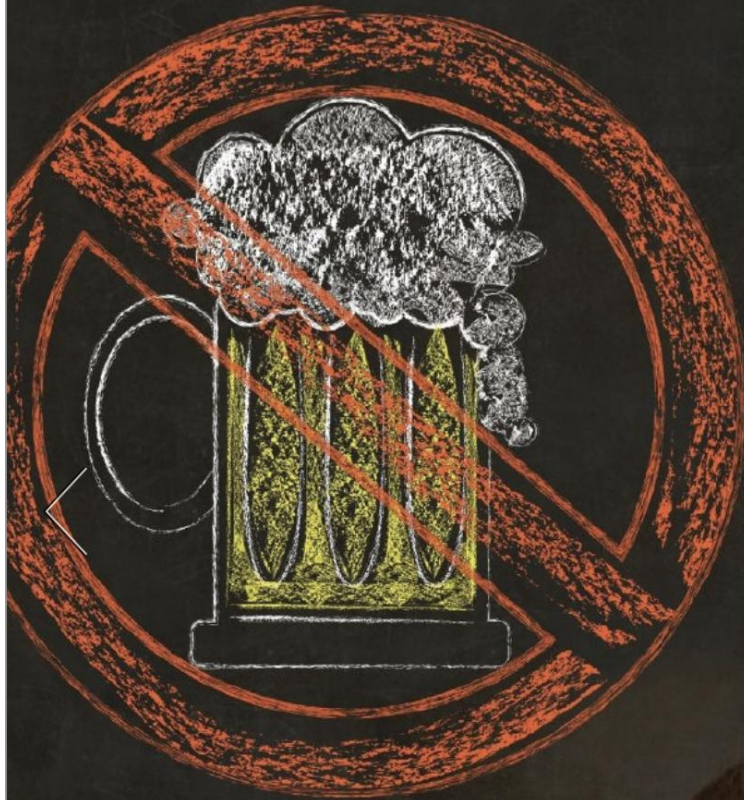


The “SOBER CURIOUS” MOVEMENT

Get on board to benefit from non-alcoholic “cocktails”



| **BY ELYSE GLICKMAN** | A number of bar trends over the past decade have injected a shot of adrenaline into the bottom line of bars and restaurants nationwide. From the re-emergence of century-old cocktail recipes to a boom of premium craft and small batch spirits to an emphasis on organic and house-made or home-grown ingredients, many of these trends have led to a major upgrade in public perception of tequila, mezcal and other spirits.

There's been greater innovation on Mexican and Latin American establishments' cocktail menus as a result.

Now a new trend is hitting the hospitality scene—one that, at first glance, might

seem a “buzz-kill” for establishments that rely on alcohol to boost sales and profits.

It's the “sober curious” movement, which “...encourages a sober lifestyle, but welcomes individuals who aren't willing, ready, or planning to give up alcohol completely,” information from verywellmind.com explains.

And while there aren't hard numbers about how many consumers are embracing it, anecdotal evidence shows that sober curious is impacting alcohol sales.

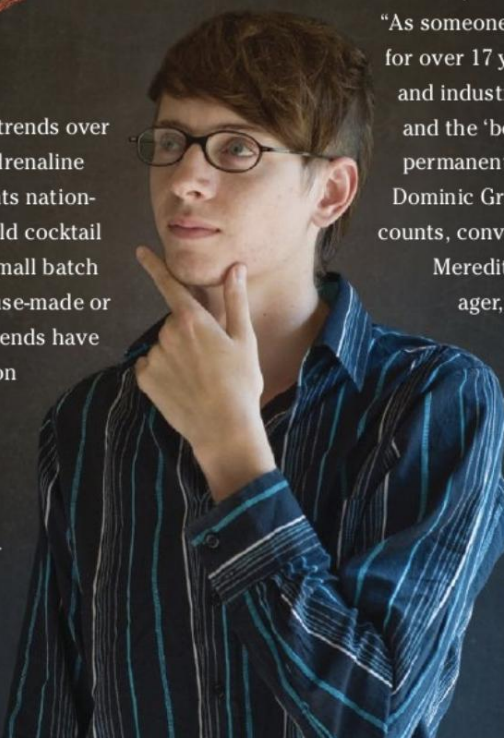
Non-alcoholic beers, for example, claim just 5 percent of the current global beer market. But the category is experiencing growth of 3.9 percent on average annually, making it the fastest growing segment of the beer market, according to “As drinking declines, nonalcoholic beer gets a slick rebrand,” an October 2019 story from Fast Company.

