

# Apetito

La revista de hoteles y restaurantes



Especial de  
Food Service

P.39

## Tendencias en Coctelería

Clark Jiménez, mixólogo  
del cocktail bar Mil948

Permisos: El  
dolor de cabeza

P.32

Restaurantes con  
catering service

P.37

Suscríbese en:  
[www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)

Nº 125  
Febrero - Marzo 2017

 /Revista Apetito

Una  
franquicia  
por sí sola  
no llena  
un hotel

P.22

Competencia  
en destinos  
de boda

P.30

**EXP|HORE**  
EKPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Del 20 al 22 de Junio, 2017  
[www.exphore.com](http://www.exphore.com)

**CORREOS**  
DE COSTA RICA  
PORTE PAGADO  
PORTE PAYÉ **PERMISO Nº 130**



*Usted y nosotros  
lo hemos hecho posible...*

**BELCA Costa Rica**

Tel: (506) 2509-2000

[www.belcacr.com](http://www.belcacr.com)



[/BelcaFoodservice](https://www.facebook.com/BelcaFoodservice)



*Belca*



FOODSERVICE



*Más de 20 años  
de experiencia...*

+8,000  
profesionales del  
sector gastronómico  
y hotelero están  
suscritos a **Apetito**  
3.701 Apetito Digital  
5.000 Apetito Impresa

**Anúnciese  
en Apetito**  
y reserve su  
stand en  
Expohore, ExpoVino



Guillermo "Memo" Rodríguez  
Asesor Comercial  
guillermo.rodriguez@eka.net  
Cel. (506) 8997-1651  
Tel: (506) 4001-6729

**Suscríbese**

en: [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)  
Tel: +506 4001 6728

## 8 Cartas

### Aperitivos

- 12 Aperitivos en línea
- 13 Catálogo Productos Nuevos
- 14 Agenda de Eventos
- 14 Expo Feria Alemana
- 15 Monkifuz: Emprendedor busca franquiciar nuevas tiendas de helados de yogurt
- 16 Expovino
- 16 Vinos del futbolista Andrés Iniesta
- 17 Delirio House: Creer en uno mismo: Esa es la clave
- 18 Cerveza artesanal:  
Desafíos para mantener el inventario
- 20 Los sueños también se pueden llevar en la maleta
- 20 "Darle a la sal el lugar que merece en la cocina"
- 21 Ahora algunos hoteles se encargan del "jet lag"
- 22 Una franquicia por sí sola no llena un hotel
- 23 "Caminante no hay camino, se hace camino al andar"
- 23 Un sueño tan joven como su propietario
- 24 El Punto se hace con el corazón
- 25 Hornos de calidad son el corazón de una panadería

### Turismo

- 26 ¿Cuentan realmente los empresarios con el apoyo de Fuerza Pública?

### Hotelería

- 28 La reinención hotelera:  
El talón de Aquiles del alquiler vacacional
- 30 Competencia en destinos de boda

### Gastronomía

- 32 Permisos: El dolor de cabeza
- 34 Tendencias en Coctelería
- 37 Restaurantes ofrecen servicio de catering service para ganar más clientes

### Especial de Food Service

- 39 Especial de Foodservice

### De Compras

- 50 Equipos AB: ¡Una fábrica a la medida!





# euroalimentos

Un rincón de Italia en Costa Rica

Distribuidor exclusivo del vino

**Prosecco Piccini,**

elegido entre los

**100 mejores vinos**

según la revista

**Wine Spectator 2014**



Euroalimentos

Teléfono: 2215-2380 • Fax: 2215-2364 • e-mail: info@euroalimentoscr.com

Dirección: Escazú, del puente de Multiplaza 150 metros noroeste

**www.euroalimentoscr.com**

*La Feria de*  
**COLEGIOS**  
 SÁBADO 3 DE JUNIO 9:30 AM A 6:00 PM  
 PLAZOLETA PACUARE  
 PARQUE DE DIVERSIONES

**¡LA MEJOR OFERTA EDUCATIVA!**  
 ENCONTRÁ OPCIONES DE COLEGIOS  
 PARA TUS HIJOS

Conseguí tu entrada gratis en: [WWW.FERIADECOLEGIOS.COM](http://WWW.FERIADECOLEGIOS.COM)  
 Entrada en el evento €1,000

Buscá el evento en facebook  
 LA FERIA DE COLEGIOS

CONTACTO (+506) 4001-6725 / 8997-1965

Organiza:  
**EKA**  
 LA REVISTA EMPRESARIAL

**JOPCO**  
 ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES  
[www.jopco.net](http://www.jopco.net)

**CONCRETA TUS IDEAS,  
 JOPCO TE BRINDA LAS HERRAMIENTAS.**

Tels. (506) 2215-3545 • Guachipelín, Escazú.  
[info@jopco.net](mailto:info@jopco.net) • [www.jopco.net](http://www.jopco.net)



Karl Hempel  
Director  
karl@ekaconsultores.com

## La Feria

Cuando visito las ferias comerciales en diferentes países siempre llevo un objetivo primario, conversar con los amigos con los que coincido en ese momento en el tiempo. Pero también me parece de mucho provecho conocer gente nueva, identificar productos de valor y estar atento a nuevas ideas que puedan marcar el futuro de un negocio.

En la próxima edición de Exphore, del próximo 20 al 22 de Junio de este año, tenemos como objetivo que los asistentes tengan esta una experiencia determinante. Ejecutivos del sector de hospitalidad y restauración se dan cita al Centro de Eventos Pedregal para compartir sus experiencias con los proveedores que le ayudan a resolver los problemas de gestión de sus empresas, para identificar avances en productos y para probar productos que por una u otra razón no conocían.

Siempre trabajamos arduamente en este evento, tanto en organización de actividades internas como ExpoBares, El Reto Barista, El Área de Presentaciones y las Conferencias de Exphore, como en que el evento fluya y cuente con los servicios necesarios para



mejorar la comunicación y la interacción entre los asistentes y expositores.

Marquen la fecha, unanse al grupo en redes sociales y preparen su visita para el evento que reúne a más de 5000 participantes de la región. Como siempre agradezco sus comentarios y sugerencias, y que disfruten de esta edición.

### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl@ekaconsultores.com

### Asesor Comercial

Guillermo Rodríguez S.  
guillermo.rodriguez@eka.net  
Tel: (506) 8997-1651

### Directora de Arte y Comunicación

Nuria Mesalles J.  
nuria@ekaconsultores.com

### Directora de Eventos

Silvia Zúñiga  
silvia@ekaconsultores.com

### Colaboradores

Enrique Rivas  
Arleth Badilla  
Adriana Chaverri  
Fernanda Alfaro

### Diseño y Diagramación

Iranía Salazar Solís

### Foto de Portada cortesía de:

Barchefcr

*Apetito*  
La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de  
EKA Consultores Intl.

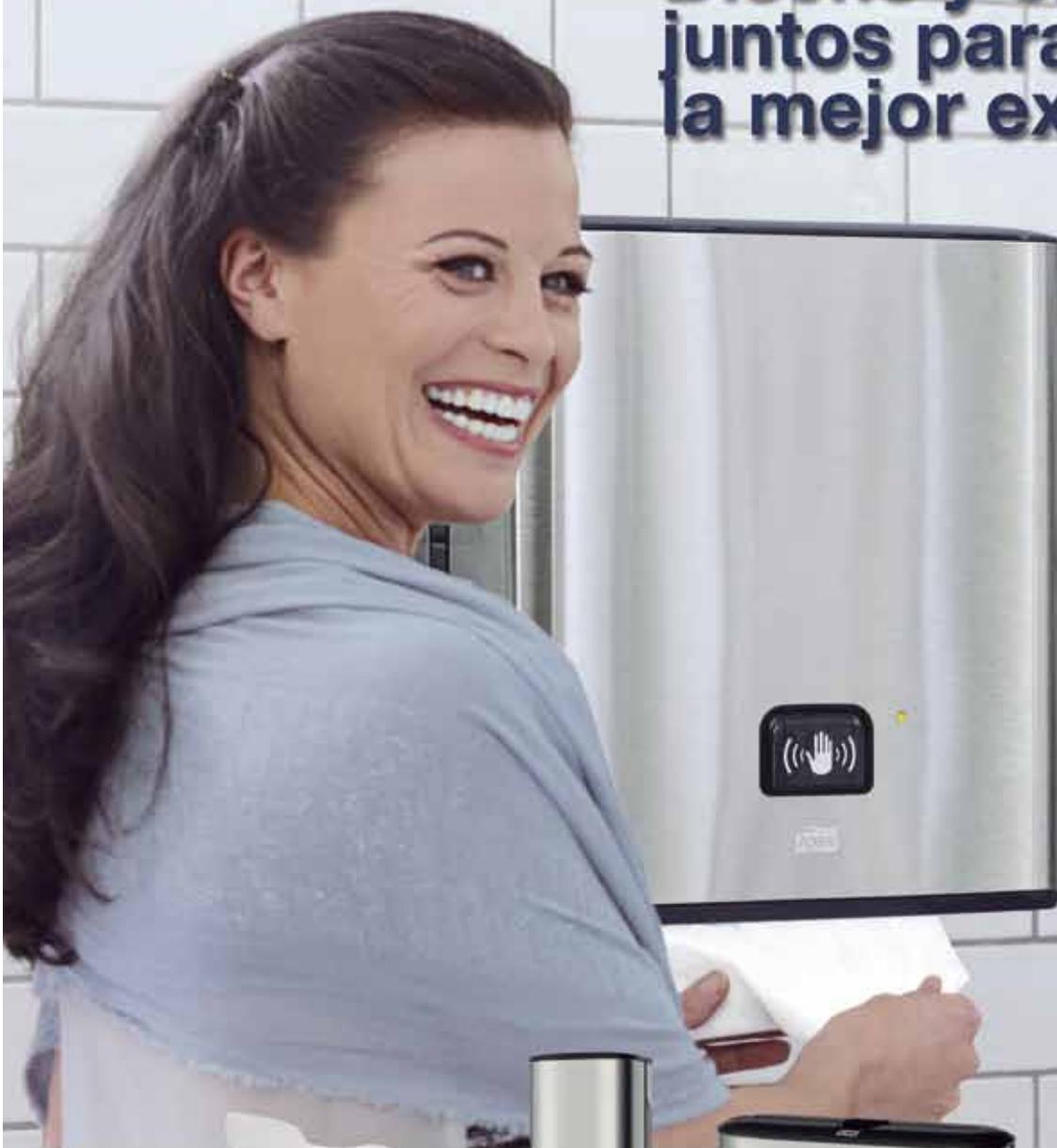
Tel.: +506 4001-6722 Fax: 2296-1876  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica

[www.apetitoonline.com](http://www.apetitoonline.com)

 /RevistaApetito  
• EXPHORE (Expo  
Hoteles y Restaurantes)  
• Expovino Costa Rica

 @revistaapetito  
@expovino

# Diseño y elegancia juntos para brindarle la mejor experiencia.



El arte de impresionar a los invitados comienza con Tork Image Design. Descubra como nuestros nuevos dispensadores Image Design pueden mejorar el baño. Para saber más sobre Image Design entra a [www.tork.mx](http://www.tork.mx) o escribe a [tork.centroamerica@sca.com](mailto:tork.centroamerica@sca.com)

En Tork desarrollamos y comercializamos soluciones de higiene sustentable que incluye dispensadores, papel, jabón, wiper, servicio y mantenimiento. Donde haya una necesidad de higiene, limpieza o secado, Tork garantiza una solución sustentable que permite una operación más eficaz con el objetivo de generar beneficios para toda la cadena de suministro.



Encuentre ejemplares de Apetito en nuestros puntos de distribución



ACERO TOTAL



ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES  
www.jopco.net



**Suscríbese**

en: [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)

## Cartas

### Pastelería con paneles solares

Mi nombre es Alejandro Solís y soy dueño de la pastelería Santo Domingo en Santo Domingo de Heredia. Mi negocio tiene tres meses de trabajar con paneles solares. Fue una inversión muy fuerte y creo que somos la primer pastelería pymes del país en trabajar con energías renovables y quisiera saber si les interesaría hacer un reportaje sobre mi negocio, gracias por su atención.

### Familias unidas por el café

Tenemos un proyecto familiar en unión con coopedota que se llama Privilegios. Nosotros vendemos y ofrecemos al costarricense el mejor café para el mundo. Coopedota exporta más del 95% y el 5% queda para vender a los costarricenses. El concepto es que somos 900 familias trabajando produciendo el mejor café para el mundo. Mildred González

### Pescados naturales

Soy Arnaud POUGET, dueño de la empresa Aluconcepto, sa dedicada a la elaboración de pescados ahumados y embutidos. Tenemos dos marcas Comedus y Taliloe. Nuestra política es de fabricar productos que generalmente son importados. Todos nuestros productos son hechos de la manera la más natural posible. Sabemos que apoyan la empresas locales. Si les interesa podemos conversar. Tel 88786618



### Mesas de picnic plegables

Estilo y diseño tradicional alemán. Set de mesa de madera con dos bancas al mejor estilo Oktoberfest. Ideal para restaurantes, bares y eventos al aire libre. Gracias a su mecanismo de plegado, se instalan y desinstalan rápidamente. Hasta 10 personas pueden tomar asiento cómodamente. Opción de venta o alquiler:

Tisch  
Tel +506-8879-0633  
[marcus@tischcr.com](mailto:marcus@tischcr.com)



# EXP|HO|RE

## EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Un evento 5 estrellas

*Desde 2001*



20-22, JUNIO 2017 PEDREGAL { Costa Rica }

Este es el encuentro de la gente que trabaja en  
hotelería y gastronomía más importante de Costa Rica.  
La mayor exposición de productos, charlas, contactos, networking.

CONSIGA SU ENTRADA EN: [WWW.EXPHORE.COM](http://WWW.EXPHORE.COM)  
PARA EXPONER: [REVISTAAPETITO@EKACONSULTORES.COM](mailto:REVISTAAPETITO@EKACONSULTORES.COM) TEL: +506 4001-6746

¿Qué hay de nuevo?

ZONA   
CAFETALERA

EXPO  
**Bares**

De todo para su bar...



*Charlas*



*Food Service*



EXP|HO|RE

EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

# ★ EMPRESAS EN

# EXP|HO|RE

EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES



A grid of logos for various companies participating in the expo. The logos are arranged in approximately 10 rows and 8 columns. The companies include: ANDAN VALLEY, AM LED Commercial S.A., Belca FOODSERVICE, Britt, Hi Power, Cafe Marajo, AB, ACERO TOTAL, DISTRIBUIDORA espresso, florex, LA PULPECTO Gourmet, euromobilia, GP GLOBAL PARTNERS, HIPOPOS, BARTENDER'S SCHOOL, MONIN® ULTIMATE TASTE ULTIMATE CREATIVITY, NUBO el NUBO, OPTIMA SEGURIDAD, PLASTIMEX S.A. Servicio • Ventas • Cobros, REFRIGERACIÓN OMEGA, PH, TicoBira.com, Soluciones integrales, TORK, UNWASHER, yamuni mayoreo, Banco Promerica, Sardimar, Kimberly-Clark PROFESSIONAL, TransClima, JOPCO, ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES, J Lamugue DISTRIBUIDORA Servicio, nuestra razón de ser., ACUARIUM PISCINAS & SPAS, TICOLETA MALETAS ARTESANALES, EPSON® EXCEED YOUR VISION, FARO PROFESSIONAL SUPPLIES, VERBOS, R radioshack™, Veromatic Colchones, Selther TECNICA ALEMANA, Kuvings®, THARO saludable, micros, POSPAN, consuhotel gestion consultoria formacion, easy food. Potencia el sabor de las comidas, ARTICA, STARCOOK La Estrella de su Cocina, Led +, BIGBANG Corporate Apparel, BEST COAST, proconisa, SPANISH ROYAL TEAK Fine Teak Furniture, Bio, VIJUSA, Oceanic FOODS, jura Costa, FINUBE, RAW BOTANICALS, ABC UNIFORMS, EUNOX, AG, ICG Software.

