

FOODSERVICE

8

WHOLE FOODS
PREDICE LAS
TENDENCIAS
DE ALIMENTOS
PARA 2026

QUERER COBRAR TARIFAS A BARES O RESTAURANTES
POR REPRODUCIR MÚSICA EN MÉXICO NO ES EL
PROBLEMA: ES QUE EXISTE UNA LEY DE HACE 30 AÑOS

WWW.FOODSERVICEYEQUIPO.COM

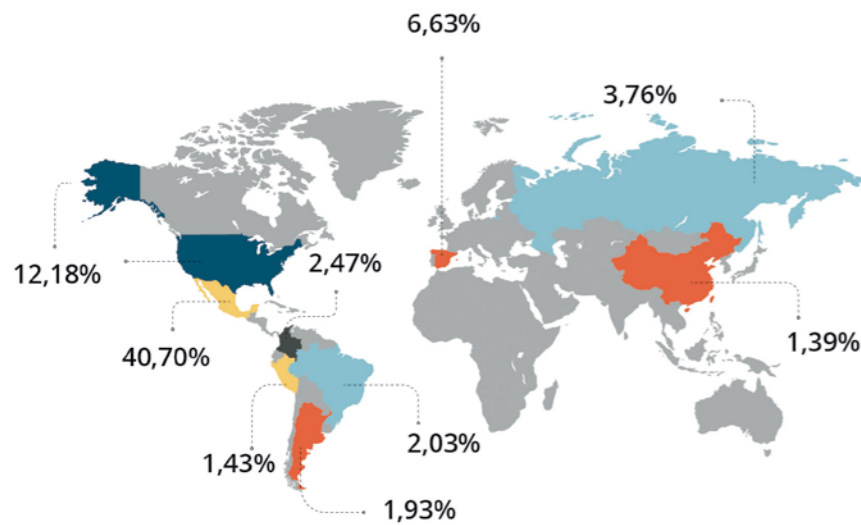
56,670,327 visitas

foodserviceyequipo.com

12,356,780

son las página vistas en foodserviceyequipo.com

9,323,224
Usuarios



Países donde nos visitan



Revista

FOODSERVICE

Odett Jiménez Ponce
Directora General
odett@grupomeditosiq.com

Director Creativo
Nestor Rodríguez
nestor@grupomeditosiq.com

Relaciones Públicas y Traducción
Alexis Rodríguez
alexis@grupomeditosiq.com

Diseño
Mariel Figueroa
mariel@grupomeditosiq.com

Web Master
Raúl Lefranc
raul@grupomeditosiq.com

Reporteros
Karla Mussi
Vinka Sánchez
Phillipe Carbonell
Carol Castelo
Víctor Capri
editorial@grupomeditosiq.com

Publicidad
Roger Red
roger@grupomeditosiq.com

Producción Foodservice TV
Mauricio Castro
mauricio@grupomeditosiq.com

Coordinadora de Distribución
Sandra Martínez
distribucion@grupomeditosiq.com

Foodservice y Equipo EE.UU.
Betty de Bruin
betty@grupomeditosiq.com



2,578,900 lecturas
2,598,670 Impresiones

FoodserviceMEX



Ventas de publicidad 56 20 36 60 48

Suscripciones: suscripciones@grupomeditosiq.com
Teléfono: 56 20 36 60 48
Email: info@grupomeditosiq.com
Twitter: @foodserviceMEX
Facebook: FoodserviceMEX
Web: www.foodserviceyequipo.com



1,780
aperturas

www.facebook.com/FoodserviceMEX

23,750
Me gusta



@FoodserviceMEX

42,000
seguidores



@foodserviceMEX



@foodserviceMEX



FoodserviceMEX

24,200 suscriptores
13,207,45 visualizaciones
360 videos
532,270 minutos



11,890,800
emails enviados

+200,000
contactos

contactos



CONSUMO EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS: CUÁNTO GASTAN LOS MEXICANOS DESPUÉS DE LA PANDEMIA

En 2024, cada hogar desembolsó 3,896 pesos -en promedio trimestral- para comer en alguno de los comercios que existen en el país, 19.2% más (en términos reales) que dos años atrás, según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Tras el paso de la pandemia de Covid-19, los mexicanos regresaron a su cafetería, restaurante y bar favorito, lo cual se reflejó en un mayor gasto en alimentos y bebidas consumidas fuera de casa. Es decir, destinó 21.8% de su gasto total en alimentos, bebidas y tabaco, de acuerdo con el reporte bianual que elabora el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

En opinión de Héctor Magaña, coordinador del Centro de Investigación en Economía y Negocios (CIEN), el regreso a las calles del país y el repunte en el consumo se vio favorecido por el fin de la etapa más crítica de la crisis sanitaria, la mejoría en los ingresos familiares y una inflación aún elevada, pero más benigna.

De acuerdo con el Inegi, el ingreso promedio trimestral de los hogares pasó de 70,391 pesos a 77,864 pesos entre 2022 y 2024, es decir, un aumento 10.6%. En tanto, la inflación desaceleró el paso, al mostrar tasas de 7.82% y 4.21% al cierre de esos dos años.

¿En 2022 y 2020 de cuánto fue el gasto?

La partida destinada para comer fuera de casa fue de 3,268 pesos por hogar en 2022, equivalente a 19.64% del gasto total en alimentos, bebidas y tabaco.

Con la pandemia, en 2020, la población decidió permanecer en casa por temor a contagiarse, lo cual propició el cierre de miles de negocios de forma definitiva y que la derrama económica se fuera a pique. En ese año, el gasto por hogar para comer fuera de casa fue de apenas 1,915 pesos, equivalente a 13.4% la partida total en este rubro.

Hasta antes de marzo de 2020, Andrea salía al menos dos veces a comer entre semana con su papá, pero con el Covid-19 esas visitas quedaron canceladas. "Con el término de la pandemia, la vida de muchos cambió y la mía no quedó atrás. Sí salgo a disfrutar de una rica comida, de un café, un buen trago, pero cada vez menos, porque aprendí que hacer de comer en casa es igual de rico y ahorras un poco más".

Presupuesto en los últimos años

De acuerdo con la ENIGH, éste es el gasto promedio trimestral de los hogares para comer fuera de casa.

2016: 3,276 pesos	2022: 3,268 pesos
2018: 3,477 pesos	2024: 3,896 pesos
2020: 1,915 pesos	

Panorama diferenciado

El gasto para comer fuera de casa es desigual entre las familias del país, consecuencia de la desigualdad de ingresos que existe en el país. Las hogares del primer decil (los de menores recursos) apenas canalizaron 9.4% de su gasto total en alimentos, bebidas y tabaco, mientras que el decil 10 (mayores ingresos) destinó 36% en ese rubro.

¡Hasta la próxima edición!

KORINA PONS

FOODSERVICE Y EQUIPO. Revista, Noviembre 2025. Editada por Grupo Medios IQ, S.A. de C.V., con domicilio en Calle Edzna No. 164, Col. Leletrán Valle, Del. Benito Juárez, C.P. 03650, Ciudad de México. Teléfono: 56-20-36-60-48. Editor Responsable: L.C.P. Odett Jiménez Ponce. Número de Certificado de Reserva de Derechos al uso exclusivo del título 04-2015-091413301100-102 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título: (En trámite). Certificado de Licitud de Contenido: (En trámite). Impreso por Servicios Integrales Dorma, S.A. de C.V., con domicilio en Calle Amacuzac No. 262, Col. Barrio de San Pedro, Del. Iztacalco, C.P. 08220, Ciudad de México. Distribuido por Servicio Postal Mexicano con domicilio en: Nezahualcóyotl No. 109, Col. Centro, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06000, Ciudad de México. Derechos Reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de textos sin previa autorización por escrito de los editores. Las opiniones expresadas en los trabajos publicados son responsabilidad personal del autor o entrevistados. Los editores no comparten necesariamente los conceptos y opiniones de los entrevistados y colaboradores.



4 **TECNO-DIGITAL**

Un asistente de IA para atender las llamadas en los restaurantes

8 **TENDENCIAS ALIMENTARIAS**

Whole Foods predice las tendencias de alimentos para 2026

26 **EQUIPO**

Maquinaria sostenible: Cómo reducir costos y ayudar al medio ambiente

34 **MKT GASTRONOMICO**

¿Vale la pena invitar a un foodie a tu restaurante? Lo que nadie te cuenta sobre las colaboraciones en Instagram



42 **PANORAMA**

El café más caro del mundo: ¿cuáles son los países en los que más cuesta tomarse un cappuccino?

56 **WINE SPIRIT SERVICE**

Cómo montar un servicio de catering de coctelería creativa para tu bar, restaurante o negocio: Guía completa para ampliar canales de venta [2025]

64 **EN PERSPECTIVA**

Querer cobrar tarifas a bares o restaurantes por reproducir música en México no es el problema: Es que existe una ley de hace 30 años



La inteligencia artificial está transformando la gestión de reservas telefónicas en los restaurantes. Una empresa de tecnología Española, Placein y Comunica Telecomunicaciones presentan la primera solución IVR con IA del mercado, un asistente virtual que gestiona llamadas y ya está operativo en restaurantes.

Un asistente de IA para atender las llamadas en los restaurantes

Los restaurantes reciben una media de 800 llamadas al mes, pero sólo responden la mitad por falta de tiempo. El teléfono sigue siendo el principal canal de reservas, representando el 60% del total. Durante las horas punta, el personal está ocupado con el servicio en sala y no puede atender llamadas, lo que provoca pérdidas de clientes y mesas vacías.

Conscientes de ello, esta empresa de Telecomunicaciones ha desarrollado una innovadora tecnología que automatiza la atención telefónica, convirtiendo llamadas perdidas en reservas confirmadas.

A diferencia de otros sistemas basados en árboles de decisiones, el IVR con IA responde de forma natural, como si fuera una persona.

El IVR (Interactive Voice Response) con IA actúa como un asistente virtual que gestiona llamadas automáticamente, identifica la intención del usuario y le guía para confirmar, modificar o cancelar su reserva. Además, se integra con el libro digital de reservas de PlaceIn, evitando errores y dobles reservas.

MENOS NO-SHOWS, MEJOR PLANIFICACIÓN

El absentismo en las reservas es un problema crítico en restaurantes. Gracias a la IA, el IVR envía recordatorios automáticos por SMS o WhatsApp, permitiendo a los clientes confirmar o cancelar con un solo clic. Esto reduce las mesas vacías y optimiza la gestión del servicio.



El Libro de reservas digital más seguro del mercado



Solicita una DEMO gratis

Imagen: <https://placein.com/contacto>

La respuesta de voz interactiva (IVR) es un sistema de telefonía automatizado que interactúa con las personas que llaman, recopila información y dirige las llamadas a los destinatarios adecuados. Un sistema IVR acepta una combinación de entrada de voz y selecciones de teclado numérico, y luego proporciona las respuestas adecuadas mediante voz, fax, devolución de llamada, correo electrónico y otros métodos de contacto.

UNA SOLUCIÓN PARA CUALQUIER RESTAURANTE

La tecnología IVR no está diseñada solo para grandes cadenas de restaurantes. Su flexibilidad permite que cualquier negocio, desde pequeños locales hasta restaurantes de alta cocina, pueda implementarla según sus necesidades.

La solución se adapta a distintos volúmenes de llamadas y puede programarse con respuestas personalizadas para ofrecer una experiencia más cercana y alineada con la identidad del establecimiento.

