



## Jurídico

DESTRUCCIÓN DE BOTELLAS  
VACÍAS DE VINOS Y LICORES

[LEER MÁS](#)



## Economía

BANXICO MANTIENE SU TASA  
DE INTERÉS EN 11% ANTE  
REPUNTE DE INFLACIÓN

[LEER MÁS](#)



## Turismo

EL TIANGUIS TURÍSTICO 2025  
YA TIENE SEDE Y SERÁ  
BINACIONAL

[LEER MÁS](#)



## Eventos

¡PRIMERA VEZ EN AMÉRICA!  
ASÍ FUE EL CONCURSO  
MUNDIAL DE BRUSELAS EN  
GUANAJUATO

[LEER MÁS](#)

Solicita tu **Cuenta Digital Mifel** y disfruta de:

**10%** rendimiento anual + **Objetivos**

Tu dinero y rendimiento siempre disponibles

[Solicítala aquí](#)

GAT para fines informativos y de comparación de \$0.05 a \$250,000.00 MIP GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.42%. La GAT real es el rendimiento que cobrará después de descontar la inflación estimada. La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. De \$250,000.01 MIP en adelante GAT nominal de 0.01% anual antes de impuestos. GAT real de -3.71%. Consulta Términos y Condiciones, requisitos de contratación, Unidad monetaria, cobertura geográfica, sortidores y folletos informativos en [www.mifel.com.mx](#) fecha de cálculo de GAT Nominal y Real: 03 de junio de 2024, vigentes al 30 de junio de 2024. Para fines informativos y de comparación. Vigencia de la promoción del 03 de junio de 2024 hasta el 30 de junio de 2024. Producto garantizado por el FNS hasta por 400 mil USD por persona por banco. Para mayor información contacta al programa [www.pis.org.mx](#).



## Gastronomía

EL COLECTIVO DE MUJERES  
#PESCACONFUTURO SE SUMA  
A LA CELEBRACIÓN DEL DÍA  
DEL CÉVICHE

[LEER MÁS](#)



## Vino

VINOS ECOLÓGICOS:  
QUÉ SON, CÓMO SE HACEN Y  
CÓMO IDENTIFICARLOS

[LEER MÁS](#)



## Gastronomía

MARKETING OLFATIVO:  
EL AROMA AYUDA A CREAR  
CONEXIONES CON EL  
CONSUMIDOR

[LEER MÁS](#)



## Salud

LA MICROBIOTA:  
EL SEGUNDO CEREBRO  
DEL CUERPO

[LEER MÁS](#)

**BAKAN**  
INNOVATING FURNITURE SINCE 1964

**Amueblamos tu PROYECTO**  
• RESTAURANTES • CENTROS COMERCIALES • HOTELES

**5 AÑOS DE GARANTÍA**

[WWW.BAKAN.COM.MX](#) [WWW.BAKANSTORE.COM.MX](#) \*APLICAN RESTRICCIONES





## Jurídico

*El Código Fiscal de la Federación y la Ley de Establecimientos Mercantiles de la Ciudad de México, contienen disposiciones a cumplir sobre el manejo de envases vacíos de bebidas alcohólicas, que facultan a la Autoridad Fiscal (SAT), y Alcaldías para verificar ese cumplimiento en los Restaurantes, Bares o Cantinas.*

Bajo esas facultades, tanto la Autoridad Fiscal, como las Alcaldías, están facultadas para constituirse en los domicilios donde se encuentren instalados Giros Mercantiles de Restaurantes, Bares o Cantinas y verificar que se cumple con la obligación de destruir las botellas vacías de vinos y licores, inmediatamente después de que se agote el líquido.

## DESTRUCCIÓN DE BOTELLAS VACÍAS DE VINOS Y LICORES

Se puede optar por destruir los envases vacíos de bebidas alcohólicas de manera semanal, debiendo realizar la destrucción el mismo día de cada semana. De igual forma, deberán raspar las etiquetas, la contraetiqueta y el marbete que estén adheridos a los envases vacíos que se vayan a destruir en el momento en que se cierren las operaciones del día, registrando el número de Folio de los marbetes que se raspen.

El control de todo ello debe establecerse en los formatos oficiales para el Registro de Destrucción de Envases.

Será necesario conservar, y en su caso proporcionar a la Autoridad revisora si así lo requiere, la información relativa al número de envases destruidos y al dígito de folio de los marbetes raspados.





Se recomienda que todas las botellas de vidrio destruidas se depositen en un contenedor de color verde y una vez lleno, retirarlas mediante transportes autorizados.

