



Apetito

Los restaurantes

10% de servicio
P.37

Implicaciones del IVA
P.35

Operar sin plástico

¿Qué están haciendo los empresarios para bajar su consumo?
Andrés Sandoval, copropietario de Gallo Rojo

Tecnología hotelera
P.32

Suscríbese en:
www.apetitoenlinea.com

N° 140
EDICIÓN Abril - Mayo 2019

 /Revista Apetito

EXP|HO|RE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

11-13 JUNIO 2019 • EVENTOS PEDREGAL



+40,000 profesionales del sector gastronómico y hotelero leen *Apetito*

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



Memo Rodríguez
Asesor Comercial
guillermo.rodriguez@eka.net
Cel. (506) 8997-1651
Tel: (506) 4001-6722

Suscríbase

en: www.apetitoenlinea.com
Tel: +506 4001 6728



Por: Nuria Mesalles
Directora
nuria@ekaconsultores.com
Karl Hempel y Nuria Mesalles

Comunidad restaurantera

- ¿Qué hacer cuando un empleado se ausenta mucho a citas de la Caja?
- ¿Debo dejar que una persona que no es un cliente utilice el servicio sanitario del restaurante?
- ¿Han sufrido afectaciones en sus restaurantes por racionamiento de agua potable? ¿Cómo lo manejan?
- ¿Cobran el empaque para llevar?
- ¿Alguien conoce alguna empresa recolectora de aceite quemado?

Estas preguntas han sido contestadas por miembros del grupo cerrado de facebook: Restauranteros en Costa Rica que abrí el 12 de febrero.

Dudas y preguntas surgen en nuestro trajín a diario. Nos preguntamos si estamos haciendo las cosas bien, si podríamos hacerlo de una manera más eficiente. ¿Qué estarán haciendo los otros restauranteros en este caso?

Por eso me pareció importante crear este grupo de gente que trabaja en restaurantes, bares, sodas, cafeterías, caterings. Es una comunidad donde compartimos ideas, nos informamos, actualizamos y ayudamos.

Muy contentos porque al cierre de esta edición teníamos 887 miembros. ¡Lo invitamos a formar parte de esta comunidad!

Pasos para pertenecer al grupo

1. Ingrese a este link
www.facebook.com/groups/restauranterosencostarica/
2. Solicite su ingreso
3. Llene las preguntas que se le solicitan
4. Espere a que los administradores aprueben su solicitud.
5. Listo, puede empezar a interactuar con otros restauranteros.

Comunidad: Una comunidad (del latín communitas, -ātis) es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social o roles. Por lo general, en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada por sus integrantes mediante la socialización.

COPAS CABERNET

C&S
Chef & Sommelier
- FRANCE -



Krysta
EXTRA STRONG
CRYSTAL
GLASS

C&S
Chef & Sommelier

COPAS SUBLYM

- 🔨 30% más fuerte
- 💎 Cristal más puro
- 🎵 Resonancia perfecta
- 💫 Brillo larga duración



LA
COMBINACIÓN
PERFECTA ENTRE
COPAS Y VASOS
PARA UNA
EXPERIENCIA
FUERA DE
SERIE

COLECCIÓN PRINCESA

ARCOROC

EXTRA
RESISTANT
FULLY TEMPERED GLASS



VASOS PRIMARY Y LIMA



C&S
Chef & Sommelier
- FRANCE -

yamuni mayoreo

LÍNEA PARA HOTELES Y RESTAURANTES
Teléfono: 2255-2066 • info@yamuni.com

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl@ekaconsultores.com

Asesor Comercial

Guillermo "Memo" 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

Arleth Badilla
Alexandra Fritella

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de EKA Consultores Intl.

Tel.: +506 4001-6722

www.apetitoenlinea.com

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

 @revistaapetito
@expovino

 revistaapetito



Contenido



2 Nota del director
6 Apetitoenlinea

Aperitivos

- 5. Creatividad y pasión: ingredientes del "Gran Reto Lizano"
- 7. Crisis en Nicaragua afecta a más de 1800 negocios gastronómicos
- 8. Máquinas para jugos y cócteles permiten ahorrar costos y energía
- 9. Uniformes Signature Chef de la marca Winco
- 10. Un hotel siempre debe estar listo para estar a máxima capacidad
- 11. Calzado diseñado para personal de hoteles y restaurantes
- 12. Ya es posible tener control total de las habitaciones y abrir la puerta con el celular
- 12. Pareja de jóvenes decide emprender con restaurante italiano
- 13. Máquinas y equipos de refrigeración para cocinas exigentes
- 14. Pizza la Finca celebra 25 años de tradición
- 14. Café de especialidad, tradición y arte se combinan en una cafetería
- 15. Pasta nacional con sello italiano
- 16. Boutique de carnes de pastoreo
- 16. Walmart estrena centro de distribución de productos agrícolas
- 17. Distrito Federal confió el diseño de su cocina a Tips
- 18. 600 variedades de quesos

Expovino

- 20. El Club del Asesor Enófilo
- 20. Vinos californianos se abren paso en el sector



Expobares

- 26. "Un buen bartender usa el producto desde la raíz hasta la punta"
- 26. "Generar experiencias sensoriales a otro nivel"

28. Productos Nuevos

Gastronomía

- 29. Proveedores preocupados por casos de restaurantes morosos

Tecnología

- 30. Gimnasios sostenibles para el sector hotelero

Hotelería

- 32. ¿Cuál tecnología están usando los hoteles para mejorar la rentabilidad y eficiencia?

Turismo

- 34. 5 millones de personas pasaron por el aeropuerto

Capacitación

- 35. ¿Cuáles son los efectos e implicaciones del IVA en el sector turismo y gastronómico?
- 36. Consejos para abrir un restaurante
- 37. El 10 % de servicio y lo nuevo que trae

Especial de empaques

- 38. Operar sin utilizar plástico parece un reto difícil de asumir

Creatividad y pasión: ingredientes del “Gran Reto Lizano”

El chef Randy Siles tiene más de una década de experiencia en el mundo gastronómico, para él cada plato es un ser vivo que transmite emociones

Crear desde la cocina es su mundo, ya sea un nuevo plato o un proyecto que motive a jóvenes de escasos recursos a encontrar un propósito en la gastronomía. Así es Randy Siles, chef y propietario del Restaurante OS-Santa Teresa y fundador de la Academia Artesanos de la Gastronomía. Doce años de trabajo y pasión en la cocina le permiten a este chef dar cátedra de creatividad, elemento fundamental para los participantes del “Gran Reto Lizano”, un concurso gastronómico que premiará la elaboración del mejor platillo creado con Salsa Lizano.

“Quien estudia e investiga, cuenta con más información para ser capaz de lograr desarrollar una creación única. La creatividad es un elemento vital en la cocina y va de la mano con la pasión y el conocimiento”, afirmó Siles.

¿Cómo puede un cocinero darle vida y personalidad a un plato?

Lizano con motivo de sus cien años, quiere reconocer el talento y creatividad de los chefs ticos y por eso los invita a participar del “Gran Reto Lizano”, competencia que les dará la oportunidad de dar vida y alma a su propuesta gastronómica.

“La creatividad es un elemento que todos tenemos dentro, pero no todos disfrutamos dejarlo salir; los chefs plasmamos nuestra personalidad en los platos y los comensales lo perciben a través de la comida, esto es lo que deben lograr los participantes con sus propuestas”, manifestó Siles.

Para más información sobre esta competencia y para participar y subir sus recetas, los interesados deben ingresar en: www.ufs.com. La gran final se llevará a cabo en vivo en Expo Hoteles y Restaurantes (EXPHORE) el 13 de junio próximo en Pedregal.



DESAFÍA TU CREATIVIDAD CULINARIA PARTICIPA Y GANA

¿CUÁLES SON LOS PREMIOS?

BONO DE PRODUCTOS

Gánate un bono de **₡2.000.000** para tu restaurante y otro bono de **₡2.000.000** para el gran ganador del Gran Reto Lizano.*



* Redimible en una plataforma de catálogo de premios.
* Ver Reglamento.



DISTINCIÓN CONMEMORATIVA

PUBLIREPORTAJE

Publirreportaje sobre el operador y su receta en la edición impresa.



Encuentra toda la información del concurso e inscribe ya tu receta en:

www.ufs.com



Encuentre estas y otras interesantes notas en www.apetitoenlinea.com



Chef

Hotel diseña menú con productos orgánicos y autóctonos de Nosara

Con el objetivo aprovechar al máximo el producto local y orgánico de la zona de Nosara, el Hotel Boutique Lagarta Lodge junto con el Chef Arturo Balmaceda decidieron crear un menú innovador a base de productos frescos, autóctonos y con carácter, para el Restaurante Chiriboca.



Hotelería

Tamarindo Diríá ahora será Sol Tamarindo

Meliá Hotels International anuncia la firma del "Sol Tamarindo", un resort con el que la Compañía retoma su presencia en Costa Rica a partir del 1 de Agosto del presente año. Se trata del actual Hotel Tamarindo Diríá Beach Resort, un auténtico icono de la Playa de Tamarindo, una de las más bonitas de Costa Rica.



Capacitación

¿Cómo los restaurantes pueden usar una aplicación de lealtad para atraer clientes?

Un programa de fidelización de aplicaciones móviles puede atraer clientes y animarlos a seguir regresando por más. Las aplicaciones de lealtad más exitosas involucran a los clientes y los recompensan por un negocio continuo.



Proveedores / Productos

Variedad de equipos, utensilios y asesoría personalizada

Como un aliado para el sector, Equipos AB se dedica al diseño, fabricación y distribución de equipamientos para hoteles y restaurantes, dentro de sus clientes figuran desde emprendedores hasta franquicias, hoteles y empresas transnacionales como Wall-Mart, Florida Products y cadenas hoteleras, entre otros.

Crisis en Nicaragua afecta a más de 1800 negocios gastronómicos

Según la Cámara Nicaragüense de Restaurantes el 35% de las empresas del sector han tenido que cerrar operaciones de forma temporal o permanente

Con 82 establecimientos afiliados, entre ellos, restaurantes, cafeterías, pizzerías, bares, pastelerías y discotecas, la Cámara Nicaragüense de Restaurantes (CANIRES), sucesora de la Asociación de Restaurantes de Managua (ARM), vela por el desarrollo de la industria gastronómica en Nicaragua, esto a través de la representación y defensa de los intereses del sector restaurantero.

Acorde con René Hauser, presidente de la Cámara, la crisis sociopolítica y económica que se vive en el país desde el 18 de abril de 2018, ha obligado al 75% de las empresas del sector turístico a hacer enormes esfuerzos para sostener sus operaciones y mantener los empleos.