El IVR con IA marca un antes y un después. Al delegar la atención telefónica en un sistema automatizado, los restaurantes pueden centrarse en ofrecer una buena experiencia sin interrupciones. 📞



WHOLE FOODS[®]

MARKET



PREDICE LAS TENDENCIAS DE ALIMENTOS PARA 2026

El Consejo de Tendencias de Whole Foods Market (WFM) dio a conocer sus principales tendencias alimentarias para 2026 en el informe anual de predicciones del minorista. Whole Foods Market pronostica que el 2026 será el año del frenesí por la fibra, de los platillos gourmet congelados y de un aumento en la popularidad del sebo (tallow). Estas y otras tendencias influirán en el panorama alimentario el próximo año.

El Consejo de Tendencias de Whole Foods Market —un colectivo de miembros del equipo de WFM que incluye desde foragers (cazadores de productos) y compradores hasta expertos culinarios— desarrolla estas predicciones de tendencias cada año combinando una profunda experiencia en la industria, una aguda observación de las preferencias de los consumidores y sesiones de colaboración con marcas emergentes y consolidadas.

“Cada año, nuestro informe de Tendencias captura el pulso de lo que viene en alimentos, y 2026 no es la excepción,” dijo Sonya Gafsi Oblisk, directora de Comercialización y Marketing en Whole Foods Market.

“Las tendencias de este año resaltan cómo la curiosidad, la creatividad y las decisiones conscientes están dando forma a la manera en que la gente come y compra. Nos inspira la innovación que estamos viendo en todo el panorama alimentario y estamos ansiosos por ver cómo estas ideas cobran vida en nuestros pasillos y más allá.”



“Nuestras predicciones de tendencias están inspiradas en la profunda experiencia del consejo y el descubrimiento en el campo: en mercados de agricultores, ferias comerciales de la industria, restaurantes locales y más,” comentó Cathy Strange, embajadora de Cultura Alimentaria de Whole Foods Market y miembro del Consejo de Tendencias.



“La lista de 2026 refleja la rapidez con la que las ideas pueden pasar de ser conceptos emergentes a favoritos cotidianos. Es emocionante ver cómo estas tendencias darán forma a las conversaciones en las cocinas, las comunidades y la cultura alimentaria en general durante el próximo año.”



Las Principales Tendencias Alimentarias de Whole Foods Market para 2026 Incluyen:

DOMINIO DEL SEBO (TALLOW TAKEOVER)

Desde variedades batidas hasta aquellas infusionadas con hierbas, el sebo de bovino (beef tallow) está regresando como una grasa nutritiva y nostálgica.

Antes un básico en la cocina tradicional y valorado por su alto punto de humo y rico sabor, el sebo está siendo redescubierto por consumidores que valoran los ingredientes ancestrales y buscan alternativas al aceite. Esta grasa de la vieja escuela está teniendo su momento en redes sociales, aunque en realidad se ha utilizado durante siglos para freír y hornear.

Los restaurantes también han estado cambiando los aceites tradicionales por sebo para elevar todo, desde papas fritas hasta repostería. Y para los clientes que apoyan el uso de la filosofía “de la nariz a la cola” (nose to tail), estas marcas le dan un uso a la grasa que normalmente se desecharía.



ENFOQUE EN LA FIBRA

La proteína sigue siendo el rey, pero la fibra está ganando terreno a medida que los consumidores buscan salud intestinal, bienestar digestivo holístico y formas naturales de sentirse satisfechos por más tiempo. Las marcas están destacando más la fibra en sus empaques y, cada vez más, vemos

productos con fibra añadida en los estantes, como pastas, panes, galletas saladas y barras.

Raíces como la yuca (cassava) y la achicoria son ingredientes habituales en las bebidas prebióticas, y el konjac es un favorito fibroso en las comidas listas para comer de origen vegetal.

Mientras tanto, básicos de despensa como la avena son la estrella de productos emergentes, que promueven el ingrediente por ser rico en fibra prebiótica y fácil de digerir. ¡Es seguro decir que estos hallazgos de fibra ya no son solo para las personas de la tercera edad!

Prueba la Tendencia:



EL AÑO DE LA MUJER AGRICULTORA

Con la disminución de las granjas multigeneracionales y el que cada vez menos jóvenes se encuentren eligiendo carreras enfocadas o afines a la agricultura, es más importante que nunca celebrar a quienes impulsan el cambio en la industria.

Los consumidores ya habrán comenzado a notar un aumento de mujeres en la agricultura destacadas en los medios, paneles de eventos y en los sitios web y empaques de múltiples marcas.

Organizaciones como la National Young Farmers Coalition ofrecen oportunidades de financiación a través de su programa Young Farmer Grant, que dona el 50% de sus subvenciones a agricultoras que se identifican como mujeres, no binarias o trans, y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura declaró 2026 como el Año Internacional de la Mujer Agricultora.

Las marcas también están participando. Lotus Foods brinda apoyo a las mujeres en las granjas de las que se abastecen, ofreciendo salarios

premium y financiando mejoras en sus comunidades locales, y Kvarøy Arctic tiene un programa internacional de becas y pasantías específicamente para mujeres enfocadas en la acuicultura.

True Moringa apoya a las mujeres agricultoras de cultivos arbóreos en Ghana, asignándoles una parcela de tierra y brindándoles capacitación y acceso a irrigación, certificación orgánica, cuidado infantil, seguro médico y más.

Prueba la Tendencia:



ALTA COSTURA DE COCINA (KITCHEN COUTURE)

Apodado “decoración de dopamina” (dopamine décor), este concepto de diseño placentero sobre la creación de espacios vibrantes en el hogar que son emocionalmente edificantes ahora se aventura en los mostradores de la cocina.

Atrás quedaron los días de esconder cada lata y contenedor en la despensa o quitar los productos de sus empaques al momento de una fiesta.

Los consumidores de hoy se sienten atraídos por las obras de arte llamativas que antes estaban reservadas para las etiquetas de vino, pero que ahora aportan un atractivo estético a los artículos y básicos cotidianos.

Las marcas han adoptado este movimiento con colores brillantes, audaces y diseños que pueden realzar cualquier mostrador o estante de cocina. ¡Una extensión de los pequeños lujos, esta tendencia es una manera fácil de darse un gusto que es a la vez hermoso y delicioso!

Prueba la Tendencia:

Aceite de Oliva Virgen Extra 100% Brightland (ALIVE) (disponible en tiendas selectas)



Barra de Chocolate de Cacao Crudo 82% con Miel Vosges Haut-Chocolat

Mantequilla Pura de Crematoria Red Feather



Estofado de Lentejas de Calabaza Dorada Heyday Canning Co.

Salsa Picante de Jalapeño Dulce Cloud23



Tomates Triturados Orgánicos Bianco DiNapoli

Mariscos Enlatados de Pescado Co. Mejillones con Pimiento Dulce y Ajo (se lanzan en febrero de 2026)



Aceite de Oliva Fat Gold (disponible en tiendas selectas)



Aceite de Oliva Virgen Extra Graza “Drizzle” en Vidrio

SABOR DEL AÑO FOOD SERVICE

UN PREMIO QUE HARÁ INCREMENTAR TUS VENTAS

GANADORES 2025



Impulso de ventas



Ventaja competitiva y diferenciación



Imagen de marca



Activo publicitario

El único sello de calidad para el sector HORECA basado en la valoración del sabor de los productos, que son probados y valorados por chefs profesionales en condiciones reales de utilización.

Un jurado de 10 chefs independientes, dirigidos por un master chef, valoran las cualidades gustativas y la relevancia de los productos.

Una herramienta de marketing y ventas para las empresas del sector de alimentación y bebidas que comercializan productos para el canal HORECA.



Para más información contactar a: Lorena Méndez | lmendez@saboresyconsumidores.com.mx | +52 5530203859

CENAS GOURMET CONGELADAS (FREEZER FINE DINING)

¿Buscas lo más trendy en los estantes de abarrotes? Dirígete al pasillo de congelados. Una ola de nuevas comidas, aperitivos y acompañamientos congelados es una buena noticia para aquellos consumidores ansiosos

por crear una experiencia gastronómica deliciosa (e incluso digna de un restaurante) en casa.

Los clientes buscan combinar ingredientes de alta calidad con sabores de inspiración global y trucos para ahorrar tiempo, y estas opciones congeladas son perfectas para planificadores de comidas que generalmente

necesitan una noche libre o foodies conscientes de su presupuesto que quieren un descanso de comer fuera.

Piensa en arancini congelados, pupusas y otros favoritos inspirados por chefs que sabrán como si salieran de una elegante cocina de restaurante... cuando en realidad, solo salen de tu freidora de aire.

Prueba la Tendencia:

Crab Rangoon de Laoban



Bocadillos crujientes hechos con masa filo y rellenos de Whole Foods Market



Quesadillas de Birria de Res de Masienda

Pizza Cacio e Pepe, de Flour + Water (disponible en tiendas selectas)



Fideos con Aceite de Cebollín Caramelizado de Mila



Pho de Saiga Foods (parte de la cohorte de Crecimiento Temprano LEAP 2025 de Whole Foods Market)



Dumplings Mimi Cheng's



Albóndigas Clásicas Mezcla Ancestral de Carne de Res Alimentada con Pasto. De Force of Nature

MUY AVINAGRADO (VERY VINEGAR)

Desde tónicos para beber hasta variedades infusionadas con frutas trituradas y versiones "vivas" crudas y sin filtrar, los consumidores están siendo creativos con los vinagres, que añaden profundidad y complejidad al mismo tiempo que brindan beneficios similares a los probióticos. El vinagre, o "vino agrio" como

se le llamó alguna vez, se remonta a miles de años e incluso se usaba medicinalmente, una comida funcional original, se podría decir. Hoy en día, algunos creadores de contenido juran beber salmuera de pepinillos antes de las comidas para estabilizar el azúcar en la sangre. Ahora estamos presenciando el renacimiento moderno del vinagre, con consumidores buscando opciones premium de lotes pequeños, nuevos sabores audaces y

formatos innovadores que realzan todo, desde comidas caseras hasta cocteles y mocktails artesanales en los menús de restaurantes. Los vinagres incluso se están infiltrando en el espacio de los condimentos cremosos, añadiendo un poco de zing a esa mayonesa, y las marcas se están volviendo más astutas al agregar sugerencias de uso en sus empaques para inspirar formas más creativas de disfrutar el producto.

Prueba la Tendencia:

Vinagre Balsámico de Pepino y Limón Kosterina



Salsa Sando Giardinayo Picante Ayoh! Foods



Vinagre de Vino Chardonnay Mejor que el Champagne American Vinegar Works (disponible en tiendas selectas)



Bebida de Fusión Moringa + Vinagre de Sidra de Manzana RINGA (disponible en tiendas selectas)



Vinagreta de Yuzu Dulce Cabi Foods (disponible en tiendas selectas)



Vinagre Balsámico Añejo de Módena Whole Foods Market



Salsas Picantes y Vinagres Fermentados Häxan Ferments (disponibles en tiendas selectas)



Vinagreta Griega SideDish (se lanza en febrero de 2026)

DULCE, PERO CONSCIENTE (SWEET, BUT MAKE IT MINDFUL)

Tener un gusto por lo dulce nunca pasará de moda, pero estamos viendo más clientes que son conscientes de su consumo de azúcar y

optan por productos sutilmente endulzados con azúcar de caña real en lugar de fuentes alternativas, o simplemente endulzados con fruta entera, miel o jarabe de maple.

