



Jurídico

INCAPACIDADES DE LOS TRABAJADORES ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

[LEER MÁS](#)



Eventos

FESTIVAL AMOR Y MEZCAL 2025: "PARA CURAR EL MAL DE AMORES" EN CDMX

[LEER MÁS](#)



Tradiciones

¿CONOCE LA HISTORIA DETRÁS DEL DÍA DE SAN VALENTÍN?

[LEER MÁS](#)



Industria

¿QUÉ ESPERAN LOS COMENSALES DE LOS RESTAURANTES EN SAN VALENTÍN?

[LEER MÁS](#)



Industria

TIPS PARA AUMENTAR EL CONSUMO EN LA MESA E INCREMENTAR TU FACTURACIÓN

[LEER MÁS](#)



Gastronomía

CHOCOLATE: ¿UN ALIMENTO AFRODISÍACO O PURO CUENTO MERCADOLÓGICO?

[LEER MÁS](#)



Restaurantes

LA MAGIA DE LAS COCINAS ABIERTAS EN LOS RESTAURANTES

[LEER MÁS](#)



Industria

IEPS EN ALIMENTOS Y BEBIDAS: EL COSTO DE LOS EXCESOS

[LEER MÁS](#)





AMR

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE RESTAURANTES, A.C.
DESDE 1948

ÚNETE
a la
AMR



amr.org.mx

76 AÑOS
Representando a la
industria restaurantera
en México y el mundo

INICIO





Jurídico

La Incapacidad Laboral es un derecho fundamental para los trabajadores que no pueden desempeñar sus funciones debido a enfermedades o accidentes.

INCAPACIDADES DE LOS TRABAJADORES ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

Existen tres tipos de incapacidad laboral.

- **Incapacidad temporal:** El trabajador pierde parcial o totalmente la capacidad para trabajar por un tiempo determinado debido a una enfermedad o lesión.
- **Incapacidad permanente parcial:** Aquí, el trabajador experimenta una pérdida parcial de sus habilidades, lo que dificulta su desempeño laboral.
- **Incapacidad permanente total:** En este caso, el trabajador pierde por completo sus capacidades físicas o mentales, lo que le impide trabajar de manera indefinida.

Las enfermedades que justifican una Incapacidad Laboral, entre otras son:

- **Enfermedades infecciosas y parasitarias.**
- **Cánceres relacionados con el trabajo.**
- **Enfermedades del sistema circulatorio, respiratorio y digestivo.**
- **Trastornos mentales. Enfermedades del sistema osteomuscular, etc.**

Todo trabajador tiene derecho a recibir una indemnización durante el tiempo que dure

su incapacidad, cuyo monto dependerá del tipo de incapacidad:

- **Riesgo de trabajo:** 100% del salario registrado en el IMSS.
- **Enfermedad general:** 60% del salario registrado en el IMSS.
- **Maternidad:** 100% del salario registrado en el IMSS, desde la semana 34 de gestación.

El patrón conforme a lo que dispone la Ley del Seguro Social puede dar de alta a los trabajadores que contrate dentro de los cinco días hábiles siguientes a su contratación, sin embargo, si dentro de esos cinco días el trabajador sufre algún riesgo de trabajo, y su alta es posterior a ese riesgo aun cuando sea dentro de los cinco días, el Instituto Mexicano del Seguro Social otorgará la atención médica, pero fincará los Capitales Constitutivos en contra del Patrón por la atención médica que otorgue, ya que en estos casos no aplica el beneficio de los cinco días. De ello la importancia de dar de alta a los trabajadores el mismo día en que se contraten.

FUENTE: Jurídico AMR

INICIO



Eventos

Llega la quinta edición del Festival Amor y Mezcal, un evento que celebra la gastronomía regional y las tradiciones locales. La oportunidad perfecta para celebrar al amor, sea que ya lo tengas o que estés en la búsqueda. Conoce todos los detalles de este increíble evento.

FESTIVAL AMOR Y MEZCAL 2025: CON MÁS DE 60 DEGUSTACIONES “PARA CURAR EL MAL DE AMORES” EN CDMX

**FESTIVAL AMOR Y MEZCAL 2025:
“PARA AHOGAR LAS PENAS O ENCENDER
LA PASIÓN”**

Nada como el mezcal para calentar el alma. Una idea brillante que une a los amantes del mezcal con los amantes del amor. Esta es una celebración que une presentaciones culturales, artesanías locales y gastronomía regional con el romance.

“Que el mezcal caliente lo que el orgullo enfría”.

Un evento creado para disfrutar del mezcal con increíbles degustaciones y más de 60 expositores. Además, podrás gozar de las presentaciones musicales y teatrales adecuadas para la época.





