

Food SERVICE



56,670,327 visitas

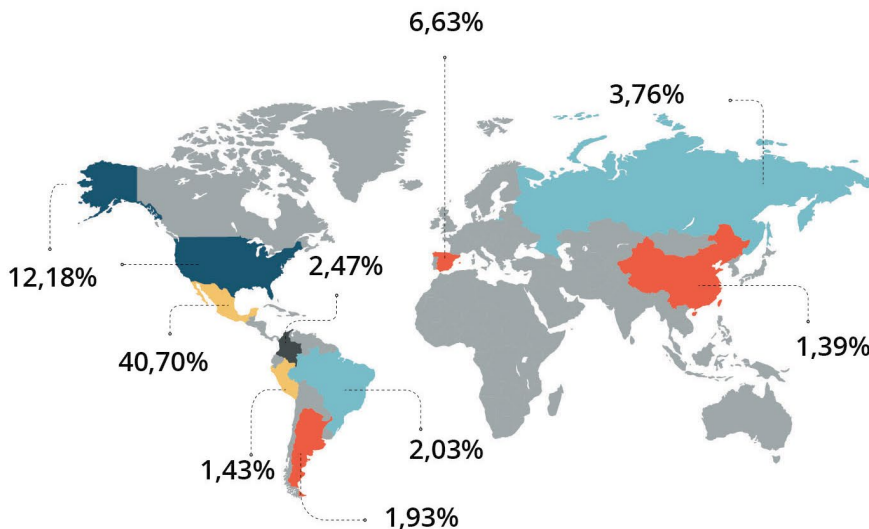
foodserviceyequipo.com

12,356,780

son las página
vistas en
foodserviceyequipo.com

9,323,224

Usuarios



Países donde
nos visitan



1,780
aperturas

www.facebook.com/Foodservicemex

23,750
Me gusta



2,578,900
lecturas

2,598,670
Impresiones

Foodservicemex



@FoodserviceMex

42,000
seguidores



@foodservicemex

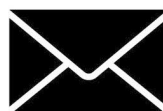


@foodservicemex



FoodserviceMex

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



11,890,800
emails enviados

+200,000

contactos



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

Coordinadora de Distribución
Sandra Martínez
distribucion@grupomeditosiq.com

Producción Foodservice TV
Mauricio Castro
mauricio@grupomeditosiq.com

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



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

FOODSERVICE Y EQUIPO. Revista, Junio 2023. Editada por Grupo Medios IQ, S.A. de C.V., con domicilio en Calle Edzna No. 164, Col. Leján 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.

LA EVOLUCIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL MUNDO ACTUAL

La gastronomía siempre ha estado estrechamente ligada a la cultura de cada región. Evidencia de esto la vemos en cómo se ha ido adaptando la elaboración culinaria a los productos y la forma de cocinar de cada lugar. La manera en la que se tratan los alimentos, su combinación y su identidad es cada vez un tema con mayor peso.

Se ha evidenciado un mayor crecimiento e interés en especializarse en las diferentes ramas de la gastronomía.

Los cambios que ha experimentado la gastronomía en las décadas recientes radican en gran medida en pilares como la innovación, la investigación, la formación, la creatividad y la sostenibilidad. Partiendo de estos aspectos, es posible crear una idea acerca de la dirección que actualmente definen las tendencias en el sector.

La necesidad de innovar ha sido fuente de inspiración para el surgimiento de nuevas prácticas dentro de la gastronomía. La exploración de otras culturas; la fusión de la cocina, han generado un abanico de alternativas que generan el escenario ideal para obtener resultados increíbles y avances en el ámbito culinario. Generalmente, la innovación suele estar asociada a la creatividad, pero también se requiere de una exhaustiva preparación.

El resultado que se ha obtenido en los últimos años es una versión de la gastronomía más completa en la que los profesionales están preparados no solo en el conocimiento de los alimentos, la cultura y los aspectos sostenibles, sino que, pueden ser capaces de asumir retos más desafiantes desde la perspectiva de negocios actuales.

Los diferentes procesos de la gastronomía han ido evolucionando hasta nuestros días, entre ellas, las técnicas de conservación, métodos de cocción o la vinificación. Se puede afirmar que la era moderna es protagonista con respecto a la revolución gastronómica, ya que la sistematización de la información y la creación de metodologías de enseñanza crean un modelo de aprendizaje mucho más homogéneo y eficiente, adaptado a las necesidades de la sociedad actual.

En nuestro tiempo, es posible profundizar en áreas de la gastronomía sostenible, la aceleración de negocios de este sector, dirección e innovación en alta cocina o acceder a formaciones especializadas en organización de eventos gastronómicos.

No cabe duda de que uno de los factores esenciales de la cocina contemporánea se encuentra en la sustentabilidad, con tendencias en alimentación saludable a través de prácticas creativas y modernas como el food upcycling, de ahí la relevancia de adquirir conocimientos de la mano de otros chefs profesionalizados en diferentes áreas y productos de la cocina.

¡Hasta la próxima edición!

KORINA PONS

DELICIAS PARA ATAVIAR LA MESA, UN DETALLE OR UNA SORPRESA DELICIOSA. DISTRIBUIDOR DE CHARCUTERÍA POR EXCELENCIA, QUE OFRECE ETIQUETAS NACION

Atención especializada: restaurantes, hoteles, comedores industriales, hospitales, cafeterías y bares.

Charcutería La Suiza: es el distribuidor de productos gourmet y delicatessen por excelencia, que ofrece etiquetas nacionales e importadas.

Todo el año productos: bacalao, salmón, pato, angulas, caviar, jamón serrano e ibérico, pavos naturales y ahumados.

Asesores gourmet, que pueden sugerir maridajes con vino, jamones, carnes frías, quesos y productos Premium.

Canastas de productos gourmet que se arman al gusto personal. También contamos con varias propuestas de la casa como la Ejecutiva o la Presidencial.

Cortes de carne: cortes importados y nacionales con Certified Angus Beef, Wagyu Rib eye, Rack francés de Cordero, Cowboy, etc.



Pedidos / Servicios al cliente



55 4481 0426

www.charcuterialasuiza.com

ORIGINAL Y ELEGANTE,
GOURMET Y DELICATESSEN
NACIONALES E IMPORTADAS.



Zona I Sección I Nave I. Bodega G-39
Central de Abasto. Alcaldía Iztapalapa
C.P. 09040 Ciudad de México

55 5694 0809 / 55 5600 7583
servicioalcliente@charcuterialasuiza.com

 @charcuteria.lasuiza

 Charcutería La Suiza

 @charcutlasuiza

 charcuterialasuiza

6

ZONA VIP

EL HELADO MÁS CARO DEL MUNDO

14

MKT GASTRONÓMICO

3 ESTRATEGIAS PARA CONVERTIR
TU RESTAURANTE EN UN IMÁN DE CLIENTES

22

PERSPECTIVA

¿QUÉ ES UN BARMAN?,
¿CUÁLES SON SUS FUNCIONES?
GUÍA COMPLETA



34

CONCEPTOS

■ YA ESTÁN A LA VENTA LAS ENTRADAS
■ PARA EL PRIMER RESTAURANTE
CONVERTIDO EN MUSEO EN EL QUE,
POR EL MOMENTO, NO SE SIRVE NADA
DE COMER

48

WINE SPIRIT SERVICE

■ ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA
■ ENTRE EL VINO BLANCO, TINTO
Y ROSADO?

56

EQUIPO / ELEMENTALES

■ CONSEJOS PARA ESCOGER EL UNIFORME
■ DE TUS EMPLEADOS

EL HELADO MÁS C TIENE UN PRECIO DE MÁS DE S



CARO DEL MUNDO

\$6,000 DÓLARES POR PORCIÓN

Zona VIP



El helado más caro del mundo cuesta \$6,696 dólares por porción; su ingrediente más elevado en precio es la trufa blanca cultivada en Italia

El helado Byakuya es el más caro del mundo y se valora en \$6,696 dólares por porción; se trata de una creación de la compañía japonesa Cellato que ya forma parte del Récord Guinness por su costo.



Este helado especial está creado con ingredientes fuera de lo común como pan de oro, trufa blanca fantasma italiana cultivada en Alba, Italia, con un precio de 2 millones de yenes japoneses (casi £12,000; \$15,192) por kilogramo, queso Parmigiano Reggiano y salsa japonesa de sake.

Cada empaque coleccionable viene con aceite de trufa y una cuchara especial de metal hecha a mano por los artesanos de Takeuchi en Fushimi, Kioto. Tiene una base de queso, láas de sake con trufa, otra capa queso, otra de trufa y finalmente trozos de pan de oro.



El helado Byakuya debe servirse con el aceite de trufa blanca que viene en el empaque proporcionado por Cellato y mezclarse hasta que esté "ligeramente suave", según la web oficial del propio Cellato.

HERSHEY'S
FOODSERVICE

ATRÉVETE

y dale el toque Hershey



Descubre más sobre
nuestro portafolio

VISITA [HERSHEYLAND.MX/GROCERY/REPOSTERIA-PROFESIONALES](https://www.hersheyland.mx/grocery/reposteria-profesionales)

COME BIEN



El Byakuya o “caballero blanco” contiene 130 mililitros de excéntrico helado que además incluye leche, azúcar, yema de huevo, arroz y malta de arroz, trufa negra, alcohol elaborado, anacardos y productos lácteos no especificados.



Por porción el Byakuya cuesta 873,400 yenes japoneses (5469 libras esterlinas; 6696 dólares estadounidenses) precio que le valió el título de Guinness World Record.



LA DEGUSTACIÓN DEL HELADO MÁS CARO DEL MUNDO

El personal de la empresa Cellato que degustó el postre especial calificaron como robusta la fragancia de la trufa blanca que se complementa con la complejidad del afrutado de Parmigiano Reggiano (queso parmesano) junto con las levaduras o lías de sake.

El representante de Cellato dijo que les tomó más de un año y medio desarrollar el helado “con muchas pruebas y errores para obtener el sabor correcto. Lograr un título de Guinness World Records hizo que el esfuerzo valiera la pena”.



Uno de los objetivos de crear este helado era fusionar los ingredientes europeos como las trufas y los ingredientes japoneses como las lías de sake señaló la página web de Guinness World Records.

