

2025



Food SERVICE

PRIMER RESTAURANTE ROBOTIZADO

56,670,327 visitas

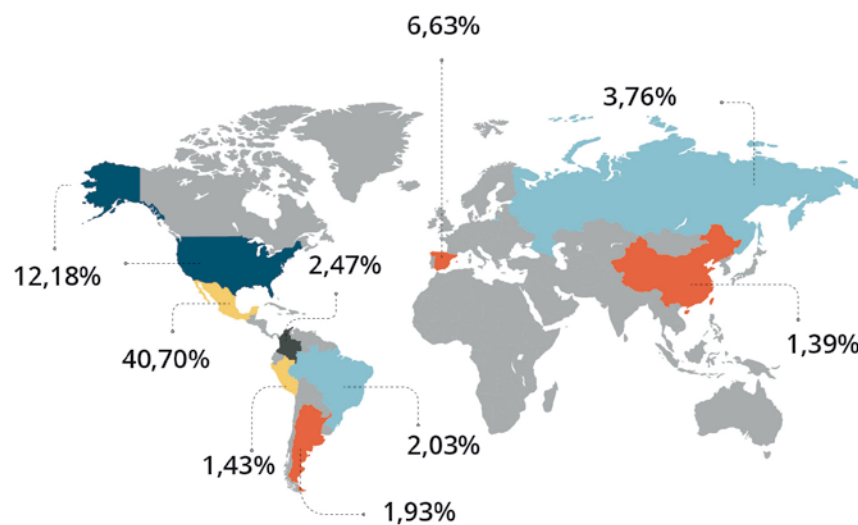
foodserviceyequipo.com

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

Producción Foodservice TV
Mauricio Castro
mauricio@grupomeditosiq.com

Coordinadora de Distribución
Sandra Martínez
distribucion@grupomeditosiq.com

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



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, Abril 2025. Editada por Grupo Medios IQ, S.A. de C.V., con domicilio en Calle Edzna No. 164, Col. Letrán 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.



MENÚS ESPECIALES PARA DIABÉTICOS EN RESTAURANTES DE CDMX

La diputada local de Morena María Guadalupe Espinosa de los Montero propone que haya menús especiales para diabéticos en restaurantes de CDMX; busca hacer conciencia. Su iniciativa propone modificar la Ley de Establecimientos Mercantiles para que los comercios cuyo giro principal y/o complementario sea la venta de alimentos preparados.

Su iniciativa propone modificar la Ley de Establecimientos Mercantiles para que los comercios cuyo giro principal y/o complementario sea la venta de alimentos preparados, cuenten con carta o menú para personas diabéticas y otras enfermedades, especificando el porcentaje o cantidad que contienen de sodio, calorías, carbohidratos, proteínas, grasas y azúcar.

Al fundamentar esta propuesta, la legisladora sostuvo que los establecimientos mercantiles ya ofertan menús para niños y alimentos saludables para personas que les gusta cuidar su alimentación con dieta baja en calorías, pero hasta ahora no cuentan con una opción para personas con diabetes que les permita tener una opción de alimentos específicos para su padecimiento.

Precisó que, aunque existan alternativas saludables, muchas veces en los restaurantes no se hace conciencia y se utiliza sal o azúcar refinada en la preparación de los alimentos, que parecieran saludables para algunas personas, pero para diabéticos se requiere la ausencia de estos condimentos.

Lo anterior, dijo, les complica llevar a cabo el tratamiento médico indicado, puesto que, al tener que comer fuera de casa, "muchas veces no se cuenta con una opción para no descuidar su alimentación y realizar la dieta recomendada".

"Por esta razón, la presente iniciativa busca que todos los establecimientos mercantiles como restaurantes, los establecimientos de hospedaje, clubes privados y los establecimientos mercantiles de bajo impacto, así como de impacto vecinal, donde se oferten alimentos preparados, cuenten con una alternativa adecuada a la ciudadanía que sufre este padecimiento", aseveró Espinosa de los Montero.

¡Hasta la próxima edición!

KORINA PONS



4

Tecnovación

Primer restaurante robotizado

14

TravesíasEl mapa para vivir con buen tiempo
todo el año

32

Eco SustentalTendencias que marcan el sector
Plant-based 2025

38

EventosLas tendencias clave para el futuro del
foodservice según expertos en SIGEP
World 2025

48

CongresoMadrid Fusión 2025 bate récord
de asistentes y nacionalidades

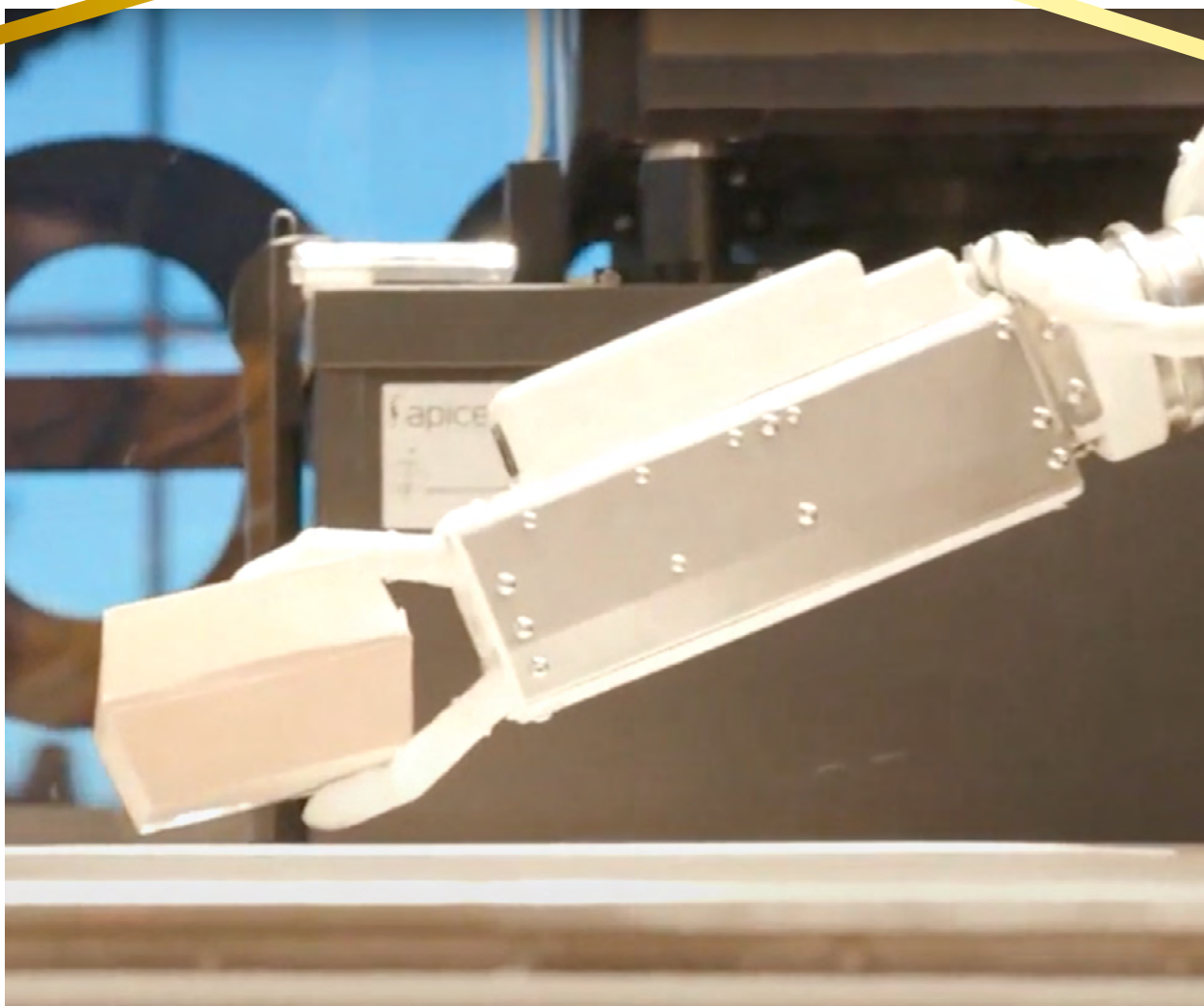
58

Tendencias Bebidas5 Tendencias del consumo de bebidas
en el foodservice

PRIMER RESTAURANTE ROBOTIZADO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN UN AEROPUERTO INTERNACIONAL



Una empresa española ha inaugurado en el Aeropuerto de Barcelona-El Prat SELF, el primer restaurante robotizado con inteligencia artificial dentro de un aeropuerto internacional.



Este innovador establecimiento, desarrollado con ingeniería y tecnología españolas, marca un antes y un después en la digitalización y automatización del sector de la restauración en entornos aeroportuarios.