Other indicators point to an increasing interest in decreasing alcohol consumption. A proliferation of “sober bars” and alcohol-free events, and an uptick in social media efforts on Instagram and Meetup.com to attract “sober curious” people and influencers are just a few.

“As someone who has been in the beer industry for over 17 years, I have seen my share of fads and industry changes, and I see alcohol-free and the ‘better for you’ zeitgeist rise as a permanent staple in our business,” observes Dominic Grasso, senior manager of national accounts, convenience of HEINEKEN U.S.A.

Meredith Kiss, HEINEKEN USA's brand manager, echoes that sentiment.

“We are finding the movement very influential among our customers,” Kiss says. “As millennials are trending toward holistic well-being and mindful consumption, they are changing how they live their lives so they can be ‘present’ when socializing with friends.”



“Every day, an increasing number of Mexican or Latin American restaurants are adding [alcohol-free beverages] to menus. . . I strongly believe that restaurants and bars should offer both options. Consumers can always have a tasty non-alcoholic passion fruit mojito and enjoy the evening with friends and family.”

—AWARD-WINNING MIXOLOGIST MANNY HINOJOSA

FRONT-LINE PERSPECTIVE

Chefs and mixologists on the restaurant scene’s front lines don’t see the market for alcohol evaporating. Instead, they say, it’s shifting in ways that can still be positive for the bottom line.

Chef Geronimo Lopez of Botika in San Antonio’s Historic Pearl Brewery, for example, says the demand for non-alcoholic cocktails has not yet exceeded that for regular cocktails. However, he anticipates that demand will rise as younger customers cut their alcohol intake and seek alternatives beyond soft drinks and club soda.

“We have seen how more

and more customers are very conscious about this issue. . . it allows a person to enjoy a night out longer by alternating cocktails with alcohol-free drinks, and they don’t have to feel awkward or ‘out of touch’ with those who are drinking,” Lopez notes. “It also gives us a great alternative to just cutting off a customer.”

Lopez encourages mixologists to remember the profit potential alcohol-free cocktails hold, especially when they’re crafted with creative touches.

“What you offer depends vastly on your clientele, and in our case, we always have a non-alcoholic beer on tap as well as make our own ginger beer in house,” Lopez reports. “And we let our bartenders come up with creative mocktails seasonally.”

Luminarias in Monterey Park, a community near Los Angeles, has long offered alcohol-free versions of its signature cocktails in its regular service restaurant and special event space, according to lead bartender Juan Cuevas.

“We advise our front-of-house staff to let all guests know that this can be done with our cocktails,” Cuevas says. “Our virgin Margaritas sell well, and we also offer our skinny Margaritas and other

low ABV alcoholic beverages with reduced calories including some of our beers.”

Josh Prewitt, general manager at La Condesa in Austin, Texas, takes a similar approach.

While the restaurant has seen an increase in alcohol sales over the past few years, he believes any good bar or restaurant should anticipate that the number of customers seeking non-alcoholic drinks will grow and should be acknowledged.

“View [a non-alcoholic drink menu] as you would a food menu,” Prewitt suggests. “While not everyone is vegetarian, everyone will enjoy an exceptional vegetarian dish. If a customer is abstaining from alcohol, you should have available well-constructed, thoughtful alternatives.”

Prewitt also says it’s important to be conscious of each guest’s situation—a pregnant guest or designated driver, perhaps. “Some guests will need to cease alcohol consumption, and you do not want to embarrass them,” he says. “We typically avoid this by discreetly discussing the situation with a guest separately, [and offering] them a non-alcoholic alternative.”

Making sure those bever-

ages are high-quality, alcohol-free versions of signature cocktails ensures that no one feels like an afterthought, Prewitt adds.