“Una de las principales dificultades que está enfrentando el sector es la reforma a la ley tributaria y al seguro social, ya que esto tendrá un impacto demolidor en la economía nacional y el sector gastronómico será de los más afectados. Lo anterior, ya que estas medidas descapitalizadoras conllevan a la inevitable quiebra de muchas empresas y por ende al incremento del desempleo”, afirmó Hauser.

Zonas como Managua, Granada, Rivas, León, Chinandega y Bluefields, por su potencial turístico, son en las que se concentran mayor cantidad de negocios gastronómicos en el país. Sin embargo, y según representantes de la Cámara, los empresarios reportan una creciente migración de mano de obra calificada del sector a otros países producto de la crisis.

Actualmente, CANIRES se encuentra liderando el desarrollo de varias capacitaciones, esto con el fin de instruir al personal que continúa en el país o a quienes desean empezar a trabajar en el sector. Temas como atención al cliente, estrategias de ventas, ingeniería del menú, manejo de costos y administración de restaurantes, son los que los afiliados de la Cámara han solicitado.

Cámara Nicaragüense de Restaurantes (CANIRES)

Teléfono: + (505) 7516-7495



CANIRES cuenta con cerca de 82 establecimientos gastronómicos afiliados.



Para el 2019 la Cámara se encuentra organizando varias capacitaciones con el fin de fortalecer la capacidad del recurso humano.

Distribuidores exclusivos para Centroamérica.

good cook™
sistema®



Facilitando la vida en la cocina



Correo: vsadi@lacocinaideal.com.

Teléfono: 2215-3541

Máquinas para jugos y cócteles permiten ahorrar costos y energía

Continental Vending cuenta con estos equipos y los respectivos concentrados para preparar las bebidas

Las máquinas de jugos que ofrece la empresa Continental Vending, realizan la función de enfriar la dosis de concentrado que se va a dispensar y mezclarla con el agua, esto para obtener el zumo o cóctel deseado.

Sumado a lo anterior, la compañía cuenta con los concentrados necesarios para preparar las bebidas, los cuales vienen en caja y en bolsa y permiten ofrecer a los clientes jugos, cócteles y milk-shakes.

Acorde con Eduardo Amaro, gerente general de Continental Vending, una caja de concentrado puede dar como resultado hasta 700 vasos de 125 ml, dando con esto un beneficio económico a los hoteles y restaurantes, lo cual se refleja en el precio del producto y en ahorro de energía.

"El producto no necesita frío, está a temperatura ambiente, también la duración del mismo es de un año a temperatura ambiente, por lo cual se reduce la merma y solo se dispensa la cantidad que se va usar", afirmó Amaro.

Las máquinas contribuyen a la reducción de la huella ecológica, pues eliminan el uso de botellas plásticas, además ahorran espacio de almacenaje y tiempo de manipulación y transporte.

Continental Vending ofrece además para el sector en modalidad de venta y renta máquinas dispensadoras de bebidas carbonatadas, snacks, refrescos y máquinas para café. La empresa cuenta con servicio de instalación y mantenimiento.

Continental Vending

Tel: + (506) 4701-4143.



Las máquinas permiten lograr mayor rentabilidad y ahorro de energía.



Con una caja de concentrado se pueden obtener hasta 700 vasos

Dispensadores de Jugos concentrados en Bag in Box interno

Para Bebidas Naturales, de coctelería y batidos fríos e ideales para hoteles, restaurantes y comedores industriales.

- Elimina las botellas de plástico
- Reduce la huella ecológica
- Duración de los productos 1 año.

Distribuye: Continental Vending
Tel: +506 4701-4143
gerencia@continentalvendinggm.com
www.continentalvendinggm.com

Uniformes Signature Chef de la marca Winco

Jopco introduce la nueva línea de uniformes para chef de la marca Winco. La oferta incluye gorros, pantalones, camisas, delantales y filipinas. Estos uniformes están disponibles en variedad de estilos y diseños e incluyen además, delantales de mezclilla que aportan estilo, modernidad y versatilidad al atuendo.

Predominan el blanco y negro en gabachas y filipinas. Los pantalones son a rayas, cuadros y también en color negro. La novedad más importante está en los delantales de mezclilla, una tendencia moderna, fresca y muy versátil.

De acuerdo con Marvin Sharpe, director comercial de Jopco, los chefs y cocineros expresan toda su creatividad en la cocina, esto en la elaboración de platillos, decoraciones y demás actividades propias de su labor:

“Es momento de que los chefs luzcan confortables y cómodos, mientras utilizan gabachas con gran estilo como estas, las cuales no dejan de lado aspectos de funcionalidad que toda persona que trabaja en una cocina necesita”, afirmó Sharpe.

La línea ventilada cuenta con tecnología “cool mesh” ventilación especial que permite que el chef se sienta fresco durante sus labores, lo que es importante debido a las altas temperaturas que imperan en las cocinas de hoteles y restaurantes.

Los uniformes Signature Chef de Winco, están disponibles en la sala de exhibición de Jopco en Escazú desde el mes de abril. Según la empresa la incorporación de esta nueva alternativa es parte del trabajo constante que busca dar solución a las necesidades de negocios gastronómicos y de hospitalidad.

Jopco

Teléfono: + (506) 2215-3545

Los uniformes de Winco están disponibles en variedad de estilos y colores y cuentan con características que garantizan comodidad a los chefs.



(506) 2215-3545

Guachipelín, Escazú

info@jopco.net

www.jopco.net

JOPCO

Un hotel siempre debe estar listo para estar a máxima capacidad

El Hotel Riu Plaza Panamá recibió en menos de una semana a más de 800 huéspedes ¿Cómo sacaron adelante la tarea?

Según los medios de comunicación panameños cerca de cien mil personas de distintas partes del mundo visitaron Ciudad de Panamá a lo largo de la semana en que se llevó a cabo la Jornada Mundial de la Juventud, esto a finales del mes de enero.

Dicha actividad puso a prueba la capacidad de los servicios con los que cuenta la ciudad, lo cual llevó a distintos sectores a organizarse y prepararse con anticipación, cómo fue el caso del Hotel Riu Plaza Panamá, que desde seis meses antes inició la logística para atender a los peregrinos.

De acuerdo con Giuliana Candanedo Gómez, directora de ventas del Riu Plaza Panamá, este evento representó un aumento del 30% en la ocupación del hotel, esto en comparación con el mismo periodo del año anterior.

“El Hotel está en el corazón de Ciudad de Panamá y cuenta con 644 habitaciones de ocupación sencilla, doble y triple. Durante los días de la Jornada hospedamos a más de 800 peregrinos, la mayoría de ellos de países de Centroamérica, Estados Unidos y España”, expresó Candanedo.

Según los encargados del Hotel, el gobierno compartió meses antes un comunicado oficial con toda la información necesaria para que los hoteles estuvieran preparados. Sin embargo, consideran que un hotel siempre debe estar listo para estar a su máxima capacidad y los trabajos de preparación previos les permitieron sacar la tarea.

Organizar abastecimiento con proveedores desde semanas antes y coordinar labores con todo el personal del hotel, permitió que este espacio de hospedaje pudiera hacer frente al trabajo extra que representó la Jornada Mundial de la Juventud, primera que se realiza en Centroamérica.



Riu Plaza Panamá recibió a 800 peregrinos durante los días de la Jornada Mundial de la Juventud. Giuliana Candanedo Gómez, directora de ventas del Riu Plaza Panamá.

“Esta fue una gran experiencia para todo nuestro personal, no solo por el trabajo y las labores desarrolladas, sino por lo hermoso y enriquecedor de la vivencia. Asimismo, las reuniones de coordinación y trabajo logístico nos dejan la experiencia de cómo atender visitas multitudinarias como esta”, afirmó Candanedo.

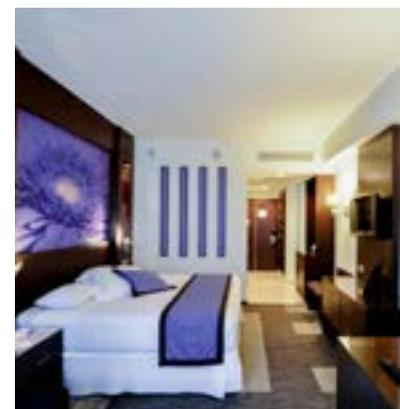
El Hotel Riu Plaza Panamá se convirtió en 2010 en el primer establecimiento de la gama Riu Plaza de la línea de hoteles urbanos de RIU en situarse en una de las ciudades más importantes del mundo.

www.host.fieramilano.it/en

 **Milano**

Equipment, Coffee and Food
41st International Hospitality Exhibition
October 18_22, 2019 fieramilano





Carlos Rojas, gerente de ventas de Amecsa.

Calzado diseñado para personal de hoteles y restaurantes

Amecsa ofrece calzado de trabajo de la marca brasileña Bracol para chefs y personal de jardinería, bodega, cocina, cuartos fríos y mantenimiento

Seguridad, comodidad y funcionalidad son dos palabras claves en el día a día de quienes trabajan en las distintas áreas de negocios gastronómicos y hoteles, es por esto que la empresa Amecsa amplía su oferta de productos y ofrece para estos sectores su nueva línea de calzado de trabajo.

Este calzado antideslizante destaca por su funcionalidad, tanto para chefs como para personal de mantenimiento, cuartos fríos, jardinería, bodegas y otras áreas en donde estos zapatos hechos de termoplástico expandido garantizan comodidad al amoldarse al pie de cada persona.

Según Carlos Rojas, gerente de ventas de Amecsa, una de las principales características de este calzado es que es liviano y cuenta con suela antideslizante resistente a aceites y ácidos.

“Los zapatos cuentan con una plantilla antibacterial removible que puede lavarse sin sufrir ningún daño, la misma tiene un espesor de tres milímetros para garantizar comodidad y confort. Este calzado de trabajo destaca porque fue diseñado exclusivamente para labores en hoteles, restaurantes o clínicas”, afirmó Rojas.

Azul, negro y blanco son los colores en los que está disponible el calzado, el cual viene en tallas de la 35 a la 44. Asimismo, los zapatos pueden ser esterilizados a temperaturas de hasta 180 grados centígrados.

Amecsa

Teléfono: + (506) 2231-0202



El calzado tiene vida útil de más de un año y garantía de seis meses.