En un ambiente completamente *pet-friendly* y con entrada gratuita, el Festival Amor y Mezcal de este año tiene sorpresas. Actividades como tarot, elaboración de amuletos, artesanías locales y venta de gastronomía típica te esperan.

Será una gran oportunidad para que los enamorados celebren su amor, los que tienen el corazón roto curen su mal de amores y quienes busquen el amor, lo encuentren.

¿DÓNDE Y CUÁNDO SERÁ EL 5TO FESTIVAL AMOR Y MEZCAL?

Se llevará a cabo los días 22 y 23 de febrero en Huerto Roma Verde, ubicado en Jalapa 234,

Roma Sur, Cuauhtémoc, CDMX. Los horarios del evento serán de 11:00 am a 7:00 pm.

- Recuerda que la entrada será gratuita
- Para más información: [link](#)

“Para encontrar el amor, un sorbito de mezcal. Para avivar la llama del amor, un trago de mezcal. Para curar el mal de amor, una botella de mezcal”.

Lánzate al Festival Amor y Mezcal, una experiencia que enaltece la cultura mexicana a través de la comunidad, sus tradiciones y el amor.

FUENTE: Animal Gourmet

INICIO



Mifel el banco que te paga por ahorrar:

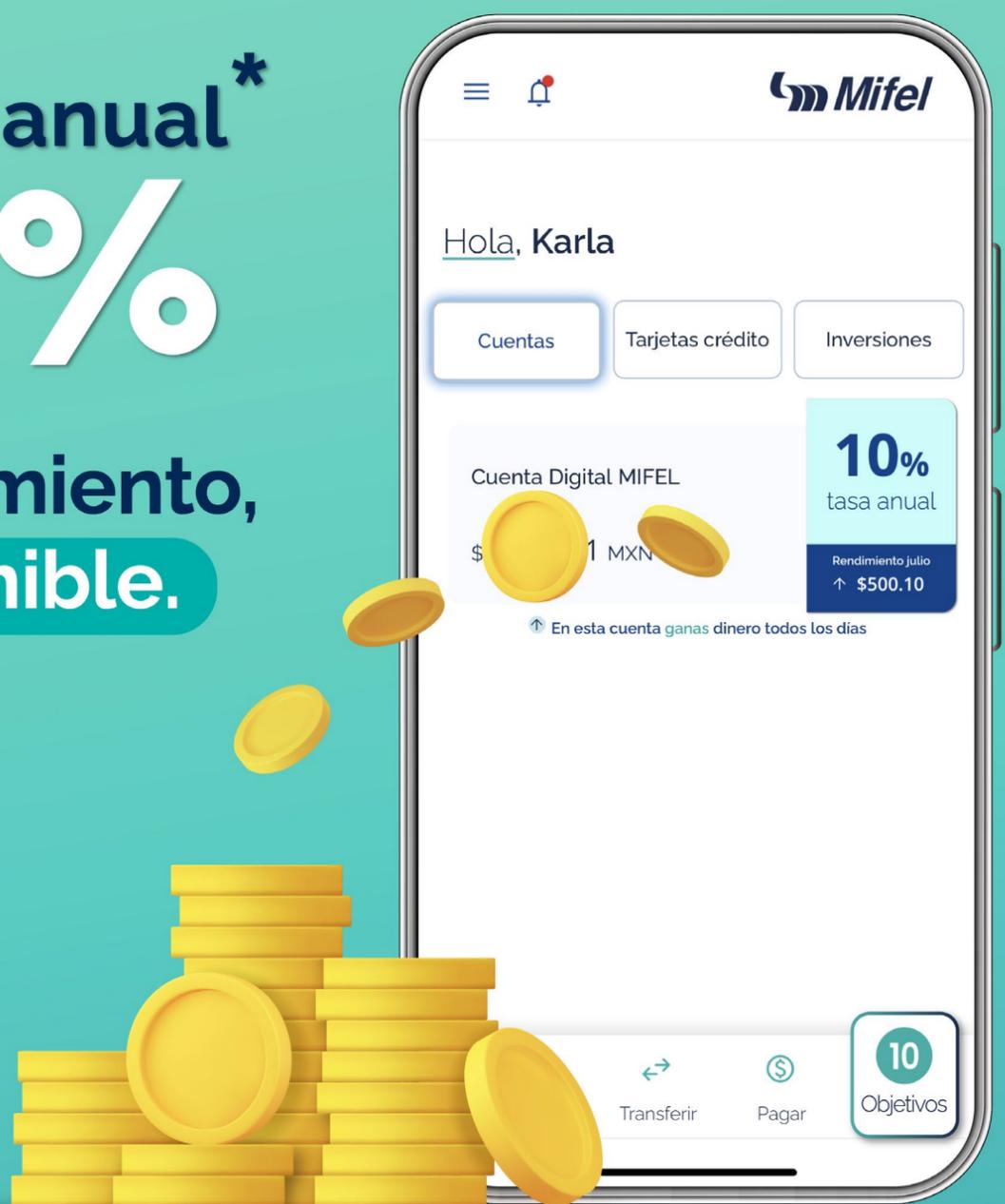
10% anual*

tu dinero y rendimiento,
siempre disponible.