Para hacer realidad este proyecto la empresa de helados contrató Tadayoshi Yamada, el jefe de cocina de un restaurante en Osaka llamado RiVi, popular en el medio por su cocina de fusión.

Recomiendan calentar en el microondas o aguardar hasta que el helado alcance la temperatura ambiente en caso de que el cliente no logre colocar su cuchara dentro del helado. La empresa informó que el helado congelado se podrá enviar a través de un vuelo de servicios de entrega (Yamato Transport) hasta la puerta.

El Récord Mundial del helado más caro era de Golden Opulence Sundae del restaurante Seredipity3 en nueva York con un costo de \$1,000. Este helado incluía helado de vainilla tahitiana, caviar y una orquídea ornamental hecha completamente de azúcar y pan de oro comestible de 23 quilates. ❸

PAPAS FRITAS DE CALIDAD SUPERIOR

LAS PAPAS RUSSET DE ESTADOS UNIDOS DAN ORIGEN A LA MEJOR PAPA FRITA

Las papas fritas de Estados Unidos tienen la calidad que los consumidores quieren, generando mayores ventas y más utilidades. Los procesadores de papas fritas de Estados Unidos producen alrededor de 5.3 millones de toneladas métricas de papas congeladas al año. Ofrecen una amplia variedad de productos de especialidad de papa congelada, por lo que puedes encontrar el producto exacto para tus clientes.

CORTES DE ESPECIALIDAD

Con tantas opciones, las papas de Estados Unidos sólo son la chispa que necesitas para crear un menú que se les antoje a todos los consumidores. Las diferentes formas, tamaños y texturas van perfecto con las salsas y dips de moda; además el delicioso sabor de los productos de **papa de Estados Unidos** se adapta a cualquier tipo de gastronomía, menú y horario de comida.



Gajos de papa / frozen wedges



Hash brown



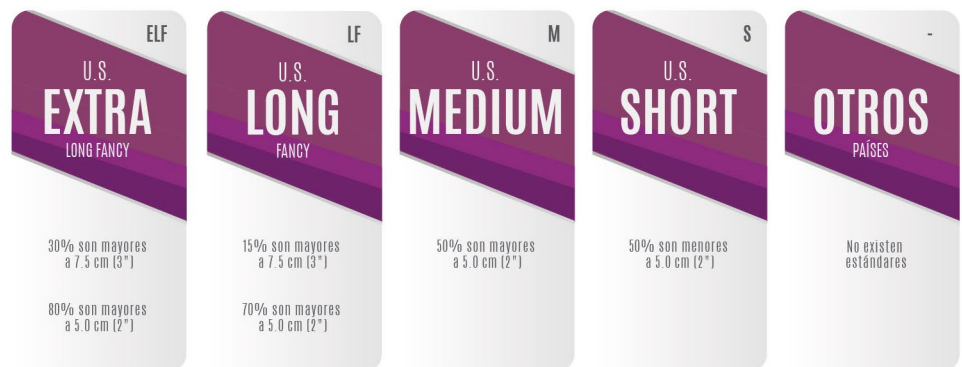
Papas espirales / loop / curly fries



Papas fritas congeladas de corte recto / frozen straightcut fries

ESTÁNDARES DE CLASIFICACIÓN DEL USDA

Estados Unidos es el único país en el mundo que tiene especificaciones gubernamentales obligatorias para la calidad y longitud de las papas congeladas. El Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) certifica que las empresas procesadoras cumplan con los grados y estándares especificados.



Papas reja / lattice / basket-weave cuts



Papas con forma de serpiente / crinkle-cut fries

APOYO POR PARTE DE POTATOES USA

Apoyo educativo y de mercadotecnia que enriquece tus ventas. Ningún otro país ofrece los invaluable servicios que Estados Unidos comparte con sus compradores de papas congeladas.

»Entrenamiento:

Tener personal bien capacitado es crucial para conservar la calidad de las papas congeladas y reducir las mermas. **Potatoes USA** ofrece entrenamiento para su personal, enviando a sus ingenieros a los establecimientos para que evalúen y entrenen a sus empleados, en temas como manejo adecuado, almacenamiento y procedimientos de freído para **papas congeladas de Estados Unidos**.

»Seminarios: Potatoes

USA imparte una variedad de seminarios para ayudar a los importadores, distribuidores, restaurantes y otros a maximizar su inversión en **papas congeladas de Estados Unidos**.

»Materiales

educativos y promocionales: De manera continua **Potatoes USA** crea nuevos materiales educativos y de promoción para incrementar y potencializar las ventas.



TikTok

@FOODSERVICEMEX

PAPAS GAJO CON ARRACHERA, PICO DE GALLO Y QUESO (TIPO NACHOS)

Ingredientes

3 tazas de papa gajo
250 gr de arrachera
3 jitomates picados
¼ cebolla picada
1 limón, su jugo
1 chile serrano
4 cucharadas de cilantro picado
1 aguacate en cubos
Sal y pimienta al gusto

Aderezo de queso cheddar

1 taza de crema
1 taza de leche
1 ½ taza de queso cheddar rallado
1 cucharadita de maicena

Procedimiento

En una cacerola fríe las papas gajo en aceite suficiente hasta que estén crujientes, pasar a un papel absorbente y salpimienta, reserva.

Asa la arrachera, salpimienta al gusto y retira en el término deseado y corta en cubos.

Para el pico de gallo mezcla jitomate, cebolla, chile, cilantro, aguacate, jugo de limón y salpimienta al gusto.

Para el aderezo de queso cheddar, mezcla en una cacerola todos los ingredientes en frío y cocina a fuego bajo hasta que derrita el queso y tenga una consistencia suave, reserva.

Sirve las papas en un platón, agrega pico de gallo, arrachera en cubos y termina con el aderezo de queso cheddar.



Tiempo de preparación
40 minutos



Dificultad
Baja



Rinde
4 porciones

Para obtener mayor información de como agregar papas de Estados Unidos a su menú comuníquese con Potatoes USA México.
Grupo PM • Tel: 777 3167370
grupopm@grupopm.com • <http://www.potatoesusa-mx.com>

Potatoes
USA

Facebook: USApapas
Instagram: @usapapas
Pinterest: USApapas



3 ESTRATEGIAS PARA CONVERTIR TU RESTAURANTE EN UN IMÁN DE CLIENTES

15

MKT Gastronómico



Cuando se trata de atraer clientes a un restaurante, muchos propietarios se preguntan por qué no entran más personas en su local.

A pesar de haber invertido grandes cantidades de dinero y esfuerzo en crear un establecimiento, es frustrante ver cómo los clientes pasan de largo por la puerta y se dirigen a la competencia. En este artículo, aprenderás las claves para que los clientes entren a tu restaurante.

La mayoría de las veces que pregunto quién es el cliente ideal de un restaurante, casi todos se limitan a describir el sexo, la edad y el poder adquisitivo de su cliente, pero esto no es suficiente.



LA PRIMERA CLAVE PARA ATRAER CLIENTES A TU RESTAURANTE ES

Comprender a tu cliente ideal. Para hacer esto, es fundamental que lo definas de manera clara y detallada. Es importante que consideres la personalidad, los gustos, las aficiones y los valores de tu cliente ideal. Estos elementos son los que influyen en la elección de un restaurante.

Por ejemplo, si tienes una hamburguesería, no todos los clientes que buscan hamburguesas son iguales. Si nos fijamos en los clásicos de Mc Donald's y Burger King, son dos grandes cadenas de hamburgueserías, pero el público que atraen es diferente.

Mc Donald's se dirige a un público más infantil, aunque su público objetivo real son los padres y abuelos que acuden con los niños a tomar una hamburguesa. En cambio, Burger King se dirige a un público más adulto, entre 18 y 35 años, que le gusta compartir este momento de forma informal con amigos y en grupo.

Si realmente quieres conocer a tu cliente, debes profundizar más allá de su edad y sexo. Definir a tu cliente objetivo es el primer paso para entender qué necesidades tiene, qué tipo de experiencia busca en un restaurante y poder comunicarte con ellos de la manera adecuada.



ABASTUR es la exposición líder en México y Latinoamérica
para proveeduría del sector **HORECA**.

En donde se reúnen **los mejores
proveedores de la industria** para
generar conexiones de negocio.

- Conoce las ofertas de productos de las empresas más destacadas y líderes de la industria
- Amplía tu red de Networking
- Descubre las tendencias del sector
- Actualiza tu conocimiento en la conferencias de The Hospitality Summit

¡Te esperamos!

ABASTUR

30 de Agosto al 1 de Septiembre 2023
Centro Citibanamex, CDMX



abastur.com

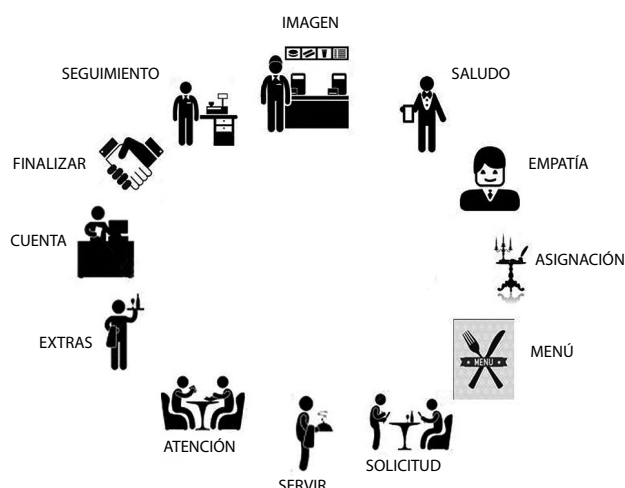
¿Por qué un cliente pasa de largo?

LA SEGUNDA CLAVE PARA ATRAER CLIENTES A TU RESTAURANTE ES

Que haya coherencia entre tu modelo de negocio y lo que ofreces. Esto es especialmente importante en la restauración independiente, donde no existe un concepto de marca fuerte y reconocido como en el caso de Mc Donald's o Burger King. ¿Verdad que cuándo acudes a de Mc Donald's o Burger King sabes qué vas a encontrar?.

