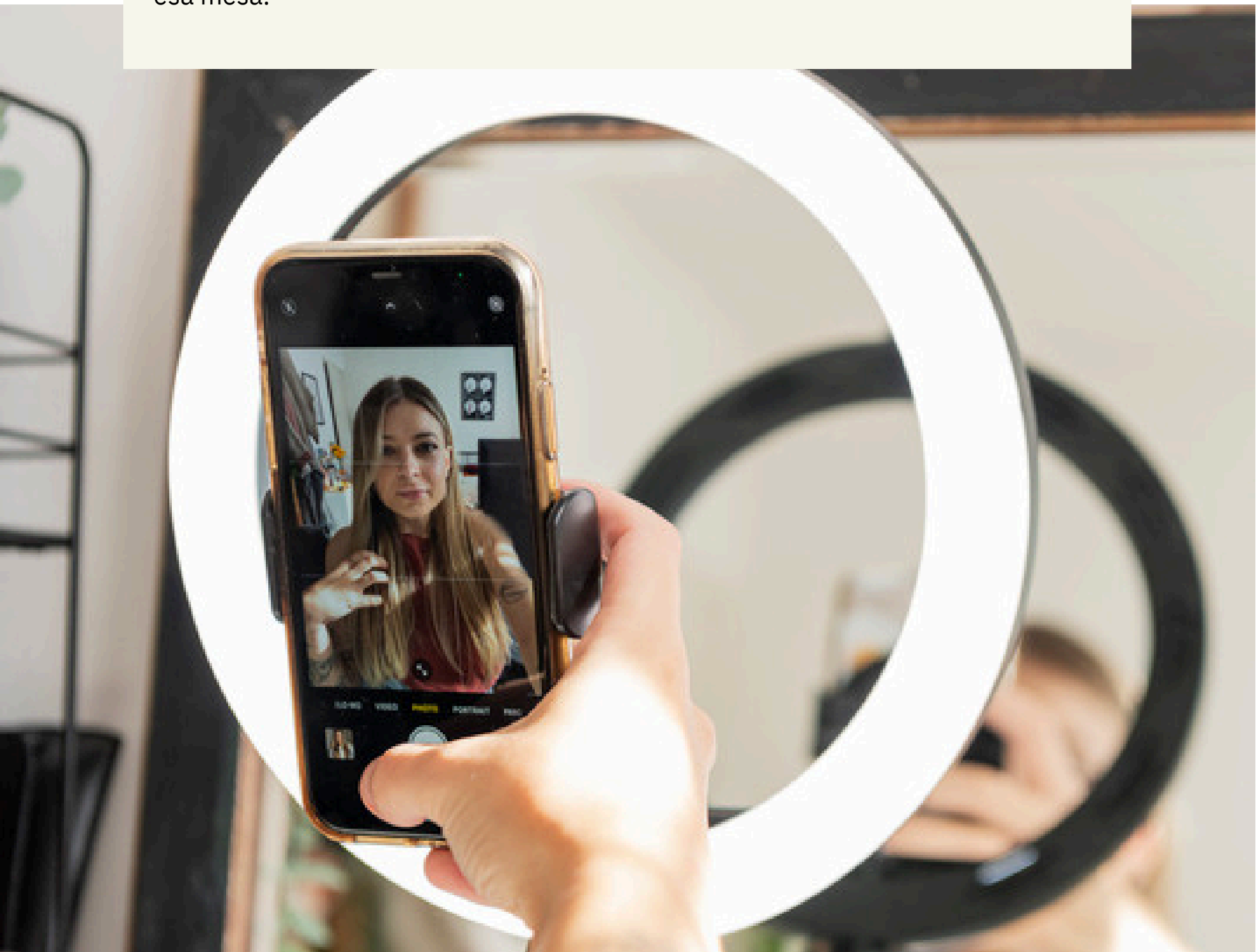
El cambio también está modificando la manera de buscar recomendaciones. En 2025 las búsquedas relacionadas con lugares cercanos son una herramienta importante para que la Generación Z descubra restaurantes y otros establecimientos. Cabe destacar que el valor de contenidos que se perciben auténticos y cercanos frente a una comunicación excesivamente producida. Para los restaurantes, esto significa que ya no basta con estar presentes en redes: hay que ser encontrables y reconocibles.