Abre tu cuenta



en solo 5 minutos



GAT para fines informativos y de comparación a partir de \$100 pesos (cien pesos 00/100 m.n.) **GAT nominal de 10.52% anual antes de impuestos. GAT real de 6.51%.** La **GAT real** es el rendimiento que obtendría después de descontar la inflación estimada. *La tasa de interés fija anual bruta es de 10.00%. Consulta **Términos y Condiciones, requisitos de contratación, unidad monetaria, cobertura geográfica, comisiones y folleto informativo** en www.mifel.com.mx. Fecha de cálculo de **GAT Nominal y Real:** 25 de septiembre de 2024, vigentes al 31 de diciembre de 2024. Vigencia de la promoción del 01 de octubre de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024. Producto garantizado por el IPAB hasta por 400 mil UDIS por persona, por banco. Para mayor información consulta la página www.ipab.org.mx. La marca MIFEL es una marca registrada propiedad de GRUPO FINANCIERO MIFEL S.A. DE C.V.

INICIO





Tradiciones

Globos, flores y chocolates... Actualmente, el 14 de febrero, Día de San Valentín, es una fecha para celebrar la importancia del amor en nuestras vidas, tanto de pareja como de amigos. Pero, ¿conoces la historia detrás de esta fecha? Esta vez te llevamos en un recorrido por el origen de esta romántica festividad.

¿CONOCE LA HISTORIA DETRÁS DEL DÍA DE SAN VALENTÍN!

La historia detrás del Día de San Valentín

Aunque es difícil conocer el origen exacto de esta festividad, las teorías más populares sobre la historia del Día de San Valentín se remontan a la antigua Roma, específicamente al siglo III. En esa época, el emperador Claudio II "el Gótico" había prohibido los matrimonios entre los jóvenes, pues aseguraba que los soldados solteros y sin familia eran más valientes y leales en el campo de batalla.

Ante la situación, aparece en los relatos la figura de un sacerdote cristiano llamado Valentín, quien se opuso rotundamente al decreto del emperador Claudio II. No solo se negó, sino que comenzó a casar a parejas jóvenes en secreto, argumentando que el amor era un derecho fundamental y que el matrimonio era una unión sagrada que no debía ser prohibida.





Pronto, el emperador se enteró de los actos realizados por Valentín, ordenando su arresto y ejecución. Confinado en un calabozo, el oficial encargado de su custodia le pidió devolverle la vista a su hija Julia, que había nacido ciega. El sacerdote accedió y en nombre de Dios le devolvió la vista a la joven.

Sin embargo, eso no evitó que Valentín fuera martirizado y decapitado un 14 de febrero del año 269. Después de los hechos, su figura se convirtió en un símbolo de amor y rebeldía. Fue en el año 494 cuando el papa Gelasio declaró el 14 de febrero como el Día de San Valentín.

Celebrar el amor y la amistad

Con el paso de los años, esta fecha se convirtió en una festividad popular en la que las personas

expresan su amor y cariño a través de regalos, cartas, poemas, flores y cualquier detalle que funcione como símbolo de amor, tanto en relaciones de pareja como de amistad. Por ejemplo, ¿sabías que alrededor de 145 millones de tarjetas se comparten cada Día de San Valentín?

Se trata además de una festividad que, con el paso de los años, ha ganado relevancia a nivel mundial. No solo se celebra en Occidente, también en países como Japón, Corea del Sur y China el Día de San Valentín tiene una gran importancia y se celebra de manera especial.

Ahora que conoces la historia del Día de San Valentín, no olvides expresar tus sentimientos y hacer sentir especiales a las personas que tanto quieres. *Love is in the air!*

FUENTE: Food and Travel México

INICIO



Aunque el 14 de febrero es un día de alta rentabilidad para la industria, también representa grandes retos. Desde reservaciones fantasma hasta largas esperas y servicio colapsado, la experiencia de los comensales dista mucho de la perfección.