Solo desde el exterior ya puedes conectar con la oferta gastronómica que ofrecen. Los colores empleados, la decoración exterior, el diseño de interiores, el olor que transmite... Además, tiene unos estándares de calidad muy marcados: la comida y la calidad son iguales en cualquier parte del mundo, y la experiencia es igual o muy similar. Sin embargo, esto no ocurre en algunos negocios de restaurantes.

Es posible que hayas pasado por un bar o restaurante con una decoración muy bonita que invita a entrar, pero que sin embargo, la oferta gastronómica no va alineada con el diseño del establecimiento ni transmite la calidad del local y el servicio es un desastre. En este caso, el consumidor se decepciona y se produce una experiencia negativa.



LA TERCERA CLAVE PARA ATRAER CLIENTES A TU RESTAURANTE ES

Muy importante que forjes una IDENTIDAD CLARA, que se vea reflejado en cada uno de los detalles: desde la fachada, las sillas, las mesas, la luz, la música, el ambiente, el servicio, la recepción del cliente, tus redes sociales y por supuesto, la oferta gastronómica que se adapte a todo ello.



ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Peach flavors

MEJOR CALIDAD Y
FRESCURA HECHA EN EUROPA

MELOCOTÓN ENLATADO DE GRECIA

www.peachflavors.eu

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene

DELCOF S.A.



CAMPAÑA FINANCIADA CON
AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA



¿QUÉ PASA CUANDO TODO LO ANTERIOR ESTÁ BIEN DEFINIDO Y AÚN ASÍ NO ENTRAN CLIENTES?

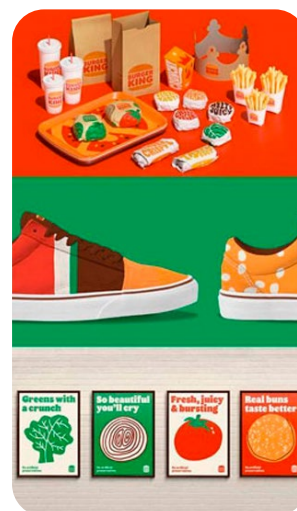
“Un restaurante es un lugar en el que, a parte de una experiencia, a grandes rasgos todos tienen que tratar de vender una sola cosa: COMIDA”.

Aunque la ubicación adecuada de un establecimiento como un restaurante es fundamental para atraer clientes, no es la única clave para garantizar el éxito y la afluencia de comensales. Detrás de una buena ubicación, se encuentra una estrategia de marketing bien definida.

Restaurantes muy bien ubicados estaban vacíos y todos los restaurantes vecinos llenos. Hoy en día llevar a cabo una estrategia de marketing digital te ayudará a posicionar tu establecimiento en la mente del consumidor es clave.

Aunque muchas personas confunden el marketing con la simple creación de perfiles en redes sociales y publicación de contenidos, este concepto abarca mucho más. El marketing es una disciplina compleja que requiere una planificación adecuada y la ejecución de estrategias efectivas.

El marketing es una de las herramientas que te ayudará a conseguir los objetivos de tu negocio y establecer las



estrategias adecuadas: se trata de una hoja de ruta para llevar a cabo los objetivos que hayas marcado en tu negocio e incrementar tus ventas.

Ejecutar un plan de marketing correctamente te permite posicionarte frente a la competencia y hacer que tu restaurante esté presente en la mente del consumidor.

“SE TRATA DE CONSEGUIR QUE CUANDO UN CLIENTE PIENSE EN IR A UN RESTAURANTE, LA PRIMERA OPCIÓN QUE SE LE VENGA A LA CABEZA SEA EL TUYO”.

De nuevo, para poder establecer una buena estrategia de marketing, es muy importante que conozcas a tus clientes, sus necesidades y las preferencias para ayudarte a ajustar tu oferta y atraer a los clientes adecuados.

Recuerda que la industria Restaurantera es altamente competitiva, pero con el enfoque correcto y un esfuerzo constante, puedes destacar entre la multitud y construir un negocio exitoso y sostenible. 🍔

23 AL 26

AGOSTO / 2023

CIEC WTC CDMX

EXPO PAN

IMPULSANDO LA
INDUSTRIA DE



PANADERÍA

REPOSTERÍA

PIZZA

HORNEANDO NUEVAS IDEAS PARA TU NEGOCIO

¡4 DÍAS HORNEANDO IDEAS PARA TU NEGOCIO!

Por tercer año consecutivo, **Expo Pan** regresa con su edición 24ª la cual tiene como objetivo ser el mejor piso de exhibición donde profesionales y emprendedores podrán encontrar toda la proveeduría y networking para negocios ya establecidos y los que se desean crear en el corto y mediano plazo.



• DEMOSTRACIONES • TALLERES • CURSOS • CONCURSOS •



Pre-registro SIN COSTO del:

16 DE MAYO AL 18 DE AGOSTO

A través de: www.expopan.com



ExpoPanMX



expopan_mx



¿QUÉ ES UN

¿CUÁLES SON SU

GUÍA CO

El barman es un experto en la preparación de bebidas y además es conocido por su habilidad para mezclar y servir cócteles con rapidez y eficacia. En el mundo de la gastronomía, el papel del barman es fundamental para garantizar una experiencia excepcional a los clientes en bares, restaurantes y eventos.

¿QUÉ ES UN BARMAN?

¿CÓMO SE DESARROLLAN SUS FUNCIONES?

¿QUÉ HABILIDADES DEBE TENER COMPLETAS?



En este artículo, veremos todo sobre esta fascinante profesión de barman, qué funciones realiza un barman profesional, qué habilidades debe tener y además veremos en qué se diferencia de otros profesionales de las bebidas como los bartenders o los mixólogos.

¿Qué es un barman?

Un barman es un profesional que está especializado en preparar y servir bebidas detrás de la barra de un bar, restaurante, cafetería, un club o de un hotel, así como también es responsable de interactuar con los clientes y crear una experiencia agradable y divertida para ellos.

La palabra barman es un término en inglés que significa “hombre de la barra” y que surgió en la época en la que las mujeres no entraban a las cantinas ni a los bares.

Además, un barman no solo prepara combinados clásicos, sino que también es capaz de elaborar sus propias creaciones, ya que tiene conocimientos sobre el sabor y la graduación alcohólica de las diferentes bebidas, para así elaborar diferentes cócteles, pero cócteles que no tienen mucha elaboración.



FUNCIONES DE UN BARMAN

Según la disposición 6344 del BOE núm. 59 de 2023, las funciones de un barman o barwoman son:

VENTA, DISTRIBUCIÓN Y SERVICIO DE BEBIDAS EN EL BAR: El barman debe ejecutar de manera cualificada, autónoma y responsable la venta de bebidas, asegurando la correcta distribución y servicio a los clientes.

PREPARACIÓN DE CÓCTELES: Un barman debe ser capaz de preparar todo tipo de bebidas, incluyendo cócteles clásicos y creativos, siguiendo las recetas y técnicas adecuadas.

ATENCIÓN AL CLIENTE: El barman debe recibir, despedir, ubicar y aconsejar a los clientes, proporcionándoles una experiencia agradable y satisfactoria en el establecimiento.



PREPARACIÓN DE BEBIDAS COMBINADAS:

Además de cócteles, el barman debe estar familiarizado con la preparación de diferentes tipos de bebidas combinadas, adaptándose a las preferencias y necesidades de cada cliente.

TOMA DE PEDIDOS Y SERVICIO: El barman debe tomar los pedidos de los clientes, distribuir y servir las bebidas con sus acompañamientos de manera eficiente y profesional.

CONTROL DE EXISTENCIAS: Es responsabilidad del barman examinar y controlar las existencias de mercancías, asegurando que el establecimiento cuente con el inventario necesario para la correcta operación del bar.

FACTURACIÓN Y COBRO AL CLIENTE: El barman debe llevar a cabo la facturación y cobro a los clientes, garantizando la precisión y transparencia en cada transacción.



DIFERENCIAS ENTRE BARMAN Y BARTENDER

A menudo se utilizan indistintamente los términos “barman” y “bartender”, sin embargo, no son sinónimos, ambos términos se refieren a profesionales que trabajan detrás de una barra sirviendo bebidas a los clientes, pero hay algunas diferencias sutiles que los distinguen:

ORIGEN: El término barman se utiliza más comúnmente en países de habla hispana y europeos, mientras que bartender es más común en países de habla inglesa.

GÉNERO: Barman es un término atribuido solo a los hombres, mientras que bartender es un término más inclusivo y neutral y se usa por igual para denominar a mujeres y hombres.

SALARIO: En general, el bartender tiene un salario más alto que el barman, debido a que realiza más funciones y su responsabilidad es mayor.

FORMACIÓN: Ambos deben tener conocimientos básicos sobre las bebidas, pero en general el bartender tiene una formación más completa y avanzada en la gestión de negocios, liderazgo y atención al cliente.

EXPERIENCIA: El barman trabaja en diversos entornos de servicio de bebidas, bares de hotel, casinos y clubes, sin embargo, el bartender se asocia más con bares y pubs nocturnos donde realiza la conocida técnica de flair bartender.





DIFERENCIAS ENTRE BARMAN Y MIXÓLOGO

Aunque ambos perfiles profesionales están relacionados con el sector de alimentos y bebidas, existen diferencias notables entre un mixólogo y un barman:

FUNCIONES: El barman se enfoca en preparar y servir bebidas, mientras que el mixólogo se dedica a crear nuevas recetas de bebidas y desarrollar técnicas innovadoras para la preparación de cócteles.

CREATIVIDAD: Un mixólogo tiende a ser más creativo en la creación de nuevos cócteles, mientras que un barman generalmente sigue las recetas tradicionales.

FORMACIÓN: Si bien ambos deben contar con conocimientos básicos de coctelería, el mixólogo suele tener una formación más especializada y avanzada, mientras que el barman puede tener una formación más general en hostelería y atención al cliente.

ENTORNO DE TRABAJO: El barman trabaja principalmente en bares y restaurantes, mientras que el mixólogo puede trabajar en lugares más exclusivos como bares de alta gama, hoteles de lujo o eventos privados.

HERRAMIENTAS Y EQUIPO: Un mixólogo puede requerir de herramientas y equipos más especializados, mientras que un barman puede trabajar con herramientas más básicas como cocteleros, cuchillos y exprimidores.