Un platillo insignia, la historia detrás de un ingrediente, una terraza, el ambiente de la barra o incluso el trabajo del equipo pueden convertirse en elementos que ayuden a construir esa identidad. Eater ha documentado también cómo algunos restaurantes utilizan TikTok, Instagram y YouTube para mostrar desde la remodelación de un espacio hasta las pruebas de menú, convirtiendo el proceso detrás de un nuevo concepto en parte de su historia.

La influencia de las redes tampoco termina en el descubrimiento. Una encuesta publicada por Nation’s Restaurant News en 2025 encontró que 73% de los seguidores de contenido gastronómico de Gen Z y millennials consultados habían visitado un restaurante durante los tres meses anteriores debido a una reseña encontrada en redes sociales. La recomendación de un creador de contenido puede ayudar al consumidor a imaginar la experiencia antes de vivirla: cómo luce el lugar, qué pedir, qué ambiente encontrará y qué platillos vale la pena probar.

La influencia digital incluso está llegando a los menús. La National Restaurant Association ya identificaba desde 2024 a las tendencias surgidas en TikTok como un factor relevante en la evolución de la oferta gastronómica.

Sin embargo, no toda tendencia viral necesita convertirse en un platillo. La oportunidad para los restaurantes está en identificar qué conversaciones digitales tienen sentido para su concepto y transformarlas en experiencias reales. La industria restaurantera siempre ha sabido que primero se come con los ojos. Hoy, además, se descubrió con el algoritmo. La experiencia gastronómica comienza mucho antes de cruzar la puerta: en el momento en que un consumidor encuentra un restaurante, guarda un video, lee una reseña y decide que quiere sentarse en esa mesa.





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.

# LIDERAZGO POSITIVO:

## UNA HERRAMIENTA PARA FORTALECER LOS EQUIPOS RESTAURANTEROS

POR ITZEL PANIAGUA



En la industria restaurantera, liderar un equipo implica mucho más que coordinar tareas y supervisar resultados. La operación diaria requiere comunicación, capacidad para resolver conflictos, motivación y, sobre todo, la construcción de relaciones que permitan trabajar hacia objetivos comunes. Con esta visión, se llevó a cabo el Taller de Desarrollo de Habilidades de Liderazgo Positivo, dirigido a gerentes de restaurante y de área, jefes de turno, capitanes, jefes de cocina y colaboradores que tienen bajo su responsabilidad la conducción de un equipo.

A lo largo de dos sesiones, con una duración total de 10 horas, los participantes trabajaron herramientas enfocadas en fortalecer sus capacidades de liderazgo y mejorar la relación entre líderes y colaboradores. Uno de los principales objetivos del taller fue identificar las características de un líder eficaz y comprender cómo un enfoque de liderazgo positivo puede contribuir a reducir la rotación, fortalecer los equipos y favorecer el cumplimiento de los resultados esperados.

El programa abordó diferentes perspectivas sobre el liderazgo, comenzando por el papel que desempeña un líder dentro de una organización y los distintos estilos que pueden adoptarse de acuerdo con las necesidades de cada equipo.

Los participantes también tuvieron la oportunidad de identificar su propio estilo de liderazgo y reconocer áreas de oportunidad para mejorar su desempeño. A partir de este ejercicio, se profundizó en conceptos como el liderazgo por servicio, el trabajo en equipo y la supervisión eficaz, elementos especialmente relevantes en una industria donde la coordinación entre áreas tiene un impacto directo en la experiencia del cliente.