El Código Fiscal de la Federación vigente establece una multa por infracciones en el manejo de botellas vacías y marbetes de \$ 30.00 a \$140.00 pesos por cada envase vacío no destruido. Artículos 86-A, Fracción IV y 86-B Fracción IV del citado Código Fiscal.

Todo lo anterior deriva de la necesidad de proteger al consumidor respecto del consumo de bebidas alcohólicas adulteradas, cuya conducta ha ido en aumento, ya que, con la destrucción de los envases vacíos de vinos y licores, se evita la alteración de su contenido y como protección al

consumidor sobre las consecuencias de consumir bebidas adulteradas, dado el riesgo de muerte, y muy importante la medida si tomamos en cuenta el número de Mexicanos y Extranjeros en México que consumen bebidas alcohólicas.

Lo más común para adulterar las bebidas alcohólicas es la sustitución del líquido original por otro de menor calidad rebajado con agua, y otro mediante el agregado de alcohol metílico, lo que representa un grave peligro para la salud este último, al no ser apto para consumo humano.

Es de suma importancia que los empleados de los Restaurantes tengan conocimiento de estos riesgos, así como del cumplimiento que deben dar a las disposiciones legales sobre la destrucción de las botellas vacías de vinos y licores.

FUENTE: Jurídico AMR

INICIO





## Economía

*El banco central ajusta ligeramente sus pronósticos de inflación general y subyacente en algunos trimestres; el único que vota por un recorte es el subgobernador Omar Mejía.*

El Banco de México (Banxico) decidió por mayoría mantener su tasa de interés de referencia en 11%, como había anticipado el mercado.

Se trató de la segunda decisión al hilo en la que el banco central no modifica su instrumento de política monetaria para controlar la inflación. El único de los cinco integrantes de la Junta de Gobierno que se inclinó por un ajuste fue Omar Mejía Castelazo, quien votó por recortar la tasa a 10.75%.

## BANXICO MANTIENE SU TASA DE INTERÉS EN 11% ANTE REPUNTE DE INFLACIÓN

De acuerdo con el anuncio de política monetaria del Banxico, para su decisión la Junta de Gobierno tomó en consideración que la inflación general anual aumentó de 4.65% a 4.78% a tasa anual entre abril y la primera quincena de junio ante un incremento en la no subyacente.

Hacia delante, la Junta de Gobierno prevé que el entorno inflacionario permita discutir ajustes en la tasa de referencia, tomará en cuenta la perspectiva de que los choques globales continuarán desvaneciéndose y los efectos de una actividad económica más débil de lo que se tenía previamente anticipado; además, considerará la incidencia de la postura monetaria restrictiva que se ha mantenido y la que siga imperando sobre la evolución de la inflación a lo largo del horizonte en el que opera la política monetaria.





El Banxico precisó que la inflación subyacente, (la que excluye precios de bienes y servicios más volátiles, como agropecuarios y energéticos, y que refleja de mejor manera la tendencia de la inflación en el mediano plazo), siguió disminuyendo, al pasar de 4.37% a 4.17% en el periodo referido.

Así, las expectativas de inflación general para el cierre de 2024 mostraron un ajuste al alza, aunque las correspondientes a la subyacente disminuyeron ligeramente, y las de mayor plazo permanecieron relativamente estables en niveles por encima de la meta de 3%.

En este contexto, el banco central anticipó que el proceso desinflacionario continuará, y si bien la depreciación de la moneda nacional influye al alza en el pronóstico de inflación, sus efectos se ven en parte contrarrestados por los correspondientes a la mayor debilidad de la actividad económica, por lo que las previsiones de inflación general y subyacente se ajustaron ligeramente en algunos trimestres.

En este contexto, Banxico sigue esperando que la inflación general converja a la meta de 3% en el cuarto trimestre de 2025, pero estas previsiones están sujetas a riesgos, como la persistencia de la inflación subyacente, una mayor depreciación cambiaria, mayores presiones de costos, afectaciones climáticas y un escalamiento de conflictos geopolíticos.

Otros elementos que el Banxico tomó en cuenta para mantener sin cambios la tasa de interés de referencia se relacionan con el hecho de que la Reserva Federal de Estados Unidos mantuvo sin cambio su tasa clave, mientras que algunos bancos centrales de economías avanzadas realizaron recortes en sus tasas de referencia.

El banco central también destacó que ante factores idiosincráticos (el amplio triunfo de Morena en las elecciones pasadas) se observó una importante volatilidad en los mercados financieros nacionales, con aumentos significativos de las tasas de interés de valores gubernamentales de mediano y largo plazos y una visible depreciación del peso.