¿QUÉ HABILIDADES DEBE TENER UN BARMAN?

Un buen barman, para poder desarrollar bien su trabajo de cara al público debe tener una serie de habilidades interpersonales muy importantes como ser una persona comunicativa y con don de gentes, a la vez que educada, amable y discreta.

La principal habilidad que debe tener un barman es la capacidad de preparar y servir bebidas de manera eficiente y atractiva, combinando conocimientos en coctelería y técnicas de mezclado.

Además, es necesario que tenga unas aptitudes profesionales como ser una persona muy organizada y responsable, sobre todo en el tema de la higiene, indispensable para un negocio de hostelería.

Y por último, y no por ello menos importante, un buen barman debe tener un gran autocontrol, para saber gestionar adecuadamente cualquier situación de estrés que se le presente.

6 CONSEJOS PARA SER EL MEJOR BARMAN

Si quieres convertirte en el mejor barman, es importante que conozcas y domines las técnicas de servicio y atención al cliente que marcan la diferencia. Aquí veremos 6 consejos para que puedas mejorar en estas áreas:



Sé amable y cordial: Saluda a tus clientes con una sonrisa y hazles sentir bienvenidos. Escucha atentamente sus pedidos y preguntas y no te olvides de responder siempre con amabilidad.

Conoce tus bebidas: Domina la preparación de los cócteles y bebidas más populares, y sé capaz de dar recomendaciones según el gusto del cliente.



Mantén tu barra limpia y organizada: Asegúrate de que las botellas, vasos y utensilios estén siempre limpios y ordenados, una barra sucia y desordenada puede desalentar a los clientes.

Sé rápido y eficiente: Los clientes aprecian un servicio rápido y eficiente, intenta atenderlos lo más rápido posible sin sacrificar la calidad del servicio.



Intenta ser creativo: No tengas miedo de experimentar con nuevos sabores y preparaciones, un barman creativo puede hacer que la experiencia del cliente sea aún más interesante.

Logra una buena comunicación: Comunicar con claridad las opciones de bebida y las promociones especiales que puedan estar disponibles es esencial, y también es importante ser capaz de manejar situaciones difíciles o conflictivas con diplomacia y respeto.





PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE EL BARMAN

¿CÓMO SE LLAMA A UNA BARMAN EN MUJER?

La forma más común para referirse específicamente a una mujer que trabaja detrás de una barra sirviendo bebidas es barwoman o barlady, aunque también se puede utilizar el término bartender que es unisex y se refiere tanto a hombres como a mujeres.

¿QUÉ HAY QUE ESTUDIAR PARA SER BARMAN?

Para ser barman profesional se estudia una carrera en gastronomía o en escuela especial de coctelería, aunque también existe la posibilidad de capacitarse con cursos y talleres de corta duración.

También es común que los camareros asciendan a la barra, y al estar en contacto con los bármanes profesionales aprendan mucho sobre este oficio, aunque lo más recomendable siempre es capacitarse con algún curso de barman profesional.

¿QUÉ DEBE SABER UN BUEN BARMAN?

Entre los principios básicos que debe saber un buen barman está conocer los licores, destilados y demás bebidas para saber hacer elaboraciones y mezclas, pero también un buen barman debe saber los gustos de los clientes y hacerles sentir los protagonistas.

Además, para atender al público, un barman, debe de tener mucha psicología para saber lidiar con los clientes, sobre todo teniendo mucha empatía y sabiendo escucharlos, por lo que el lema de “ver, oír y callar” es fundamental en este oficio.

¿CUÁNTO SE PAGA A UN BARMAN?

Si te interesa este tipo de trabajo y te gustaría dedicarte a ello, es importante que conozcas cuánto puede ganar un barman: En México un barman gana anualmente \$57,600 y \$29.54 por hora.

¿CÓMO SE DEBE VESTIR UN BARMAN?

La vestimenta más utilizada por un barman es la camisa blanca con pantalón de pinzas negro, aunque hoy en día se suele dar cierta libertad a los bármanes para vestir del típico uniforme, se les permite ser creativos y cada uno puede personalizar al máximo su uniforme de trabajo.

Por ejemplo, suelen utilizar un chaleco que no sea el clásico negro, una americana remangada, unos tirantes o simplemente se colocan una pajarita o una corbata original para completar el conjunto y que añada un toque de formalidad al uniforme.

HERSHEY'S
FOODSERVICE

TRANSFÓRMALO

y dale el toque Hershey

Pastel Crujiente de Chocolate Hershey's con Avellanas

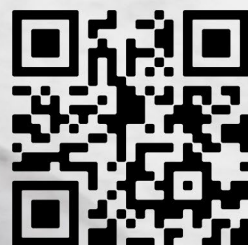
Creado por la Chef
Paulina Abascal



Conoce más recetas.

VISITA [HERSHEYLAND.MX/GROCERY/REPOSTERIA-PROFESIONALES](https://www.hersheyland.mx/grocery/reposteria-profesionales)

COME BIEN



¿CÓMO SE LLAMAN LOS UTENSILIOS DE UN BARMAN?

Existen muchas herramientas de trabajo que todo buen barman debería conocer. A continuación, vamos a enumerar los utensilios básicos de un barman:

Coctelera o shaker: Es esencial para preparar cócteles. Hay diferentes tipos de cocteleras, la más común es la coctelera de dos piezas o coctelera Boston.

Medidor o jigger: Es un medidor de licor que se utiliza para dosificar las cantidades exactas de cada ingrediente. Hay diferentes tamaños, pero el más común es el de 1 oz (30 ml) y ½ oz (15 ml).

Mortero o muddler: Es para machacar y aplastar ingredientes, y sirve para extraer todo el sabor de ingredientes como hierbas, frutas, cáscaras y después conseguir la mezcla ideal.

Pinzas o scoop: Son unas pinzas largas y delgadas que se utilizan para añadir los hielos o decoraciones a los cócteles.

Cuchara de coctelería: Es una cuchara con una largura considerable que se utiliza para mezclar los diferentes ingredientes del cóctel.



Dosificadores de botellas: Facilitan que el flujo de líquido desde la botella hasta el medidor sea más preciso, evitando de esta manera una cantidad inadecuada de producto.

Colador o gusanillo: Se utiliza para filtrar los ingredientes y evitar que partículas indeseadas como la pulpa de la fruta llegue al vaso. Hay diferentes tipos de coladores, pero el más común es el colador de Hawthorne.

Un barman es un perfil profesional que tiene un papel crucial en el mundo de la hotelaría. Por eso, los negocios de hotelaría son cada vez más conscientes de lo importante que es tener a este tipo de profesional detrás de la barra del bar de un restaurante, cafetería, discoteca u otro establecimiento hostelero.

Así que contar con un barman en tu negocio es una inversión inteligente que te asegurará no solo la preparación de excelentes bebidas, sino también ofrecer una experiencia memorable a tus clientes y la generación de mayores ingresos para tu establecimiento.☺





¡Dónde Todos Ganan!

¡ASISTE!

JUNIO
13·14·15

13:00 a 21:00 hrs.

CANCUN
CENTER

**Soluciones llave en mano
para el sector Ho.Re.Ca.**



¡Visita nuestros
3 NIVELES
de exposición!



¡PRE-REGÍSTRATE!

MÉXICO TEL: (55) 50775120
WWW.expohotel.net

Síguenos en:
 [expohotel](https://www.facebook.com/expohotel)

CANCÚN TEL: (998) 845 5328
WWW.expohotel.com

YA ESTÁN A LA VENTA PARA EL PRIMER RESTAURANTE EN EL QUE, POR NO SE SIRVE NADA



elBulli

elBulli1846



Visita a elBulli1846 + Transfer en bus

Visita el Museo de elBulli en Cala Montjoi. Llega cómodamente con el autobús exclusivo desde Roses y empieza a vivir la experiencia.

Comprar entradas

ⓘ Información



Visita a elBulli

Visita el Museo de elBulli en Cala Montjoi, el restaurante de Adrià revolucionó la cocina. Un Museo para vivir la historia de elBulli.

Comprar entradas

ⓘ Información

elBullifoundation

Cala Montjoi, s/n
Roses 17480 - Girona
G55161145

TA LAS ENTRADAS NTE CONVERTIDO EN MUSEO R EL MOMENTO, ADA DE COMER

35

Conceptos

elli1846

 Mi cesta Español ▾



elli1846

lli en Cala
onde Ferran
nera de entender
ra reflexionar
a innovación y la

tradas

ción



Visita a elBulli1846 + Parking (3h)

Visita el Museo de elBulli en Cala Montjoi, el restaurante donde Ferran Adrià revolucionó la manera de entender la cocina. Un Museo para reflexionar sobre el conocimiento, la innovación y la historia de elBulli.

Llega tranquilamente con tu propio vehículo y aparca en el Museo.

[Comprar entradas](#)

[ⓘ Información](#)



Visita a elBulli1846 + Tren turístico

Visita el Museo de elBulli en Cala Montjoi tras una excursión de una hora por el Parque Natural del Cap de Creus en el Tren Turístico Cultural Roses Exprés y disfruta de un día completo.

[Comprar entradas](#)

[ⓘ Información](#)

Atención al cliente

info@elbullifoundation.com



Se dice que si has pasado por el Bulli, ya tienes la carrera en restauración hecha. Prueba de ello son José Andrés; el brasileño Alex Atala; Andoni Aduriz, creador de Mugaritz; René Redzepi, propietario del restaurante Noma en Copenhague; Joan Roca, o incluso los que aseguran haber estado sin que se les recuerde por allí. Su cocina cerró en 2011, pero no con pena, sino con una alegría inmensa por lo que estaba por llegar.



Así, fruto de un trabajo incansable, el 15 de junio de 2023, elBulli1846 abrirá sus puertas como museo en Cala Montjoi, en el Parque Natural del Cap de Creus, en Girona. Justo en el mismo lugar donde se emplazaba el emblemático restaurante, con una considerable ampliación.





Hablamos del primer restaurante del mundo convertido en espacio expositivo y abarca cerca de cuatro mil metros cuadrados (2.500 m² exteriores y 1.300 m² en el interior), a través de los cuales se propone un recorrido por el legado de elBulli, uno de los grandes responsables del cambio en la alta cocina. En parte, debido al deseo de acercarla a otras disciplinas en las que, igualmente, brota la creatividad a raudales (arte, música...). Y siempre con un talante familiar y amistoso.