PORQUE VOCÉ É IMPORTANTE

Cómodo

Antideslizante

Liviano

- LÍNEA flip -

- ☉ Salud
- ☉ Servicios en general
- ☉ Restaurantes
- ☉ Industria alimenticia
- ☉ Resistente a la esterilización autoclave

EXCLUSIVA TECNOLOGIA

GRIP 360

www.amecsa.cr
Tel. 2231 0202

SOLUCIONES PROMOCIONALES EN EMPAQUE, EMBALAJE Y CERRILLOS DE SEGURIDAD



Ya es posible tener control total de las habitaciones y abrir la puerta con el celular

Pospan Costa Rica distribuye en el país la marca Assa Abloy que ofrece cerraduras electrónicas para hoteles con tecnología RFID y Bluetooth

Las cerraduras electrónicas son una solución que facilita la operación de los hoteles, pues les permite realizar lecturas de los eventos relacionados con las puertas de todas las habitaciones. Asimismo, les da a los huéspedes la posibilidad de acceder a su habitación a través de su celular; sin necesidad de una llave.

Estas alternativas que cuentan con certificaciones de calidad Internacional permiten a los negocios de hospitalidad garantizar mayor seguridad a sus clientes. Las cerraduras son minimalistas y estéticas, pues todos sus elementos están dentro de la puerta.

Acorde con Michael Moreno, gerente de ventas de Pospan Costa Rica, la marca Assa Abloy garantiza seguridad, respaldo y tecnología de punta. Sumado a lo anterior; es líder mundial en cerraduras electrónicas para hoteles.

“Además de la cerraduras en Pospan ofrecemos al sector; software de punto de venta para restaurantes y hoteles con interface con el Front Desk y servicio de facturación electrónica interface con POS Oracle Hospitality y Ministerio de Hacienda de Costa Rica”, expresó Moreno.

Según Moreno Pospan Costa Rica es parte de EXPHORE desde hace más de seis años, tiempo en el que han aprovechado la actividad para lanzar nuevos productos como lo harán en 2019 con las cerraduras Essence y la aplicación Mobile.

Pospan Costa Rica

Pareja de jóvenes decide emprender con restaurante italiano

“Existen demasiados trámites burocráticos y papeleos que podrían desanimar a cualquiera”

Michael Acuña y María Ramírez, son los propietarios de Ca'mia, un restaurante de gastronomía italiana y mediterránea, que se enfoca en las pizzas napolitanas, todo en un ambiente que busca hacer a los clientes sentirse como en casa, lo cual hace honor al nombre del lugar “Ca'mia”, que significa casa mia en italiano.

Esta pareja decidió hacer realidad su sueño de tener un restaurante propio en diciembre del año anterior; lo cual aseguran fue un gran reto, pues empezaron en el cierre de un año difícil y afrontaron los primeros meses de su negocio en un 2019 que inició con mucha incertidumbre a nivel económico. “Cuando comenzamos fue duro, los dos estudiamos cocina y hemos trabajado en hoteles y negocios gastronómicos y ya queríamos emprender. Actualmente, además de la mucha competencia que hay, existen demasiados trámites burocráticos y papeleos que podrían desanimar a cualquiera, pero superamos todos esos obstáculos y aquí estamos con tres meses de operación”, expresó María, Ramírez, co propietaria y administradora del restaurante.

Ca'mia se ubica en Barrio Escalante, un lugar que cuenta con 114 locales comerciales, la gran mayoría de ellos relacionados con gastronomía, razón por la cual, estos empresarios buscan ofrecer calidad a precios justos.

“Para ofrecer calidad hay que rodearse de buenos proveedores, el menú lo desarrollamos María que estudió cocina y yo que soy el chef. Trabajamos con empresas como Jopco, Quality Fish, Belca, Tips y Fresh Pack, así como Isleña y Puglia, que son los proveedores que nos ofrecen la mayor cantidad de productos italianos”, afirmó Michael Acuña chef de Ca'mia.

La vajilla de este espacio ambientado en una casa italiana, es hecha a mano por un alfarero de Santa Ana, cada pieza es diferente y da la sensación de tratarse de piezas antiguas, que según los propietarios es la tendencia en el mundo de las vajillas.

Restaurante Ca'mia

Teléfono: + (506) 6210-6278



Ca'mia cuenta con cerca de siete personas dentro de su grupo de colaboradores, entre meseros, pizzeros y personal de cocina.



Máquinas y equipos de refrigeración para cocinas exigentes

La línea de productos Steelheart de Hoshizaki presenta equipos de refrigeración elaborados específicamente para cocinas comerciales que requieren durabilidad, eficiencia y rendimiento. Diseñado para las cocinas más exigentes, esta línea está construida por dentro y por fuera con acero inoxidable.

Hoshizaki, especializado en el diseño, fabricación y comercialización de equipos para la industria de servicios alimenticios, entrega innovación continua y un elegante estilo en todas sus confecciones. Los equipos pasan por rigurosos estándares de calidad para conseguir un artículo de larga vida.

Steelheart cuenta tanto con sistemas de refrigeración vertical como horizontal, ambas líneas son simples de operar y mantener. El material es anti-corrosivo.

Una de sus ventajas presentes se encuentra en el sistema de Válvula de Expansión Termostática. Esto regula de manera rápida y efectiva el flujo de refrigeración, impidiendo que las temperaturas de los alimentos se eleven en los picos de operación más altos dentro de la producción culinaria. Gracias a su exclusivo diseño que distribuye aire frío a través de un sistema de conductos y persianas posicionados en todo el gabinete permite rodear los alimen-

tos con temperaturas uniformes. Además, con su refrigerante de hidrocarburos R290, garantiza que los comestibles se mantengan frescos, nutritivos y seguros.

Siendo socio orgulloso de Energy Star, en la fabricación de los equipos se utilizan materiales sostenibles y más seguros, como el acero inoxidable 100% reciclable, creando conciencia con el medio ambiente. Elegir los productos Hoshizaki, no solo ahorra energía y garantiza seguridad, sino que cada uno de sus productos están estrictamente diseñados para satisfacer las implacables demandas de las cocinas industriales asegurando calidad, innovación y confianza.

HOSHIZAKI Distribuido por JOPCO

Tel: +506 2215-3545

www.jopco.net



¡DURADERO, SOSTENIBLE Y CONFIABLE!
Máquinas de hielo y Refrigeración

(506) 2215-3545 | Guachipelín, Escazú | info@jopco.net | www.jopco.net | **JOPCO**

Pizza la Finca celebra 25 años de tradición

De acuerdo con Cecilia Corrales capacitar al personal y lograr que los meseros conozcan el menú y puedan explicarlo al cliente, es un aspecto vital para mantenerse en el tiempo y lograr que los clientes siempre quieran regresar.

Doña Cecilia recuerda con nostalgia el día en que inició su negocio Pizza La Finca, el cual nació en la cocina de su casa, precisamente en una finca en la que vivía con su esposo, quien falleció hace varios años, pero que al igual que ella quien ideó las recetas de las pizzas, sigue estando presente, pues es de él la receta del pie de pecanas, postre característico del restaurante.

Corrales vivió cinco años en Italia y en ese país aprendió los secretos de la cocina italiana, conocimientos que aplicó a su negocio y que le permiten hoy en día celebrar 25 años de historia y tradición en Heredia.

Para ella la clave del éxito está en la masa, receta que solo ella y su jefa de cocina, Yamileth Cano, quien ha trabajado por más de 20 años en el lugar conocen. Ser constantes en el sabor; utilizar productos 100% naturales y garantizar al cliente una excelente atención han sido aspectos claves para llegar al cuarto de siglo.

Proveedores como Belca y Equipos AB que ha desarrollado equipos de cocina exclusivamente para el lugar, han sido aliados de esta empresaria, quien ha trabajado también con Alpiste, Sabores Argentinos y muchos otros proveedores del sector.

En Pizza La Finca se pueden degustar además de pizzas, pastas, carnes, mariscos, ensaladas y postres. "Prefiero más que desarrollar constantemente nuevos platillos, mejorar los actuales, nuestro objetivo es ser un lugar ameno, donde nuestros fieles clientes puedan comer bien y ser felices", afirmó Corrales.

Pizza La Finca

Teléfono: + (506) 2268-3010



Cecilia Corrales, propietaria de Pizza La Finca.



Café de especialidad, tradición y arte se combinan en una cafetería

"El principal reto ha sido lograr que los clientes entiendan el valor de disfrutar el café por sí solo y vivir una experiencia en torno al café de especialidad o los distintos métodos de infusión que permiten resaltar sabor, acidez, o dulzor", Ana Laura Román propietaria de Barvak

El amor y la pasión por el café llevaron a Ana Laura Román a dejar de lado sus carreras e ingresar en el mundo del barismo, de pequeña visitaba a amigos de la familia en la Zona de Los Santos y desde entonces viene su interés por la cultura del café, mismo que la motivó a emprender con Barvak Café & Tradición.

Este negocio basa su concepto en el café de especialidad, el cual se define como el café que es puntuado por un catador certificado entre 8 y 9. De momento, en el lugar se está sirviendo café de Tarrazú y Zarcero, sin embargo, se varía constantemente la oferta para dar oportunidad a productores de todo el país.

Sumado al café de calidad, el otro atractivo de esta cafetería es el arte, pues al ubicarse en Barva de Heredia, su propietaria desea exaltar el legado histórico de las mascaradas y el talento de varios artistas que pueden exponer sus obras y productos.

Barvak cuenta dentro de su menú con una variedad de más de quince cafés entre fríos y calientes, además ofrece repostería dulce y salada, la cual es hecha para el lugar por cerca de siete emprendedores que se han sumado al proyecto y encontraron en la cafetería una forma de colocar sus productos. "Contamos en la cafetería con varios métodos de infusión para que nuestros clientes puedan disfrutar el café. Además, somos amigables con el ambiente por esto reciclamos, usamos como abono residuos orgánicos y utilizamos empaques para llevar compostables de bioware y productos de limpieza

amigables con el ambiente de Florex", afirmó Román.

Barvak Café & Tradición

Teléfono: + (506) 2101-1277



Ana Laura Román, barista y propietaria de Barvak Café y Tradición.

Pasta nacional con sello italiano

Delika ofrece las pastas de la empresa Pasta Pasión, las cuales a través de este proveedor pueden personalizarse para clientes gastronómicos

Se imagina unos raviolis rellenos de cangrejo o ayote o una pasta color tinta de calamar, estas y otras peticiones pueden hacerse a Delika para que la empresa Pasta Pasión desarrolle el producto que el hotel o restaurante necesita.

Pasta Pasión es una empresa nacional que produce pastas con auténtico sabor italiano, lo que ha hecho que hoteles como Costa Rica Marriott y Andaz, así como restaurantes como Doris Metropolitan y La Trufa utilicen sus pastas.

"Buscamos trabajar de la mano con socios comerciales que nos permitan ofrecer alternativas sostenibles y reducir la huella de carbono, es por esto que contamos dentro de nuestra lista de proveedores con empresas nacionales de la más alta calidad", manifestó Hernán Díaz, chef ejecutivo de Delika. Las ventajas de esta alianza comercial para los negocios gastronómicos es que los clientes pueden solicitar a la empresa a través de Delika el desarrollo de pedidos especiales como raviolis de distintos colores o con variedad de rellenos.