Sin embargo, apuntó, recientemente los mercados nacionales han presentado un mejor comportamiento, pero a principios del segundo trimestre prevaleció la debilidad que la actividad productiva ha exhibido desde finales del año pasado y el balance de riesgos para la actividad económica se ha sesgado a la baja.

Votaron a favor de mantener la tasa en 11% la gobernadora Victoria Rodríguez Ceja y los subgobernadores Galia Borja Gómez, Irene Espinosa Cantellano y Jonathan Heath.

FUENTE: Forbes México

INICIO

# Aumenta las reservas de tu restaurante

Diplomado de  
Dirección de Marketing  
**PARA RESTAURANTES**



**INICIO**





## Turismo

El evento más importante para la industria turística de México ya tiene fechas y sede para su edición de 2025. Sin embargo, la novedad del próximo Tianguis Turístico es que será el primero que se celebrará en colaboración con otro país. Sigue leyendo y entérate de todo.

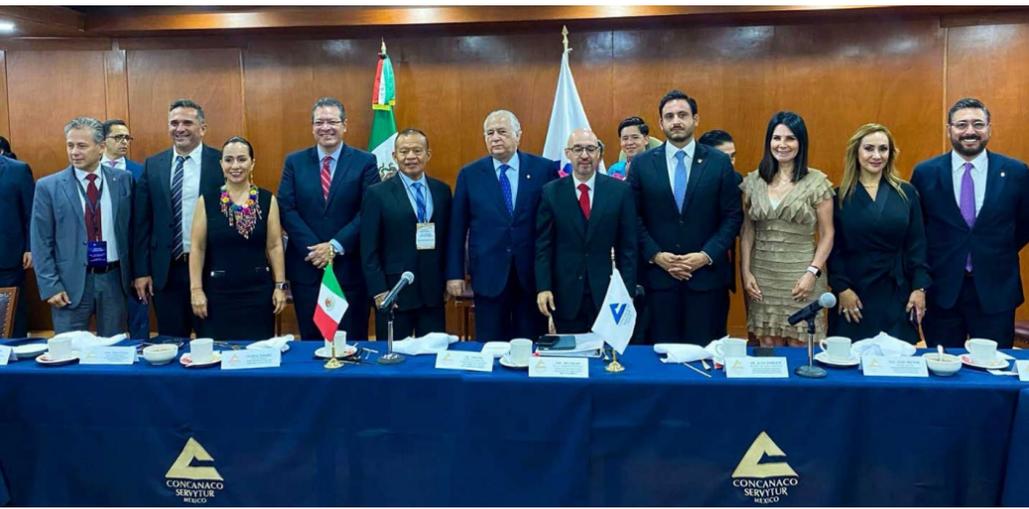
## EL TIANGUIS TURÍSTICO 2025 YA TIENE SEDE Y SERÁ BINACIONAL

### ¿Dónde será el Tianguis Turístico 2025?

Marca en el calendario los días del 29 de abril al 1 de mayo de 2025, pues serán las fechas en que se llevará a cabo el Tianguis Turístico 2025. Así lo anunció el titular de la Secretaría de Turismo de Baja California, Miguel Aguiñiga Rodríguez, quien además confirmó que la ciudad anfitriona será Tijuana. El espacio sede del evento será el Centro Metropolitano de Convenciones Baja California Center, el cual cuenta con una superficie de exposición de más de 22,000 metros cuadrados y vistas impresionantes al océano Pacífico.

De acuerdo con el funcionario, la expectativa del Tianguis Turístico 2025 es atraer a unos 10,000 asistentes, incluyendo compradores, expositores y representantes de medios de comunicación tanto nacionales como internacionales.





## Un evento entre dos naciones

El Tianguis Turístico 2025 no solo será significativo por su tamaño, sino también por su carácter binacional. Dado que Baja California comparte una activa frontera con Estados Unidos, se espera una alta participación de compradores internacionales, especialmente de California, de manera que busca fortalecer el intercambio turístico y comercial entre ambos países.

Otro factor que permite considerarlo como el primer Tianguis Turístico binacional es que el Aeropuerto Internacional de Tijuana y el Aeropuerto de San Diego jugarán un papel crucial, pues ambos recibirán a los participantes nacionales e internacionales. De hecho, con 39 vuelos nacionales y dos vuelos internacionales, Tijuana destaca como un punto estratégico para este tipo de eventos, y se considera un punto estratégico para el evento.