Confirmados al 10 de Febrero, 2017

PARA EXPONER: REVISTAAPETITO@EKA CONSULTORES.COM TEL: +506 4001-6746  
WWW.EXPHORE.COM



## Encuentre estas interesantes notas en [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)

### Hotelería

#### Grupo DIVECO recibe reconocimiento de camas Serta Internacional

Grupo Diveco, distribuidor de distintos colchones premium a nivel costarricense y centroamericano, recibió hoy el reconocimiento de Camas Serta por los altos estándares de comercialización y distribución de la marca estadounidense, líder mundial en la fabricación de colchones. El premio fue entregado por Lou Paige, vicepresidente y director de desarrollo de licencias de Camas Serta Internacional.

#### Colombia tendrá 63 hoteles nuevos en dos años

Un total de 7.121 nuevas habitaciones hoteleras se sumarán en los próximos dos años a las 254.956 habitaciones que hay disponibles en el país, producto de la construcción de 63 nuevos hoteles en dicho periodo.

### Gastronomía

#### Sacar una idea del campo a la ciudad tiene su arte

Sergio Fallas conoció de cerca los valores del cooperativismo y el olor del café, que desde hace 57 años da trabajo a más de 900 familias en Dota. En el interior de esa Cooperativa surgió la iniciativa de crear varias cafeterías, en las cuales no solo se utilizara café de la zona, sino que también se vendiera pan y repostería hecha por mujeres de su pueblo.

#### Go Fish Compitiendo fuerte

Ofrecer nuevos productos y entrar en nuevos mercados, eso significa diversificar hoy en día, una acción que deben ejecutar quienes quieren mantenerse en el mundo gastronómico, que actualmente en Costa Rica está pasando por un momento de crecimiento y evolución.

### Turismo

#### Costa Rica superó los 2 millones 900 mil llegadas internacionales

Nuevamente, Costa Rica marcó un récord en la cantidad de llegadas internacionales, al contabilizar 2 925 128 por todos los puertos durante el 2016, para un incremento del 10% con respecto al mismo periodo del 2015.

#### Colocan primera piedra del Centro Nacional de Congresos y Convenciones

Después de décadas de espera, finalmente hoy el Presidente de la República, Luis Guillermo Solís, en compañía del Ministro de Turismo, Mauricio Ventura, colocaron la primera piedra del Centro Nacional de Congresos y Convenciones de Costa Rica.

# Catálogo de Productos



## Pinta Color Metálico Plata

Aplicación directa al fondant, chocolate, pastillaje, galleta decorada, malvavisco y todo lo anterior con pincel. Tonos específicos y de alta concentración. Textura líquido viscosa. Aditivo de grado alimenticio que proporciona color.

Colores certificados FDA (Food and Drug Administration). CADUCIDAD 2 AÑOS.

Colores con Certificación KOSHER.

Colores Varios Metalicos y Diamantados

Distribuye Universal de Alimentos:



## Lavado de alto rendimiento

Detergentes biodegradables Twice, Neotrex y Jard-T, es además es desengrasante. Suavizante, Tenner, logra una sensación única al tacto. Cloramón se encarga de dejar un blanco superior en estos tejidos mientras que Oxámon recupera los tejidos a color.

Distribuye: Bioproyectos Tel: +506 2283 5424



## Refrigeración para ahorrar consumo eléctrico

Reduzca sus costos por consumo eléctrico sustancialmente, y proteja el ambiente al mismo tiempo. La nueva generación de cámaras de refrigeración y congelación de la marca TRUE cuenta ahora con el Refrigerante de Hidrocarburo H290 (HC), el cual permite una recuperación de temperatura más eficiente y un menor consumo de energía.

Distribuye : NIETO (Equipos Nieto S.A.)

Tel: +506 2222-6555 | ventas@equiposnieto.com



## Croissants & Viennoiserie

Pastelería Corporativa El Artesano amplía su línea de croissants y pastelería en Hojaldre en forma congelada o terminado

con extensa variedad de tamaños y rellenos desde chocolate europeos, rellenos de frutas, crema bavara, vegetales,

carne o pollo con certificación de la FDA. Los tamaños disponibles son para múltiple aplicaciones desde

Paninos, repostería de cafeterías, bocadillos para eventos o líneas de buffet. Inventario disponible con despacho en 24 horas.

Distribuye: Industrias Alimenticias El Artesano.

Tel +506 4001-7685 Info@elartesanocr.co



## Sangrías Españolas Sandevid

Elaboradas a partir de vino tinto procedente de uvas de la variedad Tempranillo. Es una bebida atractiva y fácil de beber que conecta con todos los públicos y a todas horas, en sus tres presentaciones Tinto de Verano Clásico, Clásico Zero Azúcar y Sangría.

Distribuye: Delika by Gourmet Imports • Tel +506 :2239-1019 www.delika.cr



## Vinos Españoles desde el corazón de la Rioja

Las Bodegas de Viña María Luisa y Marqués de Arziza, situadas en La Rioja, España, con denominación de origen controlada, nos presentan vinos de alta calidad, potentes, estructurados con aromas característicos de la uva tempranillo.

# Agenda de Eventos

## 2017

### Marzo

**Natural Products Expo Anaheim**  
8-12 Marzo, 2017  
California  
[www.expowest.com](http://www.expowest.com)

**Nightclub & Bar Convention / Tradeshow**  
27-29 Marzo, 2017  
Las Vegas Convention Center  
<http://www.ncbshow.com/>

### Abril

**Salón de Gourmets**  
24-27 Abril, 2017  
Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad  
Madrid  
[www.gourmets.net](http://www.gourmets.net)

### Mayo

**NRA Show**  
(National Restaurant Association Show)  
USA. 20-23 Mayo, Chicago  
<https://show.restaurant.org/Home>

### Junio

**Exphore, Expo-Hoteles y Restaurantes**  
20-22 Junio  
Eventos Pedregal, Costa Rica  
[www.exphore.com](http://www.exphore.com)

### Expo Bares

Productos, tendencias e ideas para bares  
20-22 Junio, 2017  
Pedregal, Costa Rica  
[revistaapetito@ekaconsultores.com](mailto:revistaapetito@ekaconsultores.com)  
Tel: +506 4001-6722  
[www.exphore.com/expobares](http://www.exphore.com/expobares)

### Fancy Foods Expo

25-27 Junio, 2017  
Javits Center, New York  
Contacto: Laura Calzada, Especialista agrícola de la Embajada de Estados Unidos.  
Email [laura.calzada@fas.usda.gov](mailto:laura.calzada@fas.usda.gov) o Cynthia Smithpalliser [Cynthia.Palliser@fas.usda.gov](mailto:Cynthia.Palliser@fas.usda.gov) o visite esta página para enterarse de más oportunidades como ésta <http://costarica.usembassy.gov/fas.html>

### Agosto

**Expoferia Alemana**  
05-06 Agosto  
Parque Viva, Costa Rica  
Tel: +506.4001.6722  
[www.expoferiaalemana.com](http://www.expoferiaalemana.com)

### Octubre

**Expovino CR**  
18-20 Octubre  
Pedregal, Costa Rica  
Tel: +506 4001-6722  
[www.expovino.cr](http://www.expovino.cr)

### Host

Equipo, Café y Alimentos  
20-24 Octubre, 2017  
Milan, Italia  
<http://host.fieramilano.it/en>



## Expo Feria Alemana

La Cámara Alemana celebraba una feria para acompañar a la Embajada Alemana en la celebración del Día de la Unidad Alemana a principios del mes de octubre. Con el tiempo se consideró necesario trasladar a esa feria a principios del año por razones climáticas ya que octubre es en nuestro país un mes muy lluvioso. Para llevar a cabo esta feria se eligió las instalaciones del Parque Inbio y así durante 5 años la llamada Feria Alemana del Inbio se realizó en esas instalaciones con mucho éxito. Esa feria era una presentación de la cultura culinaria alemana (particularmente la cerveza y las salchichas) enmarcada dentro de un programa cultural y con la asistencia de algunas empresas comerciales alemanas o representantes de productos alemanes.

En el año del 2014 la afluencia de personas a la Feria Alemana superó en mucho la capacidad del lugar y se vio la necesidad de organizar la Feria Alemana en un lugar más cómodo y bajo un formato más incluyente para dar cabida a la participación más sistemática de la capacidad de producción y de presencia alemana en diversos campos.

Así nació el concepto de la Expoferia Alemana; es decir, una feria que además de tener elementos de vivencias culinarias y culturales alemanas incorpore de una manera creciente una exposición de aspectos comerciales, industriales y de servicios relacionados con el intercambio económico entre Alemania y Costa Rica. Además de esto la Expoferia quiere acercar a los costarricenses el potencial del pensamiento alemán y de sus manifestaciones en los diferentes campos del quehacer humano. Por esa razón se incluyen también ofertas de entes científicos, educativos, idiomáticos y de intercambio estudiantil. La Cámara quiere que este evento sea sostenible financieramente para permitir una replicación en años venideros y a través de esa continuidad fortalecer los vínculos entre Alemania y Costa Rica.

Este año la Expoferia se llevará a cabo en las instalaciones de Parque Viva en la Guácima de Alajuela el Sabado 5 y Domingo 6 de Agosto, de 10am a 9pm .

Expo Feria Alemana  
Tel: +506 8997-1651  
[www.expoferiaalemana.com](http://www.expoferiaalemana.com)

## Emprendedor busca franquiciar nuevas tiendas de helados de yogurt

La venta de productos saludables ha hecho que las empresas busquen la forma de poder llegar cada vez más a consumidores que cuentan con gustos variados. Un oleada de productos más saludables están abarcando el mercado para lograr la preferencia de los clientes más exigentes.

Teniendo en cuenta esta premisa, Alex Corella desarrolló la empresa nacional, MonkiFrüz, una empresa de Inversiones Criquet, que vende helados de yogurt en diferentes zonas del país. Pero la visión emprendedora de este productor de helado fue más allá y logró convertir la marca en una franquicia que actualmente se opera bajo los parámetros que su compañía creó. "Nuestras tiendas parten desde los 20.000 dólares, y ya hemos franquiciado varias en el país, aunque todo lleva su tiempo. Cada vez más la gente busca productos más saludables, y nosotros estamos enfocados en eso. Esto es un producto bajo en azúcar y grasa, eso es lo más importante. Creemos mucho en hacer nichos de mercado a través de nuestros productos" explicó Corella.

Tres Ríos, Edificio Rofas, Paseo de las Flores, Mall San Pedro y Playa

Bejuco, son los lugares donde el empresario ha logrado franquiciar su marca, y aunque él sabe que la competencia es dura, afirma que la diferenciación es lo más importante en el negocio.

"Como en todos los mercados siempre hay competencia, pero hay que buscar el punto de diferencia-

ción. Acá lo importante es que se realicen productos de alta calidad, y ese es nuestro caso. Buscamos ofrecer productos premium al precio más accesible posible. No necesariamente tener un producto de buena calidad amerita venderlo carísimo, como en muchos casos" indicó.

Para Corella, es importante vender verdaderamente lo que se ofrece, esto debido a que muchas marcas aprovechan el apogeo de una tendencia y se saltan requerimiento y procesos para ofrecer el producto final.

MonkiFrüz Tel: +506 8342-5278



"Es importante no engañar al consumidor y vender lo que realmente se ofrece. Muchas veces se habla por ejemplo de productos libres de gluten, pero no hay una verdadera certificación de ese producto. A veces se le vende a la gente como si fueran solo un número, y no debería de ser así. Hay que tener una responsabilidad social al respecto de lo que se vende" puntualizó.


  
**ABC**
  
 UNIFORMS
   
 2290-2221
   
 asistencia@abc-uniforms.com

**CHEF WORKS**
  
 A brand you trust, from the
   
 people you can count on

## Vinos del futbolista Andrés Iniesta

El centrocampista español Andrés Iniesta, ha demostrado su calidad por años en el terreno de juego y en el mundo de los negocios no es la excepción. Iniesta posee una empresa vinícola en Fuentealbilla, España, llamada Bodegas Iniesta, fundada en el 2010.

"Puedes tener un buen mercadeo, una buena imagen, pero si el vino no es bueno, el mercado no lo aceptará, al ser un negocio familiar controlamos los procesos hasta que el vino esté en la botella, ya estamos exportando a 30 países" enfatizó Enrique Medina, director de exportación para América de las Bodegas Iniesta. La clave del éxito según los responsables de la Bodega Iniesta se encuentra en utilizar la última tecnología, con la máxima calidad de la uva, un corto tiempo desde que se corta la uva hasta que llega a los depósitos (que no sobrepasa los 30 minutos) y un buen control de temperatura.

La empresa "Se trata de vinos", es la

responsable de la distribución de estos exclusivos vinos españoles en el país. Carlos Abarca, gerente general de la empresa manifestó que pese al ser una bodega muy joven, se trata de vinos de gran calidad.

"Nos estamos enfocando en vinos que no son tan tradicionales, producidos por familias que se enfocan en la calidad del producto, para lograr la distribución en tiendas Gourmet del oeste y del este especialistas en vinos nuevos, restaurantes que ya nos conocen y en eventos especializados. La cultura del vino en Costa Rica crece un 17% por año y ese es el mercado que buscamos satisfacer" explicó Abarca.

De la amplia gama de productos, ya están disponibles el Vino Blanco, Rosado y Tinto Corazón Loco, además de Finca El Carril Blanco y Tinto, con precios asequibles. Si desea obtener más información ó adquirir estos productos puede visitar la página web [www.setratadevinos.com](http://www.setratadevinos.com) ó al teléfono: +506.2260.4024



## Viene Expovino

Es el evento donde los distribuidores y productores de vino y productos complementarios, exponen sus productos y hacen negocios con su audiencia, conformada tanto de compradores profesionales como de amantes del vino y su cultura. Es una exposición con degustaciones y catas de vino. El evento cumple con el objetivo de fomentar la cultura del vino, así como el conocimiento sobre la misma, a través del desarrollo de negocios en torno a él.

**Edición:** VI

**Fecha:** Miércoles 18 de Octubre 2017 Día exclusivo para Trade. Jueves 19 y Viernes 20 de Octubre 2017 Público General.

**Lugar:** Centro de Eventos Pedregal, Costa Rica

**Horario:** 3:00 p.m. a 9:00 p.m.

**Periodicidad:** Cada 2 años

### ¿Quién visita?

**On Trade:** Propietarios, Administradores, Gerentes de Alimentos y Bebidas, Chef, Someliers, Maitre' D, Enólogos, Salones, Bartenders de Restaurantes, Caterings, Bares y Hoteles

**Off Trade:** Encargados de Compra de Supermercados, Licoreras, Mayoristas, Distribuidores Proveedores Institucionales, Embajadas Amantes del Vino

### Perfil del Expositor:

Empresas importadoras y distribuidoras de vinos provenientes de distintas regiones. Productores y distribuidores de alimentos gourmet relacionados con la industria vinícola: Quesos, Delicatessen, Embutidos, Cristalería, Chocolaterías, entre otros.