El 14 de febrero es una de las fechas más esperadas por las parejas, pero también una de las más complicadas para quienes deciden celebrar en restaurantes. La alta demanda provoca largas esperas, atención deficiente y platillos que no cumplen con las expectativas. Tanto así, que hay quien dice que es una de las peores fechas para salir a comer o cenar y un número creciente prefiere evitar el caos y optar por una cena especial en casa.

Según datos de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), las reservaciones en esta fecha aumentan hasta un 30%, lo que pone a prueba la capacidad operativa de los establecimientos. Ante este panorama, surge una pregunta clave: ¿Cómo pueden los restaurantes mejorar esta fecha y qué opciones tienen los clientes para evitar contratiempos?

Industria

¿QUÉ ESPERAN LOS COMENSALES DE LOS RESTAURANTES EN SAN VALENTÍN?, UNA FECHA “ESPECIAL”, PERO CAÓTICA

Reservaciones fantasma: un golpe para la industria

Cristina Martínez, de 32 años, reservó con dos semanas de anticipación en un reconocido restaurante italiano de la Ciudad de México. “Cuando llegamos, nos hicieron esperar 40 minutos porque no habían respetado nuestro horario. Lo peor fue que vimos algunas mesas vacías, pero nos dijeron que estaban reservadas. Finalmente, nos dieron una mesa, pero, la verdad, ya habíamos perdido el humor”, comenta.

El fenómeno de las “reservaciones fantasma” es recurrente en San Valentín: muchos clientes apartan mesas en varios lugares y al final solo asisten a uno, dejando vacantes que otros pudieron haber aprovechado. Esto provoca que los restaurantes sobrevendan sus espacios, generando largas filas y afectando la experiencia de los comensales. Para los restauranteros, la falta de asistencia representa pérdidas económicas y desorganización operativa. Algunos establecimientos han implementado depósitos previos para garantizar que las reservaciones sean efectivas.





Expectativas vs. realidad: la experiencia se diluye

Luis Fernández, de 28 años, y su novia Sofía eligieron un restaurante con un menú especial de cuatro tiempos. “El problema fue que el servicio estaba tan saturado que los tiempos entre platillos eran eternos. Esperamos casi una hora entre la entrada y el plato fuerte. Cuando llegó, no estaba tan rico. Nos sentimos decepcionados porque no era lo que habíamos imaginado para un día especial”, relata.

La saturación en los restaurantes afecta la calidad del servicio y de los alimentos. Además, los menús especiales suelen ser más pesados de lo habitual, lo que puede resultar en una cena poco placentera. “La otra situación fue que después de la cena, terminamos ‘tan llenos’ que preferimos irnos cada quien a su casa en lugar de seguir con nuestro plan”, menciona Luis. Poniendo en evidencia la importancia de diseñar opciones gastronómicas equilibradas que permitan a los clientes disfrutar plenamente la velada.

Lleno total: cuando el romance se vuelve ruido

Para Marta Gutiérrez, de 35 años, y su esposo, la cena de San Valentín terminó lejos de la experiencia íntima que esperaban. “El restaurante estaba tan lleno que apenas podíamos platicar a

gusto. La música estaba alta y el personal no se daba abasto. Pedimos un vino y tardó 25 minutos en llegar. Parecía más una feria que una cena romántica”, describe.

La sobresaturación de los espacios resta exclusividad y comodidad. La búsqueda de maximizar la capacidad muchas veces impacta negativamente en la experiencia de los clientes. Muchos desearían que los restaurantes redujeran el número de mesas para brindar una experiencia más placentera y acorde a la ocasión.