La comunicación ocupó también un lugar central. A través del trabajo sobre comunicación asertiva, disciplina y motivación, el taller puso sobre la mesa herramientas para gestionar equipos de manera más clara y efectiva.

En un restaurante, detrás de cada servicio existe un equipo que debe responder de manera coordinada ante distintos retos. Por ello, el liderazgo también implica saber manejar situaciones de tensión y encontrar soluciones cuando surgen diferencias dentro del equipo. El programa incluyó herramientas para el manejo de conflictos, así como elementos para realizar una elección eficaz de colaboradores. De esta manera, el liderazgo se abordó desde una perspectiva integral: desde la incorporación de las personas adecuadas hasta la construcción de un entorno que favorezca su desarrollo y permanencia.



El taller cerró con ejercicios de autoevaluación y dinámicas de trabajo en equipo y liderazgo, permitiendo a los participantes reflexionar sobre sus propias prácticas y reconocer oportunidades concretas de mejora. Fortalecer las habilidades de quienes están al frente de los equipos representa también una inversión en la operación. En una industria donde el talento humano es parte esencial de la experiencia, desarrollar líderes capaces de comunicar, motivar y acompañar a sus colaboradores es fundamental para construir equipos más sólidos y alcanzar mejores resultados.



# NUESTRA COMUNIDAD:

## POTZOLLCALLI: TRADICIÓN MEXICANA QUE SE COMPARTE EN LA MESA

POR: ITZEL PANIAGUA



Hablar de Potzollcalli es hablar de una cocina que encuentra en los sabores de México su principal inspiración. Con una propuesta centrada en la gastronomía tradicional mexicana, la marca ha construido una identidad alrededor de platillos que forman parte de la memoria y las costumbres de nuestro país.

Su nombre, inspirado en el náhuatl y relacionado con el pozole, refleja desde el inicio una vocación por preservar y compartir los sabores que distinguen a la cocina mexicana. En sus mesas conviven recetas conocidas por generaciones con una propuesta pensada para disfrutarse en familia, con amigos o en cualquier ocasión.

El pozole, protagonista indiscutible de la casa, representa ese espíritu: un platillo que trasciende la receta para convertirse en un punto de encuentro. A su alrededor se reúne una oferta que recorre distintas regiones y tradiciones gastronómicas de México, con opciones para diferentes gustos y momentos del día.

La propuesta de Potzollcalli también apuesta por acercar la cocina mexicana a nuevas generaciones. Mantener presentes los sabores tradicionales no significa dejar de innovar, sino encontrar nuevas maneras de presentarlos y llevarlos a la mesa sin perder su esencia.

Esta combinación entre tradición, variedad y accesibilidad ha permitido que Potzollcalli forme parte de la vida cotidiana de sus comensales y se consolide como una opción para disfrutar de la gastronomía mexicana en un ambiente pensado para compartir.

Porque detrás de cada plato hay una historia, una tradición y, muchas veces, una oportunidad para compartir. En Potzollcalli, la cocina mexicana continúa encontrando un espacio para llegar a nuevas mesas y mantener viva una de las formas más deliciosas de celebrar lo que somos.



AZCAPOTZALCO | CENTRO HISTÓRICO | CUAUHTÉMOC | ERMITA | LA VIGA | MIRAMONTES | PENNSYLVANIA | PICACHO | TAXQUEÑA | TLALPAN | TLATELOLCO | UNIVERSIDAD | ZARAGOZA



# NUESTRA COMUNIDAD:

## EL BAJÍO: UNA HISTORIA QUE COMENZÓ EN CLAVERÍA

POR: ITZEL PANIAGUA



Hay restaurantes que construyen su identidad a partir de una receta y otros que lo hacen a través de una historia. El Bajío pertenece a los dos grupos: su trayectoria está profundamente ligada a la cocina mexicana y a una familia que convirtió el gusto por cocinar en un proyecto que, con el paso de las décadas, se transformó en una de las propuestas más reconocidas de la gastronomía mexicana en la Ciudad de México.