Respecto al impacto económico que generará el Tianguis Turístico 2025 en Tijuana, el secretario de turismo estatal comentó que se espera una derrama económica proyectada de \$1,380 millones de pesos. Finalmente, recalcó que el evento estrechará aún más la conexión

económica y cultural entre México y Estados Unidos, reflejando la importancia de Tijuana como poseedora de la frontera más transitada del mundo.

## Promoción del turismo en México

El evento de anuncio del Tianguis Turístico 2025, realizado en la Ciudad de México, contó con la presencia de funcionarios del ramo turístico nacional, incluyendo al secretario de Turismo Federal, Miguel Torruco Marqués, así como a los secretarios de turismo de Hidalgo, Campeche y Nayarit. También asistieron presidentes de cámaras empresariales y la representante del gobierno de Baja California en la Ciudad de México, Andrea Nayeli Peña Puga.

Así, como en cada edición, el Tianguis Turístico 2025 en Baja California presenta una nueva oportunidad para fortalecer la industria turística y exhibir las riquezas culturales y naturales de México ante una audiencia internacional.

Conoce más sobre la próxima celebración de este evento <https://www.tianguisturistico.com>

FUENTE: Food and Travel México

INICIO





## Eventos



**CONCOURS  
MONDIAL de  
BRUXELLES**

*En cada botella de vino hay una historia por descubrir: desde la tierra donde crecieron las uvas hasta la inspiración detrás de la creación de la casa vinícola. Para encontrar aquellos vinos excepcionales, expertos en la industria enológica se reunieron en la 31 edición del Concurso Mundial de Bruselas, que por primera vez se llevó a cabo en América, específicamente en Guanajuato. Aquí te compartimos los detalles de esta competencia internacional, que se realizó en el marco de la Semana del Vino 2024.*

## ¡PRIMERA VEZ EN AMÉRICA! ASÍ FUE EL CONCURSO MUNDIAL DE BRUSELAS EN GUANAJUATO

### Concurso Mundial de Bruselas histórico: Guanajuato fue la sede

En 1994, Louis Havaux creó el Concurso Mundial de Bruselas, el cual ha recorrido diversas locaciones fuera de Bélgica incluyendo a países como Francia, Croacia e incluso China. Sin embargo, este 2024 se hizo historia porque el concurso se llevó a cabo, por primera vez, en el continente americano: León, Guanajuato, enorgulleció a los mexicanos al convertirse en la sede de esta prestigiosa competencia.

Durante tres días, del 7 al 9 de junio, la ciudad guanajuatense recibió a más de 350 catadores de 42 países se reunieron, los cuales fueron divididos en 54 comisiones. En las catas a ciegas probaron alrededor de 7,500 vinos tintos y blancos provenientes de 46 países, de manera que, en promedio, cada experto evaluó entre 47 y 50 vinos al día, de los cuales emitieron una puntuación que se ingresó en un sistema digital conectado a la Universidad Católica de Lovaina para realizar el control estadístico y verificar que no existieran anomalías.





## Los vinos mexicanos están de moda

El Poliforum León fue el escenario donde se llevó a cabo la evaluación que hicieron tanto sommeliers como periodistas especializados como entusiastas del vino. En medio de un ambiente de solemnidad y expectativa, tuvimos la oportunidad de hablar con Carlos Borboa, director del México Selection by Concours Mondial de Bruxelles.

Una de las primeras cuestiones que destacó fue que *“Hoy, México está de moda en el mundo a nivel vitivinícola... Este concurso 2024 en Guanajuato se definió hace cuatro años y se anunció el año pasado en Croacia”*. Por otro lado, mencionó que, de las muestras participantes, 670 son mexicanas, y que los casi 60 jueces involucrados fueron escogidos personalmente Borboa. También aclaró: *“Nuestro papel es hacer un análisis muy objetivo en el que emitimos una crítica constructiva y en el que diferenciamos un producto que tiene defectos de uno que no tiene o que es excepcional”*.

## ¿Por qué es importante el Concurso Mundial de Bruselas?

Aunque suele haber escepticismo alrededor de las competencias, de lo que no hay duda es de la pulcritud que intentan mantener en el Concurso Mundial de Bruselas. Ejemplo de ello es que los jueces catan en condiciones controladas que involucran la temperatura, luminosidad, ausencia de ruidos, ausencia de olores, entre más características. Ellos se dedican a identificar la intensidad, desempeño de la acidez, tiempo en boca, intensidad aromática, complejidad en capas aromáticas y muchas más cualidades que hacen a un vino merecedor de una medalla.