Alternativas para un San Valentín sin contratiempos

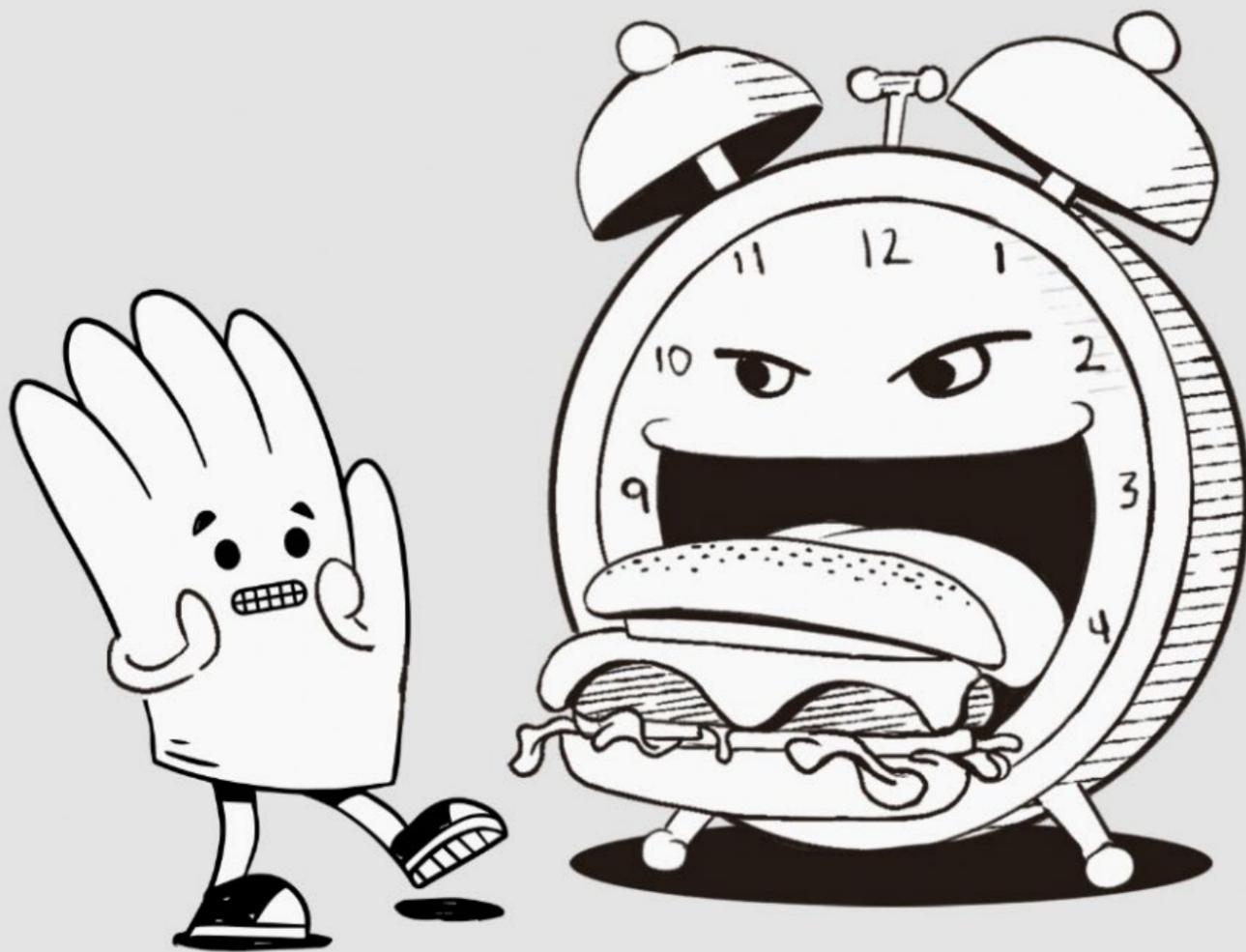
Ante estos desafíos, se sugieren algunas estrategias para disfrutar del 14 de febrero sin contratiempos. Optar por horarios menos concurridos, reservar con anticipación en lugares con buena reputación en servicio o elegir una fecha distinta para celebrar el amor son opciones recomendadas. Asimismo, algunos restaurantes han comenzado a ofrecer experiencias privadas, cenas en casa con chefs o paquetes gastronómicos para llevar.

San Valentín puede ser una gran oportunidad para los restaurantes de demostrar su capacidad organizativa y ofrecer experiencias memorables. Sin embargo, el reto es equilibrar la demanda con un servicio de calidad para evitar que una noche especial termine en desilusión.

FUENTE: Bistronomie · El Economista

INICIO

Que el tiempo no se coma tu comida.



PACTO *por la* COMIDA
JUNTOS VS. LA PÉRDIDA
Y EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS
enmexicolacomidanosetira.org



INICIO





Industria

Todo empieza con un tequila reposado

Es viernes por la noche en un restaurante en Polanco. Un grupo de amigos llega, se instala en una mesa amplia y, sin dudar, ordena una botella de tequila reposado para compartir. Para un mesero promedio, esto es solo una orden. Para un restaurante que domina el arte del servicio y la rentabilidad, es una oportunidad.

“Si pidieron tequila, quieren disfrutar la noche”, piensa el capitán de meseros. ¿Están celebrando algo? ¿Es una cena de negocios? ¿O simplemente buscan una experiencia gastronómica completa? Las respuestas a estas preguntas pueden hacer la diferencia entre una cuenta estándar y una experiencia que el cliente recordará... con un ticket promedio más alto.

toteat

TIPS PARA AUMENTAR EL CONSUMO EN LA MESA E INCREMENTAR TU FACTURACIÓN

El arte de vender sin vender

Aumentar el consumo en la mesa no se trata de presionar al cliente ni de sugerir platillos al azar. Se trata de entender el comportamiento del comensal y ofrecerle exactamente lo que quiere antes de que lo pida.