COME BIEN. COME FRUTAS Y VERDURAS.



RICH'S Versatié LÁCTEA

La base cremosa para cocina y repostería que puedes usar en tus platillos dulces y salados.

SABOR LÁCTEO QUE
TE SORPRENDERÁ.



LA EXPERIENCIA
LÁCTEA
QUE SIEMPRE FUNCIONA*

*En cocina y repostería bajo condiciones de uso y manejo indicadas en el empaque.



Ubicado en la zona comercial de la Terminal 1, junto a la puerta de embarque B24, SELF cuenta con una superficie de 137 m² y ha sido diseñado para ofrecer una experiencia gastronómica rápida, eficiente y adaptada a las necesidades de los viajeros actuales.

Su propuesta culinaria incluye una amplia variedad de productos frescos y de calidad, desde cafés y bocadillos premium hasta ensaladas, pokes, bollería y postres.



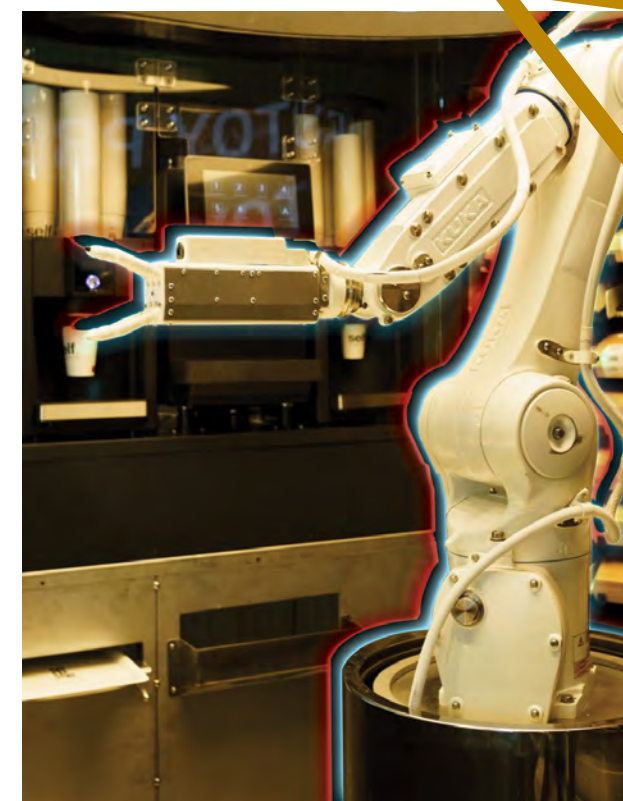
UN AVANCE TECNOLÓGICO SIN PRECEDENTES EN RESTAURANTES AEROPORTUARIOS

El restaurante opera a través de un sistema automatizado en el que un brazo robótico con una garra y cinco dedos táctiles gestiona y entrega los pedidos con precisión.

La experiencia del cliente es sencilla: los usuarios seleccionan sus productos en los terminales de autoservicio y realizan el pago de manera rápida.

Posteriormente, reciben un ticket con un número y código QR, que les permite seguir el estado de su pedido en pantallas digitales. Una vez preparado, el cliente es notificado para recoger su comida sin esperas innecesarias.

El sistema robotizado de SELF permite procesar hasta seis pedidos simultáneamente, optimizando tiempos y reduciendo la espera.



RICH'S
Versatié
LÁCTEA

**LA EXPERIENCIA
LÁCTEA
QUE SIEMPRE FUNCIONA***

ENSALADA WALDORF

4 porciones

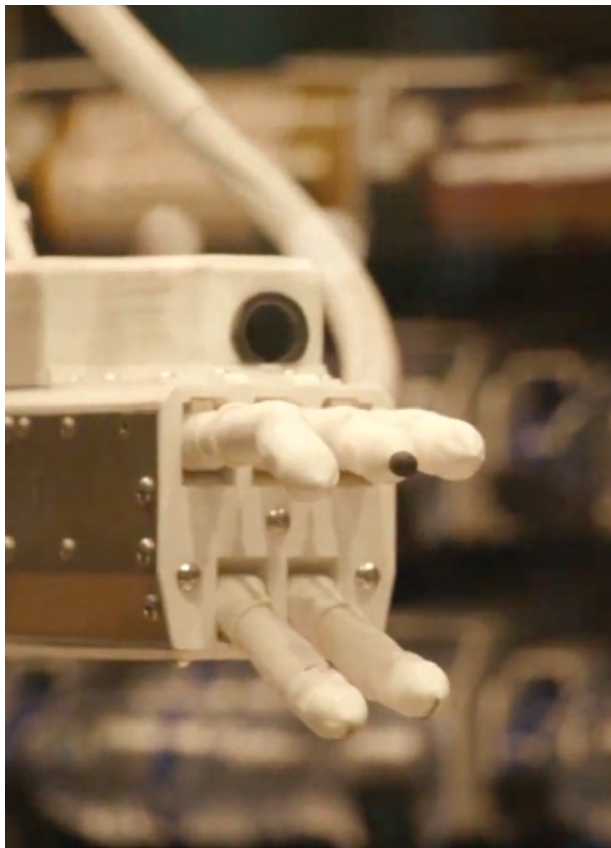
INGREDIENTES:

500 ml	Versatié Láctea	50 gr	Pistache pelado sin sal
350 gr	Manzana Granny Smith	50 gr	Nuez de la india tostada
150 gr	Piña en trozo en almíbar	50 gr	Dátiles
30 ml	Jugo de limón	50 gr	Arándano deshidratado
75 gr	Apio	150 gr	Leche condensada

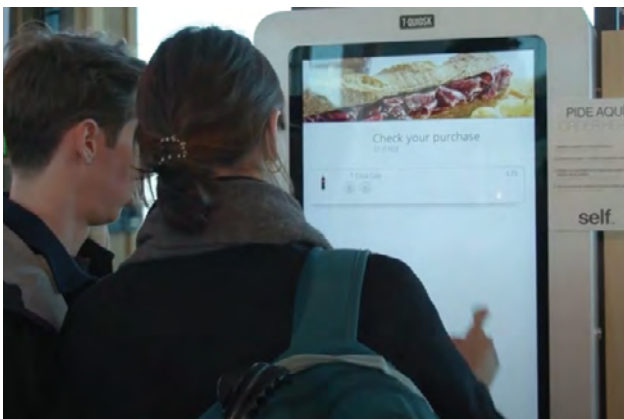
MÉTODO DE ELABORACIÓN:

1. Pelar las manzanas y cortar cubos medianos. Reservarlos en un recipiente con agua y el jugo de limón para evitar su oxidación.
2. Pelar el apio y cortarlo en cubos pequeños.
3. Picar el pistache y la nuez, cortar los dátiles en rodajas.
4. Mezclar manualmente la **Versatié Láctea** con la leche condensada hasta conseguir una consistencia espesa.
5. En el mismo recipiente añadir los cubos de manzana y el resto de los ingredientes hasta que estén bien integrados.
6. Decorar poniendo en la parte superior algunos trozos de nuez, pistache, dátiles y arándanos.

Además, la inteligencia artificial del restaurante, equipada con cámaras de visión artificial, tiene la capacidad de aprender y tomar decisiones en tiempo real para mejorar la eficiencia en la preparación y entrega de los alimentos.



A pesar de la automatización, el establecimiento cuenta con un equipo humano que asiste a los clientes en el comedor o en pedidos para llevar, garantizando una experiencia satisfactoria y personalizada.



Además de su innovación tecnológica, SELF está alineado con el compromiso de sostenibilidad de Areas a través de su programa "Areas for Change".

Entre sus medidas destacan el uso de tecnología LED para eficiencia energética, envases 100% reciclables con certificación FSC y la colaboración con Clothink para el diseño de uniformes ecológicos confeccionados con algodón orgánico.

La apertura de SELF en el aeropuerto de Barcelona supone un hito en la evolución en el sector restaurantero. Con más de 350 millones de clientes atendidos anualmente en sus 2.000 restaurantes y tiendas en Europa y América, Areas refuerza su posición como líder en entornos de viaje.

Sergio Rodríguez, CEO de Areas Iberia, ha destacado que este proyecto refleja el espíritu innovador y transformador de la compañía:

«SELF no es solo un avance tecnológico, sino una nueva forma de atender en aeropuertos. Queremos ofrecer a los viajeros una experiencia eficiente, personalizada y sostenible, manteniendo nuestra apuesta por la excelencia en el servicio».