Estamos viendo marcas de mermeladas, chocolates y gomitas que

se apoyan en la fruta real en sus productos para sabor y textura, en lugar de altas cantidades de azúcar. Y los creadores de contenido en TikTok continúan haciendo imitaciones de barras de caramelo con mantequilla de maní y dátiles (algo que nació desde 2023).

Prueba la Tendencia:



Untable de Cinco Frutas Reserva Especial GOOD GOOD

Mantequilla de Maple con Certificación Orgánica Regenerativa Whole Foods Market

Gomitas de Frutas Orgánicas de Mango y Arándano Solely

Barras de Caramelo de Dátil The Lil' Nutty Ones – Harken Sweets (se lanzan en noviembre de 2025 en tiendas selectas)

Untable de Frutas Superalimento Cereza y Granada / Bocadillos de Chocolate con Mantequilla de Cacahuete y Mermelada de Frambuesa. De Smash Foods

Bebida Burbujeante de Limonada de Cereza wildwonder (disponible en tiendas selectas)

Bebidas Electrolíticas Corpse Reviver (parte de la cohorte de Crecimiento Temprano LEAP 2025 de Whole Foods Market)

Bear Claws Orgánicas Wild West (disponibles en tiendas selectas)

Bocados de Chocolate Oscuro con Mantequilla de Avellanas Hu

INSTANTÁNEO REIMAGINADO (INSTANT REIMAGINED)

Las marcas están descifrando el código de lo “instantáneo” — una palabra que alguna vez solo se asociaba con microondas y conveniencia. Ahora los consumidores pueden encontrar opciones instantáneas innovadoras y mejores para la salud que serán la envidia en las cocinas

de los lugares de trabajo y en los viajes largos en avión. TikTok está ayudando a remodelar la reputación alguna vez aburrida de lo instantáneo, con creadores mostrando lattes de nivel barista listos para viajar y “ramen de cajón de escritorio” que utiliza bases de caldo de huesos, chili crisps e ingredientes adaptógenos. Las marcas también han respondido haciendo productos como lattes pour-over premium de una

sola porción, comidas de moda en taza y más soluciones de comidas estables en el anaquel, todas listas en segundos y fáciles de preparar entre reuniones. Incluso estamos viendo productos tradicionales como el arroz prehecho mejorando sus estándares de abastecimiento y marcas emergentes listas para revolucionar el espacio. El “solo agrega agua” está recibiendo la mejora (glow-up) que necesitaba desde hace tiempo. ☘

Prueba la Tendencia:



Palitos de Café Espresso Instantáneo de Servido Individual 365 by Whole Foods Market

Tazón de Proteína Orgánica Seeds of Change – Hierbas de Cosecha

Sardinas + Frijoles Patagonia Provisions

Arroz Sabor Lima y Cilantro con Certificación Orgánica Regenerativa Whole Foods Market

Tazón de Poder Germinado de Coco y Jengibre Aahana's (disponible en tiendas selectas)

Arroz Frito Chino Indio con Piña Maya Kaimal (se lanza en febrero de 2026)

Rebanadas de Leche de Avena Milkadamia (se lanzan en 2026)

Avena Mágica con Hongos Rising Tide (disponible en tiendas selectas)

LAS MEJORES PAPAS DEL MUNDO

Potatoes[®]
USA

En Estados Unidos se cultivan las papas más famosas del mundo por su irresistible sabor y calidad

Las papas como las Russet Burbank, Norkotah, Shepody y Ranger, se sitúan entre las mejores. Para su producción se utilizan las técnicas de cultivo más avanzadas y el equipo de la más avanzada tecnología, que, en combinación con los suelos extremadamente fértiles, ricos en minerales volcánicos, dan como resultado una increíble variedad de papas con la mejor calidad y frescura.



**POR QUÉ COMPRAR PAPAS CONGELADAS
DE ESTADOS UNIDOS**

Rentabilidad

Las papas de Estados Unidos producen papas fritas más largas que cualquier competidor, lo que trae como resultado más porciones y mayores ganancias.

Papas de calidad superior

Los grados de calidad del USDA, los estándares de certificación de alimentos de la FDA y la supervisión de los mismos por parte del gobierno de Estados Unidos, garantizan la seguridad y la calidad de todas y cada una de las papas de Estados Unidos.



UNA PAPA DIFERENTE A CUALQUIER OTRA
DE UN LUGAR DIFERENTE A CUALQUIER OTRO.



Cadena de abasto consistente

De manera consistente, Estados Unidos provee papas fritas de la más alta calidad a lo largo de todo el año.

Cultivo consistente

Días largos y cálidos y noches frías aseguran máxima productividad y producción consistente, al mismo tiempo que los fríos y duros inviernos ahuyentan a las plagas y enfermedades.

Procesamiento consistente

Estados Unidos es el único país en el mundo con grados de calidad, establecidos por el USDA, y especificaciones de estándares obligatorios que garantizan que cada producto de papa sea confiable.

Producto Consistente

Está comprobado que las papas fritas de Estados Unidos mantienen consistentes y eficientes a las atareadas cocinas al ahorrarles mano de obra y extendiendo el tiempo que pueden estar en espera manteniendo su calidad.



PARA MAYOR INFORMACIÓN DE CÓMO AGREGAR PAPAS DE ESTADOS UNIDOS A SU MENÚ, COMUNÍQUESE CON POTATOES USA MÉXICO

Representante en México
GRUPO PM
Tel: (777) 316 7370



grupopm@grupopm.com
www.potatoesusa-mx.com

USApapas
 @usapapas
 USA papas

MÉTODOS DE PREPARACIÓN

Para preparar papas como todo un profesional, lo más importante es seguir los **consejos para el freído, horneado, asado o atemperamiento** que aquí te recomendamos para hacer tu tarea más fácil, obteniendo el máximo de las Papas USA.

FREÍDO

El freído es una forma rápida de preparar papas congeladas. Sigue estos consejos al freír papas congeladas y obtendrás los mejores resultados en sabor, olor y textura.

• **Ten todo listo antes de sacar el producto del congelador.**



La freidora debe estar lista, con el volumen de aceite necesario y la temperatura correcta de freído. No permitas que el producto se descongele para freírlo ya que las papas absorberán aceite y quedarán grasosas.

• **Llena las canastillas hasta la mitad** y agítalas



ligeramente lejos del aceite para retirar el exceso de hielo (escarcha). Si sobrellenas las canastillas, el freído no será homogéneo, las papas se pegarán unas con otras y tanto la cocción como el color del producto final se verán afectados.

HORNEADO

Hay papas procesadas de Estados Unidos destinadas al proceso de horneado, con características similares a las de un producto frito, que ahorran aceite y evitan la absorción de grasa en las papas hasta un 50%, incrementando el rendimiento por bolsa hasta en un 30%. Este tipo de producto es una alternativa para pizzerías, donde no se cuenta con el servicio de papas fritas por falta de equipo de freído.

Forma de preparación

• **Enciende y calibra previamente el equipo** para hornear a 260°C (500°F) aproximadamente.



• **Vierte el producto en un recipiente plano y extiéndelo** de



manera que las papas no queden unas sobre otras; colócalas del centro hacia las orillas para asegurar una cocción y dorado uniforme.

• **Hornea durante el tiempo recomendado** por



el empaque o por el distribuidor, recordando que los hornos tienen una variación dependiendo de su capacidad calorífica.

ASADO

Forma de preparación

• **Tempera previamente** la plancha a 191°C (375°F).



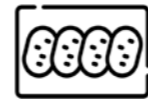
• **Alcanza la temperatura engrasa la plancha** con aceite de cocina o mantequilla para evitar que el producto se adhiera a la plancha.



• **Cocina sólo lo necesario.**



• **Asa las papas de un lado hasta transcurrido la mitad del tiempo especificado, luego voltéalas para terminar la cocción.**



Para ayudar en el dorado, minutos después de comenzada la cocción, rocía un poco de aceite de cocina sobre las papas.



PARA MAYOR INFORMACIÓN DE CÓMO AGREGAR PAPAS DE ESTADOS UNIDOS A SU MENÚ, COMUNÍQUESE CON POTATOES USA MÉXICO

Representante en México
GRUPO PM
Tel: (777) 316 7370

MAQUINARIA SOSTENIBLE: CÓMO REDUCIR COSTOS Y AYUDAR AL MEDIOAMBIENTE

La sostenibilidad es tendencia en hoy en día en los restaurantes. Sin embargo, no se debe manejar como una etiqueta de moda. Para que sea una realidad en un restaurante, se requiere de un enfoque integral. La meta debe ser minimizar el impacto ambiental, optimizar el uso de recursos y fomentar prácticas responsables en todas las áreas del negocio.





Para atender a la sostenibilidad no basta con elegir ingredientes ecológicos, sino que debe existir también la preocupación por el consumo energético, por la gestión eficiente de todos los procesos y por la reducción de los desperdicios. Con la elección del equipamiento para el restaurante se concreta esa preocupación por la sostenibilidad. El mobiliario y la decoración, por ejemplo, pueden reflejar la preocupación en el establecimiento por el medioambiente.

Como parte del equipamiento, la maquinaria sostenible juega un papel clave en la reducción de costos operativos y en la disminución del impacto ambiental.

¿EXISTE LA MAQUINARIA SOSTENIBLE?

Se consideran sostenibles todos aquellos equipos diseñados para reducir el consumo de energía, de agua y de otros recursos sin comprometer la eficiencia ni la calidad del servicio.

Estos equipos están fabricados con tecnología avanzada que permite minimizar el impacto ambiental, optimizar el rendimiento y prolongar su vida útil. Al tiempo que se favorece al planeta, se potencia la rentabilidad del negocio.

¿QUÉ TIPO DE MAQUINARIA SOSTENIBLE SE PUEDE USAR EN EL RESTAURANTE?

Una característica esencial de la maquinaria sostenible es la eficiencia energética, que permite un menor consumo eléctrico o de gas en comparación con los equipos convencionales.

El ahorro de agua es otro aspecto clave de este tipo de máquinas, que limitan el desperdicio y permiten un uso más eficiente del recurso. La reducción de emisiones y residuos es otra ventaja que hace sostenibles a estos equipos.

PAY DE POLLO CON VEGETALES CUBIERTO DE PAPAS REJA



Ingredientes

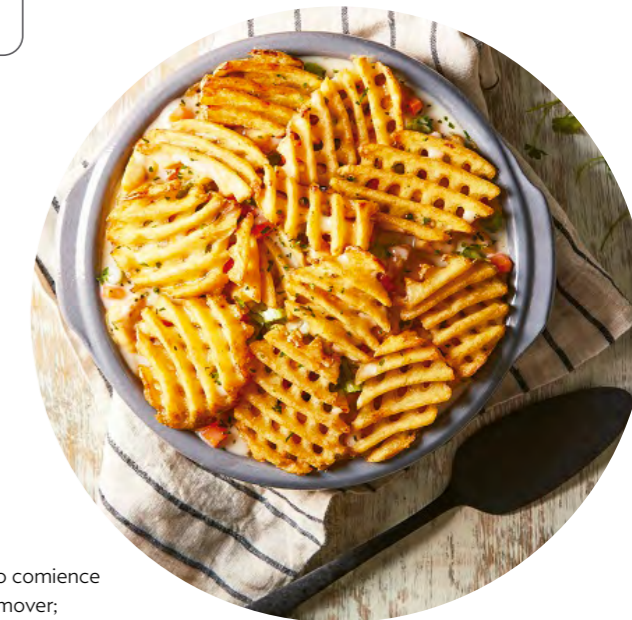
3 tazas	Papas Congeladas de Estados Unidos corte reja
1	pechuga de pollo cortada en cubos chicos
1 cucharadita	aceite de oliva extra virgen
1	cebolla mediana, picada
3	dientes de ajo, picados
3	tallos de apio, picados
2	zanahorias en cubos
1 cucharada	mantequilla
4 cucharadas	harina
2 tazas	leche descremada
1/2 taza	perejil picado
4	claras de huevo
	Sal y pimienta

Procedimiento

- En una sartén grande, sofría la cebolla y el ajo a fuego alto; agregue el pollo, cuando comience a dorar, integre las verduras, mantequilla y harina, cueza por 5 minutos sin dejar de mover; integre la leche, perejil; salpimiente y mueva hasta que espese; rectifique el sazón.
- Bata los huevos e intégrelos a la mezcla de pollo.
- En un refractario, acomode una base de papa reja, agregue el pollo, cubra con otra capa de papas reja y hornee a 180°C por 20 minutos. Deje enfriar un poco antes de servir.