### Entradas público general:

[www.expovinocr.com](http://www.expovinocr.com)

Entradas profesionales del sector:

whatsapp +506 7014-3610

### Para reservar stand:

Tel: +506 8997-1651

[revistaapetito@ekaconsultores.com](mailto:revistaapetito@ekaconsultores.com)

com





Delirio House  
Tel: + 506 2253-3748

Frank Ruíz, José Carmona y Alonso Obando son los propietarios del lugar en conjunto con su socio guatemalteco, Byron Verganza, quien no se encuentra en el país.

## Crear en uno mismo: Esa es la clave

Ninguno de los cuatro supera los treinta años de edad, tampoco sus cerca de quince colaboradores, quienes también son gente joven con ganas de dejar huella. Los propietarios de Delirio House, restaurante de varios ambientes, ubicado en Barrio Escalante lo dejaron todo para seguir su sueño y hoy son sus propios jefes.

El reto principal fue investigar el mercado, saber a quién querían llegar y cual era un punto estratégico para ubicar su gastropub, al que llamaron Delirio House y el cual, representa el primer proyecto de emprendedurismo en el que todos participan. Como parte de la iniciativa estos jóvenes han involucrado no solo a costarricenses, sino que cuentan con un socio guatemalteco y un colaborador nicaragüense, así como uno venezolano, estos dos últimos son quienes ponen el sabor en la cocina del Restaurante, en la cual se crean

recetas muy particulares como la salsa de remolacha y la torta de plátano para las hamburguesas veganas.

¿Cuál es la clave para destacar en una zona con tanta competencia?, según uno de los propietarios, José Carmona, ir de la mano de las tendencias y lo que mueve mercado ha sido la receta del éxito, ofrecer comida vegetariana, muy buscada actualmente y aceptar mascotas en el restaurante, han sido solo un par de sus aciertos en este tema.

“Con el restaurante hemos logrado brindar oportunidad laboral a muchas personas y eso nos da bastante satisfacción, somos jóvenes apoyando a jóvenes. Sin embargo, es un trabajo en equipo, aquí todos hacemos de todo y los socios nos ponemos la camiseta, lavamos platos, atendemos la barra y lo que sea necesario hacer”, afirmó Frank Ruíz, socio de Delirio House.



La hamburguesa de torta de plátano para los veganos y una gran variedad de pizzas, dentro de las que hay dos dulces son de los platillos más vendidos.

## Hacer diferencia con su negocio



Distribuidor exclusivo para Costa Rica

*“Tasting the good life”*



Es más fácil con *Certified Angus Beef®*  
**Calidad superior**

Contáctenos al 2239-1019 | [servicioalcliente@delika.cr](mailto:servicioalcliente@delika.cr) | [www.delika.cr](http://www.delika.cr) | [f/delikacr](https://www.facebook.com/delikacr)

Visítenos en Radial Santa Ana-Belén, después del Puente del Río Virilla, 100m al Norte y 400m Oeste. Ofibodegas del Oeste, Bodega No. 53

# Cerveza artesanal: Desafíos para mantener el inventario

La demanda de de este tipo cerveza representa un reto para productores y restauranteros



Mónica Mendoza, propietaria de Costa Rica Beer Factory. Las cervezas artesanales están en su mejor momento y eso obliga a los productores a ajustarse a las exigencias de la demanda.

## **Dos retos: Satisfacer la demanda y mantener la calidad**

En Costa Rica Beer Factory se venden más de 140 tipos de cerveza, su Fábrica de Cerveza Artesanal produce cinco de las cervezas que se venden en el lugar. Para Mónica Mendoza, propietaria de CRBF, desde un principio supieron que el negocio no era fácil, pues era todo

un reto tener tantas cervezas, siempre frías y de todas las marcas para satisfacer a los clientes.

"Hay cervezas que en una noche no sale ni una y mágicamente al día siguiente no nos queda ninguna. Dependemos mucho de la puntualidad y capacidad de producción de los proveedores y en nuestro caso personal no somos industriales, producimos al máximo, pero a

veces por suerte la demanda es demasiada, aún así siempre tenemos disponibles como mínimo dos de las cervezas de la casa", afirmó Mendoza. Según Mónica al ser un producto artesanal hay muchos detalles que cuidar y uno de sus objetivos es mantener la calidad en todo momento. "Tratamos de satisfacer al cliente y trabajamos duro para eso, en nuestra fábrica los procesos son muy exigen-

tes y si un producto no cumple los estándares, aunque haya mucha demanda no sale, pues el éxito de nuestras cervezas ha sido mantener su sabor y calidad en todo momento", comentó.

## **La falta de insumos puede convertirse en un problema**

En el Stiefel Pub se venden cerca de 40 cervezas artesanales,

Marlon Vargas, administrador del lugar, afirma que no siempre se tienen disponibles todas las cervezas que hay en el menú y esto se debe a que hay cervezas de temporada que salen demasiado y se da desabastecimiento.

El Stiefel tiene su propia cervecera llamada Pimate, la cual lleva tres años en el mercado y según Vargas en muchas ocasiones se presentan problemas en la producción por la falta de materia prima. "Cuando no hay algún ingrediente, simplemente no se puede producir, ya que la gente quiere el mismo sabor", expresó.



Marlon Vargas, administrador de Stiefel Pub.

### Siempre hay que tener un haz bajo la manga

Desde hace algunos meses Luis Miguel García, propietario de El Pub está produciendo en su casa cerveza artesanal, la cual está colocando en su negocio. "De momento estoy creando recetas y haciendo pruebas, hace unos días traje una y se vendió muy bien, ahora llevo cerca de 20 días en proceso de producción para volverla a traer, ya que los clientes la están pidiendo", manifestó García.

Lo anterior, es solo un ejemplo de lo que pasa con las muy buscadas cervezas artesanales, que entre más gustan, más se venden y por consiguiente más hay que esperar para tenerlas, pues como su nombre lo dice, son artesanales y eso implica un proceso lento y manual de producción.

En el caso de El Pub, su propietario afirma que cuando hay escasez de alguna cerveza, lo que se hace es ofrecerle al cliente una que sea similar. Pese a esto, García asegura que lo ideal es tener un inventario ordenado e ir tratando de coordinar con tiempo los pedidos que se hacen a los proveedores.



Luis Miguel García, propietario de El Pub.



Tel: 2238.4570 | 2293.0506  
Email: ventas@fervadelnorte.com

# LA ALFOMBRA ADECUADA

Llame para consultar sobre presupuesto y asesoría en cualquier parte del país

ANTI FATIGA		ENTRADAS			 <b>NFSI</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>HIGH-TRACTION</b> Certificación Antideslizamiento
ALIMENTOS Y COCINA		OTRAS ESPECIALIDADES			

## Los sueños también se pueden llevar en la maleta

Kapoli significa cereza en una de las lenguas indígenas de El Salvador, es por esto que Andrea y Adriana Jacobo decidieron ponerle ese nombre a la pastelería que inauguraron en noviembre anterior en Costa Rica, idea de negocio que trajeron consigo desde su país natal.

Debido al traslado de su padre por motivos laborales de El Salvador a Costa Rica, estas jóvenes emprendedoras tomaron la decisión de no dejar atrás el sueño de tener una pastelería, y al llegar al país pusieron manos a la obra para saber cómo poner a caminar su dulce negocio.

“Asistir a EXPHORE fue el primer paso firme que dimos, pues luego de averiguar los permisos necesarios y adelantar ese proceso, estábamos urgidas por encontrar proveedores y fue en esta actividad donde encontramos a la mayoría de ellos, hoy en día tenemos rela-

ción con cerca de cinco empresas que conocimos en esta expo”, manifestó Andrea Jacobo.

Ambas hermanas profesionales, una de ellas chef y la otra ingeniera industrial, decidieron conjugar sus conocimientos y buscar la forma de darle un toque especial a su pastelería. Ofrecer pasteles y postres para personas intolerantes a la lactosa, diabéticos y celíacos, ha sido uno de sus puntos de diferenciación.

Los retos al empezar de cero en otro país son muchos, sin embargo estas emprendedoras afirman que la paciencia y el correcto asesoramiento fueron los pilares de un proceso que para ellas duró cerca de medio año, esto entre el momento en el que plantearon la idea en suelo nacional y el instante en el que abrieron puertas.

“El tema de los permisos y analizar el mercado fue lo más difícil, esos fueron nuestros retos iniciales, no

vimos muy saturado el mercado y sabemos que nuestros productos pueden destacar, así que decidimos seguir adelante, lo siguiente fue comprar horno industrial, batidora, mesa de trabajo y lo básico para comenzar”, expresó Adriana Jacobo.

La diferenciación en cualquier

negocio es garantía de éxito y posicionamiento y es por esto que Andrea y Adriana han decidido mediante una alianza con una floristería, innovar ofreciendo pasteles especiales que combinan el arte floral con el arte pastelero para todos aquellos que buscan un pastel que se salga de lo tradicional.



Adriana y Andrea Jacobo llegaron al país hace poco más de un año y desde entonces estuvieron trabajando para abrir su pastelería.

## “Darle a la sal el lugar que merece en la cocina”

Ese es según Russell Davis, propietario de Salt Traders, el objetivo de su negocio, que llevó la sal marina a otro nivel

En el centro de Santa Ana un pequeño pero muy cálido espacio, se está encargando de que los chefs vean en la sal una alternativa para diferenciarse y que a la vez, pueda llenar de sabor y color sus platillos. Salt Traders es el proyecto universitario del joven administrador de negocios y chef, Russell Davis, quien convirtió en realidad su idea de negocio.

Salt Traders nació hace cuatro años, desde entonces se ha encargado de llevar la sal marina a su versión artesanal, según Davis la sal es el único elemento que está presente en todas las recetas y fue ahí donde vio una oportunidad de negocio.

“Pedí un préstamo e hice un primer pedido de mercadería para empezar a trabajar; después de eso empecé a ir en bus a los restaurantes a ofrecer lo que hacía, desde siempre he tenido una mentalidad

centrada en el ahorro y la reinversión”, comentó Russell.

El primer restaurante en abrir sus puertas a la sal artesanal de Salt Traders fue Al Mercat, tiempo después lugares como El Punto, Pizza República y Maza Bistro creyeron también en el proyecto y empezaron a utilizar la sal en sus platillos.

Pasados los primeros años el negocio evolucionó y actualmente además de sal, en el lugar se venden sodas artesanales y café de diferentes tostadores nacionales, pues Russell quiere convertir su local en un espacio donde productores costarricenses puedan exponer su café. Mezclas de sal con mora, mandarina, tomate o café, son solo algunas de las que se venden en Salt Traders, que busca para el presente año procesar su propia sal y ser la primera empresa en el país en cosechar sal marina gourmet.



Russell Davis, propietario de Salt Traders trae la sal de Guanacaste, donde le compra la materia prima a una familia que la obtiene de forma artesanal directo del agua de mar.

## Ahora algunos hoteles se encargan del “jet lag”

El “jet lag” es sin duda un problema. Significa que antes hubo viaje, cambio de aire y del otro lado, un nuevo horizonte. Pero a veces los dolores de cabeza, el mareo y el costo del cambio de horario hacen que no se puedan disfrutar los primeros momentos del viaje, que a veces se convierten en días desaprovechados.

Para resolverlo, varios hoteles de calidad premium alrededor del mundo se están encargando de proporcionar tratamientos especiales para curar el jet lag. En el Park Hyatt de Nueva York, por ejemplo, el Spa Nalai ofrece por 350 dólares una terapia de 90 minutos que libera la tensión en la espalda y de los hombros causada por la incomodidad del avión. Además, masajes y aromas elegidos para aliviar la retención de líquido y mejorar la circulación

post viaje.

En Las Ventanas Al Paraíso de Los Cabos, México, el tratamiento es inmediato. Después de hacer el check in el huésped recibe de forma gratuita un masaje de diez minutos en el cuello y los pies. Esta experiencia no puede faltar en un destino como Dubai. El hotel One & Only Palm ofrece en su Guerlain Spa un tratamiento de 90 minutos. Incluye facial con acupuntura y masaje que induce el sueño a 413 dólares. El descanso, a veces, cuesta caro.

El jet lag es un desequilibrio producido entre el reloj interno de una persona (que marca los periodos de sueño y vigilia) y el nuevo horario que se establece al viajar a largas distancias, a través de varias regiones horarias.

Fuente: eltiempo.com



Alejandro Redondo, director del programa, Shakira McDonald, encargada de redes sociales y tecnología, Erick Chacón, coordinador de edición y sonido y Luis Diego Solórzano, conductor del programa, son los encargados de llevar el maridaje perfecto entre bebidas, gastronomía, música y mundo

**ZOWN**  
www.zown.com

Mobiliario plegable, ligero y resistente **para uso profesional**

NOVEDAD

Fundas elásticas para mesas y sillas **Zown**

planet**150**



XL**180**



alex**chair**



norman**chair**



Importado en Costa Rica por:

**yamuni** mayoreo

Tel: 2255-2066  
info@yamuni.com

# “Una franquicia por sí sola no llena un hotel”

Fue hace 16 años cuando se tomó la decisión de convertir un pequeño hotel en Quepos en lo que hoy es uno de los principales centros de alojamiento de esa zona. El hotel Best Western Kamuk pasó por diversos cambios y esto ha logrado posicionarlos en el mercado nacional e internacional.



**Luis Bolaños, Gerente General Best Western Kamuk Hotel**

Luis Bolaños, Gerente General del Hotel Best Western Kamuk, indicó que el trabajo ha sido arduo en todo este tiempo pero que hay grandes retos que se deben saber manejar para sobresalir como cantón. Este hotel, que cuenta con 44 habitaciones y que es el único 4 estrellas de la zona, logró sobrevivir a 4 años de pérdidas y baches económicos. Bolaños nos contó los desafíos que han tenido que superar para lograr sobrevivir en un mercado donde hay otras 86 opciones hoteleras.

## ¿Cuál ha sido el principal reto para poder sobrevivir en el mercado hotelero?

Lo principal que cualquier empresario debe de tener claro es que se debe de innovar. Los primeros años fueron muy difíciles, incluso antes de la construcción, debido a los sistemas bancarios que existen en nuestro país, aunque han mejorado bastante. Abrimos y tuvimos 4 años bastante difíciles, ya que el turismo cayó en el país pero luego se dio un repunte. Las costas deben de ser bien desarrolladas, y acá seguimos teniendo problemas con eso. En otros países la inversión es grande en las costas, y eso no pasa acá. Una de las estrategias que teníamos para salir de ese bache de 4 años, era casarnos

con alguna franquicia y vimos en Best Western la mejor opción.

## ¿Cómo tuvieron que acoplarse a los regímenes de la marca?

Fueron muchos cambios. En un inicio las puertas las abríamos con llave corriente, luego había que poner llave electrónica. Tuvimos que cambiar los televisores por pantallas, los edredones de un estilo en específico, entre otras cosas. Eso nos hizo ser competitivos en el mercado.

## ¿Qué debe de tomar en cuenta un hotelero a la hora de manejar una franquicia?

Yo recomendaría a cualquier hotelero adquirir una franquicia, pero debe de tener claro que una franquicia hotelera por sí sola no te llena el hotel. Se debe tener claro que debe innovar, mejorar la parte administrativa, y tener un buen plan de mercado. La marca no te llena el hotel, te da imagen, indirectamente hace que lleguen más clientes, pero no lo es todo, el servicio al cliente y la innovación hace que más gente venga.