Ferran Adrià, el alma mater del proyecto e icono por naturaleza, pretende “salvaguardar su herencia y que el público pueda comprender lo que allí pasó. También promover la actitud innovadora y generar contenido de calidad para la educación y el autoaprendizaje de la restauración gastronómica”, describe con aire de genio que se lo cuestiona todo.



Desde el 15 de junio al 16 de septiembre, a lo largo de 69 instalaciones, artísticas, conceptuales y audiovisuales, la propuesta pone a disposición del visitante todos los recursos para entender por qué elBulli modificó el paradigma de la gastronomía mundial.

El resto de la temporada se transformará en elBulliDNA y se dedicará a investigar, experimentar y hacer difusión de los contenidos desarrollados a través de las convocatorias que contarán con la participación de equipos multidisciplinares.



CREAR ES NO COPIAR

La primera parte de la narrativa expositiva está en el exterior, donde nos invitan a pensar con preguntas como:

¿Qué es crear?

¿Qué es cocinar?

¿Cómo empezó la cocina?

Sin que el ser humano intervenga, ¿la naturaleza cocina (es decir, ¿la miel es cocina?)?, Si cocinar es someter algo al calor, ¿preparar sushi es cocinar?...





Vemos que de esta forma, elBulli1846 quiere provocar en las personas que lo visiten una reflexión sobre su relación con el conocimiento y la vanguardia en un recorrido de más de dos horas con un precio de 27,5 euros –la entrada general–.



¶ PROPONEMOS UN ITINERARIO A LO LARGO DE DIVERSAS INSTALACIONES AL AIRE LIBRE EN LAS QUE SE COMPARTEN MULTITUD DE CONSIDERACIONES EN TORNO A LA COCINA Y A LA INNOVACIÓN. SE RINDE HOMENAJE A LOS BULLINIANOS QUE HICIERON POSIBLE EL RELATO DE ELBULLI. SE PRESENTA LA METODOLOGÍA SAPIENS. UNA TÉCNICA PROPIA DESARROLLADA PARA COMPRENDER Y QUE SE PLASMA CON LA PRIMERA ENCICLOPEDIA DE LA RESTAURACIÓN GASTRONÓMICA EN OCCIDENTE. LA BULLIPEDIA ¶¶

CERRAMOS
ELBULLI
PARA ABRIR
ELBULLI

14

Luego, al acceder al edificio histórico que albergó elBulli restaurante durante cincuenta años (y que se ha conservado íntegramente), el visitante leerá “crear es no copiar”, una frase que da sentido a todo lo que encontrará dentro del icónico espacio que alojaba el mejor restaurante del mundo. Y, ojo, el primer tres estrellas que cambió la carta por el menú degustación e incorporó un

artista en su equipo para diseñar la vajilla.

Además, con varios de los proyectos que lidera la fundación, explica por qué elBulli sigue estando vivo y cómo mira hacia el futuro para seguir haciendo historia, en constante experimentación y con un fondo documental casi infinito.

Ferran Adrià reconoce que en esta nueva etapa hay dos visitas posibles:



“Por un lado, la del que ya estuvo en el comedor de elBulli restaurante y que se va a emocionar con esta visita porque lo van a venir recuerdos. Y, por el otro, la de la gente que no estuvo nunca, quienes van a poderlo vivir de otra manera, muy especial”.



LOS BULLDOGS Y UN NÚMERO MÁGICO

Los bulldogs son la pieza decorativa por excelencia y el animal al que elBulli debe su nombre. Pues su fundadora (1961), la alemana Marketta Schilling sentía auténtica devoción por esta raza de perro.

Dentro, el mobiliario, las mesas, los detalles del interiorismo, las cortinas, los cojines y los cuadros, siguen estando en el mismo sitio. Con el mismo suelo que visitaban cada año miles de personas de todo el mundo y por el que los camareros llegaban a andar 10 km. Incluso se representan algunos de los platos más emblemáticos, como la menestra de verdura en texturas.



“1846 FUE EL AÑO QUE NACIÓ AUGUST ESCOFFIER. EL PADRE DE LA COCINA MODERNA Y DEL FAMOSO PECHE MELBA. EL ÚLTIMO PLATO QUE SERVIMOS. Y 1846 FUERON EL NÚMERO DE PLATOS QUE ELABORAMOS EN ELBULLI. HEMOS QUERIDO RENDIR HOMENAJE AL PASADO. POR ESO EL ESPACIO SE LLAMA ELBULLI1846”⁹⁹ Explica Adrià.

28 | 29 | 30
JUNIO / 2023

CIEC WTC CDMX

gastronómica
HOTELES | RESTAURANTES | CAFETERÍAS

**COCINANDO INNOVACIÓN
PARA EL FOOD SERVICE**

120
Expositores
405 MARCAS

4
Concursos
CON 30 CONCURSANTES Y 25 JURADOS

28
Demostraciones
Y 42 CATAS

El mejor evento de especialidad gastronómica que atiende a los sectores de hoteles, restaurantes, catering y todo el food service. Encontrarás proveedores con una oferta diversa, concursos, demostraciones y catas.

GENERA UN NETWORKING CON GRANDES PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA



PRE-REGISTRO

SIN COSTO HASTA EL
23 DE JUNIO

a través de:
www.expogastronomica.com.mx



ESCANEA EL
CÓDIGO
Y OBTÉN TU
ACCESO EN LÍNEA

CONCURSOS



Expo Food Service
de México
ORGANIZADOR DE EVENTOS



ExpoGastronomicaMX



expogastronomicamx_oficial

Plantea de la siguiente manera la ausencia de comida real:

“HABRÍA QUE MONTAR UN EQUIPO DE MÁS DE 40 PERSONAS Y AHORA ES IMPOSIBLE A NIVEL FUNCIONAL. SI VAMOS A UNA EXPOSICIÓN DE NORMAN FOSTER, NO LE PEDIREMOS QUE NOS HAGA UNA CASA”.



SOSTENIBILIDAD

El proyecto ha tardado tanto tiempo en ver la luz por las pláticas con la administración y la oposición de grupos ecologistas, temerosos por el impacto de las obras en el Parque. Sobre ello, Adrià comenta: *“Simplemente preguntamos a los que más sabían cuál era la mejor manera de hacerlo a fin de ir de la mano, no en contra de nadie. Ahora estamos todos contentos”.*

elBulli1846 dispone de estacionamiento propio, aunque promueve el acceso al recinto mediante un minibus exclusivo desde Roses, para reducir el impacto de la movilidad generada por las visitas particulares al museo. Y todos los materiales empleados, tanto en las instalaciones artísticas, como en el edificio adicional, obra del arquitecto Enric Ruiz-Geli, se funden con el paisaje respetando al máximo su paleta cromática y su flora autóctona. 🌿

HERSHEY'S
FOODSERVICE

GELATINA DE CHOCOLATE HERSHEY'S



COME BIEN

INGREDIENTES:

250 g de **Barra de repostería HERSHEY'S** chocolate amargo

125 g de **Chispas HERSHEY'S Chocolate con Leche**

20 g de Grenetina

100 ml de agua

625 ml de leche

625 ml de crema para batir

13 yemas de huevo

125 g de azúcar

Decoración

50 g de **HERSHEY'S Jarabe Sabor a Chocolate**

100 g de **barra de repostería HERSHEY'S** chocolate amargo

20 g de **HERSHEY'S Cocoa Natural**

INSTRUCCIONES:

- Hidrata la grenetina con el agua.
- En una olla, calienta la leche y la crema para batir.
- Revuelve las yemas con el azúcar en un bowl para mezclar.
- Agrega un poco de la mezcla de leche y crema a las yemas para temperar. Regresa a la olla, mueve para espesar un poco.
- Cuela y agrega la Barra de repostería HERSHEY'S Chocolate amargo y las Chispas HERSHEY'S Chocolate con leche.
- Derrite la grenetina en el microondas y agrega a la mezcla anterior.
- Vacía la mezcla en el molde de rosca y refrigera por 3 horas o hasta que cuaje.
- Desmolda la gelatina, ralla el chocolate y agrega el HERSHEY'S Jarabe sabor a chocolate.
- Funde las Barra de repostería HERSHEY'S Chocolate amargo y témporalo, extiende sobre un acetato y córtalo en hojas, después espolvorea con HERSHEY'S Cocoa natural.

Decora al gusto.

**Descubre más
y dale el toque Hershey**

VISITA [HERSHEYLAND.MX/GROCERY/REPOSTERIA-PROFESIONALES](https://www.hersheyland.mx/grocery/reposteria-profesionales)





LEE KUM KEE

Lo que empezó para Lee Kum Kee en un pequeño pueblo de China, es ahora una marca reconocida en las cocinas de todo el mundo.

Una inspiración que convirtió algo procedente del mar, usando sus elementos naturales, para inventar la primera salsa de ostión hace 135 años.

Aún entonces nuestro fundador seleccionaba los ingredientes de la más alta calidad ...una filosofía que mantenemos hoy y siempre.

Con más de 200 productos en más de 100 países, nuestras salsas y condimentos le ofrecen creatividad a cada Chef...en cada platillo.

Lee Kum Kee, 134 años de tradición, listos para hacer sus comidas más espectaculares HOY.

INSPIRACIÓN EN CADA PLATILLO.



2023

EL AÑO NUEVO CHINO





VISITA LKK.COM PARA
MÁS INFORMACIÓN
CONTACT@LKKUSA.COM





¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE EL VINO BLANCO, TINTO Y ROSADO?

Cuando se trata de disfrutar del vino, se nos vienen a la cabeza varias cuestiones como son el tipo de uva, su proceso de elaboración, el maridaje etc...

¿Prefieres el vino tinto, blanco o rosado? ¿Sabes cuáles son las diferencias entre estos tipos de vino? ¿Cómo se elaboran y qué características definen a cada uno? ¿Cuáles son los maridajes más recomendados para cada caso?

A continuación la respuesta a cada una de las preguntas.

Las variedades de uva que se utilizan para la elaboración del Vino

¿Existen diferencias entre el vino tinto y blanco en cuanto a las variedades de uva utilizadas?