Pasta Pasión ofrece spaguettis, ñoquis, raviolis, láminas para lasaña, entre otras pastas, todos los productos vienen en empaques de atmósfera controlada lo que permite preservarlos hasta por seis meses.

Delika

Teléfono: + (506) 2239-1019

En conjunto con su socio comercial Pasta Pasión, Delika ofrece al sector gastronómico la posibilidad de personalizar las pastas.



Pasión
PASTA FRESCA

100% Fresca ✓
Empacadas en atmósfera modificada para mayor durabilidad.

Más Natural ✓
Se conserva refrigerado no congelado.

Super Fácil ✓
Se prepara en solo 4 - 6 minutos.

esencial
COSTA RICA

Pasión
PASTA FRESCA

*Más fresca
más sabrosa*

PASTA DE ALTA CALIDAD PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Presentación sugerida.

*Pedido mínimo 3kg**

*Tipos de pastas disponibles: ravioli, gnocchi, láminas para lasagna, papardelle, tagliatelle y tortellone. Es posible elegir el relleno de su preferencia según disponibilidad, además todas las pastas se pueden aromatizar con espinaca, tomate o tinta de calamar. Solicite sus pedidos con 72 horas de anticipación.

Distribuye para Costa Rica
Tel: 2239-1019
www.delika.cr



Boutique de carnes de pastoreo

Cortes & Brasas ofrece res, pollo, cerdo, cordero, mariscos y desarrolla productos complementarios como manteca de cerdo y chimichurri

Eduardo y Adriana Gómez decidieron dejar de lado sus profesiones y emprender hace poco más de un año con un negocio de carnes de pastoreo, esto debido a que un familiar cuenta con una finca ganadera en la Península de Nicoya. La Boutique de carnes Cortes & Brasas ofrece res, pollo, cerdo, cordero y mariscos.

Sumado a lo anterior, estos esposos decidieron desarrollar productos complementarios como manteca de cerdo y chimichurri, esto bajo su propia marca, aunque en el lugar se ofrecen también vinos, salsas, aderezos, sales y otros productos de pequeños emprendedores.

“Yo soy celiaca y mis hijos también, por eso aquí tanto las carnes como todos los productos que se venden son 100% libres de gluten, así como libres de preservantes y aditivos, contamos con un cuarto de proceso y un cuarto frío en el local donde porcionamos, empacamos y maduramos las carnes”, afirmó Adriana Gómez.

La carne de pastoreo es distinta a la tradicional, pues los animales no están encerrados, sino que se encuentran libres en las fincas alimentándose de forrajes y distintos pastos. Los productos de Carnes & Brasas no son tenderizados y están empacados al vacío.

Actualmente este negocio vende sus productos a empresas del sector gastronómico como Café Kafó, un restaurante enfocado en personas con alergias alimentarias, así como al restaurante de Café Britt de Heredia y al comedor institucional del Colegio Europeo.

“Al ser maduradas nuestras carnes tienen fibras más tiernas y jugosas, luego de preparar las carnes inicia un proceso de maduración de aproximadamente dos semanas, lo que nos permite garantizar la calidad de nuestros cortes”, manifestó Eduardo Gómez.

Esta boutique de carnes cuenta con capacidad para abastecer a pequeños hoteles, restaurantes o cafeterías, sobre todo aquellas enfocadas en ofrecer alternativas a personas con alergias al gluten.

Cortes & Brasas

Teléfono: + (506) 8726-6025



Adriana y Eduardo Gómez, propietarios de Cortes y Brasas. En el lugar se puede adquirir res, cerdo, pollo, cordero y mariscos libres de gluten y preservantes y empacados al vacío.



Mariela Pacheco, subgerente de asuntos corporativos de Walmart.

Walmart estrena centro de distribución de productos agrícolas

Desde esta nueva planta se abastece a los 257 supermercados con los que cuenta la multinacional en el país

Aproximadamente 950 mil bultos entre frutas y vegetales se despachan por mes desde el nuevo Centro de Distribución de Productos Agrícolas de Walmart, ubicado en Coris de Cartago, lugar escogido para establecer la planta, pues un 31% de los proveedores agrícolas son cartagineses.

En el espacio inaugurado a inicios de año, se procesaron solo en el primer mes de operación, 26,038 quintales de frijol y 3,676 quintales de granos especiales. Asimismo, el total de materia prima procesada fue de 29,714 quintales.

Acorde con Mariela Pacheco, subgerente de asuntos corporativos de Walmart, desde este espacio se distribuyen a las más de 250 tiendas del país productos como mini vegetales, vainica, papa, culantro, cebolla, zanahoria, tamarindo, fresa y brócoli.

“Despachamos 70 camiones diarios, en la planta se desarrollan prácticas amigables con el ambiente como recolección de agua llovida, la cual se filtra y usa en el lavado de cajas y camiones, esto equivale a ahorrar el consumo diario de 150 hogares”, manifestó Pacheco.

Para su operación diaria el centro de distribución requiere equipos de limpieza, montacargas, refrigeración y empaque, para lo anterior, trabaja con proveedores como Distribuidora Larce, German Tec, Hill Phoenix y Construfrio.

Walmart

Correo: sac@wal-mart.com



La nueva planta se ubica en un terreno de 150 mil metros cuadrados y cuenta con 569 colaboradores.

Distrito Federal confió el diseño de su cocina a Tips

El chef y copropietario de este Restaurante compró equipos de cocina, refrigeración y cristalería a dicho proveedor

De acuerdo con Armando Gómez, chef y copropietario del Restaurante Distrito Federal, negocio que abrió puertas en el primer mercado gastronómico de Santa Ana a mediados de marzo, Tips fue un aliado invaluable en el proceso de apertura.

“Contar con el acompañamiento de Tips y sus asesores fue de mucha utilidad en la apertura de Distrito Federal, este es mi primer negocio y confié a Tips el diseño de mi cocina, así como los equipos necesarios para la operación”, afirmó Gómez.

Distrito Federal es un restaurante enfocado en garnachas o “street food” estilo mexicano, el lugar destaca además, por especializarse en servir mezcal, un destilado muy famoso en México. La experiencia del espacio se ve enriquecida por el concepto de barra que es característico del mercado gastronómico donde se ubica.

Según su propietario el espacio en este tipo de barras es reducido, por lo cual es indispensable contar con asesoría para encontrar los equipos necesarios. Tips facilitó a este restaurante cocina, parrilla, plancha, equipo de refrigeración, freidoras, campana y muebles de acero inoxidable.

“Lo que destaco de este proveedor, que elegí por sus años de experiencia y posicionamiento, es que adicional a los equipos, recibí un constante acompañamiento en la etapa de diseño de mi cocina”, afirmó Gómez.

Este empresario gastronómico espera ampliar su negocio y abrir en el futuro un nuevo restaurante con un concepto similar en el este de la capital, proyecto para el cual asegura solicitará los servicios de Tips por la calidad de sus equipos y el servicio tan completo recibido.

Distrito Federal

Teléfono: + (506) 7022-9973



Distrito Federal contó en su proceso de apertura con el servicio de asesoría de Tips para diseñar y equipar su cocina.



Armando Gómez, chef y copropietario del Restaurante Distrito Federal.

U-STAR
we care about food safety



Tips
PROFESIONAL

Le brindamos
los mejores equipos
para su negocio

☎ 2543-2100

✉ infoweb@tipscr.com

🌐 www.tipscr.com

📱 /tipscr



600 variedades de quesos

Crystal Farms produce quesos en presentación de trozos, rebanadas y bocadillos

El queso es uno de los alimentos más gustados en todo el mundo y por eso ha tomado protagonismo en la preparación de distintas recetas y platillos. Algunas personas aseguran que el antojo de un buen queso, llega a superar las ganas de comer chocolate o papas fritas.

Crystal Farms empresa que nació en 1926 en Wisconsin, el estado más destacado y con mayor variedad ganadora de premios, se dedica a la producción de quesos de más de cuarenta variedades diferentes. Su queso cheddar madurado durante al menos nueve meses o los incontables agujeros de su queso suizo, han convertido a la empresa en un reconocido proveedor lácteo que ofrece calidad y satisfacción al consumidor.

Más de 1.2 millones de vacas en Wisconsin encargadas de producir un promedio de 21,436 libras de leche cada año, de las cuales el 90% se convierte en quesos, son las responsables de que Crystal Farms pueda contar con una amplia variedad de productos como trozos, rebanadas y bocadillos de queso, listos para cualquier ocasión.

Los colaboradores de Crystal Farms están atentos a cada rebanada, trozo y bloque de queso que llega hasta el consumidor; esto desde la selección de los ingredientes hasta la inspección del producto terminado.

Todo lo anterior, como parte de un compromiso con la calidad, el cual nació paralelo a los orígenes de la empresa y es parte a diario del trabajo de los muchos granjeros americanos que se unen a la causa de llevar un queso de excelencia a los amantes de este producto.

La historia detrás del queso

Crystal Farms tiene sus raíces en los sueños de dos familias inmigrantes que llegaron a Estados Unidos buscando un mejor futuro para sus respectivas familias, en el camino, también lograron aportar enormemente al mundo gastronómico sin saberlo.

En la década de 1920, Nathan Friedell emigró de Rusia y fundó Nathan's Produce Company. Una década más tarde, Julius Rosenberg también llegó a Estados Unidos desde Rusia y comenzó su propio negocio de huevos granjeros.

A través de su dedicación y la búsqueda de la innovación, ambas compañías prosperaron y eventualmente se unieron en la década de 1970, vendiendo huevos, queso y otros productos lácteos bajo la marca de Crystal Farms. Hoy en día, la empresa continúa su compromiso con productos frescos y de calidad.

Esta compañía produce más de 600 variedades de quesos, los cuales ofrecen a su vez una gama de sabores que aportan variedad y diferenciación a platillos y recetas que tienen al queso como su principal protagonista.

Crystal Farms

Erika Dinarte, representante para Costa Rica

Teléfono: + (506) 7179-2151

Correo: erika@tropicalfoodslc.com





**Una deliciosa
mezcla de quesos
Monterey Jack,
Cheddar,
Queso Quesadilla
y Asadero!**





Los miembros del Club del Asesor Enófilo son apasionados por el vino y consumidores frecuentes e interesados por aprender sobre la cultura de esta bebida.

El Club del Asesor Enófilo

Sabores Argentinos crea plan de fidelidad para sus clientes

Una membresía entregada a sus clientes, quienes disfrutan de vivir la experiencia de un buen vino acompañado de un exquisito maridaje, es parte de la idea planteada con la creación del Club del Asesor Enófilo, iniciativa liderada por la empresa importadora y distribuidora de vinos Sabores Argentinos. Quienes pertenecen al Club, pueden acceder a beneficios como llevar su vino a los restaurantes participantes, quienes cobrarán un descorche de tan solo seis mil colones o quienes no cobren descorche harán un descuento del 10% en los platillos.