RICH'S
Versatié
LÁCTEA

**LA EXPERIENCIA
LÁCTEA
QUE SIEMPRE FUNCIONA***

CREMA PORO Y PAPA

4 porciones

INGREDIENTES:

250 ml	Versatié Láctea	15 ml	Aceite de oliva
250 gr	Papa blanca pelada	500 ml	Caldo de vegetales
120 gr	Poro	10 gr	Sal
10 gr	Ajo	2 gr	Pimienta blanca molida
75 gr	Tocino	60 gr	Flores de Brócoli blanqueado

MÉTODO DE ELABORACIÓN:

1. Picar el ajo finamente, cortar el poro y la papa en cubos pequeños y reservar.
2. Picar el tocino en cubos pequeños y freír a fuego medio. Retirarlo cuando esté dorado, suelte su grasa y reservar.
3. En la misma grasa, agregar el aceite de oliva e integrar la papa, el poro y el ajo. Remover por 10 min a fuego bajo.
4. Agregar el caldo de vegetales y subir a fuego medio por 20 min.
5. Licuar perfectamente el contenido de la olla con la crema y regresarlo a fuego medio por 10 min más para rectificar sazón.
6. Servir la crema en un plato hondo, decorando con brócoli, tocino picado y poro frito.



La colaboración entre Areas, Aena y sus socios tecnológicos ha hecho posible que Barcelona-El Prat se convierta en el primer aeropuerto del mundo en contar con un restaurante completamente robotizado con inteligencia artificial, un hito que anticipa el futuro en el sector de la movilidad. 🤖

AROUND THE WORLD in PERFECT WEATHER

Esta es la ruta ideal para dar la vuelta al mundo con un clima perfecto entre 21-24 °C.

VIAJE DE ENSUEÑO DE 52 SEMANAS



¿Cuántas veces has soñado con cambiarte de hemisferio debido a la temperatura? ¿Te imaginas vivir todo el año con un clima perfecto —en el que no hace ni pizca de frío pero tampoco un calor sofocante—? ¿Y hacerlo mientras das la vuelta al mundo?

Gracias a este mapa elaborado por Reservations.com, vivir 365 días al año con buen tiempo es posible: sólo tienes que seguir el itinerario trazado.

La vuelta al mundo entre 21 y 24 grados de temperatura.

LA TEMPERATURA PERFECTA

¿Qué pasaría si pudieras viajar por todo el mundo durante un año en un clima perfecto?

Su investigación les llevó a la conclusión de que la temperatura ideal para la mayoría de la población se encontraba entre los 21 y 24° C. Así, confeccionaron un mapa que ilustra un itinerario alrededor del mundo en el que la temperatura se sitúa en todo momento en ese intervalo.

“El viaje duraría 52 semanas. Hay un total de 45 países cubiertos y 52 ciudades, con menos de dos días de viaje entre cada localización”.

Nos cuentan desde Reservations.com.



América Latina (Semanas 1-7).

La aventura comienza el 1 de enero en Bariloche (Argentina), una ciudad rodeada de paisajes de ensueño donde pasaremos la primera semana del año con unos agradables 22 grados centígrados.

El día 8 de enero pondremos rumbo a la ciudad de Valparaíso (Chile), siguiendo la línea de la costa o tomando un breve vuelo hasta esta tierra a la que el propio Neruda dedicó una de sus obras: Oda a Valparaíso.

Una semana después será el turno de Arequipa (Perú), un museo al aire libre lleno de arcos, iglesias, catedrales y edificios coloniales, que duerme a la sombra de un volcán.

El 22 de enero seguiremos ascendiendo por Latinoamérica y nos detendremos en Guatapé (Colombia), el pueblo más colorido del mundo, para luego poner rumbo a Panajachel (Guatemala), donde contemplar el inmenso lago Atitlán.

El buen tiempo continuará acompañándonos el 5 de febrero en La Paz (México), una ciudad en el sur de Baja California donde relajarte en la playa a 24 grados avistando a lo lejos alguna que otra ballena;

“Aunque nosotros agregaríamos que el pacífico mexicano tiene buen clima todo el año”.

Sin salir de México, el 12 de febrero llegamos a Monterrey para perdernos en su Museo de Arte Contemporáneo, su Paseo Santa Lucía y tumbarnos en el césped del Parque Fundidora.

Norte de África (Semanas 8-11).

El 19 de febrero cruzamos el charco hasta Gran Canaria para darnos un chapuzón en la playa de Las Canteras y pasear por Maspalomas a 21 °C.

Llega uno de nuestras paradas favoritas de este viaje: Marrakech (Marruecos). Y tras pasar una semana comiendo cous cous, regateando en el

zoco y viendo atardecer en la plaza Jemma el Fna, nos dirigiremos hacia Tozeur (Túnez), ¿hace una excursión a los escenarios de Star Wars en la cercana Tatooine?.

Y antes de empezar a acalorarnos, nos pasamos por El Cairo (Egipto), que acaba de iniciar la apertura parcial del Gran Museo Egipcio, el museo de arqueología más grande del mundo.

Tras visitar Líbano partiremos hacia Turquía.

AFRICA DEL NORTE



ORIENTE MEDIO



Oriente Medio (Semanas 12-15).

Aterrizamos en Baalbek, en Líbano, para seguir deleitarnos con el clima mientras descubrimos los templos de Júpiter y Baco.

El 9 de abril saltaremos a Turquía, concretamente a Antalya, la meta de la Ruta Licia –una de las favoritas de los senderistas de todo el mundo– y un paraíso para los amantes de las ruinas romanas.

De Chipre a Alemania pasando por Grecia, Italia, Croacia, Malta, España, Portugal, Francia y Suiza.

EUROPA

● Temperatura alta promedio



Europa (Semanas 16-26).

Saltemos a Europa haciendo una primera parada en Larnaca, una ciudad portuaria de la costa sur de Chipre donde oriente y occidente se dan la mano en un cruce de culturas y civilizaciones de lo más enriquecedor.

La primavera está a punto de llegar, ¿próximo destino? Los 21°C de Chania, en la isla griega de Creta, una ciudad que en algún momento de su historia perteneció a la antigua República de Venecia, lo cual vemos reflejada en su arquitectura.

De isla en isla y tiro porque me toca: Acabamos el mes de abril en Catania, la capital de Sicilia, y antes de poner rumbo a Nápoles ¿a quién le hace una subidita al volcán Etna?

Ascendemos por la bota italiana hasta Nápoles para comer una deliciosa pizza y practicar un poco de dulce far niente.

El 14 de mayo cruzamos el Adriático hasta Split, la ciudad croata que lo tiene todo: historia, cultura, mar, vida nocturna ¡y el museo de Juego de Tronos!

Cambiamos de mar, esta vez al Mediterráneo y desembarcamos en la ciudad de Rabat (Malta), donde la mezcla de cultura vuelve a hacer su aparición con un cóctel de vestigios árabes y latinos.

28 de mayo: ¡Barcelona! Sea tu primera o tu enésima vez, la ciudad Condal siempre es una buena idea, ¡y más a 21 grados de temperatura media!.

Comenzaremos el mes de junio volando hasta Lisboa y comiendo unos deliciosos Pastéis de Belem para luego subir al mirador de Santa Lucía o dar un paseo en barco por el Tajo.

Sabemos que te quedarías a vivir en la capital portuguesa pero nuestro viaje continúa: nos vamos de vinos a Burdeos y de allí saltamos a Ginebra a atiborrarnos de chocolate. ¡No te entretengas, esto sigue!.

25 de junio, aparecemos en Berlín para visitar, una vez más si no lo has hecho, la isla de los Museos y mezclarnos con los locales en algún local de techno –¿por qué no?–.

Kenia, Malawi, Zambia, Zimbabwe, Sudáfrica e Isla Mauricio: nuestras paradas en África.

África (Semanas 27-32).

Nuestro mes de julio comenzará en Nairobi, porque queremos comprobar por nosotros mismos que la capital de Kenia merece algo más que una parada logística entre safaris.

Una semana después viajaremos a Monkey Bay (Malawi) y nos pasaremos por Cape Maclear, un pueblo costero con mucho carisma.

Un autobús y un avión después, estaremos a 23 grados en Siavonga (Zambia).

De ahí saltaremos a Hwange, Zimbabwe, donde visitaremos su impresionante Parque Nacional antes de partir hacia la ciudad sudafricana de Pretoria y quedar hipnotizados con la floración de los árboles de Jacarandá.

Nuestro mes de agosto acaba en el paraíso, cuyo nombre en este caso es Baie du Tombeau, Isla Mauricio.



HERSHEY'S
FOODSERVICE

En Pascua,
lleva tu negocio al lado dulce
con Hershey's



ESCANEA Y CONOCE LOS PROS DE LA TEMPORADA:



COME BIEN

ASIA

● Temperatura alta promedio



Asia (Semanas 33-40).