Si bien para el vino tinto se utilizan únicamente a partir de variedades tintas, el vino blanco o rosado puede elaborarse tanto con variedades de uva tintas como blancas.



El Proceso de elaboración

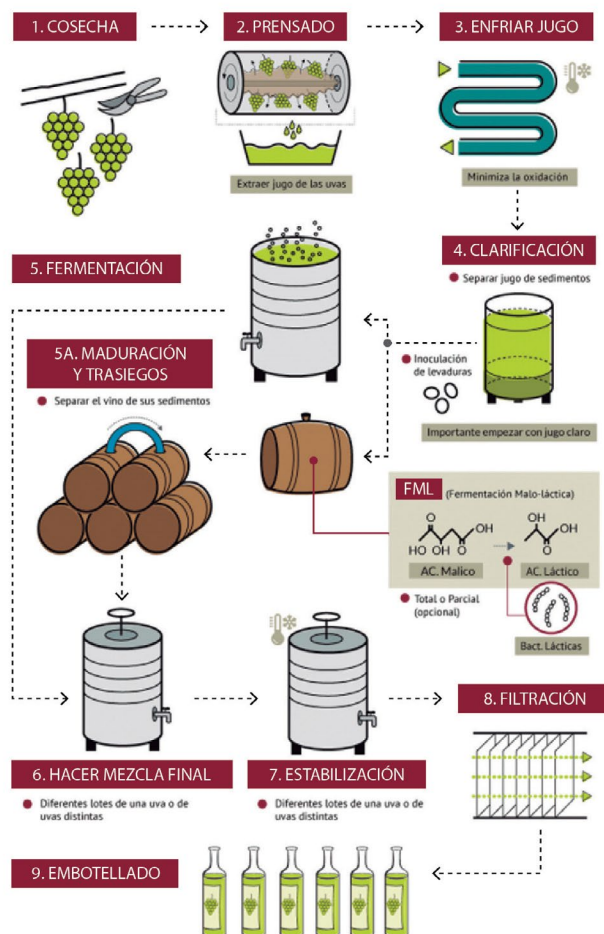
La principal diferencia entre los diferentes vinos reside en el proceso de elaboración.

En el caso del vino tinto, el mosto o zumo de uva se deja fermentar junto con los hollejos, que le aportan su color rojizo característico.

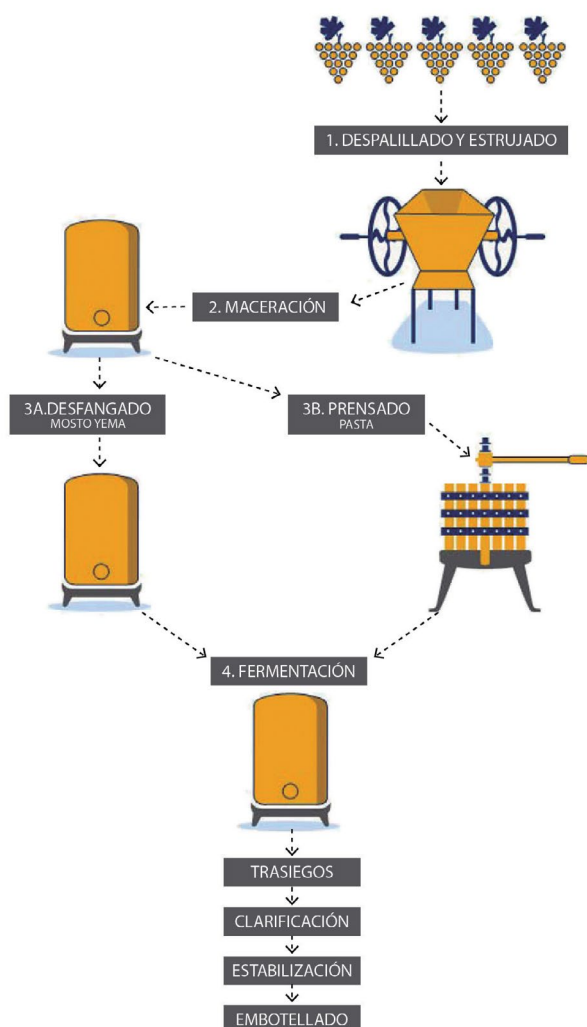
Para elaborar vino blanco, sin embargo, se retiran estos hollejos, por lo que el vino adquiere un tono más pálido.

Por su parte, el vino rosado se obtiene dejando fermentar el zumo con los hollejos durante un periodo de tiempo breve, dependiendo del cual el color del vino rosado será más o menos intenso.

PROCESO VINO BLANCO



PROCESO VINO ROSADO

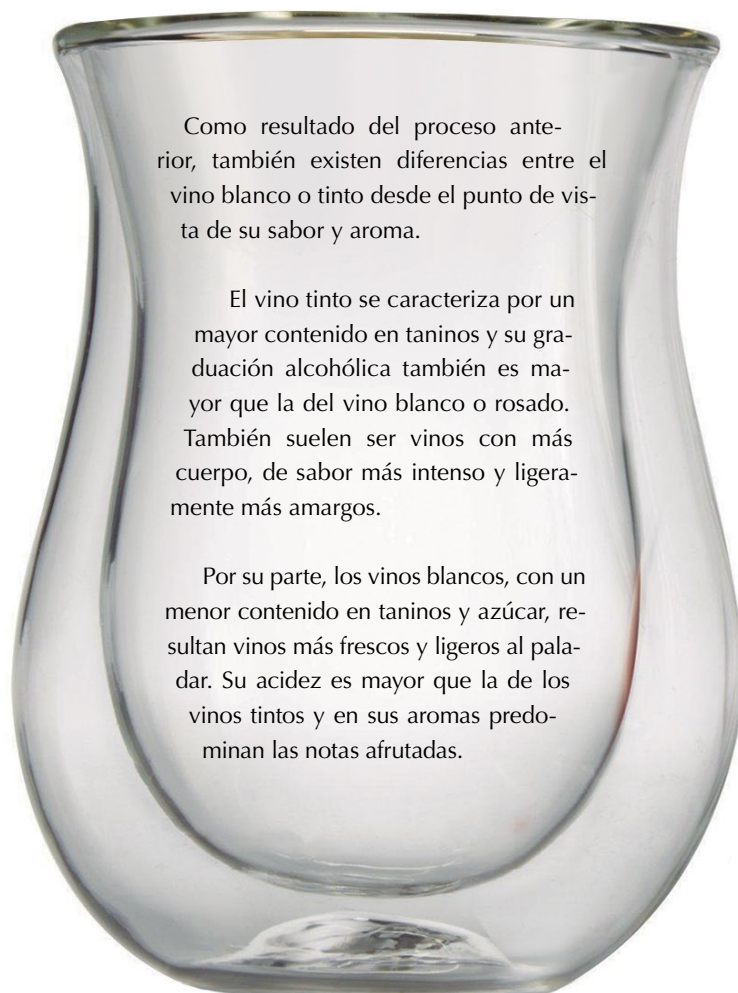


Las Características del vino tinto, blanco y rosado

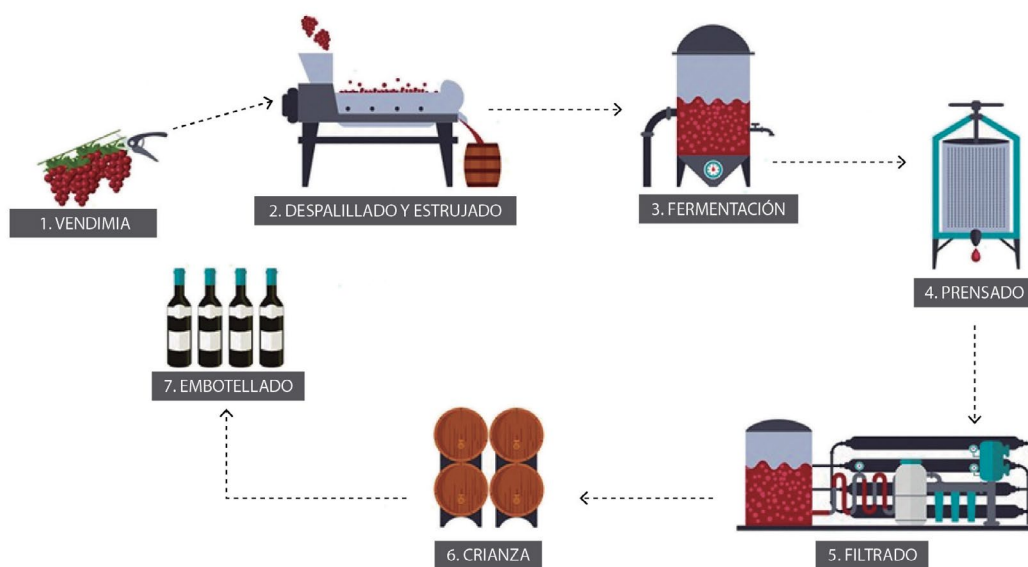
Como resultado del proceso anterior, también existen diferencias entre el vino blanco o tinto desde el punto de vista de su sabor y aroma.

El vino tinto se caracteriza por un mayor contenido en taninos y su graduación alcohólica también es mayor que la del vino blanco o rosado. También suelen ser vinos con más cuerpo, de sabor más intenso y ligeramente más amargos.

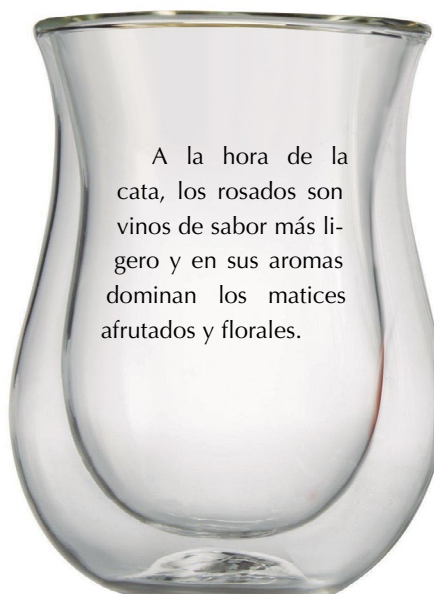
Por su parte, los vinos blancos, con un menor contenido en taninos y azúcar, resultan vinos más frescos y ligeros al paladar. Su acidez es mayor que la de los vinos tintos y en sus aromas predominan las notas afrutadas.