Contenido nutricional por porción: 330 calorías de energía, 20g proteínas (40% de la IDR), 4g fibra (16% de la IDR), 9g grasa (14% de la IDR), 85 calorías de grasa (23.9%), 30mg colesterol, 490mg sodio (20% de la IDR), 40g carbohidratos (13% de la IDR), vitamina A (120% de la IDR), calcio (20% de la IDR), vitamina C (40% de la IDR), hierro (10% de la IDR)

Potatoes[®]
USA



AGUACATES RELLENOS DE PAPAS CURLY Y ATÚN



Ingredientes

200g	Papas Congeladas de Estados Unidos corte curly
1 taza	quinoa
2 tazas	caldo de verduras
1 lata	atún en agua, escurrido
2	jitomates en cubos pequeños
1/4 taza	perejil picado
1/2	cebolla morada picada
1	limón
2	aguacates en mitades, sin cáscara y sin semilla

Procedimiento

- En una charola, hornea las papas curly a 180°C por 20 minutos; retira.
- Enjuaga la quinoa y cuécela en el caldo de verduras por 15 minutos; reserva.
- Mezcla el atún, jitomate, perejil y cebolla, adereza con jugo de limón e incorpora las papas cuidadosamente.
- Rellena los aguacates con la mezcla, decora con perejil y sirve sobre una cama de quinoa.

Contenido nutricional por porción: 410 calorías de energía, 18g proteínas, 12g fibra, 16.5g grasas saludables, 2.5g grasas saturadas, 530mg sodio. Receta muy rica en proteína de alta calidad (36.7% de la IDR), fibra (47% de la IDR), vitamina B3 (44% de la IDR), vitamina B6 (36% de la IDR), folatos (35% de la IDR), vitamina C (59% de la IDR), magnesio (29% de la IDR), fósforo (34% de la IDR) y selenio (38% de la IDR). Receta rica en vitamina A (20% de la IDR), zinc (15% de la IDR), potasio (35% de la IDR) y hierro (19% de la IDR)

PARA MAYOR INFORMACIÓN DE CÓMO AGREGAR PAPAS DE ESTADOS UNIDOS A SU MENÚ, COMUNÍQUESE CON POTATOES USA MÉXICO

Representante en México
GRUPO PM
Tel: (777) 316 7370

grupopm@grupopm.com
www.potatoesusa-mx.com

Potatoes[®]
USA



La maquinaria sostenible debe garantizar un mantenimiento que impacta a la durabilidad.

Los equipos sostenibles están fabricados con materiales resistentes y tecnologías que reducen la necesidad de reparaciones frecuentes. Esta característica determina una vida útil prolongada y disminuye la generación de residuos tecnológicos.

COCINA RESTAURANTE

Ejemplos de equipo que son sostenibles para el restaurante:

Electrodomésticos de alta eficiencia energética

Son equipos que reducen el consumo eléctrico y minimizan el impacto ambiental sin afectar la calidad de los resultados.

Entre los más utilizados se encuentran los siguientes:



Refrigeradores y freezers con tecnología inverter. Esta tecnología permite el ajuste inteligente de la potencia, optimizando el consumo de energía según la demanda real. Además, utiliza gases refrigerantes ecológicos, lo que permite un ahorro significativo de energía.

Los hornos de convección también se incluyen en la categoría de máquinas sostenibles. Distribuyen el calor de manera uniforme y reducen el tiempo de cocción. Por lo tanto, requieren de menos energía que los hornos tradicionales.



Imagen: folleto_icombi_pro_español_us.pdf de www.rational-online.com/es_us/home/

Las cocinas de inducción son una alternativa sostenible. Generan calor directamente en los recipientes y permiten un control más preciso de la temperatura.

Los lavavajillas industriales de bajo consumo están diseñados para utilizar la menor cantidad de agua y detergente posible, optimizando el proceso de limpieza y reduciendo los costos operativos.

La iluminación LED es una solución eficiente y bastante duradera.

Los sistemas de ventilación, combinados con equipamientos sostenibles de acondicionamiento térmico con sistemas de recuperación de calor, permiten mantener un ambiente confortable para las personas, al tiempo que se favorece la sostenibilidad.

La lista se completa con freidoras, máquinas de café, picadoras, robots de cocina y otros electrodomésticos pequeños que tengan certificación de bajo consumo.

BENEFICIOS DE INVERTIR EN MAQUINARIA SOSTENIBLE PARA EL RESTAURANTE

Las características de la maquinaria sostenible tienen alto impacto en el restaurante y en el medioambiente. Es una inversión que tiene retorno y que favorece la rentabilidad.

Reducción de costos operativos

La reducción de costos operativos es un beneficio destacado. Por un lado, la disminución del consumo energético se traduce en un ahorro en las facturas de electricidad y gas.

La optimización del uso de energía propia de esta maquinaria, permite un funcionamiento más rentable sin comprometer el rendimiento. Además, la maquinaria sostenible requiere un menor mantenimiento. Por tanto, se reducen los costos de reparación que tiene el establecimiento.

Menos desperdicios

Otro aspecto fundamental es la reducción del desperdicio de los recursos. Las máquinas sostenibles están diseñadas para optimizar el uso de los insumos. Ejemplo de esta condición son los lavavajillas de bajo consumo, los sistemas de reciclaje de desechos orgánicos, las freidoras con filtrado de aceite. Máquinas como estas permiten un uso más eficiente de los insumos, reduciendo costos y promoviendo prácticas responsables.

MEJORA DE LA IMAGEN DEL RESTAURANTE

Los consumidores valoran cada vez más los establecimientos que implementan prácticas que contribuyen a la sostenibilidad del planeta. Un restaurante comprometido con la ecología, atrae a clientes que optan por experiencias gastronómicas alineadas con sus valores.

Es un factor diferenciador en el escenario competitivo en los restaurantes.

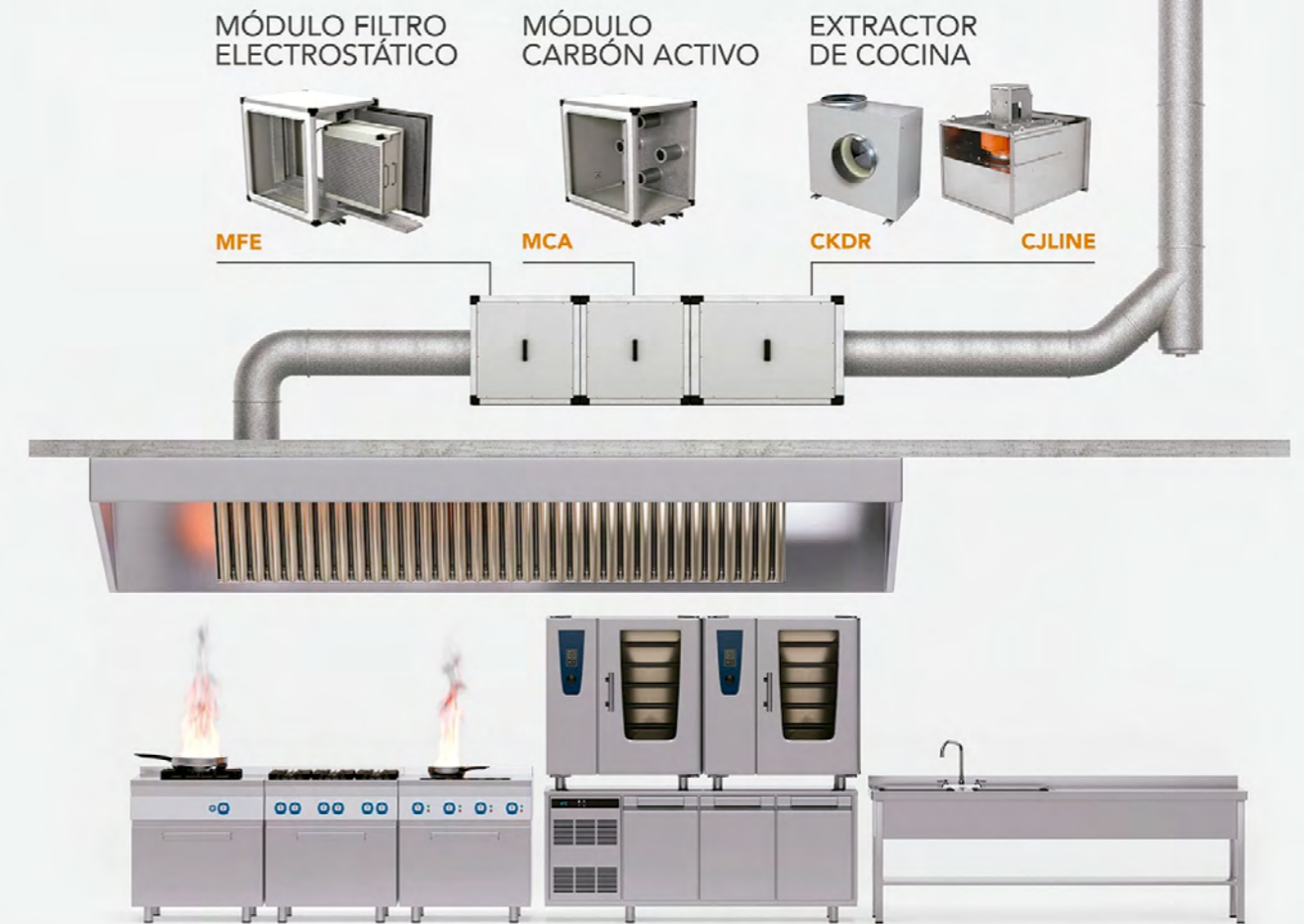
Favorece a un ambiente de trabajo más cómodo y también seguro.

Restaurante MO de Movimiento. La temperatura del local está controlada por dos grandes hornos artesanales que se alimentan de leña de poda. La energía que emiten se redistribuye a través de un serpentín de cobre, que se encarga de repartir el calor por todo el restaurante.

Imagen: modemovimiento.com/ (Hornos del restaurante)



RESTAURANTE MO DE MOVIMIENTO



En general, los equipos sostenibles generan menos calor residual, reduciendo la temperatura en la cocina y mejorando la comodidad de los trabajadores.

Los sistemas de ventilación con recuperación de calor mejoran la calidad del aire y disminuyen la necesidad de climatización, lo que también baja los costos.