Según la **National Restaurant Association**, los clientes están dispuestos a gastar hasta un **30% más** cuando reciben sugerencias bien ejecutadas. Y no se trata solo de platos caros, sino de cómo se presentan.

- **Cuando piden tequila o mezcal:** Unas tostadas de atún o un aguachile pueden ser la recomendación perfecta. Algo ligero, que complemente la bebida y alargue la experiencia.
- **Cuando preguntan por el corte de carne más popular:** No se responde solo con el nombre. Se acompaña con una historia: “Nuestra arrachera premium se marina con una receta especial de la casa y se acompaña con nopales asados y tortillas recién hechas. ¿Quiere probarlo con nuestras salsas artesanales?”
- **Cuando llega el postre:** El café de olla o un digestivo como un carajillo son el cierre ideal. Son detalles que el cliente no planeaba pedir, pero que con la historia correcta se vuelven irresistibles.





¿Cómo debe estar estructurado tu menú para favorecer estas estrategias?

No basta con que los meseros sugieran productos; el menú en sí debe estar diseñado estratégicamente para guiar las decisiones de compra del cliente.

- **Ubicación estratégica de los platos:** Los productos más rentables deben aparecer en las primeras posiciones de cada categoría. Estudios han demostrado que el 60% de los clientes elige entre los tres primeros platillos de cada sección.
- **Platos ancla:** Incluir un platillo de precio elevado en la parte superior genera un "efecto ancla", haciendo que los demás platos parezcan más accesibles, lo que incentiva un ticket promedio más alto.
- **Combinaciones inteligentes:** Crear secciones en el menú que incluyan sugerencias de maridaje o combinaciones recomendadas puede aumentar el consumo sin esfuerzo. Por ejemplo, si un cliente elige una birria tatemada, el menú puede sugerir automáticamente un pulque o una cerveza artesanal.
- **Descripción detallada y evocadora:** En lugar de "Tacos de barbacoa", es más efectivo "Tacos de barbacoa de res cocida a fuego lento, envueltos

en tortillas de maíz hechas a mano y servidos con su consomé".

La mejor manera de optimizar esta estrategia es asegurarse de que cada decisión esté basada en datos y no en suposiciones.

Un sistema como **Toteat** permite analizar qué platillos tienen mejor desempeño, cuáles se venden más en ciertas temporadas y qué combinaciones generan mayor rentabilidad.

Por ejemplo, si los clientes que piden tequila suelen elegir entradas ligeras, puedes ajustar el menú y capacitar a tu equipo para potenciar esas ventas. Con las herramientas de **reportes y control de inventario de Toteat**, identificas qué maridajes impulsan el consumo y aseguras su disponibilidad en los momentos clave.

El cliente no quiere sentirse forzado a gastar más dinero. Pero sí quiere vivir una experiencia completa, bien atendida y con sugerencias que realmente sumen a su visita. Los mejores restaurantes lo han entendido: vender mejor no es insistir, es **estructurar cada detalle -desde el menú hasta el servicio-** para incentivar el consumo de forma natural.

[Hablemos y descubre cómo podemos ayudarte a ser un restaurante que toma sus decisiones basadas en datos y aumentar el ticket promedio](#)

FUENTE: Toteat

INICIO





Gastronomía

El chocolate es considerado por muchos como un afrodisíaco. Año tras año, especialmente en estas fechas de Día de San Valentín, nos inunda información sobre los alimentos que debemos comer si queremos potenciar el deseo y la pasión. Alimentos como el chocolate te aseguran el éxito en el acto sexual. Pero ¿esto es real o tan solo una estrategia de venta?

CHOCOLATE: ¿UN ALIMENTO AFRODISÍACO O PURO CUENTO MERCADOLÓGICO?

CHOCOLATE COMO COMIDA AFRODISÍACA: ¿CIENCIA, MITO O UN SIMPLE PLACEBO?

Desde tiempos inmemoriales, seguramente desde que existe la humanidad, se ha buscado atribuirle a los alimentos ciertos poderes. Sea para curar una enfermedad, adquirir una habilidad o simplemente para la buena suerte.

Habrán algunos alimentos que sí cumplen con esos propósitos, pero otros son solo un embuste. A muchos productos se les han atribuido propiedades estimulantes, las cuales te “aseguran” producen cambios en el cuerpo.

Alimentos como el chocolate que son capaces de “estimular el deseo” y que tienen “poderes afrodisíacos”. Según la creencia popular, el chocolate te permite tener el vigor para una intensa vida sexual. Pero ¿qué dice la ciencia? ¿será una realidad o simplemente un mito?

Trataremos de desenmascarar si realmente el chocolate impacta en la libido o funcionan solo como un sencillo placebo.