Los vinos seleccionados serán publicados en su página web el 19 de junio; con ello, se cumplirá el objetivo principal del concurso, descrito así por Carlos Borboa: *“El pilar fundamental del Concurso Mundial de Bruselas es crear una herramienta de decisión de compra para el consumidor final. No damos premios para decir quién es mejor o peor que otro, los damos para que el consumidor, cuando compre una etiqueta, sepa que va a tener certeza de qué pasó una evaluación muy dura, tuvo un proceso de selección muy complejo y les va a dar lo que están pagando por ella”*.

Para finalizar el Concurso Mundial de Bruselas realizado en México, se anunció que Ningxia, China, será la sede de la 32ª edición del *Concours Mondial de Bruxelles* en junio de 2025.

## Vive el Vino 2024

Además de la celebración del Concurso Mundial de Bruselas en México, durante la **Semana del Vino 2024** en Guanajuato tuvo lugar **Vive el Vino 2024**, realizado los días 8 y 9 de junio. Ana María Arias, directora del evento, destacó que en esta segunda edición se ofrecieron más de 600 etiquetas para degustación, junto con alrededor de 30 catas gratuitas para los asistentes. Además, se logró un hito pues Guanajuato rompió el récord Guinness con La Copa de Vino más Grande del Mundo. Creada con acrílico de seis centímetros de espesor y un peso de 1,300 kilos, la mencionada copa se llenó con más de 4,500 litros de vino mexicano.

**¡No te pierdas los vinos seleccionados en la 31 edición del Concurso Mundial de Bruselas!**

Conoce más detalles en:  
<https://concoursmondial.com/es/>

FUENTE: Food and Travel México

INICIO





EXPERTOS  
FOOD SERVICE

BUSCANOS EN:

You Tube

@HerdezFoodService

Ahí encontrarás, recetas,  
tips, novedades y

MÁS



[@HerdezFS](#) [@herdezfoodserviceoficial](#) [@herdezfoodservice](#) [Herdez Food Service](#) [Escribenos al 56 1724 1151](#) [Herdez Food Service](#) [www.herdezfoodservice.com.mx](#) Llama al 01 (800) 2289 HFS (457)



INICIO





## Gastronomía

El 28 de junio es el Día Nacional del Ceviche y para celebrarlo las chefs del colectivo de mujeres pertenecientes al movimiento #Pescaconfuturo promoverán este plato para destacar el valor de la pesca y acuacultura mexicana sostenible, ya que el ceviche se caracteriza por ser una receta de mar, con ella fortalecerán dicha celebración para transmitir el mensaje de que la pesca de hoy será la pesca del mañana, así como promover valores como la trazabilidad y la promoción del consumo de pescados y mariscos nacionales.

## EL COLECTIVO DE MUJERES #PESCACONFUTURO SE SUMA A LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL CEVICHE

El ceviche no solo es un plato delicioso, sino que también es un símbolo de la rica biodiversidad marina y de la habilidad de sus habitantes para crear platos exquisitos con ingredientes locales. Celebrar el Día del Ceviche es una forma de honrar la pesca y acuacultura mexicana sostenible.

La chef del año Lula Martín del Campo, propietaria del restaurante Marea y presidenta del Colectivo de Mujeres invita a celebrar este 28 de junio el Día del Ceviche de #PescaConFuturo e integrar especies nacionales sostenibles. “Los invito a disfrutar de la variedad de ceviches que preparamos en nuestros restaurantes con pesca y acuacultura sostenible; recuerden que la pesca de hoy será la pesca del mañana, #hagamospaís”.





La recomendación es preparar el ceviche con productos frescos, seleccionar un pescado blanco de textura firme; esta receta se elabora principalmente con pescados o mariscos, cítricos y frutos. Es muy popular en las zonas costeras del pacífico mexicano, generalmente se acompaña con tostadas de maíz.

El Día del Ceviche es una fecha especial para disfrutar de esta joya gastronómica, ya sea en casa o en los restaurantes de las chefs pertenecientes al Colectivo de Mujeres #PescaConFuturo en todo el país. En Ciudad de México, el restaurante Marea de Lula Martín del Campo ofertará en su “viernes de culto” una variedad de ceviches a partir de las 13:30 hrs.

En Michoacán Lucero Soto de Lu Cocina Michoacana preparará Ceviche negro con trucha; en Mazatlán, Andrea Lizárraga de Nao Kitchen Bar un Ceviche verde y en Tabasco, Lupita Vidal de la Cevichería celebrará con Ceviche Frontera que tiene al róbalo como principal ingrediente, entre otros más; así como la chef Mayela Cárdenas presentará varias recetas, entre ellas la del ceviche capón una receta muy familiar.