A ‘CRAFT’ APPROACH

The showmanship and creativity the craft cocktail movement ushered in can be applied to alcohol-free cocktail recipes, too, making those virgin beverages more exciting and justifying a higher price tag, too.

The opportunity to explore high-quality and exotic ingredients like yuzu or saffron—usually prohibited because of cost—is a silver lining in the “sober curious” movement, says Prewitt, who notes that a savvy bartender also can add layers of flavor to a virgin drink with herbs and grilled fruit such as pineapple to create a smoky, sweet element reminiscent of mezcal.

There are also several elements like fresh chiles (think the fresno and the bright, fruity habanero, Prewitt suggests) typically found in Mexican- and Latin-themed bars that can be used in inventive ways to elevate alcohol-free beverages.

“Fresh ginger juice is wonderful, and a small amount can really accentuate a beverage with zesty, spicy, yet sweet



Red Jalapeño & Tamarind Michelada
PHOTO COURTESY OF PERFECT PUREE

“View [a non-alcoholic drink menu] as you would a food menu. While not everyone is vegetarian, everyone will enjoy an exceptional vegetarian dish. If a customer is abstaining from alcohol, you should have available well-constructed, thoughtful alternatives.”

—JOSH PREWITT, LA CONDESA, Austin, Texas

character. I also recommend making fresh tamarind juice in house, as it is tart, sour, and sweet, with a potency that makes a great modifier in a beverage,” Prewitt continues. “It could also be a base when paired in conjunction with fresh lime. I would also strongly suggest fresh pressed sugar cane juice, as it is not too sweet when paired with an acidic partner and will give the palate a jolt.”

For Botika’s Lopez, ginger is the magic ingredient that mimics the “burn” of alcohol, while juniper, coriander, anise or mint are ingredients that create a stronger, spirit-like flavor profile in mocktails. One of Botika’s options: the Yangtze River made with anise, Asian pear puree, unsweetened rice milk, lime juice and Topo Chico

sparkling water.

Luminarias’ alcohol-free options include the Strawberry Dreamin’ made with fresh-squeezed lemonade, strawberry puree, simple syrup and mint bitters.

At the Squeezebox, located along the hip St. Mary’s Strip in San Antonio, owner Aaron Peña offers the Squeezebox Miche’NADA to appeal to the growing market of “sober curious” customers.

The drink—an alcohol-free version of the popular Michelada cocktail—features Topo Chico mineral water and Michelada mix and beer salt from Twang.

And La Condesa turns to aguas frescas as foundations for non-alcoholic cocktails—a practice award-winning mixologist Manny Hinojosa applauds.

“Every day, an increasing number of Mexican or Latin American restaurants are adding these [alcohol-free beverages] to menus,” says Hinojosa, who recently partnered with The Perfect Purée to develop recipes—the Red Jalapeno & Tamarind Michelada made with the company’s Red Jalapeno puree and the Yuzu Julep made with its Yuzu Luxe Sour, simple syrup, mint, club soda and a lemon wedge and mint garnish, for example—for clients hoping to capitalize on the sober curious trend. “I strongly believe that restaurants and bars offer both options. Consumers can always have a tasty non-alcoholic passion fruit mojito and enjoy the evening with friends and family.”

See recipes for alcohol-free cocktails on pages 62 and 63.



Alcohol-free cocktails from Luminarias in Monterey Park, California

El movimiento “CURIOSIDAD POR LO SOBRIO”

Únase para beneficiarse de los «cócteles» sin alcohol



Ahora, una nueva tendencia llega al sector del servicio de bebidas y a primera vista podría parecer “contraproducente” para los establecimientos que dependen del alcohol para aumentar sus ventas y beneficios.

Es el movimiento de “la curiosidad por lo sobrio”, que “... fomenta un estilo de vida sobrio, pero que también acoge a quienes no están dispuestas, no están listas o no tienen planeando abandonar por completo el consumo de alcohol”, según información que refleja verywellmind.com.

Y aunque no hay cifras claras sobre cuántos consumidores siguen esta tendencia, las evidencias anecdóticas indican que la curiosidad por lo sobrio está afectando las ventas de alcohol.