## ¿Qué le hace falta a Quepos para ser más competitiva?

Lo que le hace falta realmente es una agenda de cantón, que estemos hablando todos el mismo idioma. Ya

que todos debemos de estar convencidos de que el destino que hay que vender es Quepos. El Parque Nacional Manuel Antonio es nuestro producto estrella, pero no todo queda ahí. Hay más actividades como la pesca deportiva, el canopy, buceo, entre otras. Hay que estar conscientes que hay que mejorar la seguridad, brindar mayores oportunidades de educación y empleo, formalizar el proyecto de agrandar el aeropuerto que lleva años atrasado. Acá todo se tarda, y es el gran enemigo de nuestra economía.

## ¿Qué apoyo han tenido por parte del Gobierno, tanto nacional como local, para ver estos temas?

Hay apertura, pero desordenada. Sinceramente si en una municipalidad no saben nada de turismo, deberían de escuchar a los que sabemos del negocio en la empresa privada. No es lo mismo estar sentado en una silla en la municipalidad, que estar sentado en una empresa donde se debe de producir porque sino se cierra. Una municipalidad llega a tener déficit y no la cierran, ahí sigue caminando. Acá hay 87 hoteles, con unos 3500 empleos directos, por lo que es importante doblar esa cifra, y para lograrlo hay que ir mejorando como comunidad.

## Entonces ¿Usted cree que aún hay espacio en Quepos para que más empresarios abran negocios?

Si nosotros mejoramos el entorno, como la carretera, la seguridad, oportunidades de educación, siempre habrá oportunidades. Yo no creo que Miami o Cancún nacieron a como son ahora, posiblemente nacieron como Quepos, pero los desarrollaron, el Estado invirtió dinero y apoyó a los empresarios. A mí no me da miedo que en estas cinco cuadras hayan más hoteles, porque va a atraer más gente. Si tenemos un plan cantón a 50 años, podemos ver más futuro acá.

## ¿Cómo ve usted el trabajo del ICT respecto a vender el cantón?

Hay una cosa que yo cambiaría del ICT. Por ejemplo en México hay una oficina de turismo, allá se les da a las zonas turísticas ya definidas un presupuesto para invertir en un plan de mercadeo. Eso lo implementaría acá. Aunque México tiene muchos problemas de criminalidad e inseguridad, la gente lo sigue visitando, y es porque han sabido vender sus destinos de una excelente manera. Tenemos que estar todos en la misma sintonía, porque sino no avanzaremos.

Tel: +506.2777.0811



## “Caminante no hay camino, se hace camino al andar”

Hace más de cincuenta años un grupo de hombres perdieron la ruta mientras seguían una presa en la montaña, este episodio se convirtió en el primer paso de la explosión turística experimentada en San Gerardo de Dota, pueblo que hoy alberga el Hotel Savegre, un ejemplo de sostenibilidad y trabajo en familia. Los peones Efraín y Federico Chacón, encontraron por azar este Valle y su belleza los cautivó a tal punto, que decidieron traer a sus familias a la zona y empezar de cero en un lugar donde no había absolutamente nada, fue así como nació el pueblo de San Gerardo de Dota. El comienzo del turismo en la zona, se debió a que don Efraín introdujo algunos alevines de trucha al río. La noticia de peces en el Río Savegre se difundió entre los aficionados a la pesca, quienes empezaron a visitar el pueblo y a solicitar alojamiento en la casa de la familia Chacón, lo que dio inicio a la idea del Hotel.

Naturaleza exuberante, aire fresco, avistamiento de aves y un excelente escenario para la pesca deportiva, acompañado de la cuchara de doña Caridad, esposa de don Efraín, convirtieron al Hotel Savegre en una realidad que hoy salta a la vista, convirtiéndose en fuente de empleo para vecinos de la zona. Los retos iniciales estuvieron relacionados con la desinformación en temas turísticos y de atención a clientes, asimismo la barrera del idioma con extranjeros y la falta de canales de comunicación para concretar reservas se convirtieron en los principales problemas, todos superados en la actualidad, con esfuerzo y preparación por parte de los propietarios y su personal. Según Rolando Chacón, gerente general del Hotel, uno de sus mayores logros es contar con el Certificado de Sostenibilidad Turística 5 hojas, para lo cual han tenido que adaptarse a una concien-

cia más ecológica.

“Utilizamos paneles solares y calentadores de agua, sistemas de purificación y filtración de aguas blancas o jabonosa, biodigestor para producción de gas natural y sobre todo mucho de lo que se utiliza en nuestro restaurante es producido en el hotel o comprado a productores de la zona”, afirmó Chacón.

Para esta familia de emprendedores los retos siempre son muchos en el sector hotelero, pero su vivencia en más de medio siglo les ha dejado ver que la experiencia que pueda transmitirse al cliente es la mejor carta de presentación de un hotel.

**Rolando Chacón, gerente general del hotel Savegre, que cuenta con CST 5 hojas. Ejecuta dentro de sus instalaciones varias prácticas sostenibles como la utilización de paneles solares en sus cabañas.**



## Un sueño tan joven como su propietario

En un año Carao Project ha mostrado el camino que debe seguir un hotel para alcanzar la sostenibilidad

Producen gran parte de lo que consumen o lo compran a productores de la zona, ejecutan procesos de reciclaje, su piscina es de agua salada para evitar el uso de cloro y todas sus edificaciones fueron hechas con maderas renovables, esas son solo algunas de las acciones que convierten al hotel guanacasteco Carao Project en un ejemplo de sostenibilidad.

Con tan solo 24 años, Roberto Brenes es el propietario de este espacio, que nació producto de un proyecto universitario desarrollado por el joven en la carrera de Gestión Empresarial de Turismo Sostenible, en la cual ideó tres años atrás el sueño de tener un hotel diferente, que destaque por cuidar la naturaleza y convertirse en un espacio para el arte, la cultura y la conservación.

En una hectárea, que colinda con el

Refugio Nacional de Vida Silvestre Camaronal, Roberto construyó cuatro habitaciones, un restaurante y una piscina, áreas en las que trabajan los cuatro colaboradores del lugar, todos vecinos de la zona y convencidos al igual que su propietario de que la sostenibilidad es el camino para estar en armonía con el Refugio vecino.

Este joven quien vivía en la capital, se trasladó a muy corta edad a Guanacaste para estudiar y ahí se dio cuenta que la Provincia lo había atrapado, decidió quedarse y luchar por su proyecto. Según él al inicio el camino no fue fácil, tuvo que trabajar duro y hacer muchos sacrificios, hoy en día esa constancia le permite ser uno de los empresarios hoteleros más jóvenes del sector.

Correo: [reservations@caraoject.com](mailto:reservations@caraoject.com)



“Nosotros compramos una línea de productos de limpieza biodegradable, las maderas que usamos para la construcción del Hotel son de la localidad y tenemos cerca de 240 árboles reforestados en la propiedad. Asimismo, la piscina funciona con un sistema en el que el método de limpieza es la sal, esto para que no se descargue cloro en la tierra”, afirmó Roberto Brenes, propietario de Carao Project.

El Chef Rodrigo Montesinos estudió en España y estuvo más de una década preparándose y trabajando en Europa.



# El Punto se hace con el corazón

El chef Rodrigo Montesinos escogió Costa Rica para poner su restaurante que se caracteriza por servir cocina de autor

Cuando los mexicanos Rodrigo y Jimena Montesinos empezaron a buscar un local para poner su restaurante, no entendían muy bien el término "Lo importante es que hagan el punto", frase que les decía la gente cuando se enteraban de su búsqueda.

Con el pasar del tiempo se dieron cuenta que en palabras ticas, eso significaba que no importaba donde pusieran el restaurante, si no que destacaran por lo que sabían hacer, en este caso cocinar.

Ambos hermanos dejaron sus tra-

bajos anteriores, ella como ingeniera y el como chef en España y decidieron emprender un nuevo proyecto, un restaurante que sobresaliera por ofrecer comida hecha con el corazón, presentada de forma muy original y que se pudiera disfrutar en un ambiente diferente y acogedor.

Rodrigo es la cabeza creativa detrás de cada platillo, esto desde el 2013, cuando empezó a funcionar el Restaurante El Punto. Para él lo importante es disfrutar lo que hace a diario y que eso se vea reflejado en lo que el cliente recibe en cada plato.

"Nosotros queremos ofrecer más que

comida, queremos darle al cliente una experiencia y eso son mis platillos, el resultado de lo mucho que disfruto estar en la cocina y la forma en cómo logró compartirlo con quienes nos visitan", expresó Montesinos.

Costa Rica se volvió para Rodrigo más que el lugar donde inició su camino como empresario. El país es según el chef un paraíso, donde encontró inspiración, naturaleza y condiciones idóneas para tener calidad de vida y surfear en sus ratos libres, que es otra de sus pasiones.



Como parte de su participación en el Restaurante Rodrigo desarrolló una pequeña huerta en los jardines del lugar, de la cual obtiene algunos productos frescos para sus recetas.



# Hornos de calidad son el corazón de una panadería

De la mano de Tips, Mocapan descubrió cómo optimizar un sitio pequeño y convertirlo en una cocina ágil, funcional, perfectamente equipada y con un espacio muy bien aprovechado



Simon Kumz,  
propietario de  
Mocapan.

**E**n noviembre de 2016, Mocapan abrió su segunda panadería en Costa Rica, ubicada en el Centro Comercial Utrópica, en Pinares —la primera tiene dos años y está situada en Escazú—.

Mocapan inició en Alemania, según su propietario, Simon Kumz, cuando él era un niño, porque su abuela hacía un muy buen pan y él se enamoró de ese alimento. Hace cinco años, decidió venir a Costa Rica y establecerse acá. “Porque se consume mucho pan y pensamos que podíamos mejorar la calidad. Empezamos a desarrollar el proyecto y gracias a Dios nos ha ido muy bien”. Cuando Kumz tomó la decisión de abrir la panadería, se puso en contacto con la empresa Unox Europa, porque él sabía que esos hornos inteligentes eran los que precisaba en su cocina, y necesitaba saber quién los distribuía en Costa Rica. Ahí es donde aparece Tips, ya que esta empresa no solo le ofreció los hornos, sino todo el equipo de cocina, así como el diseño de la misma. “Me vendieron prácticamente toda

la cocina; los hornos, que son el corazón de nuestra operación; son hornos inteligentes, que están programados para hornear; por ejemplo, un croissant al punto; nos vendieron toda la parte de refrigeración y congelación. Prácticamente la cocina, de la “A” a la “Z” fue, primero, diseñada por Tips y segundo, todos los equipos vienen de Tips, tanto en Pinares, como en Escazú”, asegura. Y agrega: “Nos entregaron el proyecto, como dicen: “llave en mano”; todos los equipos estaban ahí en la fecha que acordamos y todo funcionó muy bien”.

Uno de los mayores retos, según Adrián Gatgens, Ejecutivo Senior en Proyectos de Tips, fue optimizar el espacio de 30 metros cuadrados con el que contaban para el diseño de la cocina. “La cocina es bastante pequeña, pero quedó muy funcional para lo que ellos necesitan. Tal vez habríamos querido tener un poquito más de espacio en ciertas áreas para que no quedaran tan ajustadas, pero no lo teníamos. Entonces tuvimos que trabajar en lo que don Simon tenía”.

El proceso de diseño y aprobación duró cerca de un mes, y Kumz asegura que se siente muy feliz con el resultado, porque incluso en tiempos de mucho tránsito, la cocina funciona perfectamente. “Una prueba de mi satisfacción es que si abro otro Mocapan, lo voy a hacer con Tips”.

## Un pedacito de Alemania en Costa Rica

Mocapan busca diferenciarse de otras panaderías, precisamente por la variedad y calidad de sus panes. “Queríamos ofrecerle al mercado costarricense opciones de panes

que no habían. Tenemos panes orgánicos, pan con masa madre, pan integral. Además, nosotros no usamos nada industrial, todo lo preparamos acá, la granola, los aderezos, todo. Tratamos de hacer la diferencia en esos detalles. También hemos tratado de usar productos orgánicos, pero acá es un poco complicado, porque la calidad a veces es buena y a veces no tanto; y la disponibilidad, porque a veces hay mucho producto y a veces no hay”, comenta.

Otro aspecto que los diferencia es que traen de Alemania diferentes tipos de harinas, entre ellas, tres orgánicas. Asimismo, traen la masa de la repostería congelada, desde ese país europeo. “Con eso le aseguramos al cliente que la calidad es siempre la misma, y muy alta”, afirma. Pero Mocapan no solo es panadería, pues evolucionó y actualmente se ofrece desayuno, almuerzo y café. Aunque su fuerte sigue siendo el pan y la repostería.

**Tips**  
PROFESIONAL

Tips: 2543-2100, ext. 105  
proyectos@tipscr.com



# ¿Cuentan realmente los empresarios del sector con el apoyo de Fuerza Pública?

Consultamos a nuestros lectores y muchos de ellos manifestaron sentirse solos en la lucha contra la delincuencia y la inseguridad, misma que ha afectado sus hoteles o restaurantes y en algunos casos a sus huéspedes o clientes.

Por: Arleth badilla



Nils Ching Vargas, subdirector general de la Fuerza Pública

**S**egún Nils Ching Vargas, subdirector general de la Fuerza Pública existen en el país 11.300 oficiales de Fuerza Pública, mismos que tienen como labor brindar servicio oportuno y eficaz ante cualquier emergencia, procurando con esto el orden público y la seguridad de las personas y los comercios. Transmitimos al subdirector de Fuerza Pública algunas inquietudes de nuestros lectores y aquí les presentamos sus respuestas:

**¿Cuál es su proceder como Fuerza Pública al momento de asistir a atender un incidente en un hotel o restaurante, hay algún protocolo particular, de qué forma abordan estas situaciones?**

En cualquier incidente que nos sea reportado, sin importar el lugar nuestro deber es asistir a la brevedad y brindar la atención que está a nuestro alcance. La mejor forma de comunicarse con nosotros es llamar a la delegación correspondiente, aunque a veces esa central se satura, así que lo que yo recomiendo es que llamen siempre al 911.

Lo anterior, porque por ese medio hay filtros que aseguran que el personal de la atención oportuna, pues la llamada queda grabada y registrada y de esta forma el usuario tiene un respaldo que verifica su llamada y la atención que solicitó.

**¿Varios de nuestros lectores nos expresan que muchas veces han llamado a Fuerza Pública y nunca llegan o tardan demasiado en presentarse, como explica usted eso?**

En varias oportunidades no nos dan la dirección correcta, hay una discordancia entre lo que nos reportan y lo que en realidad pasó o simplemente las personas están

muy alteradas o nerviosas y no nos suministran los datos correctos.

El costarricense no sabe dar bien las direcciones, no maneja las calles y avenidas y en muchos casos ni siquiera ubican los puntos cardinales. Todo lo anterior es una limitante y dificulta mucho el trabajo y la respuesta de la Fuerza Pública.

**¿Qué les dice a todos los empresarios del sector que manifiestan no sentir confianza en el apoyo que puedan brindarles ustedes como institución, cuál es su justificación, qué solución ofrecen ante tal descontento?**

Somos una institución de servicio que garantiza orden y seguridad a la población en general. Sin embargo, cuando hablamos de actividades o espacios privados consideramos importante la medida de tener mecanismos y protocolos de seguridad internos, ya que la situación actual y los cambios vividos en nuestra sociedad así lo sugieren.