La historia comenzó en Clavería, en la colonia del mismo nombre, donde Carmen “Titita” Ramírez Degollado y su esposo, Luis Felipe Ramírez, abrieron las puertas de El Bajío en 1972. Lo que comenzó como un pequeño restaurante familiar fue creciendo hasta convertirse en una marca con presencia en distintos puntos de la ciudad, manteniendo como eje la cocina tradicional mexicana.

La sucursal de Clavería conserva un significado especial dentro de esta historia. Más que uno de los espacios de la marca, representa el punto de partida de un proyecto que nació con una idea sencilla: llevar a la mesa los sabores de México con el cuidado y la generosidad de la cocina de casa. Desde sus primeros años, El Bajío se distinguió por recuperar recetas, ingredientes y técnicas de diferentes regiones del país. La cocina de Titita estuvo marcada por sus raíces y por el interés en preservar preparaciones tradicionales, muchas de ellas transmitidas de generación en generación.

Ese vínculo con el territorio se refleja en una carta que reúne diferentes expresiones de la gastronomía mexicana. Moles, antojitos, sopas, carnes, pescados, tamales y bebidas tradicionales forman parte de una propuesta que busca mostrar la diversidad de México a través de sus sabores.

Pero la identidad de El Bajío no se limita a reproducir recetas. Una parte importante de su historia ha sido el trabajo de investigación y recuperación gastronómica, así como la relación con productores y comunidades que hacen posible llevar ingredientes mexicanos a la mesa.

Con el paso del tiempo, la marca también ha evolucionado. Hoy cuenta con distintas sucursales y continúa acercando su propuesta a nuevos públicos, pero mantiene una constante: la cocina como una forma de preservar y compartir cultura.

Regresar a la sucursal de Clavería es encontrarse con el origen de una historia que lleva más de cinco décadas construyéndose alrededor de la mesa.

En una industria en constante transformación, permanecer vigente durante tantos años implica mucho más que conservar una receta. Significa adaptarse, entender a nuevas generaciones de comensales y, al mismo tiempo, proteger aquello que hace reconocible a una marca.

El Bajío ha logrado construir ese equilibrio. Su historia comenzó en un restaurante familiar de Clavería y se convirtió en un proyecto gastronómico que hoy forma parte de la conversación sobre cocina mexicana en la Ciudad de México.

ACOXPA | ARTZ PEDREGAL | CENTRO HISTÓRICO | SANTA FE | CUITLÁHUAC | INSURGENTES | INTERLOMAS  
LINDAVISTA | MIYANA | MUNDO E | OASIS | PALMAS | PARQUE DELTA | POLANCO | PORTAL SAN ÁNGEL  
REFORMA 222 | TOREO | UNIVERSIDAD | VALLEJO



NUEVA

# Modelo0%

100% SABOR MODELO  
0% ALCOHOL



0.4% ALC.VOL. ALIMENTATE SANAMENTE

# AMR Y CANIRAC CDMX FORTALECEN DIÁLOGO CON LA ALCALDÍA CUAUHTÉMOC

POR: ITZEL PANIAGUA



Con el objetivo de fortalecer la comunicación entre la industria restaurantera y las autoridades, representantes del sector sostuvieron una junta de trabajo con integrantes de la Alcaldía Cuauhtémoc, en la que se abordaron algunas de las principales problemáticas que actualmente enfrenta la actividad restaurantera, particularmente en el Centro Histórico de la Ciudad de México. En el encuentro participaron Jack Sourasky, Presidente de CANIRAC CDMX; Hugo Vela, Presidente de la Asociación Mexicana de Restaurantes; y Mireya Ruiz, Presidenta de DICARES, quienes dialogaron con Alessandra Rojo de la Vega, Alcaldesa de Cuauhtémoc, así como con integrantes de su equipo de gobierno: Obdulio Ávila, Director General de Gobierno; Toshimi Hira, Director de Coordinación Territorial Centro; Luis Esteban Velázquez, Director de Mercados y Vía Pública; Jorge Antonio Silva, Director de Gobierno; y David Vinicio Domínguez, Subdirector de Verificaciones y Reglamentos.