Las cervezas sin alcohol, por ejemplo, suponen sólo el 5% del mercado cervecero mundial actual. Pero la categoría está experimentando un crecimiento promedio de un 3,9 por ciento anual, lo que la convierte en el segmento de más rápido crecimiento del mercado de la cerveza, según un artículo de Fast Company publicado en octubre de 2019 titulado “Con el declive de las bebidas alcohólicas, la cerveza no alcohólica gana una nueva imagen”.

Otros indicadores apuntan a un creciente interés en reducir el consumo de alcohol. La proliferación de “bares sobrios” y celebraciones sin alcohol, y un repunte en medios de comunicación social como Instagram y Meetup.com para atraer a seguidores e influenciadores de la “curiosidad por lo sobrio”, son sólo algunos ejemplos.

“Como alguien que lleva en la industria de la cerveza más de 17 años, he visto muchas modas y cambios en la industria; pero veo que el movimiento hacia las bebidas sin alcohol y el lema de “lo mejor para ti” se eleva como un elemento permanente en nuestro negocio”, señala

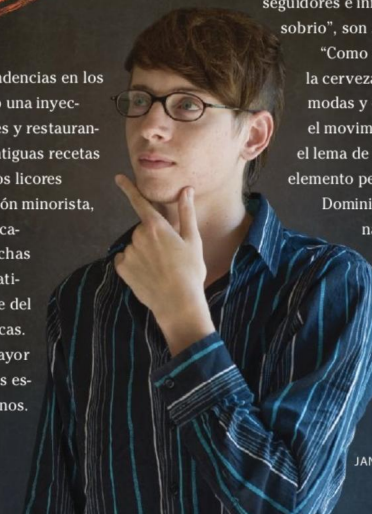
Dominic Grasso, gerente principal de cuentas nacionales y conveniencia de HEINEKEN U.S.A.

Meredith Kiss, gerente de marca de HEINEKEN USA, coincide con ese sentimiento.

“Encontramos que este movimiento es muy influyente entre nuestros clientes”, dice Kiss. “La

| POR ELYSE GLICKMAN | Una serie de tendencias en los bares durante el pasado decenio han dado una inyección de adrenalina a los beneficios de bares y restaurantes de todo el país. Desde el resurgir de antiguas recetas centenarias de cócteles hasta el auge de los licores artesanales de primera calidad y producción minorista, o el énfasis en los ingredientes orgánicos, caseros o cultivados de forma artesanal, muchas de estas tendencias han mejorado significativamente la percepción que el público tiene del tequila, el mezcal y otras bebidas alcohólicas.

Como resultado se ha producido una mayor innovación en los menús de cócteles de los establecimientos mexicanos y latinoamericanos.



generación del milenio se dirige hacia un consumo integral consciente dirigido al bienestar y están cambiando la forma en la que viven sus vidas para poder estar 'presentes' cuando se reúnen con amigos".

LA PERSPECTIVA EN PRIMERA LÍNEA

Los chefs y expertos en cócteles del mundo del restaurante están en primera línea y no creen que el mercado del alcohol se esté evaporando. Pero sí aseguran que está cambiando en formas que todavía pueden ser positivas para los beneficios.

El chef Geronimo Lopez de Botika, de la Historic Pearl Brewery de San Antonio, por ejemplo, dice que la demanda de cócteles sin alcohol no ha superado aún la de los cócteles normales. Sin embargo, prevé que la demanda aumentará cu-

ando los clientes más jóvenes reduzcan su consumo de alcohol y busquen alternativas más allá de los refrescos y las bebidas carbonatadas.

"Hemos visto que cada vez hay más clientes que son muy conscientes de esta cuestión... les permite disfrutar de una noche más larga alternando cócteles con bebidas sin alcohol, sin tener que sentirse incómodos o 'distanciados' de quienes están bebiendo", señala Lopez. "También nos ofrece una gran alternativa si es necesario 'cortar' a un cliente".

Lopez anima a los expertos en cócteles a recordar el potencial de beneficio que ofrecen los cócteles sin alcohol, especialmente cuando se elaboran con toques creativos.