Estamos dispuestos a escuchar las quejas, sugerencias, comentarios y demás aportes de quienes no estén satisfechos con nuestra labor en casos específicos y para esto los invitamos a visitar nuestra contraloría de servicios en el Ministerio de Seguridad Pública.

**¿Qué recomendaciones brindan a propietarios o administradores de hoteles y restaurantes para garantizar la seguridad de sus locales? Lo anterior, debido a que viven en latente situación de riesgo por los horarios que manejan, además del constante ingreso de personas.**

Como experta en materia de seguridad la Fuerza Pública y sus diferentes direcciones han venido trabajando como institución preventiva, promoviendo que se sigan reglas

básicas de autocuidado para que la integridad de las personas y el patrimonio de los comercios se mantengan intactos.

Por ejemplo, en lugares donde se manejan grandes cantidades de dinero debe haber alguien que esté a cargo del tema de la seguridad y de que todo el personal cumpla esas reglas. Contar con cámaras es una forma de monitorear los lugares y recomendamos esta medida. Por otro lado, si se tiene clasificación de servicio turístico, por ejemplo y se mantiene el servicio las 24 horas, lo mejor es llegada la noche, cerrar puertas y que haya un timbre que alerte sobre la llegada de alguien, esto para que no cualquiera pueda ingresar.

### **¿Qué apoyo específico brindan a los empresarios de hoteles y restaurantes, como le comenté por las situaciones tan particulares de su operar diario en temas de horarios, acceso al público y efectivo en cajas?**

Tenemos programas dirigidos a este tipo de sectores, los hoteleros y restauranteros, así como su personal puede participar de nuestros programas de seguridad, enfocados a seguridad comercial y seguridad comunitaria, para acceder a estas capacitaciones deben acercarse a su delegación más cercana y preguntar por estas alternativas que están habilitadas en todo el país.

Asimismo, en zonas turísticas tenemos oficiales que hablan uno o más idiomas, logrando con esto derribar la barrera del idioma en caso de que ocurra un incidente y de esta forma lograr que los clientes o huéspedes extranjeros se sientan mejor atendidos y escuchados por las autoridades.

### **¿Cuál es la forma correcta de orientar a un cliente o huésped que ha sido víctima de robo, asalto o cualquier otra situación similar y qué es lo que procede si esta persona es extranjera?**

Estas situaciones son las que nosotros constantemente abordamos

con este tipo de comercios, específicamente en el caso de los extranjeros hay quienes se quedan un tiempo más en el país o quienes planean marcharse pronto. En este caso si fueron sustraídos documentos personales como el pasaporte, el paso ideal es instarlos a acercarse a su embajada y al Organismo de Investigación Judicial (OIJ) para hacer la denuncia correspondiente. Con los nacionales ocurre lo mismo, nosotros nos apersonamos si nos llaman, como le dije de preferencia a través del 911 y si es el caso les recomendamos hacer la denuncia con el OIJ, al ser costarricenses es más fácil porque al permanecer en el país podrán estar al tanto y participar activamente del proceso que iniciará producto de la denuncia.

### **Estamos en plena temporada alta, verano y vacaciones atraen a muchas personas a las zonas turísticas. ¿Qué medidas toman ustedes como Fuerza Pública para prevenir incidentes y apoyar a los empresarios de estas regiones del país?**

En este periodo de vacaciones y temporada alta en donde hay gran afluencia de personas, nuestro objetivo es que todas las zonas del país sean seguras. Sin embargo, un incidente puede ocurrir en cualquier lugar y es por eso que insistimos en que los mismos propietarios recomienden a sus clientes medidas de seguridad como tener a la vista sus pertenencias o no visitar lugares que ya han sido identificados como conflictivos.

Nosotros estamos al servicio de la población, pero es deber de todos velar por la seguridad. Nuestra recomendación es que los empresarios nos ayuden dando recomendaciones a sus clientes y que ellos también ejecuten buenas prácticas asociadas al cuidado de sus pertenencias o seguridad personal.

### **En el caso de restaurantes ubicados dentro de centros comerciales o lugares organizados como la Asociación Paseo**

### **Gastronómico La Luz de Barrio Escalante, por citar un ejemplo ¿Cómo funciona su labor? ¿Qué potestades tienen ustedes en estos casos?**

Estamos al servicio de la población y si nos llaman iremos a atender la emergencia sin importar el lugar; pese a ello hay que tener cuidado cuando se dice que Fuerza Pública va a ir a supervisar o estar presente en una actividad de carácter privado.

Nosotros podemos coordinar con los establecimientos nuestra presencia en actividades o eventos privados, pero lo ideal es que cada empresario contrate su servicio de seguridad en casos de actividades privadas, nosotros somos una institución de soporte, que hace presencia en una situación de emergencia.

### **No es la primera vez que un extranjero es asaltado, se han dado violaciones y hasta desapariciones de turistas, esto afecta al comercio y la imagen del país como destino a nivel internacional, siendo el turismo motor de la economía. ¿Cómo manejan estas situaciones como institución de primera respuesta ante la emergencia, cuál es su posición al respecto?**

Costa Rica es un país que cuenta con estándares de seguridad importantes, quisiéramos que estas situaciones no se den nunca, pese a ello hay que aclarar que son casos muy específicos. Lo importante es aprender de esto y establecer coordinación entre las autoridades y los empresarios.

Es vital que los personeros de hoteles y restaurantes y los comerciantes en general orienten al turista, sea nacional o extranjero. Que le indiquen donde no es recomendable ir, qué actividades debería o no realizar por su seguridad y que medidas de autocuidado debería practicar; cada comercio conoce el lugar donde opera y es parte de su labor garantizar que quienes le visitan tengan la mejor experiencia en la zona para que quieran regresar.

### **¿Qué dicen los empresarios?**

Según los hoteleros la situación es distinta en cada zona, por ejemplo en Tamarindo la venta de droga es uno de los problemas que inquieta a los empresarios. De acuerdo con Diego Araya, gerente de operaciones del Hotel Capitán Suizo ubicado en este sector de Guanacaste, ellos tienen cámaras y personeros de seguridad en sus instalaciones y eso les ayuda a garantizar mayor tranquilidad a sus huéspedes.

“Nosotros mantenemos una relación estrecha con fuerza pública, el gerente general de nuestro Hotel, Urs Schmid es el presidente de la Asociación de Tamarindo, situación que nos permite estar empapados de las problemáticas de la comunidad y no solo de las problemáticas, sino también de las acciones para darles solución”, expresó Araya.

Por otro lado, Kenia Mena, jefe de reservaciones del Hotel Caribblue, el cual se encuentra en la provincia de Limón, considera que las personas inicialmente catalogan a Limón como un lugar peligroso. Sin embargo, se debe tener en cuenta que muchas veces los turistas se exponen a situaciones de riesgo al caminar de noche, sin compañía y por lugares desolados o sin iluminación.

“La seguridad en las instalaciones del Hotel está garantizada, el problema se da cuando el huésped sale al pueblo y ya ahí es su responsabilidad. Nosotros apoyamos a las autoridades haciendo recomendaciones a los turistas sobre lugares que no deben visitar o cosas que no deben hacer, como descuidar sus pertenencias o caminar solos después de las seis de la tarde”, afirmó Mena.

En resumen Fuerza Pública está al servicio de la población y eso incluye apoyar a los empresarios del sector; quienes tienen a su vez la obligación de trabajar de la mano de las autoridades y valerse también de recursos propios como empresa privada para garantizar seguridad a sus clientes.



# La reinvencción hotelera: El talón de Aquiles del alquiler vacacional

Por Fernanda Chavarría

Ir de vacaciones a casa de un desconocido o alquilar la suya entera, o una habitación, a otro que está de paso es más común ahora. Sin embargo, este intercambio, que se ha convertido en uno de los estandartes de la economía colaborativa, estará a partir de ahora sujeta a una serie de medidas en Costa Rica, gracias a la aprobación de la nueva Ley para Mejorar la Lucha Contra el Fraude Fiscal, cerrando los portillos existentes por medio de los cuales profesionales liberales, personas jurídicas y personas físicas, que prestan sus servicios al público, evaden hoy el pago de impuestos.

“Es necesario que las empresas, sobre todo las pequeñas se vuelvan agresivas en innovación, comercio electrónico, mercadeo digital y la administración de su inventario. El que no responda con eficiencia a esta realidad, tendrá problemas de sobrevivencia”, señaló el presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), Pablo Heriberto Abarca.

**L**a medida haría que los usuarios de Airbnb y de portales similares tengan que pagar un impuesto de un 13% sobre las ventas, lo mismo que pagan servicios profesionales como hoteles, de no ser así quedarán sujetos a sanciones y multas que van desde el 50% hasta el 150% de la omisión de ingresos, y en casos más graves el castigo sería la cárcel. Para el presidente de la Cámara Costarricense de Hoteles (CCH), Gustavo Araya, “es una herramienta importante que protege el negocio formal del informal, poniendo en igualdad de condiciones a quienes se dedican a este negocio”.

El asunto ahora es de qué manera, los hoteles están reaccionando ante esta nueva propuesta, para no perder la guerra contra el alquiler vacacional. “Es necesario que las empresas, sobre todo las pequeñas se vuelvan agresivas en innovación, comercio electrónico, mercadeo digital y la administración de su inventario. El que no responda con eficiencia a esta realidad, tendrá problemas de sobrevivencia”, señaló el presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), Pablo Heriberto Abarca.

Algunas cadenas ya lo tienen muy claro y están ampliando su portafolio con propuestas de valor concretas para reforzar su oferta en personalización, experiencias, contacto con la población local, la sensación que busca el cliente de pertenecer a una comunidad, de compartir, etc. Lo que les permite convertirse en auténticos anfitriones del turista en el destino.

La clave está, como afirma Dennis Whitelaw, gerente general de Marriott en Costa Rica, en “encontrar el equilibrio entre las aplicaciones móviles y el trato humano, que sigue siendo altamente valorado”. Los millennials, para este año condicionarán el futuro de las reservas y esperan servicios a medida que rompan las barreras lingüísticas y culturales, y que al mismo tiempo ofrezcan un trato personal y auténtico. En definitiva “aplicar el business intelligence y adelantarse a sus necesidades, a través de la escucha activa de sus comentarios en redes sociales, nos permite brindarle a los huéspedes el vivir una experiencia única, que es lo que están buscando cuando viajan”, concluye.

Por su parte Jose Tomas Batalla, director del Grupo Marta, considera que el éxito para este 2017 radica en entender y explotar “la propuesta de valor basada en la consistencia, seguridad y confianza que ofrecen las cadenas hoteleras, aspectos que Airbnb no necesariamente puede garantizar en todos los ámbitos. Los hoteles pueden utilizar ese valor percibido como experiencias diferenciadoras para acercarse a la vanguardia y mostrar que ofrecen el paquete completo, con el fin de influir en el comportamiento del viajero”.

Puede parecer que los hoteles están luchando una batalla cuesta arriba por la relevancia en un mundo Airbnb, pero incluso este Marketplace tiene sus limitaciones. De hecho la compañía contrató recientemente al veterano hotelero Chip Conley para ayudar a los propietarios a establecer estándares hoteleros mientras mantiene el concepto esencial de la marca. La ambición de Airbnb de parecerse cada vez más a los hoteles sólo confirma la viabilidad del concepto y servicio hotelero.



## Airbnb ¿Ampliación de la industria turística?

El ministro de Turismo de Jamaica, Edmund Bartlett, destacó el impacto que tendrá la asociación con la empresa estadounidense Airbnb en la diversificación de este sector en el país, informó en diciembre. Bartlett precisó que beneficiará al jamaicano común al permitirle participar de forma activa en un aspecto del producto turístico.

Consideramos esto como una ampliación de la industria, dijo el titular al valorar el memorando de entendimiento rubricado con la empresa estadounidense para diversificar el producto turístico de Jamaica, específicamente en relación con el alojamiento.

Bartlett precisó que las autoridades jamaicanas tomarán medidas para garantizar la seguridad, la calidad, el apego a las normas internacionales y la eficiencia en el servicio ofrecido por los propietarios locales a los turistas.

El Ministro dijo que la asociación será fundamental para apoyar al Gobierno en la comercialización del producto turístico de Jamaica, asignar recursos de manera más eficiente y medir el rendimiento de las inversiones.

Airbnb es el mayor centro de reservas en todo el mundo con alcance en 191 países, incluida Jamaica, que cuenta con más de 14 mil habitaciones publicadas en el sitio

Airbnb constituye un mercado que conecta vía internet a los propietarios que desean alquilar sus viviendas y espacios con personas necesitadas de alojamiento a precios asequibles.

Fuente: Prensa Latina



# Competencia en destinos de boda

Una boda será siempre uno de los momentos más importantes en la vida de una pareja, tanto así que Costa Rica se ha destacado a nivel mundial como uno de los principales lugares para casarse. Las impresionantes playas, la exuberante vegetación y unos atardeceres mágicos hacen de cada rincón de nuestro país el lugar idónea para dar el sí.

Por Enrique Rivas Leyva



La amplia oferta ha hecho que cada vez más los hoteleros, tanto nacionales como internacionales, busquen la mejor manera de competir en este nicho de mercado. Esto lo tiene claro Frederic Nepveu, gerente general de Villa Caletas y Zephyr Palace ubicado en Puntarenas, quien asegura que Costa Rica sigue siendo atractiva para el consumidor internacional.

"Hay una competencia enorme en cuestiones de destinos de boda, Costa Rica da una dura pelea a nivel mundial. A veces hay hoteleros que tiran los precios al suelo, sin ofrecer una buena experiencia a los clientes, y uno tiene que aprender a luchar con eso. La suerte que tenemos es que estamos cerca de Estados Unidos, no es complicado para ellos tomar un avión y llegar. El principal mercado nuestro es de ese país y Canadá, muy pocos europeos vienen por los largos trayectos de viaje" afirmó.

Nepveu explica que la diferenciación de servicio por parte de los hoteleros es una pieza clave y fundamental para lograr la mayor cantidad de contratos, por parte de parejas que deseen venir a casarse a nuestro país, pero es enfático en indicar que no se deben de sobrepasar los límites del negocio solo porque los clientes sean extranjeros.

"Si un hotelero quiere ofrecer paquetes de bodas debe de tener en claro que los clientes no son vacas lecheras, no hay que aprovecharse de ellos. Hoy en día la gente tiene acceso a muchas opciones por internet y puede comparar rápidamente. Lo que las parejas buscan es un excelente trato en servicio al cliente. Cada hotelero debe de poner empeño y buscar propuestas novedosas para atraer a este tipo de mercado, el objetivo siempre es brindarles algo mágico" indicó.

Por ejemplo, actualmente cuentan con un paquete para bodas valorado en \$10.000, el cual incluye un



monto consumible en alimentos y bebidas de \$7.500 y \$2.500 para ser utilizados en habitaciones para los novios e invitados especiales. Este tipo de personalización de servicios es lo que, según él, ha logrado que tengan tanto éxito en este mercado.

"Hemos tenido bastantes bodas, desde hace varios años. La gente sigue viniendo al país, porque encuentran un producto de mucho valor. Lo que pueden encontrar los norteamericanos al venir a Costa Rica a casarse siempre supera sus expectativas. Es un mercado que sigue constante, pero no va en crecimiento acelerado. Lo que hemos visto es que cada vez las bodas son más pequeñas, hace un par de años hacíamos ceremonias de 200 personas pero ahora hay una tendencia a hacer algo más privado y en muchas ocasiones máximo vienen al país unas 50 personas" explicó Nepveu.