La inversión en maquinaria sostenible representa una estrategia inteligente para la rentabilidad del restaurante, al tiempo que impacta en el medioambiente. Aunque la adquisición inicial puede ser mayor en comparación con equipos convencionales, el ahorro compensa la inversión en poco tiempo.

CONCLUSIÓN

La adopción de maquinaria sostenible tiene un impacto directo en la reducción de la contaminación y el uso de recursos.

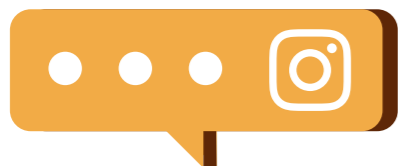
La disminución de emisiones de gases contaminantes y la reducción del consumo de agua son solo algunas de las maneras en que las empresas pueden contribuir a un entorno más saludable. Además, al utilizar materiales reciclados y promover el reciclaje dentro de sus procesos, las empresas pueden cerrar el ciclo de producción y disminuir la cantidad de desechos generados.

La maquinaria sostenible no solo representa una tendencia, sino una necesidad en la búsqueda de un futuro más verde y responsable. Al invertir en soluciones que benefician tanto a la economía como al medioambiente, las empresas pueden posicionarse como líderes en sostenibilidad, atraer a consumidores conscientes y, al mismo tiempo, reducir sus costes operativos. Adoptar maquinaria sostenible es, sin duda, un paso hacia un futuro más próspero y sostenible para todos. 🌱

¿Vale la pena invitar a un foodie a tu restaurante?

Lo que nadie te cuenta sobre las colaboraciones en Instagram

Las colaboraciones con foodies pueden generar dudas, malentendidos o incluso rechazo. Muchos restauranteros se preguntan: "¿Para qué tengo que invitar a alguien a comer gratis?", "¿De verdad eso me traerá clientes?", o incluso sienten que es un gasto innecesario. Pero ¿y si te dijera que, bien gestionadas, estas colaboraciones pueden convertirse en una de tus mejores herramientas de visibilidad?.





¿Qué es una colaboración con un foodie?

Una colaboración es un acuerdo entre dos partes –en este caso, tú como restaurante, y un perfil foodie– donde se intercambia valor. Este valor puede ser una invitación a comer, visibilidad en redes, contenido generado, credibilidad o incluso una remuneración económica.

Hay muchas formas de colaboración: desde invitar a comer a cambio de publicaciones, hasta acciones pagadas con influencers profesionales. No existe una única manera “correcta”. Lo importante es que ambas partes tengan claras sus expectativas desde el principio.

¿Por qué colaborar con un foodie?

Estas colaboraciones pueden ayudarte a:

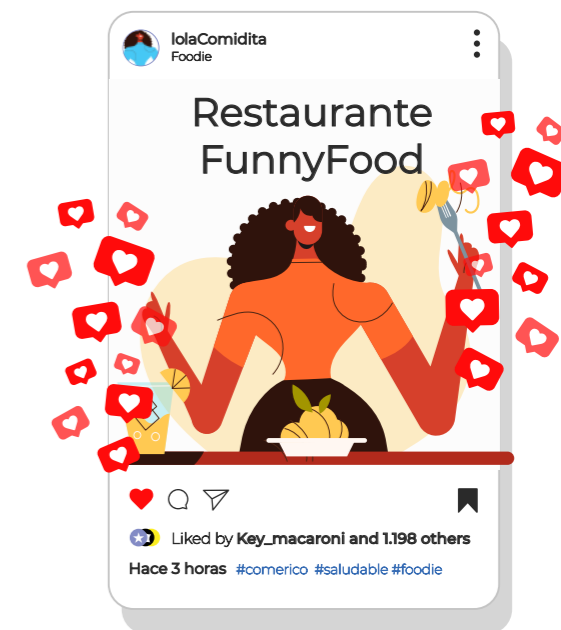
- Aumentar tu visibilidad local.
- Promocionar una novedad (nuevo menú, producto, servicio).
- Ganar credibilidad al ser recomendado por alguien de confianza para tu cliente potencial.
- Obtener contenido visual de calidad que puedes reutilizar en tus redes.
- Crear vínculos genuinos y creativos con creadores que se convierten en embajadores espontáneos y de tu marca.

El error más común: juzgar solo por el número de seguidores

Uno de los errores más frecuentes es valorar a un foodie solo por cuántos seguidores tiene. Pero hay muchos factores que importan más:

- ¿Qué tan comprometida es su comunidad?
- ¿Qué calidad tiene su contenido?
- ¿Se alinea su estilo con tu marca?
- ¿Está bien posicionado localmente?

Una microinfluencer con pocos seguidores, pero con una comunidad fiel y bien ubicada, puede darte mejores resultados que alguien con 100K seguidores y una audiencia dispersa o poco involucrada.



Lo que implica realmente una colaboración para un foodie

Hay mucho trabajo detrás de una visita a tu restaurante. Un foodie profesional:

- Investiga tu carta, local y estética antes de llegar.
- Piensa en qué contenido va a generar antes de sentarse a la mesa.
- Hace fotos y vídeos antes de comer (cuando los platos aún están calientes).
- Edita ese contenido, escribe los textos, programa publicaciones.
- Interactúa con su comunidad, responde dudas, genera conversación.

En resumen: no es un simple “comer gratis”. Es trabajo. Es creación. Es marketing. Y si lo hace bien, es un canal más de ventas para ti.



Cómo asegurarte de que funcione

- Define bien el objetivo de la colaboración: ¿Visibilidad? ¿Promocionar algo puntual?
- Elige perfiles afines: que compartan valores con tu marca y cuyo estilo encaje con tu clientela ideal.
- Sé claro con lo que ofreces y lo que esperas: ¿Quieres una publicación? ¿Stories? ¿Cuándo lo publicará?
- Cuida la experiencia: Si el trato es excelente, hay más probabilidades de que quiera volver y recomendarte más allá de la colaboración.



¿Y si sale mal?

Es cierto, a veces las cosas no salen como esperábamos. Pero eso no significa que el concepto no funcione:

Quizás:

- No elegiste al perfil adecuado.
- No hubo buena comunicación previa.
- No estaba claro qué esperabas a cambio.
- O... ¡los resultados están a punto de aparecer! No siempre tiene que ser instantáneo y muchas veces tienen un efecto acumulativo.

En conclusión, una colaboración bien gestionada no es “dar de comer gratis”.

Es una inversión en visibilidad, imagen de marca, confianza y ventas.

Y si encuentras al foodie adecuado, no solo ganarás contenido y nuevos seguidores, sino incluso un embajador real de tu negocio. 🍷



California Raisins

California es el único estado en Estados Unidos en producir uva Pasa.

Produce 263,000 Toneladas
México produce 10,000 toneladas de uva pasa.

La diferencia entre las pasas de California y las pasas de México es que en California es una industria dedicada exclusivamente al cultivo de pasas.

Como diferencías las pasas Chilenas de las Americanas: Las Chilenas tiendan a ser más rojas y más grandes).

Cómo diferencías las pasas Mexicanas de las Americanas: Las Mexicanas son más oscuras y más secas).

Las pasas rubias tienen una producción muy pequeña y el secado no es al sol sino con aire caliente.

No se le agrega azúcar a las pasas.

Industria

Las uvas pasa de California son secadas al sol, ya sea sobre bandejas de papel o secadas en la vid.

No tienen ningún tratamiento químico ni azúcar agregada.

Calidad garantizada.

Sabor naturalmente dulce.



Ventajas de incluir Pasitas de California en productos horneados:

Extiende la vida útil de los productos de panificación.

Endulza y da color a los productos horneados naturales.

Es conservador natural, agente colorante natural y endulzante natural.

Es un excelente sustituto de azúcar.

Mantiene la humedad en pasteles de textura firme y galletas blandas.

Intensifica el color, sabor y aroma de la leche chocolatada y helados.



Chef Irving Quiroz, Embajador de Pasitas de California en México

Para mayor información sobre nuestro Comité y nuestros productos, contáctenos en:
www.pasasnaturalmentedulces.com pasitasdecalifornia@imalinx.com

Pasitas de California

@pasitasca

Para mayor información sobre nuestro Comité y nuestros productos, contáctenos en:
www.pasasnaturalmentedulces.com pasitasdecalifornia@imalinx.com

Pasitas de California

@pasitasca

El café más caro del mundo:

¿cuáles son los países en los que más cuesta tomarse un cappuccino?

El café es, en muchas ocasiones es nuestro primer recurso, sea cual sea la ocasión. ¿Una mañana entre semana con pocas ganas de ir a trabajar? Un café para despertar y arrancar el día con fuerzas.

¿Una primera cita? Mejor con un café de por medio en un local acogedor. ¿Una solución urgente para la resaca? Puede no ser lo más recomendable, pero al menos ayuda a funcionar. Como nos enseñó Lorelai, de Las chicas Gilmore, no es solo una bebida, es un salvavidas.



Y sí, tiene su encanto hacerlo en casa, con tu AeroPress o jarra de cold brew, pero no nos engañemos, parte de la gracia es que nos lo sirvan en nuestro local favorito mientras miramos con ojos golosos a los dulces que nos tientan tras la vitrina junto a una pizarra llena de lettering colorido. Quizá lo que haga que siente tan bien sea, a veces, el propio precio.

Según el informe de 2025 de Deutsche Bank, Mapping the World's Prices 2025, la ciudad más barata de una lista de 70 en la que puedes tomarte un cappuccino es El Cairo, Egipto, con un precio de \$ 28.84 pesos mientras que Zúrich comparte con Copenhague el podio del café más caro del mundo, con \$ 125.72 pesos por taza. Las ciudades españolas que aparecen en la lista, Madrid y Barcelona, quedan ligeramente por encima de lugares famosos por su café, como Brasil, Colombia o Italia, con \$ 57.77 y \$ 51.93 pesos la taza, respectivamente. Estos son los lugares en los que más cara te saldrá tu ansia de cafeína.

ZÚRICH ES UNA DE LAS CIUDADES CON EL CAFÉ MÁS CARO DEL MUNDO. ZÚRICH TOURISMUS

ZÚRICH, SUIZA (\$125.72 PESOS LA TAZA DE CAPPUCCINO).

Como adelantábamos antes, esta ciudad ocupa el número 1 a la par que Copenhague, y no nos extraña.

Zúrich es la ciudad más cosmopolita de Suiza, y su estatus como capital financiera por lo que no promete precios económicos.

Si decides viajar a Suiza en invierno, seguro que te apetece una buena taza de café caliente.

Siendo muy reconfortante después de un paseo por las calles nevadas y, cuando entres a lugares como el tradicional Café & Conditorei 1842, te olvidarás del precio.



Imagen: www.cafe1842.ch/



Imagen: www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g188113-d3674564-Reviews-Cafe_Noir-Zurich.html?m=69573

Barrios como Zürich-West y Langstrasse son la encarnación de lo cool, y allí podrás degustar café de especialidad elaborado con la mayor atención al detalle en acogedores locales como Café Noir.

Si quieres sumergirte en el ambiente multicultural y alternativo de esta zona, 25hours Hotel Langstrasse te ofrece la ubicación perfecta.

Relativamente cerca de lugares de interés como el Museo Nacional o el Grossmünster, te permitirá disfrutar de todo lo que tiene que ofrecer la ciudad.