"Lo que se ofrece depende en gran medida de su clientela, y en nuestro caso, siempre tenemos una cerveza no alcohólica de grifo, así como una cerveza de jengibre de producción propia", explica López. "Y dejamos que nuestros profesionales de la barra preparen cócteles creativos sin alcohol estacionalmente".

Luminarias, en Monterey Park, una comunidad cerca de Los Angeles, siempre ha ofrecido versiones sin alcohol de sus cócteles más conocidos, tanto en su restaurante de servicio regular como en el espacio para eventos especiales, según indica el barman Juan Cuevas.

"Pedimos al personal que trata con los clientes que

informe a todos los consumidores que pueden pedir nuestros cócteles de esa forma", explica Cuevas. "Nuestras Margaritas vírgenes se venden muy bien, y también ofrecemos nuestras Margaritas ligeras y otras bebidas alcohólicas con bajo contenido de alcohol por volumen o ABV, con reducción de calorías, incluyendo algunas de nuestras cervezas".

Josh Prewitt, gerente general de La Condesa en Austin, Texas, sigue un método similar.

Mientras que el restaurante ha visto un incremento en las ventas de alcohol durante los últimos años, Prewitt cree que un buen bar o restaurante debe prever que el número de clientes que desean bebidas no alcohólicas crecerá y que eso debe reconocerse.

"Véalo [el menú de bebidas no alcohólicas] como lo vería en el menú de la comida", sugiere Prewitt. "Aunque no todo el mundo es vegetariano, cualquiera disfrutará de un excepcional plato vegetariano. Si un cliente se abstiene de tomar alcohol, debe tener disponibles alternativas bien elaboradas y consideradas".

Prewitt también asegura que es importante ser consciente de la situación de cada cliente, como puede ser una mujer embarazada o un conductor designado. "Algunos clientes deben dejar de consumir alcohol y usted no quiere avergonzarlos", explica Prewitt. "Normalmente nosotros evitamos eso conversando

discretamente la situación con el cliente por separado, [y ofreciendo] una alternativa sin alcohol".

Asegurarse de que esas bebidas son alternativas sin alcohol de alta calidad de los cócteles más conocidos contribuirá a que nadie se sienta ignorado, agrega Prewitt.

UN ENFOQUE "ARTESANAL"

La espectacularidad y creatividad que el movimiento de los cócteles artesanales ha realzado también se puede aplicar a las recetas de los cócteles sin alcohol, al preparar bebidas vírgenes más excitantes que además justifiquen un precio mayor.

Para Prewitt, la posibilidad de explorar ingredientes exóticos de alta calidad como el yuzu o el azafrán –normalmente prohibitivos debido a su costo– es un efecto positivo del movimiento de la curiosidad por lo sobrio, y además señala que un barman experto también pueden dar profundidad y sabor a una bebida virgen usando hierbas y frutas asadas como la piña, para aportar a la bebida un elemento dulce y ahumado que recuerde al mezcal.

Además hay también varios elementos como los chiles frescos (piense en el fresno y en el brillante y afrutado habanero, sugiere Prewitt) que suele encontrarse en los bares mexicanos y latinos y que pueden utilizarse de forma innovadora para elevar

las bebidas sin alcohol.

"El jugo de jengibre fresco es maravilloso, y una pequeña cantidad puede acentuar mucho el carácter picante, especiado y, sin embargo, dulce de una bebida. También recomiendo hacer jugo fresco de tamarindo en casa, porque es agrio, amargo y dulce, con una potencia que lo convierte en un gran modificador para bebidas", continúa Prewitt. "También puede servir de base cuando se combina con lima fresca. También recomiendo encarecidamente el jugo fresco de caña de azúcar, porque no es demasiado

dulce cuando se combina con elementos ácidos para darle al paladar una buena sacudida".

Para Lopez, de La Botika, el jengibre es el ingrediente mágico que mejor imita la 'quemazón' del alcohol, mientras que el enebro, el cilantro, el anís o la menta son ingredientes que crean un sabor fuerte parecido al alcohol para los 'falsos' cócteles. Una de las opciones de Botika es el Yangtze River, que se hace con anís, puré de peras asiáticas, leche de arroz sin endulzar, jugo de lima y agua carbonatada Topo Chico.