Una pieza clave, mencionó, es la buena selección de proveedores. El hotel mantiene una relación muy cercana con los proveedores de decoración, ambientación y mobiliario de bodas y eventos de la zona, para que cada boda luzca el estilo y sello de creatividad que cada pareja busca, Frederic Nepveu, gerente general de Villa Caletas y Zephyr Palace.



# Permisos: El dolor de cabeza

Sabemos que el sueño de abrir un restaurante, cafetería o lugar de comidas en Costa Rica, puede con frecuencia convertirse en una pesadilla, misma en la que los protagonistas son filas interminables, largos tiempos de espera y por supuesto, papeles, papeles y más papeles.

**L**as “munis”, están catalogadas como el mayor problema en este asunto, según todos los propietarios de restaurantes consultados, esa entidad es la más problemática a la hora de lograr el objetivo de abrir puertas en regla.

Acorde con Jorge Figueroa, propietario del restaurante Chancay el tema con las municipalidades es complejo, cada una tiene su propio proceder: “Los permisos municipales deberían estandarizarse eso sería lo más adecuado”, afirmó.

Todas las respuestas coinciden en un punto, si se quiere tener un negocio de este tipo hay que armarse de paciencia y planear todo con tiempo, sino difícilmente se llegará a formar parte de la lista de diez mil propietarios de bares y restaurantes que hay funcionando actualmente en el país.

El gerente general de Tintos y Blancos, Carlos Castiñeira no considera que los permisos estén fuera de lugar; cree que es lo correcto para que un restaurante funcione con calidad. Sin embargo, afirma que la tramitología es tediosa y que las municipalidades son las más lentas, en su caso la “Muni” de La Unión fue la que más problema le representó. Tintos y Blancos se encuentra en Multiplaza Escazú y Terramall y según Castiñeira en el caso de los centros comerciales, los trámites son exactamente los mismos y se debe vivir el proceso normal de cualquier restaurante.

“Algo que me parece un desierto es el tema de renovación de los

permisos ante el Ministerio de Salud y el asunto de las patentes de licor. Aunque uno saca el permiso hasta por cinco años, hay que ir cada año a hacer filas y solicitar que le vuelvan a dar el “papelito” para colgar en el local, eso es una pérdida de tiempo, me parece el colmo”, comentó.

Por su parte, el propietario de Go Fish, Alberto Cubero, no tuvo una experiencia tan negativa a la hora de abrir sus dos locales en Escazú y Curridabat, pese a ello sí afirma que eso se debió a que realizó todo con tiempo y estuvo como dicen “encima” de las autoridades correspondientes.

“Hay que estar ahí detrás de los funcionarios, llamando, preguntando y dando seguimiento a los trámites. El secreto yo creo es hacer todo con tiempo porque ya se sabe el conflicto que hay con esto de la burocracia”, afirmó Cubero, quien dice haber durado dos meses en el proceso de obtener todos los permisos.

El restaurante Alquimia ubicado en Santa Ana tiene cerca de seis años de estar abierto al público, su propietario, Julio Alpízar considera que los trámites son pesados, él duró tres meses a la espera de los permisos y aprobaciones para abrir su restaurante.

Al igual que otros propietarios, Alpízar considera que la Municipalidad fue su talón de Aquiles, asimismo cree que en el Ministerio de Salud el procedimiento cada año es tan repetitivo que lo

encuentra sin sentido.

“En mi caso hubo uno de los permisos en la Municipalidad que salió tan rápido que sinceramente me pareció sospechoso, es extraño que hayan cosas que duren tanto y otras que salgan casi de inmediato, ese hecho siempre me intrigó”, expresó. No hay duda, las municipalidades se presentan como la mayor traba para el emprendedurismo y el anhelo de tener un negocio propio y como alguien dijo por ahí a lo mejor hay que emparentar con el alcalde o ser conocido de un conocido que trabaja en la “muni” para contar una historia diferente a las anteriores.

Y qué dicen las municipalidades... Tras consultar a los gobiernos locales sobre la situación de los permisos, la respuesta fue que cada negocio requiere permisos diferentes según las actividades que quiera realizar; esto según leyes o reglamentos vinculantes, que implican a su vez en muchos casos más trámi-

tes que alargan el proceso.

Al parecer las municipalidades consideran que el hecho de tener que recurrir a tantas instituciones para poder dar inicio con el negocio, genera frustración en los propietarios. Sin embargo, son los procedimientos de ley y deben cumplirse a cabalidad.

Según Horacio Chacón, encargado de patentes de la Municipalidad de La Unión, el trámite de otorgamiento de licencias es un proceso rápido, el atraso se da cuando los solicitantes acuden a las diferentes instituciones del estado a solicitar los respectivos permisos, procedimientos que no pueden hacerse de forma simultánea.

“El atraso que sufren los solicitantes de patentes, radican en el periodo que le toma a cada caso en particular completar la documentación requerida, esto para solicitar formalmente la patente comercial, que es un proceso integral”, afirmó Chacón.



**Carlos Castiñeira** gerente general de Tintos y Blancos no considera que los permisos estén fuera de lugar, cree que es lo correcto para que un restaurante funcione con calidad. Sin embargo, afirma que la tramitología es tediosa y que las municipalidades son las más lentas.

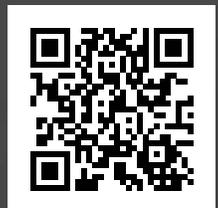
• IDEAS, PRODUCTOS, INSPIRACIÓN

Explore ya tiene su posicionamiento en Costa Rica. Hoy en día es una necesidad. Explore nos ofrece unas variedades de proveedores y productos de alta calidad y con unas variedades pero también nos brinda la oportunidad de descubrir nuevos productos y también nuevos proveedores. ¡Hasta le puedes pedir que te lo traiga! El apoyo que nos da Explore es muy valioso para nosotros los profesionales. Ya sea que tu empresa sea de cualquier tamaño, para nosotros, los cocineros, chef ejecutivos, chefs de restaurantes, dueños o aficionados apasionados la respuesta a nuestras necesidades está al alcance gracias a la feria Explore. ¡En todos los país con gastronomía, hay un feria de referencia y aquí es Explore!"



Vincent Boutinaud  
Chef Ejecutivo,  
Real Intercontinental  
Hotel & Club Tower Costa Rica

 **YO VOY A**  
**EXP|HO|RE**  
**EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES**



# Arte en estado líquido: tendencias que arrasan en las barras de moda

Por: Fernanda Chavarría

La cultura de los cocteles está en auge y mostrando signos de mayor crecimiento con un pronóstico que plantea que en el 2020, habrá 400 millones de nuevos consumidores tomando bebidas espirituosas de lujo, según el informe "WORLD CLASS: Future of Cocktails".



**E**n el mundo de las barras los bartenders están evolucionando el concepto del cóctel a otro nivel, para encontrar nuevas formas de incorporar sutiles notas de sabor y texturas únicas en bebidas sofisticadas, para estimular todos los sentidos.

De acuerdo con WORLD CLASS, las tendencias actuales, están haciendo de la mixología, un motivo de celebración para reconocer la creatividad y trabajo artesanal que cada bartender involucra a la hora de generar algo nuevo.

En el escaparate de la coctelería mundial radicales e innovadoras propuestas han querido marcar la línea, sin embargo; los clásicos nunca mueren. Esta frase, eterna, literalmente, no pierde vigencia, porque todo aquello que alguna vez fue inmortalizado siempre vuelve. Para Clark Jiménez, WORLD CLASS bartender 2015 y mixólogo del cocktail bar Mil948, tragos como los 'Mojitos', 'Martinis', 'Gin&tonic', 'Tom Collins', 'Manhattan', 'Old fashioned' y el 'Negroni', perduran en el tiempo para convertirse en legendarios, ya que son bebidas que aguantan las tendencias y modas del momento.

¿Quién no se ha planteado maridar alguna vez la comida con un cóctel en mano? Según comenta Clark, para muchos puede sonar raro dejar el clásico vino o cerveza y apostar por un coctel con 'Ron Zacapa XO con y bitters de chocolate', un 'Martini de estragón aromatizado con pastis' o un 'Vodka Collins con manzanilla' para maridar nuestra cena, pero una vez que lo pruebas, entiendes por qué el maridaje con estos combinados es una tendencia en auge que invita a los bartenders a profundizar en sus conocimientos, a crear una experiencia integradora, coctel + comida, y que sirve además, para conocer, aconsejar y satisfacer a los clientes plenamente.

La coctelería es una experiencia visual y gustativa que también puede cautivar sin usar bebidas alcohólicas. Para la experimentada mixóloga canadiense, Liz Furlong, la oferta de este tipo de bebidas en los establecimientos profesionales es cada vez más cuidada y diversa; Las aguas



“La tendencia en auge que invita a los bartenders a profundizar en sus conocimientos, a crear una experiencia integradora, coctel + comida, y que sirve además, para conocer, aconsejar y satisfacer a los clientes plenamente”, Clark Jiménez



'detox', 'Mocktails', 'healthy cocktails' y las 'sodas artesanales' que incorporan superalimentos, hierbas, tés, flores, frutas y verduras llenos de propiedades nutricionales y antioxidantes, y el reemplazo del azúcar por 'chutneys', encurtidos y mieles, son servidos en copas rebosantes de creatividad. Así, un 'Bloody mary' se prepara exactamente igual que su versión alcohólica, pero sin vodka, y un 'Gin&tonic' se elabora con té de rooibos en lugar de ginebra.

En un mundo donde la gente valora las experiencias sobre las posesiones, vemos el surgimiento de la economía emocional. Cada vez más se buscan conexiones instantáneas para saborear el momento presente y para eso quién mejor que un barman. La tendencia 'the micro-friend' o el 'micro-amigo', ve la función del bartender en la construcción de relaciones durante el corto tiempo que comparten. De acuerdo con el australiano Tim Philips, WORLD CLASS Bartender 2012, algunas micro-amistades se construyen en un tiempo de entre 30-45 minutos, el equivalente al tiempo que dura una persona en saborear un coctel. Los propietarios de bares y las marcas de bebidas que imponen tendencia están estableciendo formas aún más innovadoras de conectarse más profundamente con los clientes.

La coctelería está creciendo como la espuma. Y los bármans, bartenders o mixólogos, casi brujos por la pericia y la eficacia de sus pócimas, son sin duda los nuevos chefs.

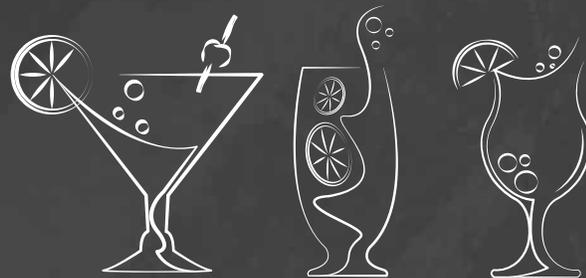
### 10 nuevas tendencias en coctelería

- Cartas personalizables. Que cada cliente elija entre diferentes opciones, la mezcla de ingredientes que le gustaría en su cóctel.
- Darle forma, aroma, y hasta color a los hielos.
- Poner en la fachada Coctelería de Autor y en la carta el nombre del barman que creó los cócteles.
- Servir la tónica con cucharilla para no desgaseificarla. Pero también he visto hacerle un orificio al tapón de la tónica, menear la botella boca abajo y con distancia, hacer que el gas vierta todo el contenido de la tónica en la copa balón para completar el Gin&Tonic.
- Canela en un Gin&Tonic con Bombay Sapphire, manzana verde con Citadelle, pétalos de rosa con Hendrick's, ramita de romero con Gin Mare, uvas con G'Vine.
- Chupito de tequila... en vez de sal y limón, con fresa y pimienta, naranja y canela. Mango o piña y sal.
- Maridaje de cócteles.
- Hacer cócteles durante 30 años, llevar la cuenta y hacerle una fiesta al cóctel UN MILLON.
- Ser amigo de un barman, al menos en redes sociales.
- Pensar que la coctelería molecular no es la única tendencia.

Fuente Bar Business

# EXPO Bares

De todo para su bar... **EXPHO|RE**  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES



20-22, JUNIO 2017  
PEDREGAL { Costa Rica }  
[www.exphore.com/expobares](http://www.exphore.com/expobares)

# ¿Y si probamos con la ginebra?

Eso pensaron los propietarios de Pocket cuando decidieron convertir este licor en la estrella del lugar y aventurarse a lo desconocido

**A**l inicio no fue fácil convencer a los clientes de que la ginebra podría ser una buena opción, sin embargo, Cristian Sánchez y Javier Villalobos, no lo pensaron dos veces y decidieron innovar al convertir este licor en el centro de su negocio, hoy en día cuentan con una colección personal de más de 80 ginebras.

El Campeón Nacional de Coctelería, Oscar Bermúdez, se unió al proyecto y como bartender del lugar ha aportado mucho a la idea, esto al crear varios cócteles originales, ejemplo de ello el Gin Pocket, uno de los más solicitados por los clientes, quienes ya han aceptado la iniciativa.

De acuerdo con Cristian Sánchez, propietario de Pocket, tiempo después de abierto el negocio empezaron a buscar como entrar al mercado ofreciendo algo diferente, fue así como descubrieron que en Europa la ginebra era muy popular y decidieron personalizar la tendencia.

“Nuestra idea es ofrecer una coctelería premium, abarcamos toda la variedad de destilados y vendemos de todo, pero nuestra especialidad es la ginebra. Trabajamos con cerca de 19 ginebras locales, más nuestra colección personal que ya supera las 80”, comentó Sánchez.

En Pocket se pueden conseguir hasta 40 variedades del famoso Gin Tonic, esto por la variedad de ginebras con las que cuentan. “La ginebra tiene pieles, raíces, especias y muchos otros ingredientes que permiten ofrecer variedad de aromas y sabores, hoy podemos decir que el 60% de nuestros clientes viene a tomar ginebra”, comentó Bermúdez.

Según los propietarios su idea de vender Gin Tonics en copas y con diferentes sabores y presentaciones no fue fácil de incorporar al principio, actualmente han logrado posicionarse y ser pioneros a nivel nacional en el tema de cócteles a base de ginebra.



Javier Villalobos y Cristian Sánchez, propietarios de Pocket.



James Solano, socio y chef de Los Litros. El local de Los Litros está ubicado 200 metros oeste del Taco Bell de San Pedro, contiguo al AMPM de Barrio Dent.

## Se atrevieron a hacer lo mismo, pero diferente

Tres amigos decidieron crear Los Litros, un negocio que lleva la idea de los cócteles, las cervezas y los shots a otro nivel

**I**nicar el año con un nuevo proyecto es prácticamente el ideal de todas las personas. Sin embargo, tres amigos decidieron “tirarse al agua” y por fin hacer realidad el sueño de tener un negocio propio, el cual logre destacar por ser algo diferente y con lo cual puedan sobresalir en el mercado de las bebidas.

Fue así cómo se inauguró en la primera semana de enero Los Litros, una parada estratégica donde se venden cocteles en presentación de litro, cervezas preparadas con un toque especial y personalizado y bebidas para shots en envases de medio litro.

La idea surgió como resultado de un viaje a México, en el que uno de los socios conoció el concepto y les planteó a sus amigos la idea de personalizarlo y ponerlo a funcionar en el país.

James Solano, quien es chef y uno de los involucrados en el negocio, le puso el toque creativo a la iniciativa, agregando a la lista de bebidas que venden, algunos cócteles originales del lugar, como es el caso del “Río Celeste”, un refrescante cóctel a base de ron, que destaca por su color similar a esta atracción turística ubicada en Alajuela.