PROCESO VINO TINTO



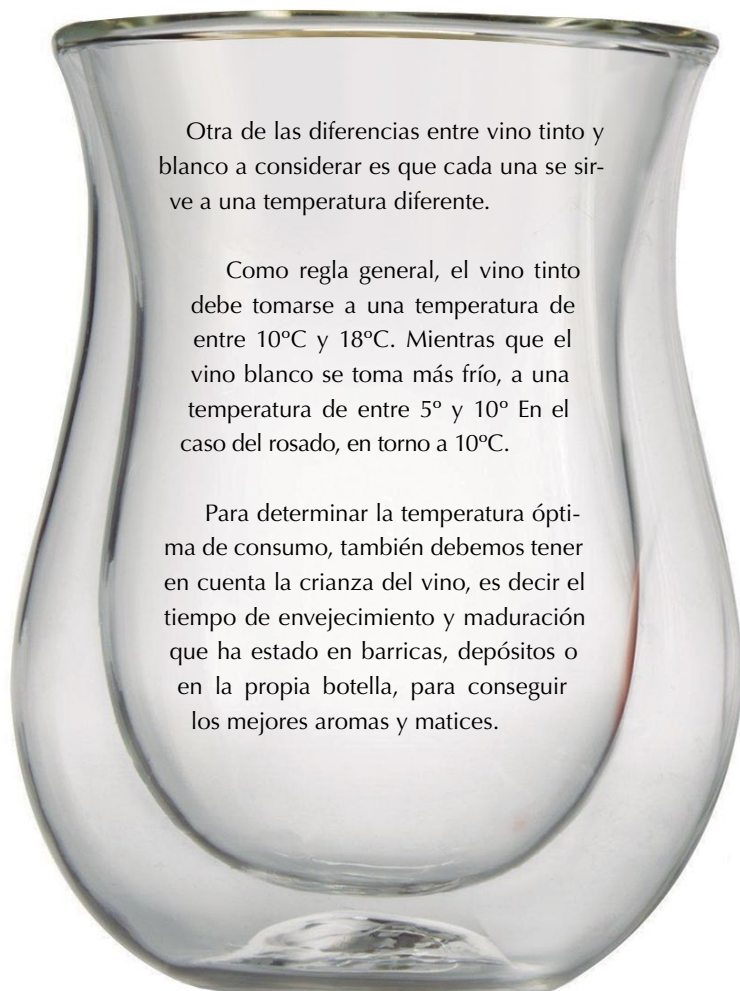
¿Y cuáles son las diferencias entre el vino rosado y tinto o blanco?



A la hora de la cata, los rosados son vinos de sabor más ligero y en sus aromas dominan los matices afrutados y florales.



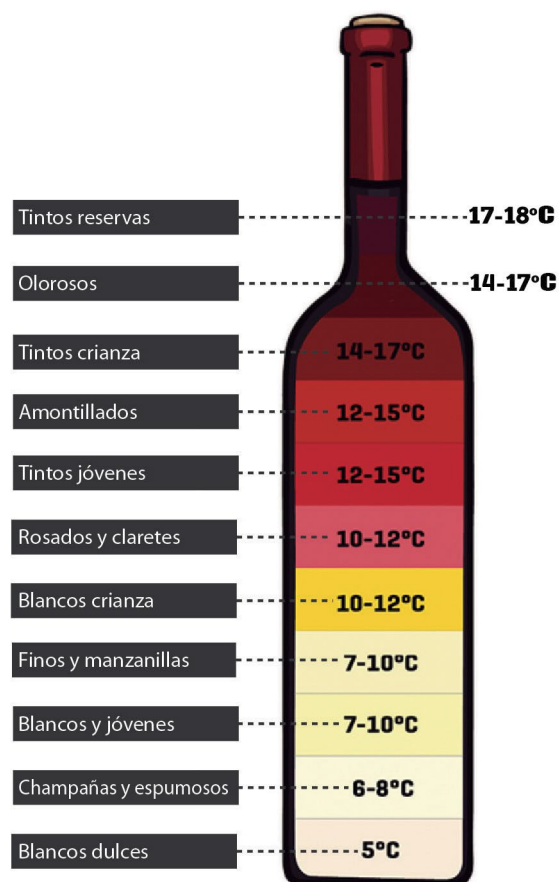
La temperatura de consumo del vino



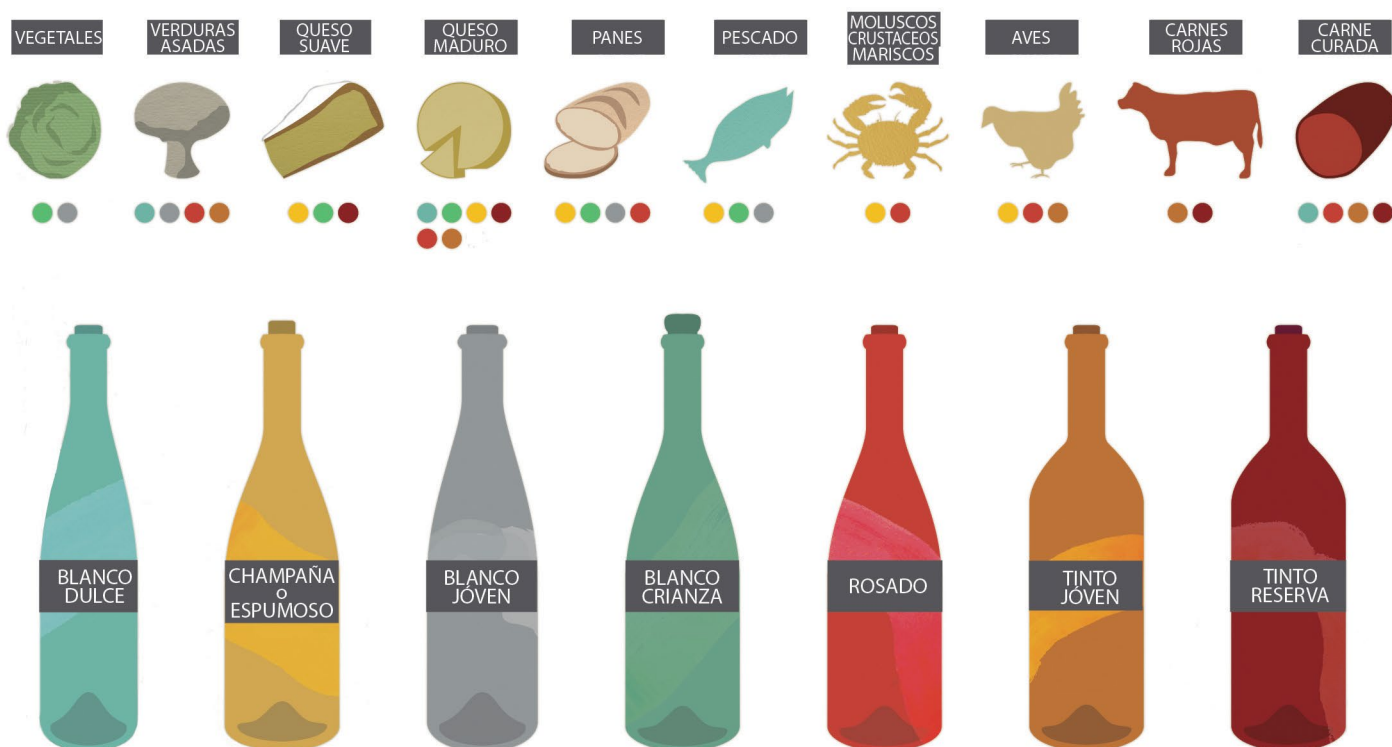
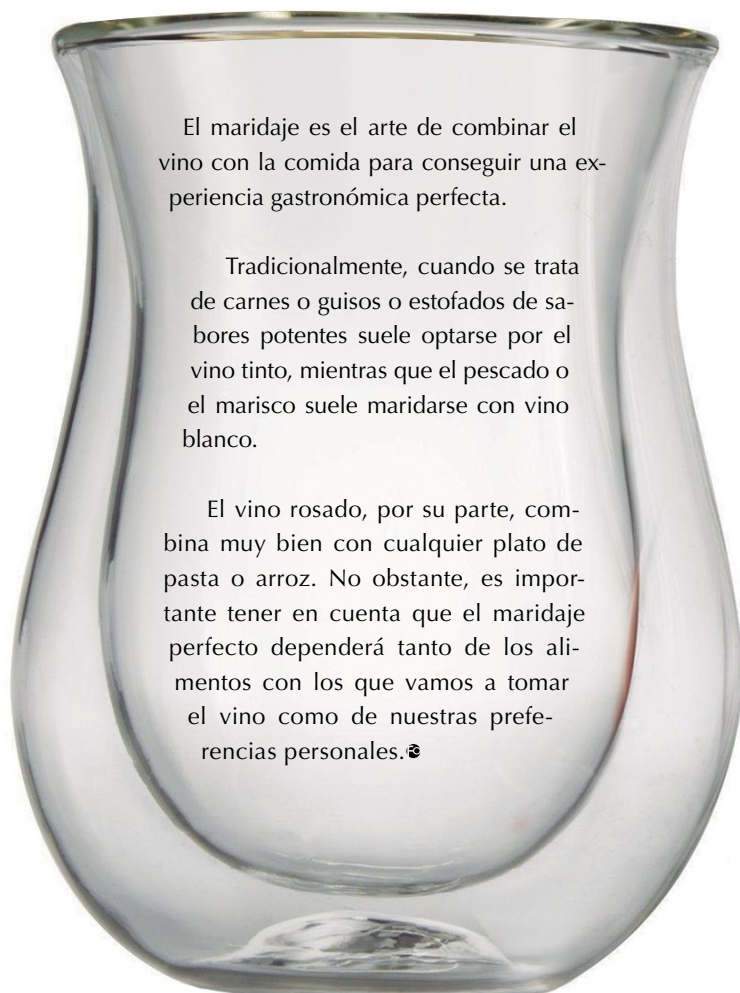
Otra de las diferencias entre vino tinto y blanco a considerar es que cada uno se sirve a una temperatura diferente.