Cambiamos de continente y aterrizamos en Asia. ¿Primera parada? Darjeeling, en India, un crisol con vistas al tercer pico más alto del mundo, el Kanchenjunga, desde el cual partiremos en coche hacia Paro, en Bután. Comenzaremos septiembre en la capital de Mongolia, Ulán Bator.

Tampoco faltará uno de nuestros países favoritos: Japón. Allí visitaremos la ciudad de Sapporo, conocida por sus cercanas aguas termales.

El 15 de septiembre atravesaremos el Mar del Este y tomaremos un tren hasta Sokcho, en Corea del Sur y exploraremos el Parque Nacional Seoraksan a 23 grados.

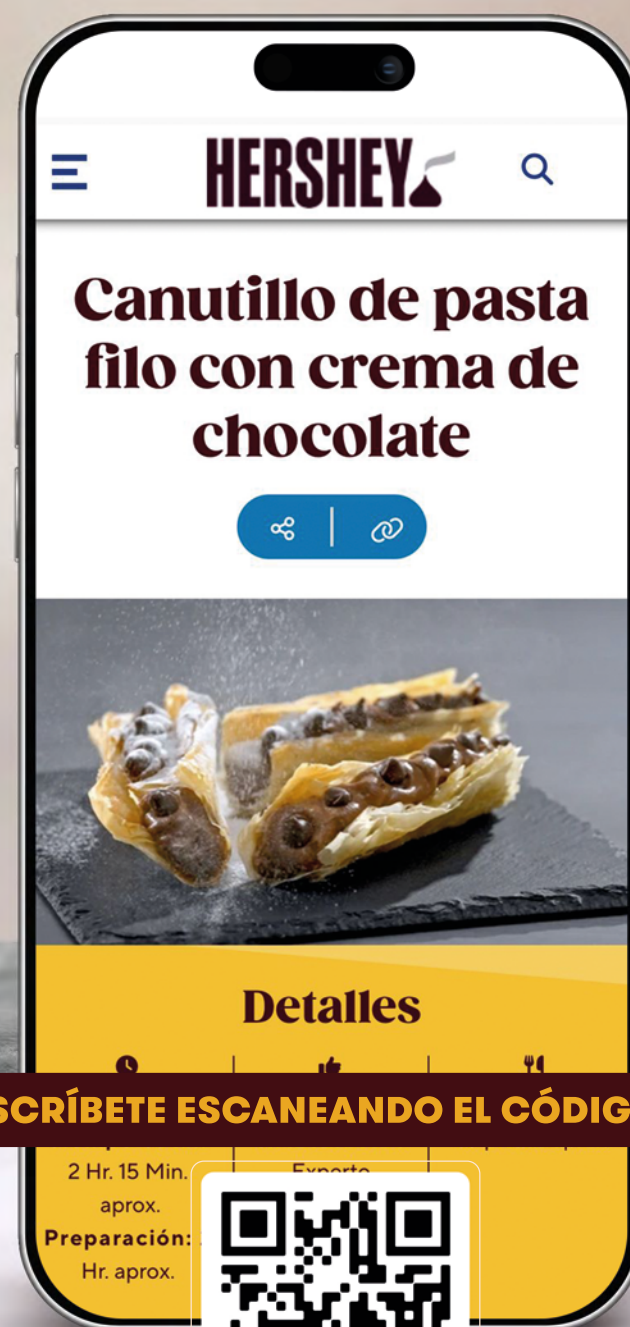
Otro vuelo rápido nos lleva hasta Beijing para recorrer la Gran Muralla China antes de llegar a nuestra última parada asiática: Tokio.

El otoño nos pisa los talones, pero nosotros somos más rápidos. Adelaida, Perth y Sídney: tres ciudades y tres semanas disfrutando del sol australiano.

HERSHEY
FOODSERVICE

Conoce tips, recetas exclusivas y tendencias

de repostería pensadas para tu negocio



SUSCRÍBETE ESCANEANDO EL CÓDIGO QR



COME BIEN

●● Temperatura alta promedio



● Temperatura alta promedio





¿Por qué comprar papas congeladas de Estados Unidos?



01. RENTABILIDAD

Papas de Estados Unidos = Papas fritas más largas | Papas fritas más largas = Más porciones | Más porciones = Mayores ganancias



02. PAPAS DE CALIDAD SUPERIOR

Las papas Russet de Estados Unidos dan origen a la mejor papa frita

- › Atractivo color
- › Apetitosa Textura
- › Delicioso sabor



03. CADENA DE ABASTO CONSISTENTE

De manera consistente, Estados Unidos provee papas fritas de alta calidad durante todo el año. Certificados por el USDA



04. VERSATILIDAD DE PRODUCTOS

Más productos significa más posibilidades y los cortes especiales inspiran la creatividad



Para mayor información de cómo agregar papas de Estados Unidos a su menú, comuníquese con Potatoes USA México

Grupo PM • Tel: (777) 316 7370

grupopm@grupopm.com

www.potatoesusa-mx.com

f USA papas
@usapapas
p USA papas

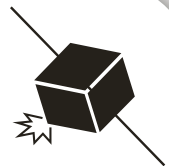
Potatoes
USA

Manejo del producto



CUIDA QUE LAS CAJAS NO SE DEJEN CAER AL PISO

Una caída de un metro de altura rompe hasta un 35% del contenido de papa congelada.



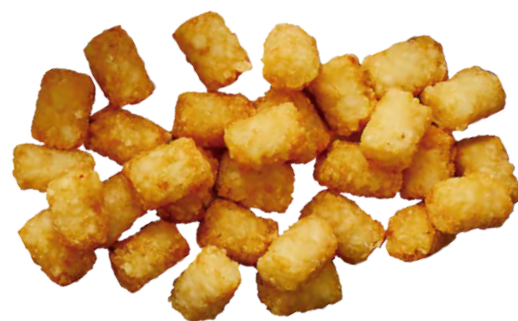
VERIFICA LA TEMPERATURA

El producto debe estar a -18°C (0°F), y no mayor a -12°C (10°F). Coloca el vástago del termómetro entre dos bolsas de producto durante dos minutos aproximadamente y toma nota de la temperatura. Nunca perfores las bolsas para evitar la contaminación del producto.



EVITA QUE LAS PAPAS ESTÉN EN ESPERA

Recuerda que, si las papas se descongelan, se deteriorará su calidad, apariencia y consistencia al momento de prepararse.



CHECA QUE LAS CAJAS NO ESTÉN MALTRATADAS

Si las cajas se encuentran golpeadas, húmedas y/o con exceso de escarcha o hielo, informa de inmediato al proveedor.

Almacenamiento



SIGUE ESTOS CONSEJOS AL ALMACENAR LAS PAPAS CONGELADAS Y SIEMPRE ESTARÁN LISTAS Y EN LAS MEJORES CONDICIONES PARA PREPARARLAS.



ALMACÉNALAS INMEDIATAMENTE

Evita un descongelamiento parcial del producto que cause problemas futuros.

TEMPERATURA

Debe ser de -18°C (0°F) y no mayor de -12°C (10°F). Recuerda que la calidad de las papas no se ve afectada si se almacenan a temperaturas más bajas.



ESTIBAS DE CAJAS

Evita apilar más de 6 cajas, ya que las papas se rompen, se refleja en bajo rendimiento y exceso de grasa en el producto final.



NO COLOQUES OTROS PRODUCTOS SOBRE LAS PAPAS, RECUERDA QUE LA CONDICIÓN DE CONGELADO NO ES SINÓNIMO DE RESISTENCIA FÍSICA.



CIRCULACIÓN DE AIRE

Deja una separación de 5cm. entre la pared y las cajas para que las paredes se enfrien y las cajas no se descongelen. No coloques las cajas a corta distancia de las puertas del almacén ya que se expondrán a variación de temperatura por la apertura de puertas. Coloca las cajas sobre un sistema de emparrillado o tarimas metálicas o plásticas sin obstruir los ventiladores, así la circulación de aire frío será adecuada.

CAJAS Y BOLSAS CERRADAS

Mantenlas cerradas para evitar la contaminación o combinación de olores y sabores de otros productos almacenados. Además, esto reduce el riesgo de formación de cristales de hielo en el producto.



ROTACIÓN DEL PRODUCTO

Para no acumular el producto viejo en el almacén, utiliza el sistema PEPS (Primeras Entradas, Primeras Salidas). Identifica el producto con colores diferentes para cada día de la semana, anota la fecha de entrada del producto al almacén para reducir el manejo excesivo de las cajas con producto.