“Analizamos el mercado y nos dimos cuenta que la idea era exitosa y se podía posicionar en diversos grupos de la población. Los jóvenes compran el cóctel en litro y lo toman antes de irse de fiesta y los adultos jóvenes, nos visitan más bien para comprar el cóctel y compartirlo con amigos o familiares”, expresó Solano.

Según estos emprendedores, la clave fue atreverse a dar el paso inicial, estructurar la idea y darle forma no solo a nivel de producto, sino también de imagen, pues el plan a futuro es vender el concepto de Los Litros como franquicia, sobre todo en zonas costeras como Tamarindo y Jacó.

“Nos gustaría entablar alianzas con hoteles y restaurantes, presentándoles nuestras mezclas ya listas para facilitar el trabajo de quienes atienden la barra, así como ofrecer nuestro servicio de catering service de cocteles para diversidad de eventos”, comentó Solano.

# Restaurantes ofrecen servicio de **catering service** para ganar más clientes

Por: Enrique Rivas Leyva

El dinamismo del mercado restaurantero cada vez es más notorio y eso hace que sea mucho más competitivo. El sector alimenticio ha llevado a los empresarios a crear distintas estrategias para poder siempre estar presente en el negocio.

**P**ero ¿qué debe de tomar en cuenta un restaurantero que quiera ofrecer este servicio? Hay varios detalles que se deben de contemplar para no realizar inversiones en vano.

“Se debe de tener experiencia en esta modalidad de negocio, ya que no es lo mismo que servir en el restaurante. Se tienen una serie de implementos, recipientes y cajas especialmente diseñadas para este propósito. Además, contar con personal altamente entrenado y siempre manteniendo la misma calidad que en el restaurante” indicó María Cristina Escalante, gerente de mercadeo de los restaurantes Cosí, quienes llevan varios años ofreciendo el servicio en sus restaurantes. Parte de las cosas que se deben de tomar en cuenta son los requerimientos necesarios para el desarrollo de la logística empresarial a la hora de tomar la decisión de implementar el servicio de catering en un restaurante.

“Se debe de definir el cliente objetivo hacia el que queremos dirigirnos, saber la capacidad que tenemos para producción y almacenamiento de los alimentos, desarrollar la logística adecuada de transporte, conservación y presentación de los ali-

mentos para mantener su calidad, así como tener un buen servicio al cliente” explicó Marianella Alfaro del restaurante Los Antojitos.

En el caso del Restaurante Chancay, Jessica Figueroa afirmó que se debe de contar con los implementos necesario para poder salir a ofrecer el servicio, algo que muy pocos toman en cuenta.

“Hay que tener los equipos especializados y tener al personal entrenado sobre esta dinámica, ya que es muy diferente al restaurante. Este servicio es un plus para nuestros clientes, que desean tener el mismo sabor de nuestra cocina en sus eventos” indicó.

Para el Hotel Marriott ha sido fundamental implementar ya que pueden ofrecer la calidad de la cocina internacional en eventos corporativos que son contratados. Isella Ledezma de Social Sales & Premium Events, división de catering service del hotel, explicó que al estar bajo los parámetros de una marca hotelera es aún más riguroso el proceso. “Tenemos que realizar inspecciones del lugar antes del evento, con el fin de conocer las áreas y verificar los correctos puntos de acceso al lugar y una cocina, ya que no todos los



Diversos hoteles brindan entre sus servicios la opción de catering service, en el caso del Hotel Marriott cuenta con su área en específico que acompaña al cliente desde la concepción de menús hasta el montaje de la experiencia culinaria.

alimentos van preparados. Además tenemos un menú especializado para que no nos afecte con respecto al transporte, en temas de distancia y tiempo” especificó Ledezma. La variedad de menú y tener una carta especializada para brindar el servicio de catering service ha sido un punto igualitario entre todas las fuentes consultadas.

“Nuestros platos están ingeniosamente diseñados con productos frescos para consumir a cualquier hora del día: BOX LUNCH para una opción más personalizada, Sandwich basket con un surtido de nuestros sandwiches ideal para que los ejecutivos compartan en su

próxima reunión o bien un sandwich buffet que es una opción más completa que incluye ensalada, sopa, sandwich y bebida”, explicó la representante de la marca Cosí. Esto ha hecho que cada restaurante piense en un menú llamativo para ser enfocado en los gustos de cada cliente. Si bien es cierto el servicio de catering service en muchas ocasiones se ha delegado a una parte secundaria en la producción de un evento, esto ha cambiado, y se puede apreciar el complemento gastronómico que los empresarios han empezado a realizar.

Así como las estrategias de impac-





La comida peruana ha tenido gran auge en nuestro país, y esto lo ha sabido aprovechar el restaurante Chancay, quien ha implementado todos sus platillos, más pedidos por sus clientes, en el menú de catering que ofrece.

to gastronómico han variado, lo mismo ha pasado con los públicos metas al que se le desea llegar. No solo productores de eventos están en el foco de este mercado, sino también personas que desean vivir una experiencia distintas.

“Nuestro público es variado, desde empresas que buscan servicios de catering para diferentes actividades como reuniones, aniversarios, fiestas de Navidad, hasta familias que quieren celebrar cumpleaños, aniversarios, compromisos, despedidas de solteras, reuniones con amigos, y más” contó Alfaro.

En este punto coincidió Figueroa, quien explicó que los clientes que son dueños de empresas, o clientes que tienen reuniones en sus hogares, son los principales en contratarlos, así como también cuando hay alguna fecha especial o evento especial familiar.

“Entre las ventajas es que se puede ofrecer para eventos grandes donde el nombre de la empresa va a estar presente. Lo que hacemos es hacer conocer las bocas que tenemos para este tipo de eventos. Los clientes mismos cuando hay reuniones en sus hogares nos piden esos servicio y es un PLUS para nuestros clientes” agregó.

“En nuestro caso, los ejecutivos que lo utilizan para reuniones empresariales son los que más nos contratan, así como grupos de trabajo que quieren personalizar sus almuerzos con nuestra famosa BOX LUNCH

y clientes que no quieren compliarse con cocinar y lo solicitan para fiestas” explicó Escalante

Otra de las ventajas es que se puede entregar el mismo producto al cliente que se ha acostumbrado en el restaurante pero en otros espacios como son la oficina y el hogar. Sea cual fuere la ocasión, lo que buscan es llevar el restaurante a cualquier lugar.

Todos los consultados indicaron que brindar este servicio hace aún más rentable el servicio de restaurante, y que además ofrecer más opciones, por encima de la experiencia culinaria, lo complementan con servicios adicionales.

En el caso del restaurante Cosí le brindan la asesoría necesaria para la confección del menú, así se puede sorprender a los invitados. Por su parte, Los Antojitos, además de tener la especialidad en el servicio de comida, refrescos naturales y margaritas, también brindan el servicio de salones y vajillas. “Para nosotros es rentable para un mínimo de 25 px y en el área metropolitana, Alajuela, Heredia, lugares no muy lejos de San José”, mencionó Alfaro.

“Ofrecemos el servicio de calidad de Marriott, además del servicio de alimentación ya que trasladamos a nuestros salones / bartenders hasta el lugar del evento y se complementa con la calidez y perfección como si estuvieras en el hotel realizando el evento” indicó Ledezma.



# ESPECIAL Food Service

Lo que usted necesita,  
hasta la puerta de su negocio



Esta modalidad de servicio llegó al país en 1993, dando sus primeros pasos con algunas cadenas de restaurantes de comida rápida. Con el paso del tiempo se logró convencer al segmento de hotelería y restaurantes de confiar en un concepto con el que se podía conseguir la gran mayoría de lo que necesitaban, comprándole a una sola compañía. ¿Cómo ha sido el crecimiento de este negocio en el país? Al parecer abismal, pues actualmente el área número uno en importancia para los food service es el área metropolitana, seguida muy de cerca por la provincia de Guanacaste, al ser un sector de explosión turística en constante avance.

# Distribuidora Universal de Alimentos se reinventa para mejorar

Los temas de estructura, herramientas de trabajo, propuesta de valor y portafolio de productos, son parte de los aspectos que se encuentra afinando actualmente Distribuidora Universal de Alimentos, esto para ofrecerle lo mejor de su canal de food service al sector de hoteles y restaurantes.

La empresa busca garantizar mayor capacidad en las entregas, un amplio portafolio de productos congelados y la presentación de diversos empaques que les permitan a los clientes eficiencia y versatilidad. Todos los anteriores, aspectos que están marcando tendencia en esta modalidad de servicio.

Acorde con Warner Varela, gerente de ventas de Distribuidora Universal de Alimentos existen actualmente aspectos de valor agregado que los clientes analizan y valoran para elegir a su proveedor:

“Ayudar a los clientes con el tema del menú es algo que ellos valoran mucho, es por esto que estamos mejorando nuestra estructura como empresa para lograr que la misma esté alineada con las exigencias y demandas del mercado”, expresó Varela.

La especialidad de Universal de Alimentos es la repostería, sin embargo, desde hace un año la empresa ha incursionado en la distribución de productos como carnes, enlatados, congelados, mariscos, embutidos, productos de empaque y limpieza y muchos otros que buscan ampliar su línea de food service.



**Distribuidora Universal de Alimentos**  
**Warner Varela**  
Gerente de ventas  
Teléfono: + (506) 2221-9595

## Necesidades específicas con Distribuidora Isleña

Como valor agregado para el sector de hoteles y restaurantes, Distribuidora Isleña representa facilidad al estar cerca de sus clientes tanto en el área metropolitana, como en las zonas rurales y turísticas como Guanacaste, Fortuna de San Carlos y las regiones costeras.

Su abanico de productos ofrece cerca de 1400 alternativas, dentro de las que destacan productos de conveniencia o genéricos como guantes, papel y aluminio, así como carnes y pescado, todo bajo la premisa de equilibrio entre calidad y precio.

“Destacamos como una compañía mixta, que sobresale porque ofrece marcas desarrolladas o en desarrollo de diversas categorías de productos, dándole al cliente la oportunidad de escoger varias opciones para una misma necesidad, esto acorde a sus posibilidades o intereses”, comentó Pedro Verdú, encargado de desarrollo de negocios.

Dentro de los nuevos productos que Isleña trajo en el 2016 al país, se encuentran sangrías embotelladas, vodka, vinos albariños, ginebras de alto perfil, diversas marcas de pulpas, preparados para coctelería y los innovadores quesos de oveja.

Distribuir diversas líneas de aguas, cervezas o licores es parte de lo que caracteriza a este food service, que busca no sólo suplir la necesidad de cocina o limpieza del hotel o restaurante con la vertiente food service, si no también la parte visible del negocio, esto con sus variadas marcas, que satisfacen una gama complementaria y necesidades más específicas.



**Distribuidora Isleña de Alimentos**  
**Pedro Verdú**  
Encargado de desarrollo de negocios  
Teléfono: + (506) 2293-0609



Todo lo que necesita  
en food service y  
panificación



DISTRIBUIDORA  
**UNIVERSAL DE ALIMENTOS**

Distribuidora Universal de Alimentos  
Teléfono: 2221-9595  
www.universal.co.cr  
Calle Blancos • San Pedro • Guadalupe  
Síguenos en  Distribuidora Universal de Alimentos



# Delika se encarga de buscar lo que usted necesita

Ofrecer profesionales como un chef de planta que asesore a los clientes y les de ideas sobre recetas y manipulación, así como un continuo entrenamiento a los asesores de ventas es parte de los beneficios que Delika ofrece en su modalidad de food service.

Los asesores de venta de Delika están capacitados para dar acompañamiento integral al cliente y guiarlo en temas como valor agregado, precios, recetas y muchos otros aspectos. Lo anterior, asociado a productos como carnes, quesos, embutidos y muchos otros que la empresa ofrece a los hoteles y restaurantes.

Costilla de cordero o foie gras, un producto muy específico y que destaca en platillos de alta cocina, son solo algunos de los productos diferenciados que este food service pone a disposición de los chefs.

Para Andrés Monzón, chef ejecutivo de Delika, uno de los aspectos que le permite destacar en el mercado es la posibilidad de encargarse de satisfacer necesidades muy particulares.

“Nosotros asumimos la labor de buscar lo que los chefs o gerentes de alimentos y bebidas requieren, buscando siempre dar una respuesta afirmativa a cualquiera de sus necesidades. Hay productos que traemos únicamente para uno o dos clientes”, comentó Monzón.



**Delika**  
**Andrés Monzón**  
Chef ejecutivo  
Teléfono: + (506) 2239-1019

# Nueva planta de Mayca con el doble de capacidad

Para Tatiana Fernández, gerente de ventas una de las mayores fortalezas de Mayca es involucrarse a nivel de menú, estrategias de mercadeo y promociones de sus clientes, esto con el fin de proporcionarles un servicio más completo.

“En nuestro centro gastronómico les hacemos presentaciones a los clientes, costeamos recetas y si lo necesitan hasta les tomamos fotos para el menú. Igualmente si tienen promociones que incluyen productos nuestros participamos con ellos en esas promociones”, expresó Fernández.

Mayca tiene dos líneas de productos, una va direccionada a alternativas que ya ofrecían y han alcanzado mejoras de costo y la otra está enfocada a productos de valor agregado como el caso del huevo líquido, guacamole o crepas preparadas, todas opciones que facilitan el trabajo del chef.

En marzo Mayca inaugurará su nuevo centro de distribución de 16 mil metros cuadrados, esto permitirá la llegada de mil nuevos productos al portafolio de este food service, que contará ahora con productos por categorías, como los necesarios para desarrollar cocina oriental, mediterránea o japonesa.

Con doce tiendas de autoservicio en todo el territorio nacional, la empresa celebra la llegada de su nuevo centro de distribución ubicado en El Coyol de Alajuela, el cual contará con tecnología de avanzada, como enfriamiento con amoníaco, almacenamiento de diez niveles y 24 puertas de recibo.



**Mayca**  
**Tatiana Fernández**  
Gerente de ventas  
Teléfono: + (506) 2209-0550

 **THERMO KING**

**Serie Ce**

*Sencillez, fiabilidad y rendimiento.*



**ARTICA**

*Calidad. Respaldo.*

[www.artica.cr](http://www.artica.cr)

Tel.: +506 2257-9211 Fax: +506 2222-0992  
[ventas@artica.cr](mailto:ventas@artica.cr) [servicio@artica.cr](mailto:servicio@artica.cr)

- *Protección fiable para cargas frescas y congeladas*
- *Gran volumen del caudal de aire para carrocerías de hasta 34m<sup>3</sup>*
- *La mayor capacidad de refrigeración del sector*
- *Nuevo controlador en cabina de fácil operación*
- *Rendimiento de calidad por parte del líder del sector*



**SPRINTER** 315 CDI/311 CDI  
16 pasajeros



Mayor rendimiento  
de combustible, más  
rentabilidad para  
su negocio.

Precio: \$49.500

Cuota mensual \$541

Motor 2.143 cc, Turbo Diesel Common Rail

Mercedes-Benz

Vans. Born to run.



\*Aplican restricciones. Ver condiciones en el punto de venta. Monto en dólares, rige con el tipo de cambio del Banco Central de Costa Rica al día de la compra. Cuota calculada con el Banco Nacional, prima del 30%, no incluye seguros plazo de 84 meses, tasa del 8,1% fija dos años, resto del plazo variable. Oferta válida hasta el 30 de abril de 2017. Características y precios varían según versiones y equipamiento. Precio corresponde a modelo Sprinter 311 CDI. Imágenes con fines ilustrativos. Aprobación sujeta a análisis de la entidad bancaria.