El Colectivo de Mujeres de #PescaConFuturo se creó en 2020, está integrado por chefs, cocineras tradicionales, comercializadoras e investigadoras quienes, como embajadoras, transmiten mensajes que orientan sobre la compra, beneficios y formas de cocinar los productos del mar y acuicultura, además de sensibilizar sobre la importancia de un futuro sustentable.

#PescaConFuturo cuenta con el mapa de proyectos pesqueros y acuícolas mexicanos sostenibles y en proceso de sostenibilidad, actualmente se presentan 59 proyectos de la pesca y acuicultura mexicana, con la finalidad de que el consumidor haga compras consientes e informadas sobre los productos sostenibles.

El ceviche es un platillo que se prepara principalmente con pescados como el bagre, tilapia, trucha, róbalo o atún, vegetales, cítricos y frutos; también hay versiones con mariscos como el camarón o pulpo.





TEXTO: Azucena Suárez

INICIO





## Vino

En los últimos años, el número de vinos ecológicos a nivel mundial ha crecido considerablemente. Pero ¿qué hace a una etiqueta ecológica?, ¿cuáles son las diferencias con uno tradicional? o ¿es lo mismo un vino ecológico que orgánico? Estas son solo algunas de las preguntas que nos hacemos cuando escuchamos hablar de ellos. Y para responderlas, Ignacio Arzuaga, CEO de Bodegas Arzuaga Navarro, nos adentró en el mundo de estas etiquetas certificadas. ¡Te contamos!

## VINOS ECOLÓGICOS: QUÉ SON, CÓMO SE HACEN Y CÓMO IDENTIFICARLOS

### ¿Qué son los vinos ecológicos?

Para que un vino sea considerado ecológico u orgánico, la tierra en la que se cultiva la vid, las uvas con las que se produce y el proceso de su elaboración deben contar con características y requisitos fundamentales.

Los vinos ecológicos no solo son aquellos que sustituyen los productos químicos prohibidos –como pesticidas y fertilizantes– por otros permitidos o naturales. En realidad, los cambios en el sistema de producción son más profundos, pues bajo su esquema productivo buscan mejorar la fertilidad natural del suelo e incrementar la biodiversidad del sistema, potenciando naturalmente tanto la superficie como la calidad de la uva.





## Procesos y características que deben cumplir los viñedos

El uso de abono orgánico, ya sea de origen vegetal o animal, es una de las prácticas fundamentales que los productores deben realizar en sus viñedos para que sus vinos se consideren ecológicos, pues además de mantener el fruto fuera de químicos, ayuda a restituir la fertilidad del suelo, mejorar su estructura y mantiene sana la tierra.

Tampoco está permitido emplear fungicidas, pesticidas, herbicidas, aromatizantes, fertilizantes o químicos artificiales. Por ello, es clave una correcta nutrición de la planta y así tener un control de plagas y enfermedades de forma natural.

En los vinos ecológicos, la cosecha es aún más importante, pues las uvas deben recolectarse en el momento en que tengan mayor concentración de sustancias antioxidantes, uno de los componentes con más beneficios para la salud que posee el vino. De hecho, todo el proceso debe ser natural, por lo que no puede utilizar maquinaria ni en la siembra ni en la recolección.

## Vinificación ecológica: un proceso aparte

El proceso de vinificación de los vinos ecológicos es distinto al tradicional, ya que restringe el uso de aditivos químicos y limita ciertos procesos. Cabe aclarar que esa normativa y los límites permitidos varían de país en país.

Por ejemplo, en los vinos ecológicos se realiza un control sobre la adición de sulfitos, elementos que se utilizan para detener la fermentación en un punto específico del proceso de elaboración vinícola y que, además, funcionan como conservadores y antioxidantes. En cambio, en los vinos tradicionales, los niveles permitidos son mucho más altos.

En la elaboración convencional también se permite la clarificación con albúmina de huevo y bentonita, hacer corrección de acidez con ácido tartárico, así como agregar anhídrido sulfuroso para su conservación, pero con limitaciones especificadas.

Es decir, cuando tomamos un vinos ecológicos, estamos disfrutando de una etiqueta sin químicos añadidos, tanto en su cultivo como en su elaboración, que además ha sido hecha bajo procesos que respetan el medio ambiente, por lo que, a diferencia de un vino tradicional, expresa en cada sorbo la riqueza de su *terroir* de la forma más honesta.