LAS CAFETERÍAS ACOGEDORAS Y ACTIVIDADES DE INTERIOR TE HARÁN VIVIR EL OTOÑO (O EL INVIERNO) PERFECTO EN COPENHAGUE.

COPENHAGUE, DINAMARCA (\$125.72 PESOS LA TAZA).

El encanto que tiene Copenhague en otoño, aparte de los colores anaranjados de la vegetación, es el de las cafeterías cozy y las actividades de interior, lo cual pide a gritos una taza de café bien calentito.

Incluso si esto te desajusta el presupuesto, porque la capital danesa es una de las ciudades más caras del mundo para tomarse un cappuccino.

Si no te has terminado de acostumar a los horarios daneses y quieres desayunar mucho y tarde, prueba los brunch de Mother, un recién inaugurado local de comida italiana en el centro con opciones vegetarianas y veganas.

Lo tendrás a unos diez minutos andando si te alojas en 1 Hotel Copenhagen, un precioso refugio en el centro perfecto para explorar la ciudad antes de retirarse a un espacio apacible y minimalista.



Imagen: www.instagram.com/1hotel-copenhagen



Imagen: <https://mother.dk/brunch-2024/>



Imagen: www.instagram.com/rugbakery/



RICH'S
ON
TOP
Soft Whip

LA INNOVACIÓN
CREMOSA Y LIGERA
PARA TUS BEBIDAS
FRÍAS Y CALIENTES

- CREMA LIGERA LISTA PARA USAR
- MEJORA EL VISUAL DE TUS BEBIDAS



NO NECESITA EQUIPO ADICIONAL

NUEVA YORK, ESTADOS UNIDOS (\$110.35 PESOS LA TAZA).

Vayas en la época que vayas, Nueva York tiene algo para ti. No te van a faltar lugares de interés turístico, restaurantes y cafeterías. Desde los clásicos diners hasta locales que elevan el café a una categoría gourmet, como Felix Roasting Co., tienes para elegir cuando quieras probar el segundo cappuccino más caro del mundo.

Si te alojas en Aman New York, uno de nuestros elegidos para la Hot List de 2023, podrás disfrutar de tu café desde una espectacular terraza exterior, pero también bajar a conocer las cafeterías de la zona.



Imagen: <https://culturetravel.com>

ABU DHABI, Y EAU EN GENERAL, TIENE UNA RELACIÓN MUY ESPECIAL CON EL CAFÉ.

ABU DHABI, EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (\$108.41 PESOS LA TAZA)

El café es tan integral a la cultura emiratí que, en 2024, el país logró incorporarlo a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco.

El café árabe es hospitalidad, es etiqueta, es ritual. Incluso un llamado a la paz y al diálogo en ciertos contextos.

Resulta casi sorprendente que Abu Dhabi esté del top 5 de lugares más caros donde tomarse un cappuccino, pero si visitas la ciudad, no querrás perderte esta tradición.

Si te apetece algo un poco más moderno y diferente, Amongst Few Cafe es un espacio de reunión con tienda de ropa, de accesorios y barbería, que vende hasta tablas de skate y captura lo mejor de la cultura urbana.

Cafe James es conocido por su ambiente acogedor, excelente café y variada oferta gastronómica, podrás disfrutar de un desayuno de lo más completo rodeándote del mejor diseño.

Four Seasons Hotel Abu Dhabi at Al Maryah Island queda relativamente cerca de ambos locales, y su espectacular despliegue de lujo y vistas panorámicas no te dejarán indiferente.

Imagen: www.instagram.com/jamescafe.ae

Imagen: <https://hypebeast.com/2023/5/amongst-few-unveils-its-new-store-in-abu-dhabi>



BLACK EAGLE MAVERICK

Victoria Arduino

INSPIRED BY YOUR PASSION.



Imagen: www.fingal.co.uk/our-story

EDIMBURGO, REINO UNIDO (\$98.02 PESOS LA TAZA)

Los colores de Edimburgo tienen algo especial en otoño, y un paseo por la ciudad, café en mano, hará que merezca la pena pagar uno de los cappuccinos más caros de Europa.

Pásate por Williams & Johnson Coffee Co., la encantadora cafetería original de los artesanos del café Zach Williams y Todd Johnson, abierta desde 2016. Queda junto al puerto de Leith, así que podrás ver pasar los barcos comodamente desde la terraza.

También está muy cerca de Fingal, un hotel de lujo ubicado en el interior de un barco atracado permanentemente en Alexandra Dock. Si quieres vivir la experiencia de navegar a bordo de un superyate sin llegar a alejarte de la costa, no te puedes perder.

HELSINKI, FINLANDIA (\$95.21 PESOS LA TAZA)

Incluso si visitas Finlandia en su mejor época, el verano, en Helsinki puedes esperar encontrar las temperaturas perfectas para disfrutar de un café. Además, la tradición lectora con la que los finlandeses se han dado a conocer en Europa conjunta perfectamente con esta bebida, como demuestra la biblioteca central Oodi, un espacio a la vez moderno y acogedor en el que encontrarás tanto espacios silenciosos en los que sentarte a leer o estudiar como una cafetería con terraza.

No muy lejos de allí se encuentra la pastelería histórica Fazer Café Kluuvikatu, ideal para un brunch. Ambos lugares quedan a poco más de 15 minutos andando de The Hotel Maria, destacado por su elegancia y luminosidad.



Imagen: https://oodihelsinki.fi/en/oodis-services-for-tourists/

LAS CAFETERÍAS DE ESTOCOLMO TIENEN UN HORARIO RELATIVAMENTE AMPLIO.

ESTOCOLMO, SUECIA (\$94.56 PESOS LA TAZA)

Otra ciudad nórdica que se incorpora al top 10 es Estocolmo. Suecia también es un país muy cafetero, como se demuestra en la cantidad de cafeterías que encontrarás abiertas en un horario bastante amplio para esas latitudes. Además, se nota el mimo en el interiorismo de locales como Gast Café, con sus plantitas y estética minimalista, y Café Pascal, que ya tiene tres locales en la ciudad. A un breve paseo de ambos locales tienes Ett Hem, un lujoso hotel ajardinado que te hará sentir como en casa.



Imagen: www.instagram.com/gastcafe/

AUNQUE EL CAFÉ NO ES LA BEBIDA PREDILECTA EN HONG KONG, HAY NUMEROSAS CAFETERÍAS EN LA CIUDAD.

HONG KONG, CHINA (\$ 94.34 PESOS LA TAZA)

Aunque el té es la bebida insignia en Hong Kong, no faltan cafeterías en las que hacerse con un cappuccino. En el inabarcable distrito Central encontrarás lugares como Hoi On Cafe y Coco Espresso.

Locales pequeños pero con encanto, el primero más tradicional, el segundo más moderno. Ambos quedan cerca de Mandarin Oriental, el primer hotel de la marca, tan emblemático en la ciudad como algunos de sus mayores monumentos.



Imágenes: DanAGo (Guía local)

LA ESCENA CAFETERA DE DOHA HA VIVIDO UN RÁPIDO CRECIMIENTO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

DOHA, CATAR
(\$94.12 PESOS LA TAZA)

La escena cafetera de Doha ha ido creciendo en los últimos años y ahora, aparte de ser una de las ciudades del mundo en la que más caro es pedirse un cappuccino, sus modernas cafeterías rebosan vida social.

Flat White Specialty Coffee, por ejemplo, fue una de las primeras especializadas en café de especialidad, y ahora tiene seis locales repartidos por la ciudad. Uno de ellos, el de Gate Mall, queda bastante cerca de Four Seasons Hotel Doha donde, además de una estancia de lujo, encontrarás un Le Deli Robuchon, la cafetería londinense que se hizo viral hace unos años por su cruasán en forma de cubo. Se encuentra en la planta baja del hotel, pero también tiene terraza con vistas al mar y, además de café, podrás pedirte bocadillos con pan recién hecho.



Imagen: www.instagram.com/fsdoha/

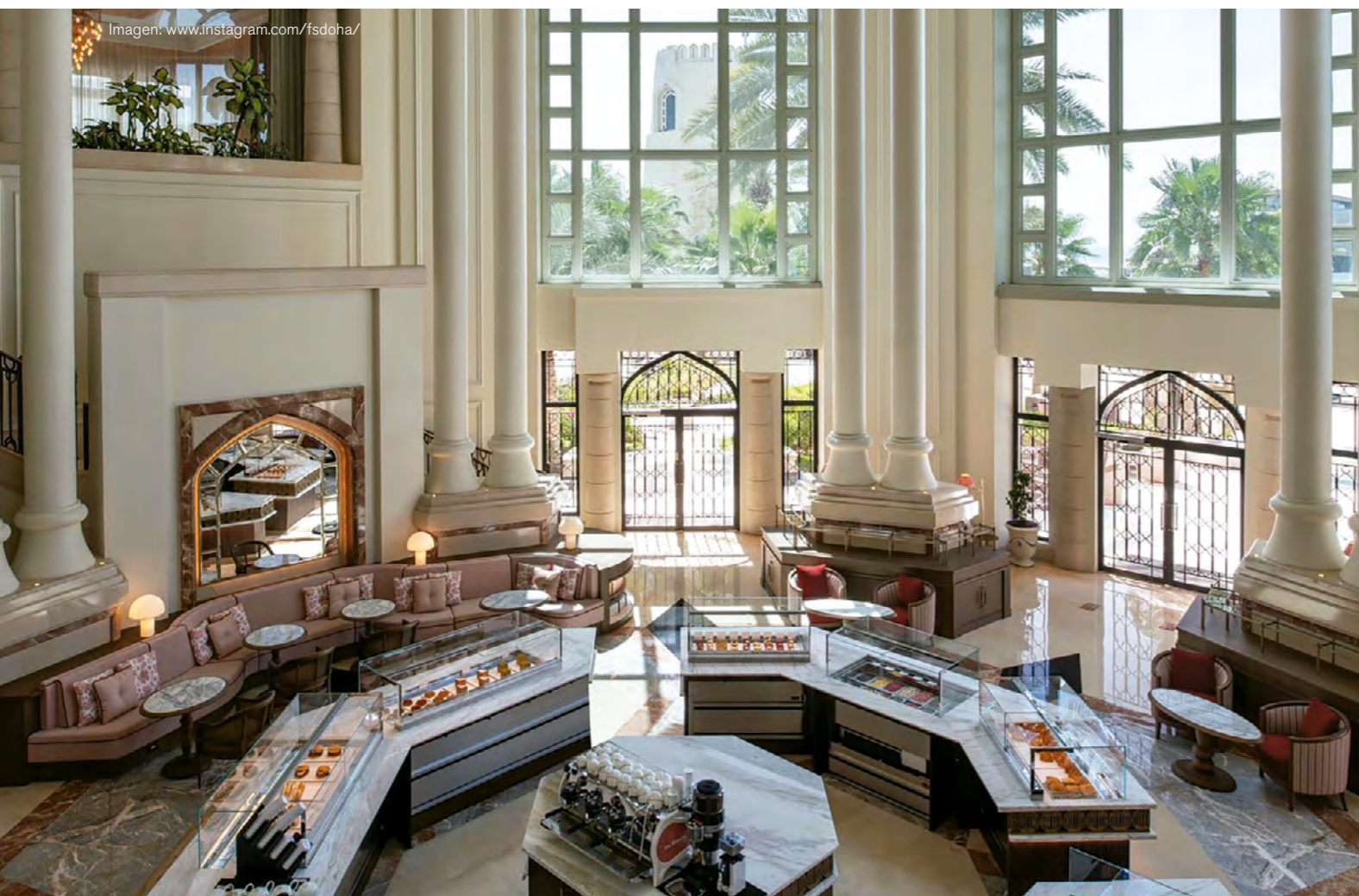


Imagen: www.instagram.com/fsdoha/



Fórmula mejorada, **RESISTENCIA PROBADA***

*Vs fórmula anterior en pruebas internas de resistencia a temperaturas hasta 40°C.