AISLAMIENTO DE EQUIPOS FRIGORÍFICOS

Verifica periódicamente los empaques de los equipos de congelación para evitar la humedad y fuga de aire frío en el almacén.



EVITA SACAR LAS PAPAS DE LAS CAJAS

En caso de hacerlo, coloca las bolsas verticalmente para no dañarlas.



Para mayor información de cómo agregar papas de Estados Unidos a su menú, comuníquese con Potatoes USA México

Grupo PM • Tel: (777) 316 7370

grupopm@grupopm.com

f USA papas
@usapapas
p USA papas

www.potatoesusa-mx.com





Tendencias que marcan el sector Plant-based 2025

La Asociación Española de Productores de Alimentos y Bebidas Vegetales (Vegetal/es), publica las cinco tendencias que marcarán el sector plant-based este 2025, en colaboración con la fundación sin ánimo de lucro Good Food Institute Europe (GFI Europe).



La apuesta por la innovación sigue siendo clave para el crecimiento del sector, con un ecosistema foodtech en auge y más de 420 startups especializadas en tecnología alimentaria operando en España.

La inversión en este ámbito alcanzó los 226 millones de euros en 2023, posicionando al país como uno de los principales hubs europeos de innovación en alimentación sostenible.

La categoría, que continúa ganando impulso y consolidándose como una de las más dinámicas e innovadoras de la industria alimentaria, tiene una previsión de crecimiento del 10% para 2025 tras varios años con un crecimiento similar, tal y como refleja el informe de impacto económico publicado por la asociación.

Los últimos informes muestran que los consumidores están demandando una mayor variedad de fuentes de proteína que sean sostenibles y accesibles.

El informe de Vegetal/es y GFI Europe identifica cinco tendencias clave que definirán la evolución del sector plant-based en los próximos meses:



1. Personalización y nutrición de precisión en productos plant-based.

Se están desarrollando alimentos vegetales adaptados a necesidades individuales mediante inteligencia artificial y análisis de microbiomas. Estos avances permiten crear productos que mejoran la digestión o aumentan la energía, beneficiando la salud.

ENSALADA CÉSAR CON POLLO Y PAPAS DE ESTADOS UNIDOS

Descripción: Un clásico con un twist, deliciosa ensalada César con aderezo casero, pollo a la plancha y papas con forma de serpentina

Ingredientes

2 anchoas
1 diente de ajo
2 cucharadas mostaza Dijon
4 cucharaditas salsa inglesa
5 limones, su jugo
2 yemas de huevo
2 cucharaditas aceite de oliva
2 tazas Papas Congeladas de Estados Unidos corte serpentina
150g pechuga de pollo en tiras
1 lechuga orejona, deshojada, lavada y desinfectada
1/2 taza queso parmesano
1/2 taza hojas de perejil



Procedimiento

Muele las anchoas, ajo, mostaza, salsa inglesa y jugo de limón; agrega las yemas y vuelve a mezclar; poco a poco, incorpora el aceite en forma de hilo hasta integrar por completo.

Coloca las papas en una charola y hornea a 180°C por 20 minutos; retira del horno. Asa las tiras de pollo en una parrilla; reserva.

Mezcla la lechuga con el aderezo, pollo y papas; agrega el queso parmesano y perejil.

Contenido nutrimental por porción: 330 calorías de energía, 19g proteínas, 6g fibra, 11g grasas saludables, 3g grasas saturadas, 510mg sodio. Receta muy rica en proteína de alta calidad (38% de la IDR), vitamina A (43% de la IDR), vitamina B2 (29% de la IDR), vitamina B6 (32% de la IDR) y vitamina C (94% de la IDR). Receta rica en fibra (23% de la IDR), folatos (13% de la IDR), calcio (16% de la IDR), zinc (10% de la IDR), potasio (24% de la IDR), hierro (16% de la IDR), magnesio (12% de la IDR), fósforo (27% de la IDR) y selenio (22% de la IDR).

Potatoes[®]
USA



NACHOS DE PAPA CON QUESO, ARRACHERA Y PICO DE GALLO

Descripción: Papas reja con queso cheddar, arrachera y pico de gallo mexicano



Ingredientes

4 tazas Papas Congeladas de Estados Unidos corte reja
100g arrachera
100g queso cheddar rallado
1 cucharadita aceite

Pico de gallo

2 jitomates en cubos
1/2 cebolla picada
1 chile serrano picado
3 cucharadas cilantro picado
1 cucharadita aceite de oliva
Sal y pimienta

Procedimiento

Hornea las papas en una charola a 180°C por 20 minutos; retira y reserva. Asa la arrachera en una parrilla; reserva.

En un tazón, mezcla todos los ingredientes del pico de gallo; salpimenta.

En un platón, acomoda las papas reja, arrachera y queso; gratina por unos minutos en el horno. Sirve con el pico de gallo.



Contenido nutrimental por porción: 300 calorías de energía, 17g proteínas, 3g fibra, 9g grasas saludables, 4g grasas saturadas, 150mg sodio. Receta muy rica en proteína de alta calidad (33% de la IDR), vitamina B6 (29% de la IDR) y vitamina C (34% de la IDR). Receta rica en fibra (12% de la IDR), vitamina B1 (10% de la IDR), vitamina B3 (20% de la IDR), zinc (15% de la IDR), potasio (19% de la IDR), hierro (10% de la IDR), selenio (15% de la IDR), magnesio (9% de la IDR) y fósforo (22% de la IDR).

2. Alternativas a productos marinos plant-based.

Crece el mercado de pescados y mariscos vegetales debido a la sobrepesca y la contaminación. Se están desarrollando alternativas como atún y gambas plant-based con sabores y texturas realistas, lo que también ayuda a reducir la dependencia de las importaciones de pescado.



Imagen: David Kitchen: www.eversoon.com.tw

3. Reducción de azúcares y alternativas naturales.

Continúa la tendencia de disminuir los azúcares añadidos en 2025. Las marcas están incorporando endulzantes naturales como néctar de agave o azúcar de dátil, mejorando el perfil nutricional de los productos vegetales, que ya son bajos en azúcares según estándares europeos.



Imagen: bienestarparati.com.mx



4. Innovaciones en proteínas vegetales.

Se desarrollan nuevas tecnologías como la fermentación de precisión y la carne cultivada para mejorar la textura y sabor de las proteínas vegetales. Esto atraerá a más consumidores, incluidos flexitarianos, al ofrecer experiencias culinarias más auténticas y sostenibles.



5. Sostenibilidad en primer plano para una mayor transparencia en el etiquetado.

En 2025, se espera que las marcas plant-based adopten etiquetas más completas que detallen emisiones de carbono, consumo de agua e impacto en la biodiversidad, ofreciendo transparencia y ganando la confianza de los consumidores.



En este sentido, tal y como se lee en las conclusiones del informe, para responder a la necesidad marcada por la Unión Europea, es necesario que la Estrategia Nacional de Alimentación reconozca el papel de las proteínas alternati-

vas en el sistema alimentario futuro y su capacidad para impulsar la innovación. Esto incluye aprovechar el ecosistema existente en España, desde centros de investigación hasta empresas que desarrollan productos innovadores. 🌱

PAPAS CURLY RELLENAS DE QUESO Y FLOR DE CALABAZA



Ingredientes

2 tazas Papas de Estados Unidos Congeladas corte curly
1 taza queso asadero rallado
1/4 tazas cebolla picada
1 chile serrano picado
2 tazas pétalos de flor de calabaza
1 rama de epazote troceada

Procedimiento

Corte las papas en trozos de 4-5cm; colóquelos en una charola para horno.

Mezcle el queso, cebolla, chile, flor de calabaza y epazote. Rellene las papas con la mezcla y hornee a 180°C por 20 minutos o hasta que las papas estén doradas.

Contenido nutrimental por porción: 230 calorías, 10g proteínas (20% de la IDR), 3g fibra (12% de la IDR), 6g grasa (10% de la IDR), 55 calorías de grasa (23.9%), 0mg colesterol, 220mg sodio (9% de la IDR), 35g carbohidratos (12% de la IDR), vitamina A (25% de la IDR), calcio (15% de la IDR), vitamina C (30% de la IDR), hierro (20% de la IDR).



Para mayor información de cómo agregar papas de Estados Unidos a su menú, comuníquese con Potatoes USA México

Grupo PM • Tel: (777) 316 7370

grupopm@grupopm.com

www.potatoesusa-mx.com

f USA papas
@usapapas
USA papas

Potatoes
USA

LAS TENDENCIAS CLAVE PARA EL FUTURO DEL FOODSERVICE SEGÚN EXPERTOS EN SIGEP WORLD 2025

La sostenibilidad, la personalización y la inteligencia artificial fueron los ejes centrales que estructuraron un diálogo lleno de ideas inspiradoras.