FUENTE: Food and Travel México

INICIO



# QUESO EXTRAORDINARIO TODOS LOS DÍAS



**SARTORI**



**INICIO**





## Gastronomía

*El marketing olfativo evoca emociones, recuerdos y estados de ánimo, lo cual permite aumentar las ventas.*

# MARKETING OLFATIVO: EL AROMA AYUDA A CREAR CONEXIONES CON EL CONSUMIDOR

Similar a la experiencia que vive Ego, en la película de Ratatouille, al probar el platillo francés que lo transportó a su niñez, los negocios pueden provocar emociones en los consumidores e incrementar las ventas.

Una de las estrategias para lograrlo es el marketing olfativo, que consiste en un aroma característico del negocio.

*“La idea es que se evoquen emociones, recuerdos y estados de ánimo, para hacer esa conexión emocional entre el cliente, la marca y el servicio o producto que se*

*ofrece”,* comentó en entrevista Patricia García Aragón, CEO de Desértika SPA.

En ello coincide Sofia Escamilla, gerente de The Body Shop México, quien dijo que los negocios físicos requieren *“crear una conexión emocional con los clientes y hacer que haya magia en las tiendas todos los días”*.

Esto es posible por medio de experiencias sensoriales, pues el aroma en la tienda genera una conexión emocional y el olfato es el sentido que tiene mayor unión con los recuerdos.





## Aromas personalizados

Patricia García precisó en que la fragancia debe ser personalizada y única, que represente la identidad de la marca y cree una conexión atractiva y fácil de recordar.

*“Cuando el aroma representa esa identidad, en automático el cliente asocia ese aroma con la marca y eso lleva a que haya un mejor recuerdo”.*

Si esto se combina con una integración sensorial como: música, iluminación y decoración apropiada, la experiencia mejora y se vuelve multisensorial.

Tanto Desértika SPA como The Body Shop han puesto en práctica el *marketing* olfativo. En la primera tienda los usuarios que entran encuentran un aroma fresco, que les permite relajarse, mientras que, en la segunda, los clientes perciben la fragancia al pasar frente a la sucursal y cuando entran viven experiencias sensoriales, como el lavado de manos con jabón exfoliante con agradable aroma.

Estas experiencias hacen que el consumidor compre productos, que probablemente no conocía, o que regresen por una nueva experiencia.

## El aroma debe tener un objetivo

Patricia García puntualizó en que el aroma debe tener un objetivo. Por ejemplo; en un hotel o spa los olores son relajantes y en una tienda de retail se busca que los clientes estén revitalizados, para que tengan ganas de ver los productos y comprar.

*“Aquí utilizamos aromas cítricos, que son muy vigorizantes y revitalizantes, que te hacen sentir muy bien, pero con más vitalidad”.*

En cambio, un negocio de comida debería optar por fragancias como la canela y la vainilla y una oficina por lavanda y jazmín, que ayudan a reducir el estrés y aumentar la productividad de los empleados.

## Beneficios del marketing olfativo

Recurrir al *marketing* olfativo tiene beneficios, pues permite que una marca se posicione en la mente de los consumidores.

Entre los principales beneficios esta mejorar la experiencia del cliente e incrementar las ventas. *“Si los clientes entran en un estado de ánimo, donde se sienten cómodos, probablemente van a permanecer más tiempo y eso puede llevar a que se eleve el nivel de gasto y por ende haya un incremento en las ventas”*, detalló Patricia García.

Otro beneficio es la fidelización de clientes y se un diferenciador con la competencia, porque si la empresa hace que el cliente recuerde la marca y haga esta conexión emocional, *“cuando vaya a comprar un producto similar al tuyo, es más fácil que te recuerde a ti que a la competencia”.*

Finalmente, aumenta la influencia en la percepción del producto. *“Hay estudios que demuestran que con los aromas puedes cambiar la percepción que se tiene de determinada marca, darle mayor nivel y calidad”.*

FUENTE: El Economista

INICIO



## Salud

*Sé que no es un tema llamativo a simple vista pero te prometo que te va a cambiar la vida de la misma forma en la que me la cambió a mí. A partir de que empecé a leer sobre la salud del cuerpo y la salud hormonal, supe que la microbiota tiene un protagonismo importante en el cuerpo humano. Y así fue como empecé a prestarle más atención.*

Se dice que la microbiota es el segundo cerebro del cuerpo humano, y aunque está alojada en el sistema digestivo, es la encargada de regular organismo entero.

La microbiota es el conjunto de microorganismos que habitan en nuestro cuerpo. Estos microorganismos deben estar en equilibrio para cumplir con sus funciones y ayudarnos a tener buena salud.