Uno de los principales temas de la reunión fue el impacto que tienen las manifestaciones y movilizaciones en la operación cotidiana de los establecimientos ubicados en el Centro Histórico. Además de las afectaciones directas a la movilidad y al acceso a los negocios, se señalaron diversos efectos secundarios que repercuten en la infraestructura y el entorno urbano, entre ellos problemas relacionados con el sistema de drenaje, acumulación de basura y necesidades extraordinarias de limpieza, así como posibles daños a inmuebles y espacios que forman parte del patrimonio de la zona. La situación del drenaje y el mantenimiento urbano representa un reto relevante para el Centro Histórico. En meses recientes se han registrado solicitudes de atención relacionadas con coladeras, pozos de visita, rejillas y desazolve en la colonia Centro, reflejando la importancia de mantener una infraestructura urbana funcional para quienes viven, trabajan y visitan la zona.



Otro de los asuntos abordados fue la seguridad, un elemento fundamental para garantizar condiciones adecuadas tanto para los establecimientos como para colaboradores, proveedores y visitantes. Para el sector restaurantero, contar con entornos seguros y con capacidad de respuesta ante distintas situaciones resulta indispensable para mantener una operación estable y contribuir a una experiencia positiva para quienes recorren el Centro Histórico.

Asimismo, se puso sobre la mesa el crecimiento del comercio en vía pública y las afectaciones que puede generar cuando impacta la movilidad peatonal, los accesos a establecimientos y el uso ordenado del espacio público. El reordenamiento del comercio ambulante constituye actualmente uno de los temas de gestión de la Alcaldía Cuauhtémoc; la propia administración ha realizado operativos orientados a liberar espacios y garantizar el libre tránsito.



La reunión permitió intercambiar perspectivas sobre estos retos y la necesidad de mantener canales de comunicación permanentes entre autoridades y representantes del sector privado. Para la industria restaurantera, el diálogo con las autoridades locales es una herramienta fundamental para identificar problemáticas, plantear soluciones y contribuir a la construcción de condiciones que favorezcan la actividad económica.

El Centro Histórico concentra una importante actividad comercial, turística, cultural y gastronómica, por lo que su funcionamiento requiere la coordinación de distintos actores.

En este sentido, AMR, CANIRAC CDMX y DICARES refrendan la importancia de continuar participando en espacios de trabajo que permitan atender los desafíos de la industria y contribuir al desarrollo ordenado de la zona.

La colaboración entre sector restaurantero y autoridades representa, así, un paso importante para avanzar hacia un Centro Histórico más seguro, limpio, ordenado y favorable para quienes trabajan, viven y disfrutan de este importante espacio de la Ciudad de México.



# AMR PARTICIPA EN LA PRIMERA EDICIÓN DE LOS PREMIOS MAREA 51

POR: ITZEL PANIAGUA

La Asociación Mexicana de Restaurantes estuvo presente en la primera edición de los Premios Marea 51, iniciativa de Opinión 51 que reconoció a mujeres cuyo trabajo y liderazgo están generando impacto en distintos ámbitos de la sociedad mexicana. La ceremonia se llevó a cabo el pasado 30 de septiembre en el Museo Interactivo de Economía, en la Ciudad de México, como parte de las celebraciones por el quinto aniversario de Opinión 51. El encuentro reunió a representantes de distintos sectores para reconocer trayectorias en áreas como ciencia, arte, deporte, economía, emprendimiento, liderazgo empresarial, sostenibilidad e impulso a la equidad.