La mesa redonda inaugural de SIGEP World 2025, moderada por Flavia Morelli, Group Exhibition Manager de la División Food & Beverage de Italian Exhibition Group, reunió a destacados líderes internacionales para debatir sobre las principales tendencias que están marcando el presente y futuro del sector del gelato y el Foodservice.

La experiencia del cliente como prioridad estratégica

La primera gran tendencia destacada por los expertos fue la necesidad de ofrecer experiencias completas a los consumidores. Edurne Uranga, vicepresidenta de Foodservice Europe en Circana, subrayó cómo las expectativas de los clientes están evolucionando.

“Los consumidores ya no buscan solo satisfacer su hambre; quieren experiencias 360° que conecten con sus emociones”. Afirmó.

También explicó que esta demanda está transformando el panorama competitivo: supermercados y retailers están lanzando cadenas propias de restaurantes, creando un entorno más dinámico.

Desde la perspectiva de las gelaterías, Massimiliano Zucchi, CEO de La Romana dal 1947, coincidió en la importancia de la experiencia del cliente.

“Ser obsesivos con el cliente es esencial para captar oportunidades. Nuestra misión es ofrecer un gelato fresco y artesanal cada día, y eso es algo que el cliente valora profundamente”.



Explicó Zucchi, destacando cómo la calidad del producto y la experiencia personalizada son pilares fundamentales de su estrategia de expansión internacional.

Por su parte, Shelly Hwang, fundadora de Pinkberrian Co., abordó cómo la digitalización está reconfigurando la relación con los consumidores.

“Hoy en día, la experiencia comienza antes de entrar a la tienda. Los consumidores investigan y se inspiran digitalmente. Las marcas deben colaborar con el mundo digital para atraer al cliente incluso antes de que pruebe el producto”, comentó.



Sostenibilidad: más que una tendencia, una exigencia

La sostenibilidad es otro de los grandes temas que está redefiniendo el sector del food service. Según Uranga, los consumidores exigen cada vez más un enfoque holístico que combine aspectos ambientales, sociales y económicos.

“Casi el 50% de los clientes pide que los restaurantes sean sostenibles, lo que convierte este factor en un criterio de elección clave”, indicó.

Zucchi señaló que su cadena ha sido “plástico cero” desde 2016, pero reconoció que esto es solo el comienzo.

“La sostenibilidad es un compromiso continuo y constante. Debemos avanzar aún más en este camino, especialmente cuando estamos operamos en mercados internacionales”, declaró.



Desde una perspectiva de diseño, Hwang resaltó la importancia de crear productos reciclables atractivos y comprensibles para el consumidor.

“No basta con ofrecer materiales reciclables; necesitamos educar a los clientes sobre su impacto y hacer que quieran utilizarlos”, señaló.

demás, propuso que las empresas inviertan en innovaciones que hagan que la sostenibilidad sea deseable y fácil de adoptar.



Inteligencia artificial: revolución en eficiencia y personalización

La inteligencia artificial (IA) está emergiendo como una herramienta esencial para mejorar tanto la eficiencia operativa como la experiencia del cliente.

Mohammad Alsuri, director de aprendizaje y rendimiento en ALTazaj, explicó cómo su empresa ya utiliza IA para optimizar operaciones y personalizar servicios.

“La IA permite identificar cuellos de botella operativos, optimizar el personal necesario y reducir tiempos de espera. Además, puede personalizar la experiencia del cliente, sugiriendo productos en tiempo real basándose en datos históricos”, comentó Alsuri.

La IA también está transformando la formación del personal.



Alsuri destacó el uso de herramientas como la realidad virtual y los chatbots para entrenar a los empleados en escenarios simulados antes de enfrentarse a los clientes.

“Con la IA podemos ofrecer formación personalizada para cada empleado, mejorando sus habilidades de manera dinámica y preparándolos para situaciones reales”, explicó.

Hwang también abordó el papel de la IA como motor de personalización.

“Las generaciones más jóvenes esperan experiencias altamente personalizadas, y la IA es clave para cumplir esas expectativas. No solo mejora la eficiencia, sino que también crea conexiones más significativas con los consumidores”, afirmó.





Personalización: la clave para conquistar al cliente moderno

La personalización fue un concepto recurrente en todas las intervenciones. Según Uranga, comprender las expectativas individuales de los clientes es una oportunidad estratégica.

Zucchi agregó que su modelo de negocio ya se basa en la personalización, no solo del producto, sino también de la experiencia del cliente en cada una de sus 78 gelaterías.

“Si entendemos lo que el cliente realmente busca, podemos transformar una oportunidad en un motor de crecimiento sostenible”, afirmó.

“Formamos a nuestro personal para que entienda y comparta nuestra visión. Solo así podemos garantizar que cada cliente reciba una experiencia única”, explicó.

TIRAMISÚ DE CHOCOLATE

El sabor intenso de Hershey's y la suavidad del mascarpone llegan a tu negocio a darle el toque extra **Pro**



ESCANEA EL QR
Y DESCUBRE
LA RECETA COMPLETA

HERSHEY'S
FOODSERVICE

INGREDIENTES:

- 800 g de galletas de soletilla
- 250 g de Cocoa Hershey's
- 500 ml de leche semidescremada
- 3 huevos
- 100 g de azúcar (1/2 taza)
- 300 g de queso mascarpone
- 250 g de nata para montar
- 200 g de Chispas de Chocolate Semiamargo Hershey's

PROCEDIMIENTO:

1. Bate los huevos hasta que adquieran un tono blanquecino. Agrega el azúcar de manera gradual y bate hasta obtener una mezcla cremosa.
2. Incorpora el queso mascarpone poco a poco, con movimientos envolventes, asegurando que esté a temperatura ambiente para facilitar su integración.
3. Monta la nata bien fría y agrégala suavemente a la mezcla anterior con movimientos envolventes para mantener su aire y textura.
4. En un recipiente aparte, mezcla la leche con el cacao hasta obtener una preparación homogénea y sin grumos.
5. Vierte una capa de la mezcla de chocolate en la base de un molde. Coloca una capa de galletas de soletilla y húmedécelas con la mezcla de chocolate.
6. Extiende una capa generosa de crema de mascarpone sobre las galletas y espolvorea cacao en polvo de manera uniforme.
7. Repite el proceso, alternando capas de galletas, mezcla de chocolate y crema de mascarpone, hasta alcanzar la altura deseada (2 o 3 capas).
8. Finaliza con una capa abundante de cacao en polvo y decora con chispas de chocolate Hershey's.