"Esto es una iniciativa de fidelidad, pues queremos darle más a nuestros clientes, dentro de los que se encuentran, por supuesto, hoteles y restaurantes. Además, trabajamos de la mano con varios reconocidos restaurantes que se unieron al proyecto", manifestó Conrad Haehner, propietario de Sabores Argentinos.

Zona, Bandida, Gabana, Plaza España, La Querencia, Gallo Rojo y Terruño, son los primeros restaurantes que aplicarán los beneficios a los miembros del Club del Asesor Enófilo. En próximos meses se unirán más restaurantes tanto del este de la capital como de zonas turísticas como Jacó y Quepos.

Sabores Argentinos cuenta con una oferta de más de 190 vinos, los expertos de la empresa recomiendan vinos entre los ocho mil y doce mil colones para utilizar en gastronomía y lograr resaltar los sabores de los alimentos.

Club del Asesor Enófilo

Carla Chávez, encargada del Club del Asesor Enófilo

Teléfono: + (506) 2289-4154

Correo: carla@asesorenofilo.com



Conrad Haehner, propietario de Sabores Argentinos.



Vinos californianos se abren paso en el sector

Delika ofrece vinos exclusivos para hoteles y restaurantes, el 60% de las etiquetas con que cuenta este proveedor son de California

Aunque algunos de los vinos que ofrece Delika se pueden conseguir en supermercados, cerca del 90% de sus 186 etiquetas son exclusivas para hoteles y restaurantes, quienes en los últimos dos años han empezado a tener más apertura con los vinos californianos.

El vino Seghesio Zinfandel Sonoma de origen estadounidense es ideal para aquellos negocios gastronómicos que ofrecen carnes y platillos a la parrilla, además marida a la perfección con el sabor de la salsa BBQ.

De acuerdo con Andrés Mazuera, sommelier de Delika, este vino tinto solo se consigue en Delika, es de muy alta gama y funciona para maridar por sabores, restaurantes como Jurgen's y Hoteles como Four Seasons y Los Sueños utilizan el vino Zinfandel.

Apothic Dark por su parte, es otro de los vinos que Delika destaca dentro de la gama de vinos californianos de su oferta, este si se consigue en supermercados y es recomendado para maridar con platillos de sabores ahumados y carnes no muy grasosas.

Delika cuenta con una amplia variedad de etiquetas de todo el mundo, según el sommelier el tico sigue prefiriendo vinos chilenos y argentinos, aunque ha empezado a probar otros vinos. El crecimiento del consumo de los vinos californianos en el sector se da debido a que el turista los prefiere.

Delika

Teléfono: + (506) 2239-1019

Delika trae vinos de distintos países del mundo pero los vinos californianos son los que más ha logrado colocar en hoteles y restaurantes en últimos años.



ExpoVino Costa Rica

●●● La cultura del vino

7-8-9 SETIEMBRE 2019
I CENTRO NACIONAL
DE CONVENCIONES I
COSTA RICA

Deguste vinos en todos los stands, converse con enólogos, asista a catas y adquiera vinos a los mejores precios en el evento de vino más importante de Costa Rica

9 DE SETIEMBRE

Atenderemos únicamente a compradores institucionales. Escribanos a expovino@ekaconsultores.com para aplicar para entrada de cortesía.

7 Y 8 SETIEMBRE

Público general

Organiza: *Apetito*
La revista para hoteles y restaurantes

Tel +506 4001-6722

El licor es nocivo para la salud. DPS-268-2017

ENTRADA:
ADQUIÉRALA EN
WWW.EXPOVINOCR.COM

EXP|HO|RE

Más de 150 empresas exponiendo productos para el sector gastronómico y hotelero

Encuentre novedades y precios competitivos para su negocio de hotelería, restaurantes, industria alimenticia, institucional y comercial.



Explore tendrá varias "Zonas" interesantes:

foodservice, tecnológica, expobares, hotelera, spa y confort, cafetalera, emprendedores y charlas.

Organiza

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes



/Explore



@explore_cr

Revista Apetito
@revistaapetito

11-13
JUN 2019
EVENTOS
PEDREGAL

Expositores confirmados al 01 de Abril del 2019



Tu entrada en: WWW.EXPHORE.COM

Regístrate hoy mismo para recibir su entrada gratis y actualizaciones sobre el evento.
www.exphore.com | Tel: (506) 8997-1651 | Correo electrónico: revistaapetito@ekaconsultores.com

“Yo voy a EXPHORE porque hace tres años que decidí salir del mundo hotelero y emprender con mi propio negocio necesitaba proveedores. Fue así como empecé a asistir a la feria y ha sido un aliado para el crecimiento de Catering Service B y L, pues todo el equipo, accesorios y muchas cosas de nuestra operación hasta hoy en día las compré a proveedores como Tips, Jopco, Distribuidora del Caribe, Faro, Equipos AB e Isleña, a quienes conocí en la actividad”

- Chef José Brizuela, propietario de Catering Service B y L.



Yo voy a EXPHORE #yovoydexplore

“Yo voy a EXPHORE porque acabo de abrir mi cafetería y me encuentro buscando proveedores para ofrecer un mejor servicio a mis clientes, queremos empezar con eventos y me interesa ver que opciones puedo encontrar en esa área, además buscar más empresas que me faciliten productos amigables con el ambiente”

-Ana Laura Román,
propietaria de Barvak Café
y Tradición.





“Yo voy a EXPHORE desde hace muchos años, creo que solo una vez he faltado, en los 25 años de mi negocio este evento ha sido un aliado para conseguir los mejores productos y en EXPHORE inicié mi relación con Equipos AB que me ha ayudado a diseñar equipo de cocina acorde a mis necesidades. Este año voy en busca de manteles para mi restaurante”

- Cecilia Corrales, propietaria Pizza La Finca.



“Yo voy a Expo Hoteles & Restaurantes (EXPHORE) porque gracias a sus charlas y el conocimiento de otros colegas en el medio, mis socios y yo pudimos aprender muchísimo y prepararnos para hacer de nacionssushi Costa Rica lo que es el día de hoy. Charlas relacionadas a sistemas, manejo de costos y servicio al cliente fueron pilares fundamentales de nuestro negocio y por ello siempre encuentro enriquecedor seguir formando parte de esta actividad. Los invito a participar porque sé que no se arrepentirán.”

-Adriana Fernández, copropietaria de Nacionesushi Costa Rica



“Yo voy a Exphore, pues me interesa llevar a los colaboradores de Tsunami Sushi a las charlas que se imparten. Asimismo, me parece una herramienta muy valiosa para ver y comparar los productos de distintos proveedores, el año anterior adquirimos en la expo una lavadora industrial y una máquina de hielo”

- Carolina León, gerente de operaciones de Tsunami Global Group.

Tu entrada en: WWW.EXPHORE.COM

11-13
JUN 2019
EVENTOS PEDREGAL

“Un buen bartender usa el producto desde la raíz hasta la punta”

De esta forma se expresó el embajador regional de Diageo, Rafael Reyes, quien asegura que la tendencia son los cócteles bajos en calorías y en alcohol

Diageo es una productora y comercializadora mundial de licores con un amplio portafolio, en Costa Rica, marcas como Tequila Don Julio y el whisky Johnnie Walker, son de los más consumidos. El bartender Rafael Reyes, es el embajador designado por Diageo para la región.

Este experto con más de siete años de experiencia en el mundo de la coctelería, ha trabajado en muchas áreas del negocio gastronómico, sin embargo, la versatilidad imperante en la barra lo capturó y absorbió de lleno.

“Hoy en día la tendencia es usar productos que sean kilómetro cero y que podamos utilizar de la raíz a la punta. Los productos de temporada, la eliminación del plástico en las decoraciones y la incorporación en los cócteles de ingredientes y técnicas que vienen directo de la cocina es lo que está de moda”, afirmó Reyes.

Diageo organiza la competencia World Class desde hace varios años, en la cual participan bartenders de sesenta países. Este año la final será en Escocia y actualmente, 35 bartenders costarricenses están compitiendo para llegar a ser uno de los finalistas.

Se espera que en abril se realice la semifinal y que en mayo se conozca al ganador, quien representará al país en la competencia mundial. Reinventar cócteles, desarrollar prácticas de sostenibilidad y demostrar creatividad en las preparaciones, son parte de los aspectos que se están evaluando.

World Class

Nelson Martínez, embajador en Costa Rica

Teléfono: + (506) 8518-5183



Rafael Reyes, embajador regional de Diageo considera que la coctelería está en crecimiento en Costa Rica y la utilización de ingredientes como el jocote en cócteles, es de lo más llamativo que rescata de su visita al país.

“Generar experiencias sensoriales a otro nivel”

Según el bartender italiano, Luca Cinalli, este es el objetivo al que debe sumarse la coctelería en el mundo de hoy

El arte de la mixología se apodera poco a poco de distintos espacios y ha empezado a complementar la experiencia del buen comer, restaurantes y hoteles cuentan con barras donde se preparan variedad de cócteles, los cuales acompañan platillos y brindan a los clientes una experiencia sensorial en la que aromas, sabores y emociones se complementan.

El reconocido bartender Luca Cinalli, afirma que la tendencia en el mundo de la coctelería es aprovechar al máximo todos los productos que se tengan a la mano, es por esto que ingredientes no tradicionales como frutos, hortalizas, raíces y té se abren paso en la coctelería.

De acuerdo con el experto, se integran también elementos que las personas están más acostumbradas a ver como parte de la cocina y no tanto en las barras, esto para dar sabor o ser parte de la decoración.

“La labor del bartender actualmente, se une al objetivo de generar experiencias sensoriales a otro nivel, los cócteles son parte de una misma vivencia, que incluye el diseño de los restaurantes y bares, así como la atención al cliente, la gastronomía y otros aspectos que hacen que las personas regresen a un lugar”, afirmó Cinalli.

Este italiano amante de la mixología trabaja en uno de los bares más reconocidos de Londres y su nombre y estilo son populares en España, Italia e Inglaterra. Lo anterior, por romper esquemas y realizar mezclas y combinaciones que no todo bartender se atrevería a hacer.

“Creo que Costa Rica tiene un gran potencial y ha mejorado mucho su nivel en el área de la coctelería, sobre todo porque el consumidor ha empezado a interesarse. Lo vital es garantizar un servicio personalizado y profesional desde la barra y saber interpretar los gustos del cliente”, expresó el bartender.