Las alternativas sin alcohol de Luminarias incluyen

Strawberry Dreamin', que está hecho con limonada, puré de fresas, sirope normal y mentolados.

Y La Condesa acude a las aguas frescas como base para sus cócteles sin alcohol, una práctica que aplaude el galar donado experto en cócteles Manny Hinojosa.

"Cada día, un número creciente de restaurantes mexicanos y latinoamericanos agregan estas [bebidas sin alcohol] a sus menús", dice Hinojosa, quien recientemente se asoció con The Perfect Purée para crear recetas para los clientes—la Michelada de Jalapeño

Rojo y Tamarindo, que se hace con el puré de jalapeño rojo de la compañía; y el Yuzu Julep, hecho con su Yuzu Luxe Sour, sirope normal, menta, bebida carbonatada y un aderezo de rodaja de limón y menta, por ejemplo, que esperan aprovechar la moda de la curiosidad por lo sobrio. "Creo firmemente que los restaurantes y los bares deben ofrecer ambas opciones. Los clientes siempre pueden tomar un sabroso mojito de fruta de pasión sin alcohol y disfrutar de la noche con amigos y familia."

Ver recetas en páginas 62 y 63.



Red Jalapeño & Tamarind Michelada
FOTO DE PERFECT PUREE



CASA MADERO
DESDE 1597

**THE OLDEST WINERY
IN THE AMERICAS**

DISTRIBUTED BY SOUTHERN GLAZERS WINE & SPIRITS

VALLE DE PARRAS, COAH. MÉXICO | WWW.MADERO.COM
PLEASE ENJOY OUR WINES RESPONSIBLY




Place meat in a large cazuela or stockpot. In a blender, place the tomatoes, guajillos, onion, garlic, cumin, thyme, marjoram, laurel leaves, avocado leaves, peppercorns, cloves and salt to taste.

Add 2 cups water to blender. Liquefy until smooth. Pour contents of blender over meat in pot. Add 2 more cups of water. Cook until meat is separating from the bones.

Add garbanzos, carrots, rice, and 4 more cups water. Cook until the rice is tender. Add the chipotles in adobo, stir to combine. Taste for salt.

Serve in large soup or stew bowls, either shredding the meat or cutting it into smaller pieces on the bone. Accompany with chopped onion, chopped cilantro and lime wedges.

**Cabrito al Horno:
Oven Roasted Cabrito**

- 1 whole kid goat, processed
- 2 T. salt
- 1 T. ground black pepper

Preheat the oven to 400°F. Line a large roasting pan with foil. Season the cabrito, using 1 tablespoon of salt and 1 teaspoon of pepper on each side. Cut the cabrito into sections. It is usually divided into hindquarters, rump, outside center breast, inside center breast, and short loin with kidneys.

Arrange the meat in the pan. Cover the meat with another piece of foil. Cook for 1½ hours. Remove the foil and continue roasting for another half hour, or until meat is tender and skin is crisp. Meat may now be sold by the cut, or broken down into smaller portions and served with tortillas and salsa.

**Sopa de calabaza y elote con amaranto:
Mexican squash, corn and amaranth soup**

Serves 8 as a soup course, 4 as a vegetarian main course with salad

- 3 T. corn oil
- ½ lb. zucchini squash, diced
- Corn kernels freshly cut from 2 cobs
- 1 c. amaranth leaves or young spinach leaves, chopped
- ¾ lb. tomatoes, seeded and peeled

- ½ medium white onion, chopped
- 2 cloves garlic
- 1 sprig epazote
- 8 c. chicken or vegetable broth
- ½ c. amaranth cereal (popped amaranth)
- Salt and pepper to taste

In a large stockpot, heat the oil, add the zucchini, corn and amaranth or spinach leaves, cooking just until the zucchini is crisp-tender. Place the tomatoes, onion, garlic, epazote and 1 cup of the broth in the blender and puree.

Add the puree to the stockpot, cook another 10 minutes, and add the rest of the broth. Heat through, add salt and pepper to taste. Just before serving, add the amaranth cereal.