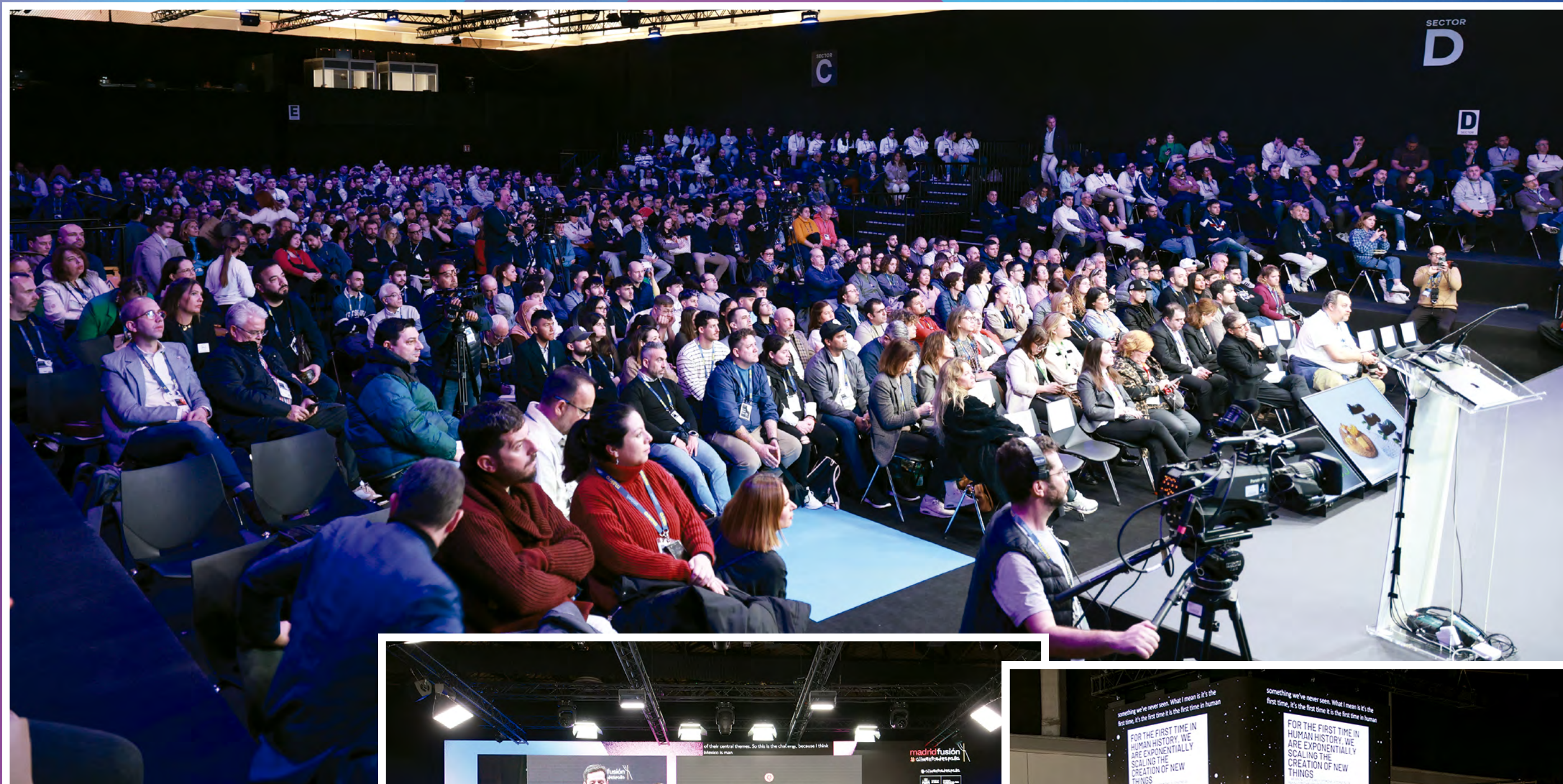
COME BIEN

MADRID FUSIÓN 2025 BATE RÉCORD DE ASISTENTES Y NACIONALIDADES



La 23ª edición de Madrid Fusión Alimentos de España cierra batiendo récord de asistentes, chefs y nacionalidades. El evento ha contado con 1.847 congresistas, 26.104 visitantes y un total de 232 empresas expositoras.

En esta última edición, Madrid Fusión ha apostado por compartir un congreso de contenidos repartidos en sus seis escenarios, abarrotados en la mayoría de las ponencias. Ha sido el año con la asistencia más internacional –con la presencia de visitantes de 63 países– y también el de la mayor presencia de cocineros de sus 23 ediciones.



Se han celebrado cerca de 200 ponencias y mesas redondas en los escenarios oficiales que han funcionado durante tres días simultáneamente. Además, la cumbre gastronómica ha consolidado el salto hacia adelante en la internacionalización iniciada el año pasado en los formatos.

La apuesta por el futuro de la alimentación en el espacio Dreams ha seguido catapultando la dimensión formativa del congreso más influyente del mundo, que ha visto también como sus escenarios del mundo dulce y del vino han resultado un éxito.





MADRID FUSIÓN

Esta edición de Madrid Fusión, con el nombre de 'Revolucionarios', no solo ha reconocido a una generación que revolucionó la cocina, sino que ha sido escaparate para las nuevas revoluciones en marcha.

Por una parte, la inteligencia artificial como herramienta para diseñar alimentos, cartas y menús, optimizar sistemas productivos o gestionar un restaurante entre otras cosas, y por otra, la gran revolución del desperdicio cero

(zero waste), que ha centrado las ponencias de buena parte de los protagonistas de este congreso.

Si la gastronomía ha de contribuir de alguna forma a la mejora de la sociedad y a la salud del planeta, resulta obvio que sus líderes están comprometidos con ello, sea desde la innovación con la producción y el uso de nuevos ingredientes, o desde la mirada a la tradición y a los saberes que encierran los sabores del pasado.

CHEFS DE RENOMBRE EN MADRID FUSIÓN 2025



KATSUHITO INOUE

En el auditorio principal, Katsuhito Inoue, alma de Chef's Table (Kyoto, Japón), explicó la experiencia gastronómica que ofrece en su restaurante inspirándose en la naturaleza sutil y siempre cambiante del paisaje de Kyoto.



DYLAN W-B

El chef Dylan Watson-Brown, de Ernst (Berlín), habló de sus dashis y a partir de ingredientes regionales en una cocina que mezcla kilómetro cero y técnicas de la cocina japonesa.

ALBERT FRANCH, LUKA BALAC
Y CARLOS HENRIQUES

Albert Franch, Luka Balac y Carlos Henriques, del Estrella Verde Nolla (Helsinki, Finlandia), mostraron cómo hacen posible una de las pocas cocinas de restaurante del mundo con residuo cero.

Conscientes de las dificultades de esta decisión explican que “no quisimos expandirnos más por todo el residuo invisible que se genera durante el transporte y, porque queremos dar soporte a la economía local”.



JAVIER OLLEROS

De Galicia, y también enlazando con el impacto medioambiental, vino Javier Olleros (Culler de Pau, O Grove, Pontevedra) quien puso en valor los cereales y las semillas de su tierra.

SABOR DEL AÑO FOOD SERVICE

UN PREMIO QUE HARÁ INCREMENTAR TUS VENTAS

GANADORES 2025



Impulso
de ventas



Ventaja
competitiva y
diferenciación



Imagen
de marca



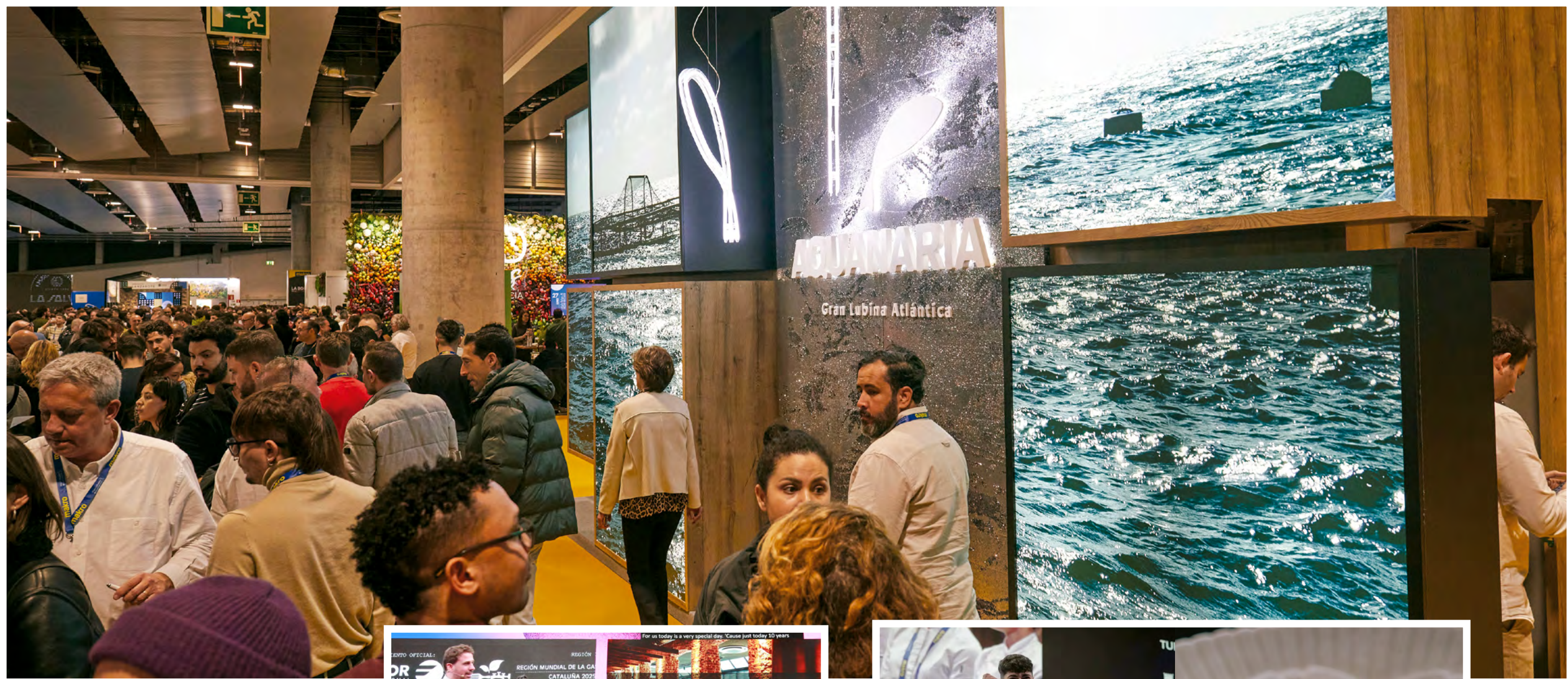
Activo
publicitario

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

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

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





También pasaron por el auditorio principal Javi Estévez (La Tasquería, Madrid), que ha hecho un arte de la transformación de la casquería, Miguel Ángel de la Cruz, (La Botica, Matapozuelos, Valladolid, España), que habló del terruño como inspiración y despensa, y Jordi Vilà (Alkíma, Barcelona), que explicó su trabajo de profundización en los fundamentos y la historia de la cocina catalana.