Luca Cinalli visitó Costa Rica para impartir una “master class” a varios bartenders y conversar sobre tendencias e innovaciones, el experto contó en su visita con el apoyo de Pocket Food and Drinks, la división Florida de Vinos y Destilados de FIFCO, Diageo y el Hotel Casa Conde.



Luca Cinalli, bartender italiano.



EXPO Bares

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

11-13 de Junio 2019
Pedregal, Costa Rica

www.exphore.com/expobares

revistaapetito@ekaconsultores.com Tel: (506) 4001-6722



Repostería libre de gluten

Repostería congelada dulce y salada de origen francés y libre de gluten es parte de la novedad que tiene Delika para el sector gastronómico y hotelero, estos productos de la marca Bridor vienen en su propio empaque, el cual resiste el proceso de calentamiento y evita la contaminación del producto.

Delika

Teléfono: + (506) 2239-1019



Menos calor con esponja Hydro Cool

Serta cuenta como novedad con el tratamiento de esponja Hydro Cool que permite que la esponja se mantenga fresca pese a ser un poliuretano que normalmente es caliente. Esta alternativa es hipoalérgica y dura toda la vida útil del colchón. El sistema de frescura garantiza mayor descanso y confort a los huéspedes sobre todo en zonas costeras.

Serta Centroamérica

Teléfono: + (502) 2429-4700



Hornos ideales para espacios pequeños

Hornos italianos marca UNOX. Estos equipos cuentan con tecnología de auto lavado para garantizar inocuidad, además son ideales para negocios que cuentan con espacios reducidos ya que en un mismo equipo se pueden lograr acabados de parrilla, plancha, asado, entre otros.

Tips

Teléfono: + (506) 2543-2100



Nuevos equipos para lavandería marca Unima

La empresa Uniwasher incluyó en su línea de equipos para lavado y secado industrial las máquinas de la marca Unimac. Estos equipos cuentan con tecnología para lograr reducción de costos y mejora de rendimiento. Las lavadoras garantizan máximo proceso de enjuagado y las secadoras evitan el sobresecado.

Uniwasher

Teléfono: + (506) 2261-6539



Salsa picante presentación Galón

Zazel estrenó este año la salsa diablo estilo marinador en presentación de un galón especial para negocios gastronómicos y hoteleros. La misma es sin gluten y baja en azúcar; además es ideal para maridar carnes y alimentos y equivale a aproximadamente 14 envases de la única presentación con la que contaba la marca.

Zazel

Teléfono: + (506) 2221-3941



Proveedores preocupados por casos de restaurantes morosos

“Cría fama y échate a dormir” dice un refrán, algunos empresarios gastronómicos no están dando la cara ante sus deudas y los proveedores ya los tienen identificados

Por: Arleth Badilla Morales

Cerrar un negocio o quedar en la quiebra no es una situación en la que nadie quiera estar o haya llegado por gusto, sin embargo, dar la cara ante la realidad es una alternativa que podría ayudar a que los demás traten de entender mejor por lo que se está pasando, más aún si es un proveedor al que se le debe dinero.

Varios proveedores del sector gastronómico han tenido que lidiar con el tema de que alguno de sus clientes no pueda asumir la deuda que tiene con ellos, cuando es por una situación crítica, se trata de llegar a algún arreglo de pago, pero cuando un empresario simplemente no quiere pagar y se esconde, las cosas se ponen más intensas.

Sin importar cual sea el escenario llevar la deuda a cobro judicial es la solución menos favorable para los proveedores, pues en estas instancias se pueden tardar meses o hasta años, si es que se logra recuperar el dinero. Acorde con Adrian Goldgewicht, gerente general de Tips, su empresa no ha escapado a esta amarga experiencia y la situación ha ensanchado la lista de clientes morosos y los ha llevado a tomar medidas como extender los tiempos de pago.

“Clientes que históricamente se han caracterizado por ser buena paga y puntuales se han convertido en morosos y esto nos ha obligado a llevar a cobro judicial a clientes y a amigos, todo con el fin de no perder el dinero. La gente se sorprendería de saber el nombre de los restaurantes que no pagan sus cuentas”, manifestó Goldgewicht.

Un nombre manchado empieza a encontrar puertas cerradas

Según los proveedores una persona que empieza a relacionar su nombre

con deudas pendientes y problemas de pago experimenta problemas en el futuro para desarrollar nuevos negocios, pues esto les limita la posibilidad de crédito.

Recoger los equipos tras no recibir los respectivos pagos no es la mejor opción según los proveedores, pues esto implica para ellos un gasto para poner el equipo en óptimas condiciones y venderlo como usado.

Consejos para no convertirse en uno de los morosos

Los proveedores recomiendan a los restauranteros asumir deudas solo si lo que requieren es vital para sus operaciones o para mejorar sus servicios y aumentar las ganancias. Además, analizar sus gastos e ingresos para saber si pueden hacer frente a la deuda.

Tratar de tener deudas con un mismo proveedor que pueda dar respuesta a sus necesidades y no “enjaranarse” con varios a la vez. Sumado a esto, en caso de no poder realizar los pagos lo recomendable es dar la cara, explicar la situación actual y tratar de llegar a un arreglo de pago.

Otro consejo que brindan los proveedores es tener cuidado con los distribuidores y fabricantes a los que los empresarios les compran equipo o accesorios, pues son revendedores y a muchos de ellos los tienen identificados como los principales morosos.

Lo mejor es visitar las plantas, conocer al distribuidor y asegurarse que cuente con la capacidad financiera y de respuesta ante cualquier eventualidad con el equipo, pues se reportan casos de empresas de este tipo que constantemente cierran, cambian de nombre y vuelven a abrir bajo otro nombre para evadir responsabilidades.



Las máquinas de Sportec garantizan ahorro de energía a los hoteles debido a su tecnología que les permite generar energía utilizable.

Gimnasios sostenibles para el sector hotelero

Las máquinas de ejercicio SportsArt no necesitan energía para operar y garantizan funcionalidad y ahorro a los hoteles

La empresa Sportec Fitness Equipment, reconocida en el mundo del fitness de Costa Rica, se convirtió en distribuidora exclusiva de SportsArt, proveedor de equipos para ejercicio que no consumen electricidad en su funcionamiento, lo cual representa ahorro de energía para los negocios de hospitalidad.

Esta compañía fabricante cuenta con presencia en más de ochenta países alrededor del mundo y sus 41 años de experiencia, le permiten contabilizar alrededor de cincuenta mil clientes satisfechos con sus alternativas sostenibles de equipo para realizar actividad física.

Gran cantidad de hoteles en todo el mundo se han unido a la iniciativa de trabajar para lograr que sus operaciones sean cada vez más verdes. El uso de máquinas que no consumen energía eléctrica en los gimnasios es parte de estas acciones.

Los equipos SportsArt se caracterizan por transformar la energía humana y convertirla en electricidad utilizable, lo cual contribuye a disminuir el consumo eléctrico de los hoteles, lo que se refleja en ahorro.

De acuerdo con Horacio Fonseca, gerente general de Sportec Fitness Equipment, además del aporte a la economía del hotel, estas máquinas

permiten satisfacer las necesidades de huéspedes cada vez más conscientes del impacto ambiental y el cuidado del planeta.

“Nuestra oferta de máquinas les permiten a los hoteles atraer a ese importante y creciente mercado de huéspedes, en cuyas preferencias se ha posicionado la idea de alojarse en hoteles que practiquen medidas eco ambientales en beneficio del planeta”, expresó Fonseca.

Equipos doble propósito: ahorro y generación de energía

Los negocios hoteleros ya pueden adquirir en el país tecnología de última generación para sus gimnasios, esto con equipos de energía renovable. Un ejemplo, para entender los beneficios que los equipos SportsArt pueden brindar, es el siguiente, una caminadora de tecnología verde puede generar hasta 200 vatios por hora, lo cual equivale a cinco horas de electricidad de una laptop, que requiere aproximadamente 40 vatios por hora para funcionar.

Otro ejemplo, podría ser que esta misma caminadora puede generar la energía necesaria para que un televisor pantalla plana de 27 pulgadas se mantenga encendido por más de dos horas. En resumen, estos gimnasios, no solo no utilizan la electricidad del hotel para funcionar, sino que por el contrario generan electricidad gratuita.

Costa Rica destaca a nivel internacional por promover el uso de energías renovables y por ser un país que ejecuta acciones verdes y busca en todo momento cuidar el planeta, lo cual atrae a muchos turistas de distintas partes del mundo, quienes desean practicar un turismo amigable con el ambiente.

“Los hoteles del país deben contemplar la posibilidad de satisfacer a aquellos huéspedes que desean mantener su rutina de entrenamiento o rehabilitación mientras viajan, eso sí, generando energía renovable y disminuyendo su huella de carbono”, afirmó Fonseca.

Sportec Fitness Equipment comercializa las líneas “Eco Power”, “Natural” y la gama convencional de equipos. Empresas como los gimnasios MultiSpa, ya cuentan con la tecnología de estos equipos como parte de sus operaciones.

Sportec Fitness Equipment
Teléfono: + (506) 2228-0811



SportsArt

THE GREEN FITNESS COMPANY

CAMBIE EL MUNDO, UN ENTRENAMIENTO A LA VEZ // POTENCIE UN MOVIMIENTO



PROPORCIONE EN LOS GIMNASIOS DE SU HOTEL UNA EXPERIENCIA DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO CON TECNOLOGÍA VERDE SOSTENIBLE QUE LE PERMITIRÁ ATRAER MÁS CLIENTES, INCREMENTAR LA OCUPACIÓN DEL HOTEL Y POR ENDE OBTENER MAYOR LEALTAD EN SUS INVITADOS

La tecnología de los equipos de Cardio SportsArt ECO-POWR™ permite convertir las calorías producto de la energía humana en kilovatios de electricidad para disminuir así el consumo energético del hotel y por ende su huella de carbón. Todo dentro un diseño elegante y moderno de equipos.

¿Cómo está equipada su instalación para acomodar esta tendencia?