¿QUÉ DICE LA CIENCIA, EL CHOCOLATE ES UN ALIMENTO AFRODISÍACO?

De acuerdo con la bióloga investigadora de la UNAM, María Emilia Bayer, el chocolate como un alimento afrodisíaco es solo un mito.

La experta, ha realizado varias investigaciones relacionadas con el cacao y mencionó a la Fundación UNAM que realmente la cuestión del chocolate como un afrodisíaco es un tema mercadológico.

Por otro lado, un estudio realizado en Italia en el año 2006 analizó el efecto del chocolate en mujeres. Se buscaba identificar si el Índice de Función Sexual Femenina se modifica con el consumo de chocolate, no se encontró cambio alguno.

Esto refuerza la idea de que el chocolate no es un alimento afrodisíaco, sino una especie de placebo creado para tener mayores ventas, especialmente en fechas como el Día de San Valentín.

A pesar de que el chocolate tiene dos compuestos químicos considerados como “afrodisíacos”, (triptófano y feniletilamina), su porcentaje es mínimo y no produce un aumento del deseo sexual.

Ambos compuestos están relacionados con la liberación de serotonina y con la sensación de bienestar. Lo que sí hace el chocolate es que estimula el sistema nervioso central y con ello los músculos cardíacos. Esto implica que el cuerpo se encuentre en un estado de alerta, aumenta el ritmo cardíaco y mejora la circulación sanguínea.

El mismo efecto que tiene la capsaicina (compuesto primordial en el chile), la cafeína y algunas especias como la canela y jengibre. Todos estos elementos son considerados como productos “afrodisíacos”.

Así que este San Valentín, comer chocolates es un acto simbólico y no físico. Comer chocolates como un estimulante sexual es falso y rompe el mito romántico de este productos, pues no despierta la pasión, a lo mucho puede influir en tu ánimo.

FUENTE: Animal Gourmet

INICIO



SINCE 1804

SALSA TIPO INGLESA

Ingredientes naturales

Espicias naturales

Soya natural

Anchoas

Azúcar (No High Fructose Syrup)

Extracto natural de tamarindo



EXPERTOS FOOD SERVICE

@HerdezFS

@herdezfoodserviceoficial

@herdezfoodservice

Herdez Food Service

Herdez Food Service

Escribenos al 56-1724-1151

herdezfoodservice.com.mx

Llama al 01 (800) 2289 HFS (437)



INICIO





Restaurantes

Las cocinas abiertas representan un nuevo tipo de experiencia gastronómica, donde la interacción y el espectáculo son protagonistas.

Antes de la popularización de las cocinas abiertas, la cocina de los restaurantes era un lugar oculto, casi místico, reservado para los chefs y sus equipos. Era el “backstage” del restaurante, donde las recetas cobraban vida lejos de los ojos del cliente. Las cocinas abiertas, al contrario, rompen esa separación y permiten que el comensal no sólo vea lo que sucede, sino que se convierta en un espectador de la creación de su comida.

LA MAGIA DE LAS COCINAS ABIERTAS EN LOS RESTAURANTES

El concepto básico es sencillo: una pared o barrera física entre la cocina y el comedor es eliminada o sustituida por una estructura transparente, ya sea un ventanal, una barra o incluso un espacio sin paredes. Este diseño permite que los comensales puedan observar el proceso de preparación de los platos mientras disfrutan de su comida. Pero esta transparencia no es solo un tema visual; también implica una mayor confianza entre el chef y el cliente.

Lo que muchos consideran uno de los mayores atractivos de las cocinas abiertas es el espectáculo en sí mismo. La agilidad del chef, el ritmo de los cocineros en acción, el sonido de las ollas y sartenes, la sinfonía de colores y texturas; todo esto forma parte de una experiencia sensorial que va más allá del sabor.

“Las cocinas abiertas permiten que la gente no solo disfrute de la comida, sino que también pueda ver cómo se crea”, comenta Andrés, chef ejecutivo de un restaurante de alta cocina en Barcelona. “Es como un pequeño teatro, donde el ingrediente, el sabor y la técnica se presentan en una coreografía”.





El impacto en la relación chef-comensal

Una de las mayores revoluciones que han traído las cocinas abiertas es la relación entre el chef y el comensal. La cocina deja de ser un lugar oculto, lleno de secretos, para convertirse en un espacio de comunicación directa. En este entorno, el chef no sólo prepara un platillo; también es un narrador, un guía que acompaña al comensal en su viaje culinario.