Senén Barral, de Servicios de Restauración de Inditex, explicó el proyecto de restauración colectiva 360° de la multinacional española, comprometida con la ética y el bajo impacto ambiental.

Nacho Manzano, chef del restaurante Casa Marcial fue galardonado con el Premio Madrid Fusión Alimentos de España en Defensa del Producto, tras un trabajo de 30 años en el que ha transformado el mundo rural asturiano elevando sus productos a las más altas cuotas de la cocina.

Los grandes triunfadores de la última jornada de Madrid Fusión Alimentos de España han sido Axel Smyth y Claudia Merchán, que no dejan de sumar premios para



el restaurante Simpar de Santiago de Compostela. Esta pareja gallega, ganadora también del galardón a la mejor croqueta de jamón en Madrid Fusión 2025, ha sumado el más relevante de la cumbre gastronómica convirtiéndose en los nuevos Cocineros Revelación by Balfegó.

El palmarés podría haber sido aún mayor, ya que la joven chef y repostera Claudia Merchán era finalista también en el premio Pastelero Revelación by Torrons Vicens, un galardón que al final ha recaído en Luis Fernández,



el jovencísimo pastry chef -24 años- del Hotel Boutique Eunice (Salamanca), que convenció al jurado con un postre de turrón blando de almendra, mandarina y bourbon.

El premio Sala Revelación fue para Andrea Martín, jefa de sala de Tragatá Málaga, el bar de tapas del chef Benito Gómez. Martín, que destaca por su solvencia y equilibrio entre cercanía y delicadeza, se impuso en un concurso donde cinco de las seis aspirantes eran mujeres.

El premio Sostenibilidad Revelación by Aquanaria, entregado por Pedro Sánchez, director comercial de la firma, correspondió a Miguel Ángel de la Cruz, chef de La Botica de Matapozuelos (Valladolid). Repite galardón, el que reconoce a los expositores como mejor Stand Revelación, Frutas Eloy con un precioso expositor que rendía homenaje a Valencia con la representación de una barraca. 🐟

5 TENDENCIAS DEL CONSUMO DE BEBIDAS EN EL FOODSERVICE

El consumo de bebidas espirituosas en México en 2024 experimentó un crecimiento sostenido, impulsado por factores como la preferencia de los consumidores por productos "premium", la creciente popularidad de cócteles y bebidas innovadoras, y el aumento del consumo en hogares y eventos sociales.

Entre los factores que influyeron en el crecimiento del consumo en el 2024, de bebidas espirituosas figuran: un alto nivel de consumo en el hogar (aumento en la penetración de bebidas alcohólicas en los hogares mexicanos la cual alcanzó el 83.5%).

AUMENTO EN LA FRECUENCIA DE CONSUMO.

Ahora los consumidores no solo compran bebidas alcohólicas, sino que también han aumentado la frecuencia con la que las consumen.

PREFERENCIAS CAMBIANTES.

Los consumidores mexicanos muestran un interés creciente en bebidas “premium”, cócteles y bebidas innovadoras, lo que impulsa la demanda de productos de mayor valor.

CRECIMIENTO DEL CONSUMO EN BARES Y RESTAURANTES

Así pues a pesar del aumento del consumo en el hogar, el consumo de bebidas espirituosas en bares y restaurantes también ha experimentado un crecimiento constante.

En cuanto a las tendencias específicas de consumo, se observa un incremento en la demanda de bebidas como el tequila y el mezcal, impulsadas por su creciente popularidad a nivel nacional e internacional. También se observa un aumento en el consumo de bebidas ready-to-drink (RTD), que ofrecen conveniencia y practicidad a los consumidores.

Uno de los grupos distribuidores de bebidas espirituosas premium, analizó más de 160 millones de conversaciones globales para identificar los cambios más relevantes en la forma en que las personas socializan, consumen bebidas alcohólicas y otros productos, y se conectan con las marcas.

La recopilación de dicho análisis, lo integró en un informe al que título Informe de Tendencias 2025: Explorando el futuro de la socialización y el consumo, el cual realizó por segunda ocasión.

El segundo Informe de Tendencias 2025, presentó cinco macro-tendencias clave que darán forma al comportamiento del consumidor durante este año.

El informe, desarrollado a través del avanzado Diageo Foresight System™, examinó más de 160 millones de conversaciones globales para identificar los cambios más relevantes en la forma en que las personas socializan, consumen y se conectan con las marcas.

Tendencias destacadas en el informe

1. Neo-Hedonismo:

Una redefinición del placer, con consumidores priorizando experiencias únicas y memorables. El 83% de las conversaciones globales sobre “productos y experiencias singulares” reflejan esta tendencia.

2. Bienestar Consciente:

Un enfoque holístico hacia la salud mental y física, impulsado por el interés en opciones como el “zebra striping” (alternancia entre bebidas alcohólicas y no alcohólicas), que ya practican 1 de cada 4 consumidores en el Reino Unido.

3. Realidad Expandida:

El impacto transformador de la inteligencia artificial y las tecnologías inmersivas como la Realidad Virtual (VR) y Aumentada (AR) en el día a día.

4. Pertenencia Colectiva:

Crecimiento de comunidades digitales y fandoms, con un aumento del 121% en conversaciones sobre “Conectando Fandoms Apasionados”.



5. Marcas de Mejora:

El compromiso con la sostenibilidad y el apoyo a lo local, reflejado en el crecimiento del 59% en conversaciones sobre “Riqueza Local”.

El grupo de bebidas espirituosas continúa innovando con herramientas como FlavorPrint, que utiliza IA para personalizar recomendaciones de cócteles en tiempo real. Además, algunas de las marcas que distribuye como Don Julio y Baileys destacan por su participación en momentos culturales globales y por impulsar prácticas sostenibles.

“Con este informe, buscamos inspirar a nuestras marcas y socios a anticiparse a los cambios en las preferencias de los consumidores y a mantenerse relevantes en un mundo dinámico y en constante evolución”.

Comentó Cristina Diezhandino, directora de Marketing de Diageo.

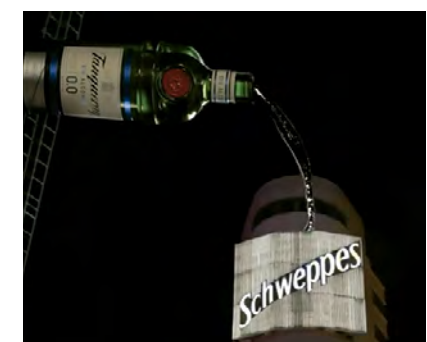


El Informe de Tendencias 2025 subraya cómo a través de sus marcas icónicas como Tequila Don Julio, Baileys, Smirnoff y Tanqueray, pretende posicionarse en la adaptación al cambiante panorama cultural y de consumo.

En 2024, Tequila Don Julio se convirtió en la primera marca de licores en ser integrada en una transmisión en vivo de los Oscars, reafirmando su lugar en momentos culturales clave. Por su parte, Tanqueray deslumbró a los consumidores con una activación digital en Madrid, generando más de 11 millones de vistas con una botella CGI suspendida en el aire.

A pesar de este crecimiento, la industria de bebidas espirituosas en México también enfrenta desafíos. La inflación y el aumento de los precios de las materias primas han afectado los márgenes de ganancia de los productos. Además, la creciente preocupación por la salud y el bienestar ha llevado a algunos consumidores a reducir su consumo de alcohol o a optar por alternativas más saludables.

Se advierte, que si bien el 2025 estará marcado por el cambio, los desafíos y grandes oportunidades, el informe de tendencias es un llamado a los encargados de las marcas de bebidas, socios de negocios y a la industria en general para entender las necesidades y aspiraciones de los consumidores en el mundo globalizado.





BLACK EAGLE MAVERICK

Victoria Arduino
INSPIRED BY YOUR PASSION.

facebook

Foodservicemex

FASHION CHEF REVISTA BAKERY REGION MAYA

Eco Sustental
Tendencias que
marcan el sector
Plant-based 2025



Congreso
Madrid Fusión 2025
Bate récord de asistentes
y nacionalidades



Eventos
Las tendencias clave
para el futuro del Foodservice
según expertos en SIGEP World 2025

www.foodserviceyequipo.com