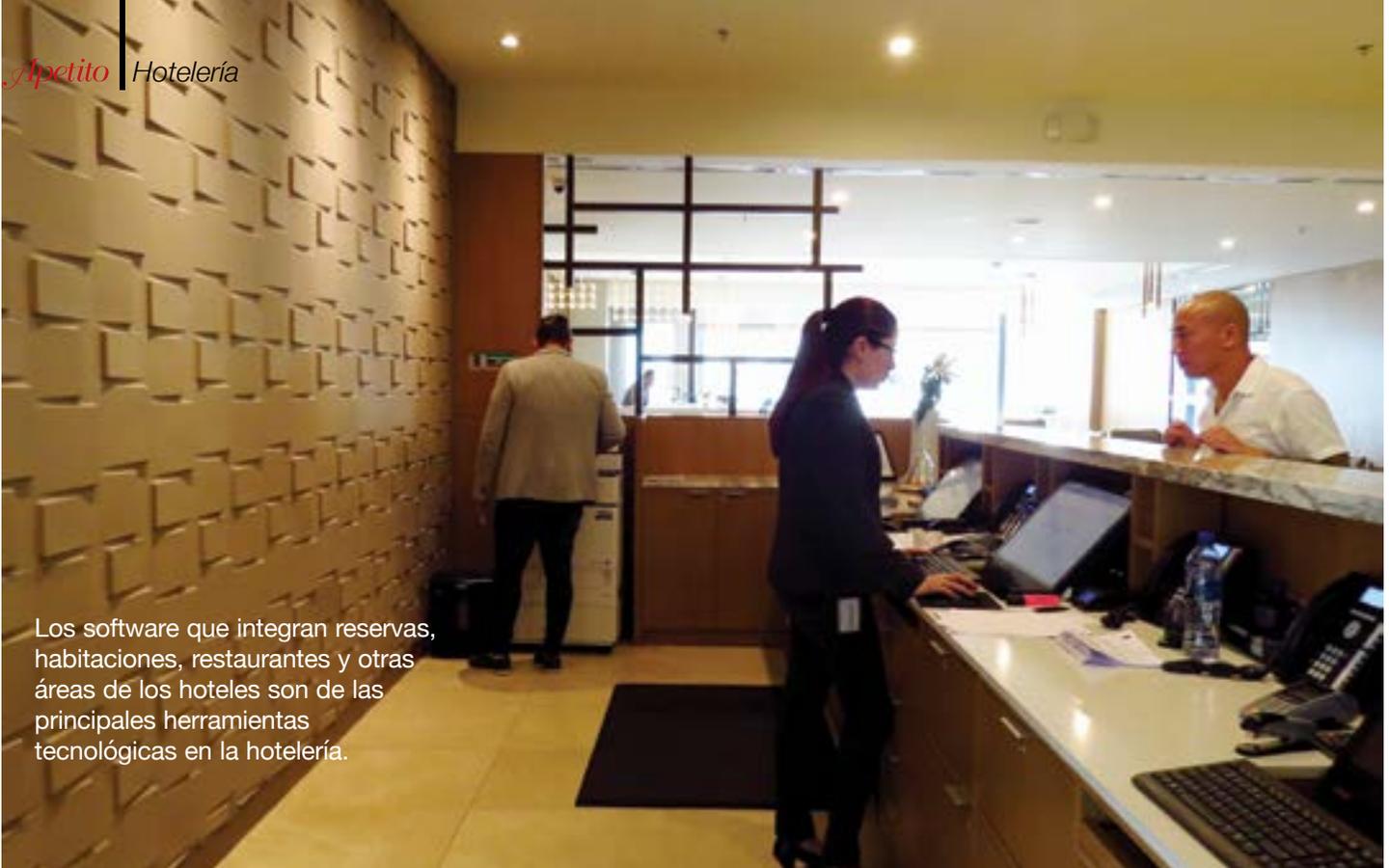


SPORTEC
—THE FITNESS SPECIALIST—

HORACIO FONSECA G. | GERENTE GENERAL | FITNESS EQUIPMENT S.A.
CENTRO COMERCIAL PLAZA ITSKATZÚ LOCAL # 109
TEL: (506)2228-0811 EXT 103 | CEL: (506)8866-2828 | WWW.SPORTEC.CR

GOSPORTSART.COM | 1.800.709.1400
DISEÑADO POR CRISTIANO MINO





Los software que integran reservas, habitaciones, restaurantes y otras áreas de los hoteles son de las principales herramientas tecnológicas en la hotelería.

¿Cuál tecnología están usando los hoteles para mejorar la rentabilidad y eficiencia?

Por: Arleth Badilla Morales

Equipos, software y sistemas de automatización permiten a los hoteles hoy en día estar a la vanguardia y lograr más reservas

Permite ahorro de energía y de costos, facilita las labores de altos mandos y personal en general, garantiza automatización de sistemas e integra áreas y departamentos de los hoteles para tener información actual y veraz, la tecnología se ha ganado, sin duda, un espacio importante en la operación hotelera.

De acuerdo con Sofía Hon, gerente y anfitriona de Apartotel La Sabana, la tecnología impulsa una mejor comunicación y control a lo interno de los hoteles. Por otro lado, al menos en el caso de Apartotel La Sabana, un 95% de las ventas ingresan mediante algún dispositivo tecnológico.

Este hotel utiliza un software para reservas y facturación de diseño y producción nacional llamado Front Desk, el cual es desarrollado por la empresa Altiva Soluciones.

“Lo que nos diferencia en esta área de tecnología es que tenemos implementado un sistema de indicadores operativos a todo nivel, esto mediante el uso de tablets en todos los puestos de trabajo, mismas que alimentan una matriz de indicadores ubicados en la nube”, expresó Hon.

Según la gerente, la idea es que cada colaborador tenga claro cómo impactan sus actividades los objetivos del Hotel. Dicho sistema de indicadores fue diseñado por el equipo del lugar, esto tras participar en una mentoría ofrecida por el BAC San José.



Sofía Hon, gerente y anfitriona de Apartotel La Sabana.

Google Docs para las aplicaciones en la nube, Apple para las tablets y sus sistemas operativos y Altiva Soluciones para el software de reservas y facturación, son los principales proveedores de tecnología de Apartotel La Sabana.

Necesidades actuales en temas tecnológicos

Para la gerente de Apartotel La Sabana una necesidad vigente es una herramienta que les permita realizar un seguimiento correcto, el cual presente reportes para analizar tendencias y resultados, lo cual pueda impactar positivamente su posición y alternativas en el mercado.

De igual forma, enfrentan limitaciones en cuanto a los reportes que generan utilizando su software actual de reservas y facturación. Lo cual limita el análisis de resultados y posteriores decisiones en la operación comercial.

Este Hotel, se encuentra abierto a analizar opciones de proveedores que puedan facilitarles esos servicios y así alcanzar de manera más ágil sus objetivos operativos como negocio de hospitalidad.

Conexión entre el restaurante y la recepción

El AC Hotel Escazú se vale de varias herramientas tecnológicas, una muy valiosa es el software de Micros utilizado en el área del restaurante, el cual les permite llevar control de las ventas y brindar un servicio más ágil a los clientes y huéspedes.

Según Ismael Morales, gerente general del AC Hotel, este software con una interfaz renovada, permite que el salonerero pueda comunicarse desde el salón hasta la cocina sin tener que trasladarse, esta herramienta es facilitada al hotel por el proveedor de tecnología Pospan.

“Dicho sistema interconecta el restaurante y la recepción, así que podemos cruzar también los pedidos a la habitación o en el caso de nuestra propiedad hermana Residence Inn, nuestros huéspedes pueden visitar los restaurantes de ambos hoteles y el software nos permite brindarles esta posibilidad y llevar un control preciso”, manifestó Morales.

La cocina no escapa a la era tecnológica y por el contrario se vuelve un laboratorio de trabajo para equipos como Rational, utilizados por el AC Hotel. Estos equipos permiten cocinar de forma simultánea hasta cuatro alimentos, además los equipos MerryChef, que facilitan paneles con tiempos de cocción, garantizan precisión en la preparación de los alimentos.

Equipos Nieto y Tips son los proveedores de tecnología para la cocina del AC Hotel, por su parte, los equipos de automatización para tv, sonido y luces, los cuales permiten controlar estos servicios según la necesidad de cada momento y lograr ahorro de energía, son facilitados por la empresa internacional Play Network.

Para Morales la tecnología es vital en el día a día de un hotel, pues permite ahorrar costos, tener un mayor control del movimiento general de la propiedad y lo más importante, garantiza al gerente o encargados de área tener resultados a la vista por canales digitales para poder tomar decisiones siempre con datos actuales.



Ismael Morales, gerente general del AC Hotel, Escazú.



Los equipos Rational son de gran utilidad en la operación y versatilidad de la cocina de AC Hotel.

Mejorar la experiencia de los huéspedes y la labor de colaboradores

En el Hotel Presidente utilizan el Property Management System llamado Opera, el cual es una herramienta para operación hotelera. Esta alternativa tecnológica genera facturación, control de reservaciones, asignación de habitaciones, interfaz de teléfonos y emisión de reportes estratégicos.

De acuerdo con Daniel Mikowski, director del Hotel, esta herramienta adicionalmente cuenta con un interfaz automático con canales de reservaciones online y permite automatizar la generación de llaves para cerraduras electrónicas y rastreo de pasaportes para la rápida inclusión de datos de los clientes. “Para nosotros la tecnología es vital, pues nos da la capacidad de agregar valor a los clientes mejorando su experiencia y a la vez, facilitar la labor de los colaboradores. Otro aspecto importante es lograr cumplir con los múltiples requerimientos de las autoridades”, afirmó Mikowski.

Dicho Hotel trabaja con proveedores como Codisa, Oracle, CMA y Luminet y como parte de sus operaciones, busca constantemente herramientas tecnológicas que les ayuden a mejorar los procesos de reclutamiento e inducción.



Daniel Mikowski, director del Hotel Presidente.



5 millones de personas pasaron por el aeropuerto

Por: Arleth Badilla Morales

Equipos, software y sistemas de automatización permiten a los hoteles hoy en día estar a la vanguardia y lograr más reservas

Alrededor de veinte mil pasajeros circulan diariamente en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, esto para abandonar o abordar alguno de los más de 120 vuelos que aterrizan o despegan del recinto, el cual es administrado por Aeris.

Más de cinco millones de personas pasaron por el principal aeropuerto costarricense en 2018, para este año se reporta un aumento del 5% en los turistas que ingresaron al país en los primeros dos meses, lo cual cumple con las expectativas de atracción que se tienen para este año.

Con el fin de ofrecer una mayor y más moderna gama de servicios a todos los usuarios del Aeropuerto, en enero anterior se inauguró el Bloque Víctor, un espacio que cuenta con cuatro salas de abordaje, una sala para mascotas, un área VIP que cuenta con un espacio para niños, una cafetería Britt y un Bar Imperial.

De acuerdo con Rafael Mencía, director ejecutivo de Aeris, este nuevo bloque de 6800 metros cuadrados, es un espacio moderno que ofrece a los pasajeros los servicios de alimentación y bebida muy cerca de su puerta de abordaje, además, cuenta con varias características que lo hacen atractivo para los viajeros millennials.

“La inversión realizada en este bloque, ubicado en la sección oeste, superó los \$17 millones y se tardó un año en el proceso de construcción. Este espacio da respuesta a varias necesidades de los viajeros, como es el caso de aquellos que viajan con mascotas o que disfrutan comer o tomar algo tranquilamente teniendo su puerta de abordaje a la vista”, manifestó Mencía.