Como regla general, el vino tinto debe tomarse a una temperatura de entre 10°C y 18°C. Mientras que el vino blanco se toma más frío, a una temperatura de entre 5° y 10°. En el caso del rosado, en torno a 10°C.

Para determinar la temperatura óptima de consumo, también debemos tener en cuenta la crianza del vino, es decir el tiempo de envejecimiento y maduración que ha estado en barricas, depósitos o en la propia botella, para conseguir los mejores aromas y matices.



El maridaje de vino tinto, blanco o rosado



CHEFS PROFESIONALES PRUEBAN Y APRUEBAN A LOS MEJORES PRODUCTOS DEL SECTOR FOOD SERVICE



Como cada año, reconocidos chefs mexicanos realizaron pruebas en cocinas profesionales para reproducir las condiciones reales de uso de los productos.

La novena edición del reconocimiento Sabor del Año Food Service fue presidida por el Master Chef Iván Millán, quien estuvo a

cargo de un jurado conformado por chefs de diversos sectores como restaurantero, hotelero, banquetes, repostero, entre otros. El jurado elaboró recetas con los productos participantes que fueron realizadas en cocinas profesionales para replicar las condiciones reales de uso y en donde se evaluaron con una rigurosa metodología que califica de 0 a 10 la satisfacción global del producto (sabor, interés, practicidad/facilidad de utilización y satisfacción general).



GANADORES SABOR DEL AÑO FOOD SERVICE 2023

Marca	Producto
Haz Pan	Pan de Muerto y Rosca de Reyes
La Torre	Margarina Feité, Danés y Bizcocho
Vatel Pro	Aceite Vegetal
Dawn	Mix Pastel Esponja Vainilla y Chocolate

Los resultados son 100% legitimados, obteniendo un sello que aporta a las marcas una eficaz herramienta de marketing y de valor agregado frente a sus competidores.



PRODUCTOS GANADORES

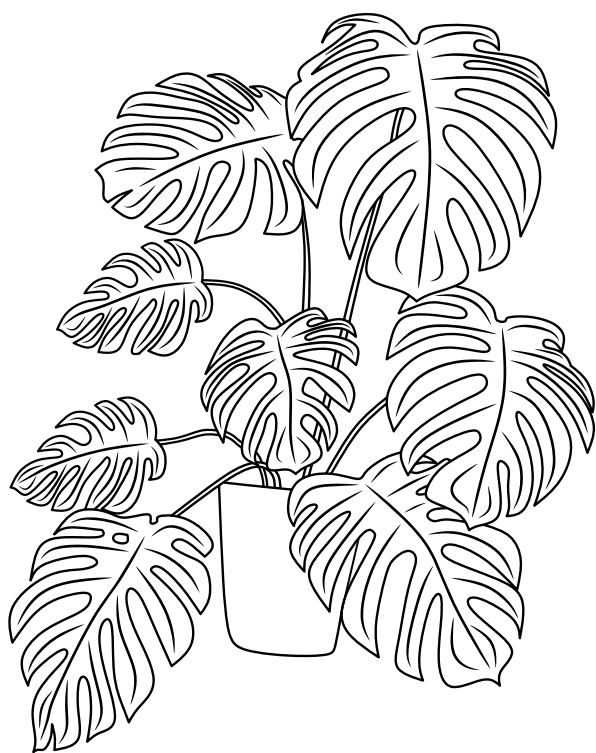
SABOR DEL AÑO FOOD SERVICE 2023



UN PANEL RECONOCIDO DE
CHEFS PRESIDIDOS POR EL
MASTER CHEF IVÁN MILLÁN HAN
OTORGADO EL GALARDÓN
SABOR DEL AÑO
FOOD SERVICE 2023



**INSCRIPCIONES
ABIERTAS 2024**



Cons para escoger de tus em



Consejos sobre el uniforme de los empleados

Más allá de ofrecer un buen servicio, la imagen que proyecta el servicio en un restaurante es fundamental para que el comensal disfrute de su experiencia. Es muy importante tener en cuenta que todo lo que rodea a tu negocio define el estilo, los valores y la filosofía de la marca.

Una pieza fundamental son los uniformes que viste el personal del restaurante. Ellos y ellas son las personas que estarán en contacto directo con el cliente y son la cara visible del negocio.

Por ello, es fundamental escoger una vestimenta acorde a la imagen del restaurante que queramos dar.



Elegir un buen uniforme es garantía de éxito



Aquí juega un aspecto fundamental: la comida que ofrecemos. Por ejemplo, si nuestro restaurante ofrece un menú japonés es recomendable que el estilo de vestimenta tenga algún aspecto asiático.





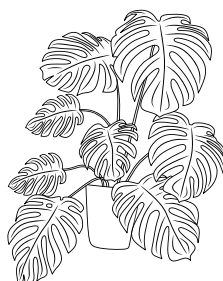
En general, el uniforme de los camareros ha sido el blanco y negro, pero podemos innovar y apostar por nuevos diseños. En este punto, la imaginación siempre al poder.

Todo ello, claro está, siempre acorde a lo mencionado anteriormente.





Si el estilo de tu restaurante es más desenfadado y juvenil puedes apostar por una camiseta básica con algún pantalón tejano. Por el contrario, si el restaurante es más selecto y formal, el uniforme tiene que tender a ser más clásico con traje negro y camisa.



Respecto al personal de cocina es básico que los uniformes estén fabricados con materiales resistentes a las manchas y arrugas, que absorban bien la humedad, el sudor y que cuenten con materiales no inflamables o tóxicos.

Por último, es recomendable disponer de una política de vestimenta que debe estar recogida en un manual que se entregará a los nuevos empleados y que será de fácil acceso y consulta para todos. 📖

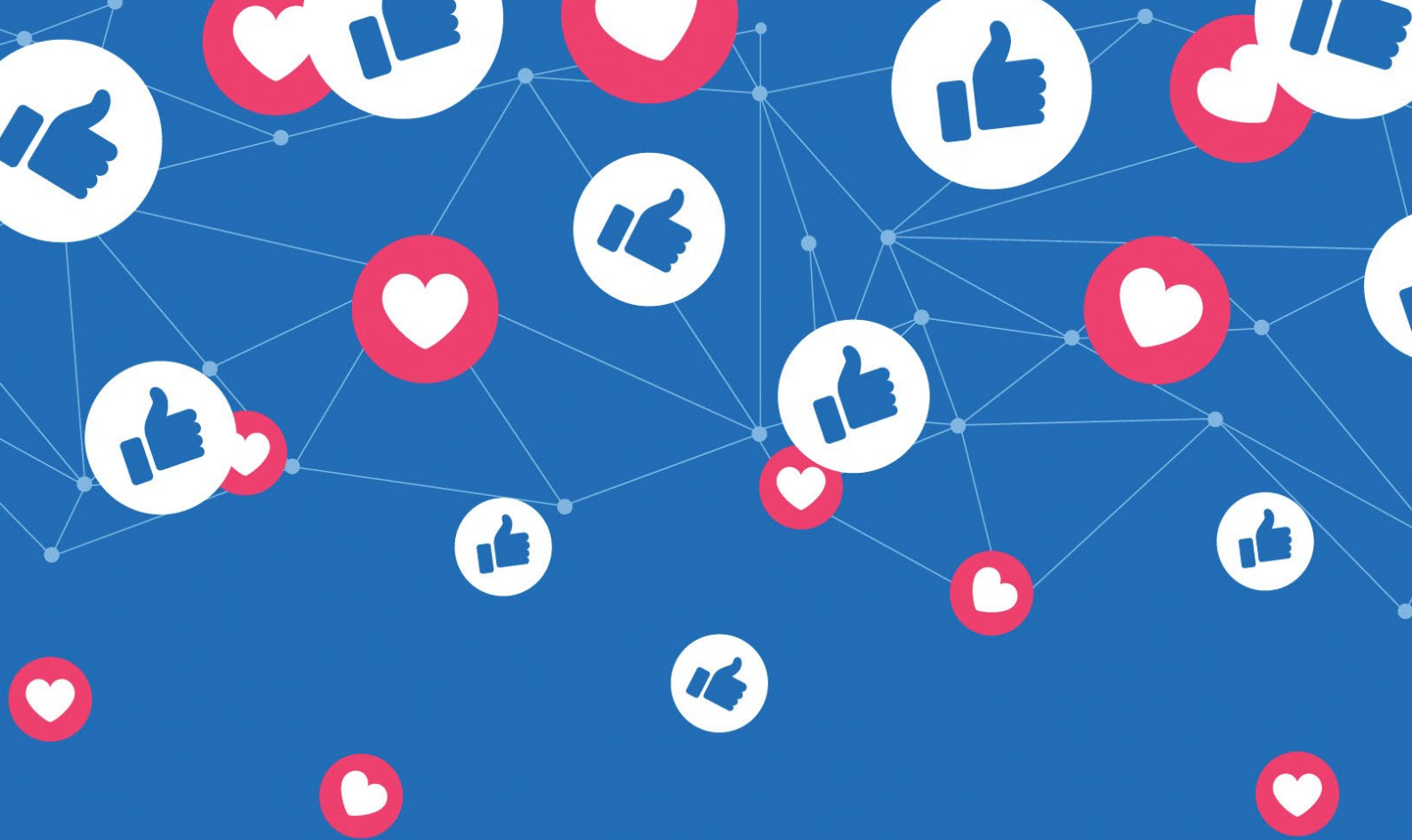
Materiales cómodos y seguros

Otro gran consejo es que en el uniforme contenga el nombre de la persona que lo lleva y el logo del restaurante. Así generarás más confianza y consolidarás la cultura de identidad con los clientes.

Respecto a los materiales, hay que elegir aquellos que sean cómodos, ligeros y que tengan una amplia vida útil.

La vestimenta debe de ser fresca, adaptable a cualquier horario y género y, preferiblemente, que combine telas de origen natural con sintéticas (algodón con poliéster, por ejemplo). Para darle un toque diferente, atractivo y vanguardista se pueden usar algún accesorio, como pueden ser gorras, pañuelos o botones.





facebook

Foodservicemex

F
OODSERVICEMEX