**Arroz y amaranto con leche:
Mexican rice and amaranth pudding**

Makes 4 servings

- 1 c. rice
- 2 c. water
- 1 c. milk
- 1 can condensed milk
- 1 c. amaranth cereal (popped amaranth)
- ½ c. raisins
- Sugar to taste
- Ground cinnamon

Soak the rice in hot water for 15 minutes. Drain and rinse until the water runs clear. Place the rice and the 2 cups water in a medium size saucepan, bring to a boil, cover, and simmer until the water is absorbed. Add the milk, condensed milk, amaranth and raisins.

Cook over low heat another 10-15 minutes, until the mixture thickens. Add sugar to taste. Cool and serve with cinnamon sprinkled on top.

Yangtze River

Geronimo Lopez, Botika at Pearl, San Antonio, TX

Makes 1 cocktail

- 1 oz. Asian pear puree
- 6 oz. unsweetened rice milk
- ½ oz. lime juice
- 1 egg white
- 2 oz. Topo Chico sparkling water

- 1 slice of Asian pear
- 1 star anise
- Combine puree, rice milk, lime juice and egg white in a Boston shaker. Shake vigorously. Strain into a tall or rocks glass and top with Topo Chico. Garnish with Asian pear slice and star anise.

Strawberry Dreamin'

Juan Cuevas, Luminarias, Monterey Park, California

Makes 1 cocktail

- 1½ oz. fresh squeezed lemonade
- 1 oz. strawberry puree
- ½ oz. simple syrup
- 3 dashes of mint bitters
- Garnish mint sprig

Shake and strain first three ingredients over crushed ice in a tall glass. Top with three dashes of mint bitters. Garnish with mint sprig.

**Caramelized Pineapple
Chipotle Agua Fresca**

Recipe by Manny Hinojosa

Makes 1 cocktail

- 1 oz. The Perfect Purée Caramelized Pineapple Concentrate
- 1 oz. The Perfect Purée Chipotle Sour
- 2 oz. water
- 1 lime wedge squeeze
- Garnish: Slice of pineapple or lime wheel

In a cocktail shaker, combine all ingredients with ice and shake. Garnish with a slice of pineapple and lime wheel.

Yuzu Julep

Recipe by Manny Hinojosa

Makes 1 cocktail

- 2 oz. The Perfect Purée Yuzu Luxe Sour
- ½ oz. simple syrup
- 2 sprigs of mint
- 1 lemon squeeze
- 2 oz. club soda
- Garnish: Lemon wedge and mint

In a cocktail shaker, combine all ingredients except soda with ice then shake. Pour into serving glass and top with soda. Garnish with a lemon wedge and mint.

The Squeezebox Miche'NADA

Recipe courtesy of Aaron Peña, The Squeezebox, San Antonio

Makes 1 cocktail

- 2½ oz. Michelada Cocktail Mix
- 12 oz. can Topo Chico Sparkling Water
- Twang Michelada Beer Salt
- 1 lime wedge

Rim glass with Twang Michelada Beer Salt. Fill glass with ice and garnish with lime. Pour in Michelada Cocktail Mix to taste. Add Topo Chico.

AD INDEX	
Company	Page Number
21 Missions Agave	60
American Eagle	16
ANTAD Expo	49
BE&SCO Manufacturing	7
Best Mexican Foods	60
Bridgford Foods Corp.	3
CT Beavers/Tamale King	60
Casa Madero	35
Chile Guy	5
Cocina Expo	13
Dukers Appliance	7
Dutchess	60
Fetzer Wines/Casillero del Diablo	31
Folcklor Latino	60
Grandeza Spirits	Inside front cover
Latino Food Industry Association	43
Megas Yeeros	Back cover
NatureSeal	20
Neil Jones Food Co.	Inside back cover
Novamex	29
Optimal Automatics	23
Rovey Seed Co.	60
Sabor Latino Food Show	27
Social High Rise	40, 57
Su Cabrito	23
Sysco	8 - 9
Texican Specialty Products	19
Tortilla Industry Assoc.	54
Tortilla Masters	17
Vilore	11