TRES RICHES® TRADICIONAL

El sabor tradicional del Tres Leches, listo para usarse, ahora con estabilidad mejorada tolerando más abusos por cambios de temperatura.

Renovado desempeño y estabilidad para confiar.

Almacenar en ambiente por debajo de 25°C

Versatilidad de uso en pasteles y postres

Listo para usar sin necesidad de diluir

Mojado Homogéneo



VISITA NUESTRA PÁGINA: www.richs.com.mx

LOS CAFÉS DE VIENA SON PRÁCTICAMENTE UNA LEYENDA.

VIENA, AUSTRIA (\$91.96 PESOS LA TAZA)

Los cafés de Viena llevan a las espaldas un legado casi mítico. Ahora, cafeterías fundadas hace casi siglo y medio como Café Sperl o Café Landtmann o el legendario Café Central, conviven con locales más innovadores y atrevidos.

Como muestra el Café Ansari, donde la cocina mediterránea y los vinos georgianos aportan un toque diferente. Y, en medio de ambos mundos, Rosewood Vienna, con su sofisticación sin perder el espíritu clásico. Si te alojas allí, podrás llegar fácilmente a todas estas cafeterías, aunque quizá prefieras quedarte en Neue Hoheit, el restaurante del hotel, a desayunar

mientras admiras los tejados vieneses desde las amplísimas ventanas.

El costo medio indicado de la taza de cappuccino está basado en datos de 2025, convertidos de dólar a pesos mexicanos, pero los precios podrían variar según el tipo de café, la zona y la temporada. ☕



Imagen: <https://archello.com/es/project/hotel-rosewood-vienna-2>



RICH'S

FLAN de Cajeta



INGREDIENTES

Jarabe <i>Tres Riches</i> ® UHT	1000 g
Huevo	350 g
Vainilla	10 g
Cajeta	30 g
Azúcar	100 g

PREPARACIÓN

1. Calienta el azúcar en una flanera moviendo constantemente hasta formar el caramelo, ladea para cubrir las paredes y la base de la flanera; deja enfriar.
2. Licúa el jarabe *Tres Riches*® UHT, cajeta, los huevos y vainilla.
3. Vierte lo que licuaste en la flanera y tapa con papel aluminio sellando las orillas.
4. Coloca en el horno a baño María y cocina por 45 minutos a 180 °C.
5. Retira del horno, deja enfriar y refrigera por 2 horas.
6. Desmolda y decora a tu gusto.



RICH'S

GELATINA de Frutas



INGREDIENTES

GELATINA DE COCTEL DE FRUTAS		GELATINA DE TRES LECHE	
Gelatina de anís	600 g	Jarabe <i>Tres Riches</i> ® UHT	1200 ml
Frutas (varias)	300 g	Grenetina	30 g
Acido cítrico	1 g	Agua	150 ml

PREPARACIÓN

GELATINA DE COCTEL DE FRUTAS

1. Preparar la gelatina de anís como se describe en el sobre.
2. Agregar una pizca de ácido cítrico e incorporar perfectamente.
3. Agregar la fruta y depositar en el molde y reservar hasta que gele.

GELATINA DE TRES LECHE

1. Hidratar la grenetina con la cantidad de agua marcada.
2. Calentar la mitad del jarabe *Tres Riches*® UHT marcado en la gelatina y reservar.
3. Fundir la grenetina a punto de hilo.
4. Mezclar la grenetina fundida con el jarabe *Tres Riches*® UHT caliente.
5. Agregar al restante del jarabe y mezclar.
6. Depositar la gelatina de jarabe *Tres Riches*® UHT en el molde reservar en refrigeración y gelar.



CÓMO MONTAR UN SERVICIO DE **CATERING DE COCTELERÍA CREATIVA** PARA TU BAR, RESTAURANTE O NEGOCIO: **GUÍA COMPLETA** PARA AMPLIAR CANALES DE VENTA **[2025]**

El mercado de catering de coctelería creativa ha experimentado un crecimiento del 35% en 2024, convirtiendo este servicio en una oportunidad rentable para restaurantes que buscan ampliar sus canales de venta.



Esta guía te enseña cómo implementar un servicio de catering de cócteles que puede generar márgenes de beneficio entre el 15% y 25%.

¿Qué es un Servicio de Catering de Coctelería Creativa?

Un servicio de catering de coctelería creativa es una extensión de tu bar-restaurante que lleva la experiencia de mixología profesional directamente a eventos en tu negocio, corporativos y celebraciones. Este servicio combina la preparación de cócteles artesanales con un espectáculo visual que transforma cualquier evento en una experiencia memorable.

Componentes Esenciales del Servicio

Componente	Descripción	Valor Añadido
Bar Móvil	Estación de trabajo transportable y equipada	Flexibilidad de ubicación
Mixología en Vivo	Preparación de cócteles en tiempo real, frente a invitados	Experiencia interactiva
Cócteles Personalizados	Bebidas adaptadas al evento y a los gustos de los asistentes	Diferenciación premium
Show Gastronómico	Técnicas culinarias espectaculares que captan la atención	Entretenimiento incluido



Análisis de Mercado y Oportunidades de Negocio

Tendencias en Coctelería Creativa 2025

El sector de catering de coctelería está evolucionando hacia experiencias más sofisticadas y personalizadas. Las tendencias principales incluyen:

- **Cócteles Minimalistas:** Tres ingredientes de máxima calidad que reducen desperdicios y aumentan márgenes
- **Bebidas Sin Alcohol:** Mocktails sofisticados que atienden a más del 40% de la Generación Z
- **Ingredientes Asiáticos:** Incorporación de shochu, baijiu y soju para diferenciación
- **Técnicas Científicas:** Switching, fat-washing y coctelería molecular para impacto visual
- **Sostenibilidad:** Ingredientes locales y prácticas eco-friendly.





Categoría	Ejemplos	Margen Objetivo
Clásicos Reinventados	Mojito de frutos rojos, Gin Tonic artesanal	70-75%
Cócteles Signature	Creaciones exclusivas del chef	75-80%
Mocktails Premium	Bebidas sin alcohol sofisticadas	80-85%
Experiencias Moleculares	Cócteles con técnicas científicas	65-70%

Los elementos clave de tu concepto incluyen:

- **Especialización Temática:** Cócteles inspirados en tu cocina o concepto gastronómico
- **Propuesta Visual:** Show de mixología que entretiene a los invitados
- **Personalización:** Adaptación de cócteles según el evento y preferencias
- **Calidad Premium:** Ingredientes seleccionados y técnicas avanzadas

Modelado de Menú de Cócteles

El desarrollo del menú es crucial para la rentabilidad. Utiliza las herramientas de análisis de costos para optimizar cada receta.

El diseño de menús para restaurantes aplicado a coctelería requiere considerar factores específicos.

Inversión Inicial y Equipamiento

Categoría de Costo	% de Ingresos	Componentes	Estrategias de Optimización
Ingredientes y Bebidas	25-35%	Licores, mixers, garnish	Compras por volumen, proveedores directos
Personal	30-40%	Bartenders, ayudantes, transporte	Formación eficiente, equipos polyvalentes
Logística	8-12%	Transporte, montaje, limpieza	Rutas optimizadas, equipos modulares
Gastos Generales	5-10%	Marketing, seguros, administración	Digitalización, automatización

Presupuesto de Implementación

Para implementar un servicio de catering de coctelería exitoso, necesitas una inversión inicial que varía según el nivel de servicio que desees ofrecer.

Equipamiento Esencial

El equipamiento correcto determina la calidad del servicio y la eficiencia operativa:

- **Bar Móvil Profesional:** Estructura modular con refrigeración y almacenamiento
- **Herramientas de Mixología:** Shakers, strainers, jiggers, muddlers profesionales

- **Cristalería Especializada:** Copas específicas para cada tipo de cóctel
- **Equipos de Refrigeración:** Neveras portátiles y máquinas de hielo
- **Material de Servicio:** Bandejas, servilletas, decoración temática
- **Transporte:** Vehículo o remolque para trasladar equipamiento

Estructura Operativa y Personal

Formación del Equipo de Trabajo

La calidad del personal es fundamental para el éxito del servicio. En nuestra mentoría gastronómica para chefs, desarrollamos programas de formación específicos para equipos de catering.

Procesos de Calidad y Estandarización

Para garantizar la consistencia en cada evento, desarrolla protocolos específicos que cubran desde la preparación hasta el servicio final. Esto incluye:

- **Recetas Estandarizadas:** Medidas exactas para cada cóctel



- **Protocolos de Montaje:** Checklist para la instalación del bar
- **Procedimientos de Higiene:** Estándares de seguridad alimentaria
- **Manual de Servicio:** Interacción con clientes y presentación

Estrategias de Marketing y Comercialización

Posicionamiento Digital

El marketing digital es esencial para captar clientes. Las estrategias más efectivas incluyen:

- **Presencia en Redes Sociales:** Instagram y TikTok para mostrar el proceso creativo
- **SEO Local:** Optimización para búsquedas de «catering cócteles» en tu ciudad
- **Colaboraciones:** Partnerships con wedding planners y organizadores de eventos
- **Contenido Visual:** Videos del show de mixología y resultados finales

Estrategias de Pricing

La estrategia de precios debe considerar múltiples factores para maximizar la rentabilidad. Los indicadores financieros para restaurantes aplicados a catering muestran oportunidades específicas.



Análisis Financiero y Rentabilidad

Estructura de Costos

Para maximizar la rentabilidad de tu servicio de catering, es fundamental entender la estructura de costos.

El control de costos en restaurantes aplicado a catering requiere atención especial a factores específicos.