# LA MICROBIOTA: EL SEGUNDO CEREBRO DEL CUERPO. TE DECIMOS QUÉ ALIMENTOS Y BEBIDAS NATURALES TE AYUDARÁN A CUIDARLA

DE HECHO, LA MICROBIOTA YA ES CONSIDERADA POR LA CIENCIA COMO UN ÓRGANO MÁS DEL CUERPO

Para que te des una idea de lo importante que es la microbiota en nuestro sistema, aquí te dejo algunas de sus funciones, si alguna te cuadra, te recomiendo que leas las recomendaciones que te comparto acá abajo.

### Funciones de la microbiota:

- Protección de bacterias patógenas que pueden provocar enfermedades.
- Mantenimiento de sistema inmune.
- Regulación del metabolismo y balance energético.
- Digestión de alimentos.
- Producción de vitaminas.





## CUANDO EXISTEN DESEQUILIBRIOS DE LA MICROBIOTA O LA MICROBIOTA ESTÁ ALTERADA DEJA DE FUNCIONAR DE LA MISMA MANERA

Los desequilibrios normalmente se deben a los hábitos de vida poco saludables como una dieta inadecuada, el estrés, la falta de actividad física, la exposición a sustancias tóxicas y el consumo de distintos tipos de fármacos como los antibióticos.

Consecuencias de un mal cuidado de la microbiota, no solo se relaciona con síntomas gastrointestinales sino que también pueden ser por consecuencias extraintestinales, por ejemplo:

- Problemas de salud bucal.
- Infecciones del tracto genitourinario, la cistitis o candidiasis.
- Trastornos gastrointestinales que incluyen síntomas como diarrea, estreñimiento, gases, etc.
- Enfermedades metabólicas como la obesidad y la diabetes.
- Alteraciones en el sistema inmunitario.
- Trastornos asociados a los ejes intestino-cerebro, intestino-piel, intestino-pulmón, etc.

**BUENA SALUD DIGESTIVA = MICROBIOTA SANA**

## ¿CÓMO CUIDAR DE TU MICROBIOTA?

### Probióticos

Los probióticos son microorganismos vivos no patógenos que en las cantidades adecuadas refuerzan nuestra salud, tanto a nivel digestivo como inmunitario. Cada tipo de probiótico tiene una propiedad distinta, lo más recomendable es elegir los probióticos con mayor número de cepas probióticas ya que serán de mayor beneficio.

Estas bacterias o levaduras también pueden ser consumidas a través de alimentos, como los lácteos u otros productos fermentados y alimentos fortificados con probióticos y prebióticos.

## ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE TE AYUDARÁN A TENER UNA MICROBIOTA SANA

Los alimentos fermentados como el chucrut, el kimchi, el suero de leche, el yogur natural (sin azúcar), el kefir y la kombucha pueden no ser del agrado de todos, pero son buenos para el intestino.

Son ricos en probióticos y bacterias *lactobacilos* que ayudan a mantener sanas a las bacterias intestinales que dañan nuestros intestinos.

## QUÉ TE RECOMENDAMOS COMER PARA DESARROLLAR TU FLORA INTESTINAL O MICROBIOTA

- Carbohidratos complejos de productos integrales: arroz integral, harinas integrales, pasta integral, avena, papa, camote, quinoa, lentejas, frijoles.
- Una o dos porciones de verduras y frutas mínimo al día, la fruta es el mejor reemplazo del azúcar refinada.
- Grasas y proteínas de alta calidad: aguacate, de semillas de linaza, nueces (de todo tipo), soya, aceite de girasol, aceite de aguacate, aceite de oliva.
- Omega 3 que nos brindan los pescados, el salmón, y los mariscos en general.
- Chucrut fresco (col morada), el kefir o el pasta miso (hecha con semillas de soya o cereales y sal de mar fermentada con el hongo koji).

La mejor manera de nutrir nuestra microbiota intestinal es marcarnos el objetivo de consumir semanalmente 30 alimentos de origen vegetal distintos (incluyendo frutas, verduras, cereales integrales, legumbres, frutos secos y semillas), naturalmente ricos en fibras prebióticas.

FUENTE: Animal Gourmet

INICIO

# ¿Sabes cuántos colaboradores y empresarios hay detrás de este paseo?

ESCANÉAME



vozdelasempresas.org

Las **EMPRESAS** generan  
8 de cada 10 **EMPLEOS.**

Censo Económico 2019, INEGI

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación



INICIO



Coca-Cola



Mifel

Rappi