**AUTO STAR**  
COMERCIAL

Ventas Uruca Tel. 2295-0194 • Taller de Servicio  
Tel. 2295-0054 • Repuestos Uruca Tel. 2295-0047  
• www.autostar.cr

## Productos gourmet con Comproim

En su food service Comproim comercializa productos gourmet, los cuales funcionan para platillos especializados, sus clientes buscan ingredientes diferenciados de marcas específicas, dar respuesta a esas necesidades es el objetivo de la empresa.

Vinos chilenos, cervezas alemanas, sal, pimienta, mermeladas y panadería como producto terminado, ya sea panes pre cocidos, rústicos o crudos, son parte de la línea de cerca de 600 productos con los que cuenta Comproim. La nueva línea de pasta orgánica proveniente de Italia empezó a comercializarse en los primeros meses del presente año, este tipo de pasta representa la principal novedad del food service, que pretende con esto dar una alternativa diferente a los restaurantes italianos.

Para Álvaro Max, gerente general de Comproim es muy importante estar disponible para el cliente, es por esto que fuera del área metropolitana manejan alianzas con distribuidores locales para estar al tanto de lo que los clientes necesitan.

"Nuestro negocio está enfocado en hoteles y restaurantes de primera línea, para quienes ponemos a disposición también una nueva línea de té, en diferentes sabores y con una atractiva presentación que puede incluirse como parte de la decoración de su negocio", comentó Max.



Comproim  
Álvaro Max  
Gerente general  
Teléfono: + (506) 2213-4344

# Constancia y transparencia con Oceanic Foods

Con una gama de más de 2 mil productos, Oceanic Foods ofrece congelados, proteínas, productos secos y para pastelería, agua, vino y cerveza, entre muchos otros que buscan suplir las necesidades diarias de los hoteles y restaurantes.

Recientemente este food service trajo al mercado nacional materia prima para pastelería, dentro de la que destacan premezclas, cremas y rellenos con sabor a fruta como manzana, limón, melocotón, maracuyá y chocolate.

Desde hace cuatro años esta empresa, que inicialmente se enfocaba en la distribución de proteínas ha empezado el proceso de convertirse en un aliado estratégico de sus clientes, incursionando en el área del food service. Enfoque en la calidad de los productos, constancia y transparencia a la hora de negociar con los clientes son según Federico Carvajal, gerente comercial de Oceanic Foods, los principales aspectos diferenciadores de su servicio.

"En el gran área metropolitana hacemos entregas prácticamente a diario y en las zonas rurales de dos a tres veces por semana. Sumado a esto, tenemos a disposición de nuestros clientes tres tiendas en Liberia, Ciudad Colón y la inaugurada en octubre del año anterior en Curridabat", afirmó Carvajal.



Oceanic Foods  
Federico Carvajal  
Gerente comercial  
Teléfono: + (506) 2249-5555

*el secreto* detrás de la receta



**VISÍTENOS EN EL NIETO CENTER**

400 metros al oeste de la Casa Presidencial, Zapote.

Tel: 2222-6555 | [ventas@equiposnieto.com](mailto:ventas@equiposnieto.com) | [www.equiposnieto.com](http://www.equiposnieto.com) | [f /NietoCostaRica/](https://www.facebook.com/NietoCostaRica/)

**NIETO**  
EL SOCIO GASTRONÓMICO

# Alpiste facilita preparación de platillos de cocina internacional

Diferente a otras compañías de food service por su especialización en productos no masivos, sino más bien para una cocina fusión o mediterránea, Alpiste se encarga de conseguir para sus clientes ingredientes muy específicos.

Su gama de vinos va desde los más básicos, usados en la cocina hasta los mejores vinos de Chile, Italia, España y Francia por citar algunos. Dentro de su servicio esta empresa ofrece una atención integral y personalizada, además pone a disposición del cliente una cocina para pruebas de productos y la experiencia de su sommelier.

Con una cartera de 1500 productos como por ejemplo preparados para gelato, pastas, aceite de oliva, arroz para risotto y vegetales como tomate, alcachofa y alubias, este food service hace más fácil la preparación de platillos de cocina internacional.

Según Pietro Poma, gerente general de Alpiste lo más nuevo que tienen en su lista son las bases para hacer helados tipo gelato, lo cual ha sido muy gustado al igual que la presentación en botella de sangría. "Los vinos franceses blancos y tintos llegaron recientemente y son también parte de nuestros más novedosos productos", afirmó.

Alpiste visita de una a dos veces a la semana a sus clientes tanto en el área metropolitana como en el resto del país, esto gracias a su flotilla de 22 camiones, que permiten que los clientes reciban respuesta a sus necesidades en la puerta de su hotel o restaurante



**Alpiste**  
**Pietro Poma**  
 Gerente general  
 Teléfono: + (506) 2587-0600

## Tome el control de su restaurante. Es simple.



**100%  
 garantizado**

Ofrecemos soluciones de Punto de Venta personalizadas para integrar y centralizar el control de su negocio.

Sistemas para pequeños locales o cadenas de restaurantes.

Soporte 24/7 los 365 días del año.



*Llámenos  
 sin compromiso.*



Tel.: (506) 2296-2345 • frojas@pospan.com • [www.pospan](http://www.pospan) • [www.micros.com](http://www.micros.com)

Somos el  
**ingrediente  
secreto**  
para su negocio

Maximizamos la rentabilidad y eficacia de su negocio de A&B,  
con más de 25 años de dirección hotelera internacional.

consuhotel.com • 2220 2425 • ayb@consuhotel.com

**Consuhotel**  
Gestión · Consultoría · Formación · Reclutamiento

## Directorio de Foodservice

Foodservice	Teléfono	Email
Alpiste	(506) 2587-0600	servicioalcliente2@alpiste.co.cr
Belca	(506) 2509-2000	info@belca.co.cr
Comproim	(506) 2213-4344	serviciocliente@comproim.net
Delika	(506) 2239-1019	info@delika.cr
Distribuidora Isleña de Alimentos	(506) 2293-0609	info@distribuidoraislena.com
Distribuidora Universal de Alimentos	(506) 2221-9595	servicioalcliente@universal.co.cr
Global Partners	(506) 4000-5700	info@gpartners.com
Mayca	(506) 2209-0550	servicioalcliente@mayca.com
Oceanic Foods	(506) 2249-5555	servicioalcliente@pmtcr.com
Distribuidora JJ Lamugue S.A	(506) 2589-8651	jmhernandez@jjlamugue.com

**el Artesano®**  
La Pastelería Corporativa

Nos especializamos en la tercerización del proceso de pastelería,  
y panadería para hoteles, restaurantes, cafeterías y empresas de catering

**NUEVO**  
masa hojaldre por kilo  
Precio de introducción

- Tenemos varias líneas de productos de pasta hojaldre, mil hojas y danesa desde la masa en bloque o laminada a repostería congelada o terminada.
- Panes y bollería artesanal para paninos, hamburguesa, mini hamburguesas y sándwiches.
- Una extensa línea de queques enteros o porcionado, postres individuales.



Tenemos el servicio de entrega a sus puertas. ¡Llámenos sin ningún compromiso!

Industrias Alimenticias El Artesano S.A. • Tel: (506) 4001-7685 • Correo: info@elartesanocr.co • Dirección: Santa Rosa, Santo Domingo de Heredia

# No hay hotel o restaurante muy pequeño para Belca

Más de cinco mil establecimientos son suplidos por Belca en todo el territorio nacional. Mariscos, carnes, productos de limpieza y muchos otros, en presentaciones que van desde un kilo hasta lo que el cliente requiera, es parte de lo que Belca puede llevar hasta la puerta de su hotel o restaurante. Entregas mensuales, semanales o hasta diarias, esto según las necesidades de cada cliente son de las ventajas de manejar un inventario con esta empresa, que organiza también visitas de su área comercial para ayudar a los clientes a tomar las mejores decisiones a la hora de elegir los productos.

“Ya no hay que tener enormes inventarios o gigantescos cuartos fríos, hoy la preocupación debe ser administrar bien el negocio, del resto nos encargamos nosotros. No hay un hotel o restaurante demasiado pequeño, todos son clientes potenciales”, expresó Federico Serrano, gerente general de Belca.

Acompañamiento profesional, asesoría para elegir mejor los productos acorde con el negocio y desarrollo de menús, los cuales se pueden llevar a cabo en la cocina de Belca, son parte de los beneficios que ofrece este food service.

La línea de proteínas es de los principales puntos de innovación de la empresa, que está trayendo al país carne Angus, la cual está certificada con un examen de ADN que garantiza que la carne es 100% de esta calidad.



**Belca**  
**Federico Serrano**  
Gerente general  
Teléfono: + (506) 2509-2000

# Global Partners se encarga de la cadena de frío

La particularidad de Global Partners como food service es que enfoca su servicio a los alimentos congelados, lo cual implica que cuentan con la infraestructura de almacenamiento y distribución necesaria para manejar la cadena de frío de la mejor manera.

Con una flota de camiones especializada en manejo de congelado y que permite una distribución constante, este food service brinda un servicio integral a los clientes que necesitan mantener la calidad y cadena de frío de los productos congelados.

Dentro de su portafolio de productos congelados Global Partners cuenta con papas en diferentes presentaciones, vegetales, pescado, productos cárnicos, pan, bollería, patacón y yuca, entre otros, realizando entregas acorde a la periodicidad que el cliente requiera.

De acuerdo Oscar Oporta, gerente de ventas y distribución de Global Partners, el año anterior lograron introducir al país una línea de panadería y bollería española de excelente calidad, la cual está hecha con ingredientes que no tiene productos sustitutos de fabricación nacional, lo que le da un valor agregado a esta alternativa.

“Nuestra diferenciación se basa en el servicio personalizado, contamos con un eficiente equipo de servicio al cliente que está pendiente de nuestros clientes, sus necesidades o imprevistos que se puedan presentar”, afirmó Oporta.



**Global Partners**  
**Oscar Oporta**  
Gerente de ventas y distribución  
Teléfono: + (506) 4000-570



# EXPO **Bares**

De todo para su bar... **EXP|HO|RE**  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

**20 al 22, Junio 2017**

Eventos Pedregal, Costa Rica  
[www.exphore.com/expobares](http://www.exphore.com/expobares)

Tel: +506.4001.6722





# ¡Una fábrica a la medida!

Equipos AB es una empresa costarricense, con 20 años en el mercado, que se especializa en soluciones de equipamiento y fabricación a la medida, importación de equipos, y que brinda una extensa gama de utensilios de cocina, taller de servicio y stock de repuestos

## Imagine el siguiente escenario:

Usted desea iniciar con su propio negocio, un pequeño restaurante de comida italiana, con el que ha soñado toda su vida. Tiene ahorros en su cuenta, y una idea muy clara en su cabeza. Ya tiene un local, pero necesita adaptarlo para que sea apto para recibir a sus clientes, es decir, necesita una cocina adecuada.

Con el estudio que ha llevado, usted tiene conociendo de lo que necesita en su cocina, pero no necesariamente sabe cuál es la forma adecuada de distribuirlo en el espacio que tiene.

Alguien que conoce, le recomienda una empresa que fabrica equipo a la medida, y que además de eso, le visita en su local y le brinda asesoría gratuita. Usted llama a dicha compañía, y efectivamente le visita una persona experta en diseño, que toma en cuenta el entorno y el menú, le brinda todas las alternativas posibles para la cocina de su restaurante, realiza la distribución del equipo y el diseño general del lugar.

En un tiempo de dos a cuatro semanas, la empresa se encuentra

en el proceso de fabricación a la medida. Cuando llega a su local, lo hace con el equipo listo para instalarse e incluso llega con todo lo que usted requiere: horno, congelador, licuadora, máquina lavaplatos y utensilios de cocina, entre otros...

Después de la instalación, le realizan una inducción, para explicarle acerca del uso del equipo, así como el mantenimiento que requiere, y terminan por ofrecerle el servicio post venta y taller de servicio.

Esta no es una historia hipotética, es una realidad que ofrece la compañía costarricense, Equipos AB, con su servicio 360°, en el que el cliente recibe acompañamiento de la empresa durante todo el proceso, desde la visita inicial, hasta la asesoría, diseño, fabricación a la medida, instalación, inducción y el servicio en el taller de mantenimiento, así como todo un stock de repuestos.

"Los clientes vienen a visitarnos en busca de equipo que sea único, y entonces se lo diseñamos. Nosotros hacemos cosas muy singulares, e incluso a veces diseñamos en conjunto con arquitectos. La fabricación a la medida de mobiliario en acero inoxidable es nuestro fuerte.

Nosotros garantizamos que la vida útil del equipo es de 15 a 25 años, e incluso puede ser más", explica Álvaro González, gerente general de Equipos AB de Costa Rica S.A.

Esta empresa cuenta con un taller de servicio técnico de equipos especiales y con una planta de 4.000 metros cuadrados, además de bodegas llenas de producto en stock,

Equipos AB diseña para constructoras, laboratorios, hospitales y demás, pero su público meta principal y su especialidad es la industria alimentaria, principalmente la de comidas preparadas, así como los hoteles y catering service.

"No somos los más caros del mercado, ni tampoco los más baratos. El acero inoxidable que usamos es certificado; de hecho, todos los componentes que usamos son certificados, esa es nuestra "clave". Somos fuertes, nos preocupamos por la calidad del producto y por el servicio postventa. Representamos marcas serias y reconocidas mundialmente, buscamos calidad ante todo para poder garantizar los productos que ofrecemos, ", finaliza González.

- Adrián López, diseño y desarrollo de proyectos
- María Fernanda Peraza, diseño y desarrollo de proyectos
- Gerardo Cortés, diseño y desarrollo de proyectos
- Juan Pablo González, subgerente general de Equipos AB
- Álvaro González, gerente general de Equipos AB
- Alejandro Loaiza, gerente de operaciones
- Luis Javier Quesada, gerente de producción

Tel. +506.2239-5516

El cliente de Equipos AB tiene la opción de cotizar en línea, por medio de la página web: [www.equiposab.com](http://www.equiposab.com)

# ZONA CAFETALERA

---

# EXP|HO|RE

## EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

20-22, JUNIO 2017 PEDREGAL { Costa Rica }

En Expo-Hoteles y Restaurantes tendremos un área de exhibición,  
donde el asistente podrá encontrar:

-  CAFÉ
-  MÁQUINAS DE CAFÉ Y ACCESORIOS
-  EL RETO BARISTA
-  DEMOSTRACIONES

CONTÁCTENOS: TEL: (506) 8997-1651 • (506) 4001-6729

ORGANIZA:

*Apetito*  
La revista para hoteles y restaurantes

 /EXPHORE  
WWW.EXPHORE.COM

# HAGA QUE EL ESPACIO TRABAJE PARA USTED CON CAMSHELVING®

Espacio es dinero. La estantería correcta hace un mejor manejo del espacio y menos uso de nuestra mano de obra. El equipo Cambro® está aquí para ayudarle paso a paso desde la valoración, medición y diseño hasta la instalación para la última solución en ahorro de espacio, alimentos, y mano de obra en los años porvenir.

Cuando elige Cambro, nuestro equipo es su equipo.



**CAMBRO**  
TRUSTED FOR GENERATIONS™

Acceda a su equipo en [CAMBRO.COM/MyTeam](https://www.cambro.com/MyTeam)



Usted, cliente satisfecho.



Asistencia para la instalación



Consultoría en diseño de estanterías en línea.



Valoración y medición.