La participación de AMR estuvo encabezada por Hugo Vela, Presidente de la Asociación Mexicana de Restaurantes, quien formó parte del comité encargado de evaluar a las finalistas y participó en la ceremonia como uno de los encargados de entregar un reconocimiento. La presencia de la Asociación en este encuentro refleja la importancia de generar vínculos entre la industria restaurantera y otros sectores que contribuyen al desarrollo económico y social del país. También representa una oportunidad para visibilizar el papel que tienen las organizaciones empresariales en espacios de diálogo, reconocimiento y construcción de comunidad.

Los Premios Marea 51 fueron creados por Opinión 51 con el propósito de reconocer historias de mujeres que, desde diferentes disciplinas, están impulsando cambios en sus comunidades y sectores. Para esta primera edición se estableció un proceso que combinó la participación de la audiencia con la evaluación de un consejo de especialistas. La votación pública representó 40% del resultado final, mientras que el jurado tuvo la responsabilidad de definir a las ganadoras entre las finalistas.

La primera edición reconoció a Isis Carus Rivera en Economía; Dahlia de la Cerda en Literatura; Mafer Olvera en Emprendimiento; Lorena Ochoa en Deporte; Adriana Torres Nava en Liderazgo Empresarial; Karla Graciela Cedano Villavicencio en Sostenibilidad; Daniela Camberos en Impulso a la Equidad; Leticia Hernández Ramírez en Arte; y Carmen Enedina Rodríguez Armenta en Ciencia. Además, la periodista Sandra Romandía recibió un reconocimiento especial por su trayectoria.



Más allá de la entrega de reconocimientos, Marea 51 puso en el centro las historias y trayectorias de mujeres que están transformando sus respectivos ámbitos. Para Opinión 51, el encuentro también representó una extensión de la misión con la que nació la plataforma: ampliar la presencia y participación de las mujeres en la conversación pública.

Para AMR, formar parte de este tipo de encuentros fortalece la vinculación con actores de diferentes industrias y reafirma el valor de participar en iniciativas que promueven el liderazgo, la colaboración y el reconocimiento del talento en México.



La primera edición de Marea 51 dejó así un espacio para celebrar trayectorias diversas y, al mismo tiempo, para recordar que los cambios dentro de una sociedad también se construyen cuando distintas voces y sectores encuentran un lugar común para dialogar y reconocer el trabajo de quienes están abriendo camino.



# AYUDAR ES DELICIOSO:

## LA IMPORTANCIA DE HACERLO DE FORMA SEGURA

POR: ITZEL PANIAGUA

Durante octubre, la gastronomía se une a una causa que busca transformar un momento cotidiano en una oportunidad para ayudar. Ayudar es delicioso, campaña impulsada por la FUCAM en colaboración con la Asociación Mexicana de Restaurantes, reúne a restaurantes y establecimientos gastronómicos que decidieron sumar una propuesta especial a su menú para apoyar la labor de la fundación.

La iniciativa parte de una idea sencilla: que disfrutar de un platillo también puede convertirse en una manera de contribuir. A través de diferentes propuestas creadas especialmente para la campaña, los restaurantes participantes invitan a sus comensales a conocer, disfrutar y sumarse a esta causa.

La respuesta de la industria se tradujo en una propuesta gastronómica diversa, con opciones que van desde platos tradicionales y especialidades de la casa hasta postres, bebidas y creaciones inspiradas en el color rosa que acompaña a la campaña.

Entre los participantes se encuentra Estoril, que se suma con un carpaccio de salmón con vinagreta rosa acompañado de una copa de vino rosado by OTT. Sonia presenta una lasaña, mientras que La Casa de la Yeya apuesta por un clásico mexicano: el pozole.

Para quienes buscan una propuesta más casual, Beer Stop participa con una hamburguesa “Pink Explosion” y su cóctel “Pink Paradise”, mientras que El Japonés presenta una combinación dulce y refrescante con su Tempura Helado de Fresa y el cóctel Haru Primavera.