Los comensales, por su parte, se sienten más conectados con la experiencia. Observar la dedicación de los cocineros y la precisión de cada movimiento, ver cómo se manejan los ingredientes frescos, cómo se elaboran las salsas o se hace un flambeado, crea una sensación de proximidad, casi como si estuvieran participando de alguna manera en la creación de su comida.

La cocina abierta y la transparencia

La apertura de la cocina también es una declaración de confianza por parte de los

restaurantes. Al eliminar las barreras físicas, los chefs y el restaurante están mostrando transparencia, invitando a los comensales a ver el proceso que hay detrás de cada plato. Esto genera un ambiente de mayor confianza, donde el cliente sabe exactamente lo que está comiendo, cómo se elabora y qué estándares de calidad se están siguiendo.

En un mundo cada vez más consciente de la procedencia de los alimentos, las cocinas abiertas también permiten que los restaurantes demuestren el uso de ingredientes frescos y de calidad. Ver cómo los chefs manipulan productos orgánicos, cómo se manejan los utensilios con cuidado y precisión, le da al comensal una sensación de seguridad y de respeto por la comida que consume.

Fuentes:

Claudia Rodríguez, chef ejecutiva de Cielo Abierto | Escuela de Hostelería de Barcelona, estudio sobre tendencias en restauración (2023) | Informe de The Restaurant Institute (2024).

FUENTE: Food & Wine en Español

INICIO



Industria

IEPS EN ALIMENTOS Y BEBIDAS: EL COSTO DE LOS EXCESOS

El IEPS grava alimentos y bebidas para reducir su consumo, pero su impacto es debatido.

En México, los impuestos no solo afectan el bolsillo de los consumidores, también sus hábitos de consumo. Uno de los más polémicos es el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), un gravamen que busca regular el consumo de ciertos productos considerados dañinos para la salud. En el sector de alimentos y bebidas, este impuesto ha generado debates sobre su impacto en la industria y la economía de los hogares.

El origen del IEPS en alimentos y bebidas

El IEPS fue creado en 1980, originalmente enfocado en productos como el alcohol, el tabaco y los combustibles. Sin embargo, con el paso del tiempo, el gobierno mexicano lo ha expandido a productos de consumo diario, especialmente aquellos con altos contenidos de azúcar, sodio y calorías, con el argumento de desincentivar su consumo y reducir problemas de salud pública, como la obesidad y la diabetes.

En 2014, la reforma fiscal incluyó el IEPS a bebidas azucaradas y alimentos no básicos con alta densidad calórica, como parte de una estrategia para combatir el sobrepeso en México, un país que ocupa los primeros lugares en obesidad a nivel mundial.





Los alimentos y bebidas que pagan IEPS

De acuerdo con la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, los siguientes alimentos y bebidas están gravados con este impuesto:

Bebidas azucaradas: Se aplica una cuota de 1.64 pesos por litro a cualquier bebida no alcohólica que contenga azúcares añadidos. Esto incluye refrescos, jugos industrializados, aguas saborizadas y concentrados en polvo o jarabe.

Bebidas alcohólicas y cerveza: Se gravan con tasas que van desde el 30% hasta el 53%, dependiendo de su contenido de alcohol.

Bebidas energéticas: Cuentan con un impuesto del 25% si contienen cafeína y otros estimulantes.

Alimentos no básicos con alta densidad calórica: Si tienen 275 kilocalorías o más por cada 100 gramos, pagan un 8% de IEPS. En esta categoría entran:

- Botanas y frituras
- Productos de confitería (caramelos, malvaviscos, gomitas, etc.)
- Chocolate y derivados del cacao
- Flanes y pudines
- Dulces de frutas y hortalizas

- Cremas de cacahuete y avellana
- Helados, nieves y paletas

El objetivo del impuesto es desincentivar el consumo de estos productos y generar ingresos para programas de salud. Sin embargo, algunos estudios han señalado que los ingresos recaudados no siempre se han destinado a combatir la obesidad, lo que ha generado críticas sobre la efectividad de la medida.

¿Funciona el IEPS?

El impacto del IEPS en los hábitos de consumo es un tema de debate. Por un lado, hay evidencia de que el impuesto ha reducido la compra de refrescos en ciertos sectores de la población. Sin embargo, críticos argumentan que el impuesto afecta más a los sectores de bajos ingresos y que muchos consumidores simplemente absorben el costo sin cambiar su dieta.

A una década de su implementación en alimentos y bebidas, el IEPS sigue siendo un tema de controversia. Mientras el gobierno defiende su efectividad como herramienta de salud pública, la industria alimentaria y algunos consumidores lo consideran un golpe al bolsillo sin un beneficio real.

FUENTE: Bistronomie · El Economista

INICIO

SARGENTO®

CREEMOS EN EL PODER
DE LO NATURAL



INICIO