Categoría de Costo	% de Ingresos	Componentes	Estrategias de Optimización
Ingredientes y Bebidas	25-35%	Licores, mixers, garnish	Compras por volumen, proveedores directos
Personal	30-40%	Bartenders, ayudantes, transporte	Formación eficiente, equipos polivalentes
Logística	8-12%	Transporte, montaje, limpieza	Rutas optimizadas, equipos modulares
Gastos Generales	5-10%	Marketing, seguros, administración	Digitalización, automatización

Errores Comunes a Evitar

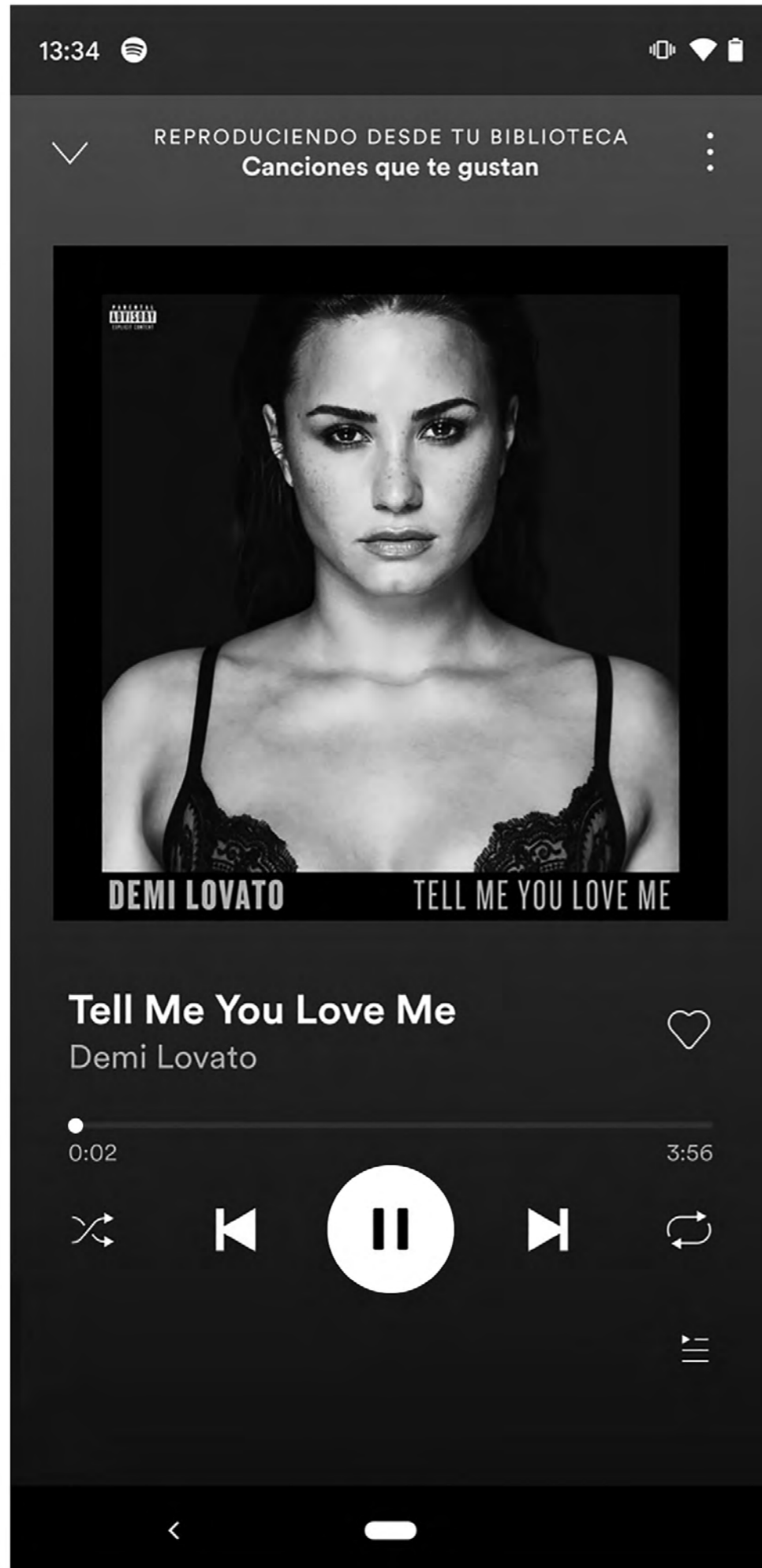
Aprende de los errores más frecuentes para maximizar tus posibilidades de éxito:

- **Subestimar Costos Logísticos:** No calcular correctamente el tiempo y costo de transporte
- **Personal Insuficiente:** No disponer de backup para eventos simultáneos
- **Falta de Diferenciación:** Competir solo en precio sin propuesta de valor única
- **Mala Gestión de Inventario:** Desperdicios por falta de planificación
- **Marketing Deficiente:** No invertir suficiente en visibilidad y captación

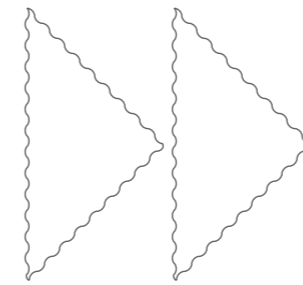
Conclusión

Implementar un servicio de catering de coctelería creativa representa una oportunidad excepcional para ampliar los canales de venta de tu bar-restaurant. Con una inversión inicial moderada y una planificación adecuada, puedes generar un flujo de ingresos adicional significativo mientras fortaleces tu marca en el mercado local.

Las claves del éxito incluyen una propuesta de valor diferenciada, control riguroso de costos, personal bien formado y una estrategia de marketing enfocada en los segmentos más rentables. El potencial de crecimiento es considerable, con múltiples vías de escalabilidad que pueden transformar este servicio en un pilar fundamental de tu negocio. 🍸



QUERER COBRAR TARIFAS A BARES O RESTAURANTES POR REPRODUCIR MÚSICA EN MÉXICO NO ES EL PROBLEMA: ES QUE **EXISTE UNA LEY DE HACE 30 AÑOS**



En los últimos meses, empleados del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y de la Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) intensificaron sus visitas de inspección a hoteles, restaurantes, bares y demás establecimientos que reproducen música —grabada o en vivo— como parte de su oferta comercial, lo que reveló un vacío regulatorio de casi 30 años.





El reporte se originó a partir de un artículo de opinión de Mauricio Jalife Daher, quien en el diario El Financiero publicó una columna sobre el movimiento del IMPI. En ella, se indicaba que se pedía a los establecimientos pagar regalías por el uso de contenido musical, un pago que cualquier persona que transmita obras de forma pública debe realizar a los autores o a la sociedad que los representa. En caso de incumplimiento, el IMPI puede aplicar medidas como el cierre temporal de los establecimientos.

Sin embargo, esta medida fue recibida por los comerciantes como una forma de extorsión, ya que denunciaron la imposición de montos que consideraron arbitrarios y excesivos por la reproducción de música, ya fuera en vivo o grabada, dentro de sus comercios.

Algunas agrupaciones empresariales, según reportan diversos medios, denunciaron que empleados del IMPI y de la SACM se presentaban en restaurantes, tiendas, bares y hoteles para exigir el pago inmediato de regalías. Los cobros iban de los 5,000 a 9,000 pesos mensuales para locales pequeños, y hasta 120,000 pesos en establecimientos grandes, bajo el argumento de que toda reproducción pública de una obra musical debe pagar regalías directamente al autor o a la sociedad que lo represente.

Un vacío legal de casi 30 años

El meollo del asunto parte de lo establecido en el artículo 26 bis de la Ley Federal del Derecho de Autor, publicado originalmente en 1996, donde se consagra el derecho irrenunciable del autor a percibir una regalía por la comunicación o transmisión pública de su obra por cualquier medio.

Esta “comunicación pública” se refiere a todo acto mediante el cual la obra se pone al alcance general, por cualquier medio que la difunda y que no consista en la distribución de ejemplares físicos, como es el caso de su reproducción en establecimientos comerciales.

Esta definición incluye la música reproducida en bares, restaurantes u hoteles, sin importar su fuente: puede ser desde un disco, un servicio de streaming, la radio, la televisión o incluso bandas en vivo. Es crucial entender que no se exime del pago de regalías por tener suscripciones a servicios comerciales como Spotify o Apple Music, ya que estos otorgan una licencia para uso personal y no comercial.

La reproducción en un establecimiento con fines de lucro se considera un acto de comunicación pública y requiere una licencia adicional que muchas empresas desconocen.

La falta de un sistema

Aquí entra uno de los problemas de fondo: la obligación de pagar no está en duda, sino la ausencia de un sistema claro y transparente para hacerlo. A pesar de que el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor) tiene la facultad legal desde 1996 para establecer las tarifas oficiales, la realidad es que durante tres décadas no ha ejercido esta función.

Esto ha provocado que actualmente no exista un tabulador oficial para realizar los cobros, lo que deja la tarea en manos de las Sociedades de Gestión Colectiva (SGC). Estas son entidades privadas sin fines de lucro que, con autorización de Indautor, actúan como intermediarias para que un negocio negocie las licencias de forma simplificada, sin tener que hacerlo individualmente con cada creador.

Organizaciones como la SACM, encargada de gestionar los derechos de los compositores, realizan el cobro a partir de fórmulas y convenios propios con cámaras empresariales. Utilizan criterios como el giro del negocio, su tamaño y el grado de explotación de la música para negociar las tarifas directamente con los usuarios, lo que da lugar a un sistema que, si bien puede tener una lógica interna, carece de la legitimidad y transparencia de una tarifa gubernamental.

Además de la SACM, también está la Sociedad Mexicana de Productores de Fonogramas, Videogramas y Multimedia (SOMEXFON), que representa a los sellos discográficos, quienes son los propietarios de las grabaciones sonoras específicas (los masters) y también negocian sus propias tarifas y licencias con los establecimientos.

Esto provoca discrecionalidad en la aplicación y arbitrariedad en los costos que se establecen para cada negocio, lo que evidencia la falta de un mecanismo regulatorio claro, predecible y transparente para que los comercios puedan cumplir con su obligación.

Una sola canción, múltiples pagos

La situación se complica aún más, ya que la reproducción de una única canción grabada puede generar múltiples pagos. Esto se debe a que implica el uso simultáneo de varios derechos de propiedad intelectual distintos, cada uno gestionado por una organización diferente.

Por ejemplo, una canción genera regalías para el compositor (por la letra y melodía, gestionado por SACM), para el sello discográfico (dueño de la grabación sonora, gestionado por SOMEXFON) y también para los ejecutantes (los músicos y el cantante que interpretaron la pieza).





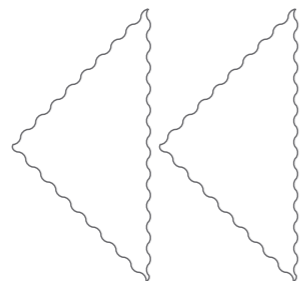
Este sistema, aunque legal, genera una carga financiera importante, principalmente para las pequeñas empresas, que deben negociar y pagar a múltiples entidades por el simple acto de poner música. El proceso se dificulta por la falta de un mecanismo de “ventanilla única” o un portal de pago unificado que simplifique el cumplimiento.

Las diferentes perspectivas de la música

Por un lado, los titulares de los derechos argumentan que la música no es gratuita, sino un insumo comercial valioso que ayuda a crear ambiente, atraer y retener clientela, contribuyendo a los ingresos del establecimiento. Sostienen que negar el pago a un compositor equivale a negarle el salario a un empleado, por lo que la música es una inversión, no un gasto opcional.

Por su parte, organizaciones como la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) han indicado que no se oponen al pago, sino que exigen un sistema justo, transparente y predecible. Demandan lineamientos claros que distingan, por ejemplo, si la música es un elemento ambiental o el atractivo principal del negocio, y la necesidad de tarifas oficiales que consideren el tamaño y tipo de establecimiento para evitar cobros arbitrarios.

La responsabilidad final recae en el gobierno. Aunque el IMPI debe actuar ante las denuncias de infracción, el hecho de que Indautor no haya fijado tarifas en su momento ha permitido un sistema sin una guía gubernamental clara. Actualmente, las autoridades federales funcionan como mediadores para intentar llegar a un acuerdo justo para todos los interesados. 🎧



facebook

Foodservicemex

FASHION CHEF REVISTA BAKERY REGION MAYA

MKT Gastronómico

¿Vale la pena invitar a un foodie a tu restaurante? Lo que nadie te cuenta sobre las colaboraciones en Instagram

Panorama

El café más caro del mundo:

• ¿cuáles son los países en los que más cuesta tomarse un cappuccino?

Tecno-Digital

• Un asistente de IA para atender las llamadas en los restaurantes

www.foodserviceyequipo.com