La cocina mexicana también tiene una presencia importante. El Cardenal participa con su Caballero Pobre al estilo Cardenal; Potzollcalli, con sus “Conchichis” rosas; El Bajío, con atole de fresa y de zarzamora; y Mercaderes, con la Pechuga Mercaderes.

En la propuesta de restaurantes de cocina contemporánea también hay espacio para reinterpretar ingredientes y sabores. ENO presenta su Conchichi; Miyako, el Pink Sakura; Rojo Bistrot, una Sopa de Calabaza de Castilla con Cordón de Salsa Rosa; y Séptimo Ostería, un Risotto Frutti di Mare.

Los sabores dulces también forman parte de esta mesa solidaria. Tori Tori participa con Mochi Ice de Fresa y una Panacotta de Fresa; Kumoto, Mochi de Fresa; Janken, Budín de Frambuesa; y Maison Kayser, un Rollo de Canela Rosa.

La variedad continúa con propuestas como el Hummus con Betabel de Al-Ándalus; los Tacos de Lengua y Pastel de Tres Leches de La Buena Fe; los Tacos Villa Melón y Brownie de Papa Bills; y el Queso Fundido y Pastel Turín de Ofelia Botanero. Les Moustaches se suma con su tradicional Sopa de Cebolla, mientras que CESSA Universidad aporta una Horchata Rosa de Fresas.





Más allá de la diversidad de sabores, todas estas propuestas comparten un mismo propósito: hacer de la mesa un espacio para ayudar.

Con Ayudar es Delicioso, AMR y FUCAM buscan acercar una causa social a uno de los espacios que mejor representa a la industria restaurantera: la mesa. Cada restaurante aporta desde su propia identidad y propuesta gastronómica, demostrando que la colaboración entre la iniciativa privada y las organizaciones sociales puede generar nuevas formas de participación.

Así, durante octubre, un carpaccio, un pozole, un taco, un atole, un postre o una bebida pueden ser mucho más que una elección del menú: pueden convertirse en parte de una causa que busca seguir construyendo apoyo para quienes lo necesitan.

Porque cuando la gastronomía se comparte con propósito, ayudar también puede ser delicioso.



# BODEGAS F. RUBIO:

## EL ORGULLO DE NUESTRA TIERRA, UNA HISTORIA DE EXCELENCIA Y HOSPITALIDAD

POR: FRANCISCO RUBIO

La historia de Bodegas F. Rubio nació de un sueño familiar en el Valle de Guadalupe. En 2005, Francisco Rubio plantó las primeras vides de un proyecto que transformaría el amor por la tierra en una pasión por crear vinos mexicanos de excelencia.

Bajo una filosofía Single Vineyard, la bodega busca expresar la identidad y el carácter de sus viñedos a través de vinos premium de producción cuidada, reconocidos por su calidad y distinguidos en concursos especializados.

Hoy, sus vinos llegan a las mesas de algunos de los restaurantes más destacados de México, vinculando el carácter del Valle de Guadalupe con la alta gastronomía y llevando el nombre del vino mexicano a escenarios donde la excelencia es protagonista.

Pero el verdadero legado de Bodegas F. Rubio va más allá de los reconocimientos. Vive en sus raíces familiares, en el orgullo de representar a México y en una filosofía que entiende el vino como una forma de reunir personas, compartir historias y crear momentos memorables.

**Porque la excelencia se construye desde la tierra, pero adquiere su verdadero sentido cuando se comparte.**

**Para Bodegas F. Rubio, abrazar la hospitalidad es abrir las puertas a nuestra esencia, celebrar lo que somos y hacer que cada persona se sienta parte de nuestra historia.**

**Bodegas F. Rubio: orgullo mexicano, excelencia en cada copa y hospitalidad que nace del corazón.**





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



Jose Cuervo

Mifel

Coca-Cola