Según Guillermo Hoppe, director general de Aviación Civil, actualmente hay 39 operadores aéreos debidamente registrados para operar en Costa Rica y se está en conversaciones para que este año lleguen nuevos vuelos al país.

De acuerdo con Hoppe, otra novedad en el tema de servicios es la nueva terminal doméstica del aeropuerto, la cual se inauguró el año anterior y cuenta con todos los servicios para recibir a turistas nacionales y extranjeros. “Dentro de las aerolíneas locales tenemos tres nuevos operadores que brindan sus servicios en vuelos domésticos, lo que ofrece a los turistas que llegan al aeropuerto las condiciones óptimas para trasladarse a destinos como Quepos, Tambor o Liberia”, expresó Hoppe.

Aeropuerto busca el camino de la automatización

Dentro de los planes para este año destaca la expansión del campo aéreo del sector sureste para facilitar las operaciones de los aviones europeos de cuerpo ancho. Además, según Mencía, en el 2019 se darán los primeros pasos para iniciar la automatización del aeropuerto.



Rafael Mencía, director ejecutivo de Aeris y Guillermo Hoppe, director general de Aviación Civil.

“Cuando se trabaja en la facilitación de pasajeros, siempre se busca hacer más eficientes los procesos migratorios sin poner en riesgo el factor seguridad. Queremos contar con mecanismos electrónicos que ayuden a verificar la documentación de las personas, como ya pasa en muchos otros aeropuertos de mundo”, afirmó Mencía.

Entre un 25% y un 30% de los viajeros que entran y salen del país son costarricenses, es por esto que el proyecto del pasaporte digital para los nacionales es otra de las iniciativas que se une a este plan de automatización, que busca agilizar el movimiento de viajeros dentro del aeropuerto



¿Cuáles son los efectos e implicaciones del IVA en el sector turismo y gastronómico?



Por: Ricardo Valverde, consultor de la división de Impuestos & Legal de Deloitte.

Por: Arleth Badilla Morales

Según Ricardo Valverde, consultor de la división de Impuestos & Legal de Deloitte, la reforma tributaria que entrará a regir el 1 de julio tendrá repercusiones directas en el sector turismo

La Ley del Impuesto sobre el Valor Agregado determina un impuesto sobre todos los servicios y la venta de bienes, específicamente para el sector turismo, la Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas establece en su transitorio IX que los servicios turísticos prestados por aquellos contribuyentes registrados ante el Instituto Costarricense de Turismo estarán exentos durante el primer año de vigencia de la ley.

Lo anterior, comprende el periodo del 1 de julio del 2019 al 1 de julio del 2020. Durante el segundo año de vigencia los servicios del sector turismo, estarán sujetos a una tarifa del 4%, en el tercer año de vigencia, estarán sujetos a una tarifa del 8% y finalmente, durante el cuarto año de vigencia estarán sujetos a la tarifa regular del IVA, es decir, a un 13%.

Según Ricardo Valverde, consultor de Deloitte, el transitorio dispone que los servicios que ya se encontraban sujetos al Impuesto General sobre las Ventas no disfrutaran de los beneficios descritos anteriormente. Esto significa que los hoteles y restaurantes no se beneficiarán de esta disposición en virtud de que actualmente se encuentran sujetos a ventas y su tratamiento no variará mucho.

“Para la actividad de hotelería y gastronomía, el IVA tendrá un efecto neutro ya que anteriormente ambas actividades se encontraban sujetas al Impuesto sobre las Ventas. Sin embargo, uno de efectos positivos es el reconocimiento de crédito del IVA soportado en servicios contratados. Ahora los contribuyentes de IVA podrán reconocer el IVA pagado en servicios que normalmente no estaban gravados como crédito para la determinación del nuevo IVA”, expresó Valverde.

Es importante mencionar que existen diversos artículos transitorios de la reforma que requieren atención especial para su implementación. En ellos se establece cómo se implementará el nuevo periodo fiscal, cuándo entrarán a regir las distintas tarifas del IVA y obligaciones de inscripción y presentación de declaración de ampliación de actividades.

De acuerdo con el experto, lo ideal es que los contribuyentes busquen quien les asesore en la materia para no cometer errores en la implementación de todos los cambios introducidos por la Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas.

“Existe mucha “letra menuda” que requiere atención y cuidado. Todas las empresas son diferentes y necesitan atención personalizada y especial para entender cuáles serán los impactos directos que enfrentarán con la entrada en vigencia de la presente reforma fiscal”, afirmó Valverde.

Algo que es rescatable para el sector turismo dentro de los cambios, es la introducción de una nueva escala progresiva del impuesto sobre las utilidades para favorecer a las pequeñas y medianas empresas.

Deloitte

Teléfono: + (506) 2246-5027



Consejos para abrir un restaurante



Por Fabricio Mengarelli
Gerente Chef Consultor
Mi Gastronomía
www.migastronomia.com
info@migastronomia.com

En muchas oportunidades como Chef consultor me encuentro con esta pregunta que me formula la gente con proyecto de abrir su propio Restaurante: ¿que se necesita o que hay que tener en cuenta para abrir un restaurante? No quiero llenar de dudas con este artículo, pero si lo que debo hacer es advertirte cuales son los puntos los cuales no puedes pasar por alto que son de suma importancia. Abrir un restaurante puede ser muy agobiante, aquí te dejo una pequeña guía para ayudarte en ese proceso.

Es importante tener un plan de negocio claro

Un plan de negocio es especialmente útil para los nuevos empresarios de restaurantes. Cuando estés recopilando información para crear tu plan de negocio, puedes encontrarte con problemas que no habías considerado previamente, como la concesión de licencias, normas sanitarias y leyes fiscales. Infórmate sobre todo lo necesario para crear un buen plan de negocio y evitar sorpresas.

Cuando hagas el plan de negocio, no olvides desarrollar un modelo de negocio también.

Es un tema que siempre enseño en el Curso Gestión de Restaurantes y los alumnos están encantados con conocer esto, ya que generalmente no se hace un plan, ni se desarrolla un modelo de negocio y este fallo puede ser mortal para un negocio, más con toda la competencia que hay.

No crear un menú propio

Cada restaurante debe entender cuál es el mejor menú para el cliente objetivo que quiere tener. Olvídate de esos menús puzzle, un poco de esto, un poco de aquello, este plato me gusta a mí, este a mi hijo.

Mientras más conceptualizado tu menú, mucho mejor será para tu restaurante. La gente necesita ir a restaurantes con identidad propia, que se respire un aire fresco y único, con sabores definidos y con un sello de la casa. Siempre piensa en tu cliente a la hora de crear un menú.

Pensar que los clientes llegarán sin más a tu restaurante

Otro error muy común a la hora de abrir un restaurante es pensar que los clientes llegarán solos.

Muchas personas piensan que, al abrir el restaurante, la gente que pasa por la puerta entrará y les encantará la carta y el concepto y que esto se multiplicará día a día. Muchos antes de abrir ya piensan en franquiciar, porque será tal el éxito que quieren tener muchos restaurantes por el estilo.

Pero tener clientes no es fácil. Ojalá fuera así de sencillo. Para tener clientes, hay que tener una propuesta atractiva y, sobre todo, trabajar mucho para tener nuevos clientes y retener a los que van llegando. Para eso hay que utilizar estrategias de marketing para restaurantes constantemente. Sin aplicar marketing para restaurantes será imposible tener clientes

No tener en cuenta la ubicación del restaurante

Antes de crear un plan de negocios, crear la carta, o solicitar un préstamo

al banco, debes decidir dónde exactamente se va a situar tu restaurante. La ubicación de un restaurante es tan crucial para su éxito como una buena comida y un buen servicio. Muchos no tienen inclusive en cuenta el tema del parqueo.

No tener claro el concepto de tu restaurante

Este clásico error a la hora de abrir un restaurante está muy ligado al anterior.

Nada hay nada más frustrante para un cliente que el concepto del restaurante no esté claro. Especializarse y tener un concepto es una carta ganadora a la hora de abrir un restaurante.

Un restaurante, al entrar en él, el cliente tiene que sentir que le están contando una historia. Que hay una coherencia entre la carta, la decoración y el servicio. Sin concepto, los clientes se sentirán confundidos y será más complicado que recuerden tu restaurante y lógicamente no queremos que esto suceda para que te recomienden y vuelvan una y otra vez.

Piénsalo dos veces antes de contratar a amigos

A pesar de que hay muchas empresas familiares exitosas, incluyendo restaurantes, debes tener cuidado a la hora de contratar a familiares y amigos. Ya que la relación que tengas con ellos cambiará cuando te conviertas en su jefe. Lamentablemente trabajar con la familia y amigos no es nada aconsejable, porque los problemas se multiplican.

Si no tuvieras otra opción que contratar familia y amigos, al menos formarlos y dales directrices claras. Ten mucho cuidado en este punto, porque es buscarse muchos problemas, antes de comenzar.

Estudiar mal a la competencia

A menudo, las personas que quieren abrir un restaurante miran a los otros restaurantes con una mirada demasiado crítica. "Yo puedo hacer mejores platos que aquí." "Sí este restaurante fuese mío, nunca tendría una pantalla en el bar."

No gastes tu tiempo en mejorar otros restaurantes y poner esas mejoras en el tuyo. Posiblemente estarías aportando a tener un restaurante con un concepto puzzle. Además ten cuidado con copiar. Si te fijas, la mayoría de nuevos restaurantes que se abren, son copias de otras que ya funcionan.

Al estudiar la competencia, pregúntate:

¿Por qué la gente viene aquí?, ¿Qué les atrae?

Cuando lo encuentres, piensa en cómo podrías llevarlo a tu propio restaurante, o mejor aún, hacer algo único que nadie más ofrece.

El personal no se maneja solo

Muchas de las personas que quieren abrir un restaurante piensan que el tema del personal es el último para tener en cuenta, ni le dan importancia a la selección, ni a la formación continua ni a su dirección. El personal no se maneja solo, hay que darles directrices claras si quieres tener un restaurante sin conflictos y que sea eficiente.

El 10 % de servicio y lo nuevo que trae



Por: Lic. Marco Vargas Siles,
Contador Público-
Especialista en Materia
Tributaria.
Socio de firma Vargas
Vargas & Asociados.
marco.vargas@cftvyv.com

¿Se constituye como ingreso para el patrono? ¿Forma parte de la base del cálculo del impuesto general sobre las ventas? ¿Cómo se debe incluir en la factura electrónica?

El 10% al servicio que todos los restaurantes deben cobrar cuando se da un servicio en mesa tomó un giro importante mediante la ley 9116 “Ley para proteger el empleo de los saloneros y meseros”. Antes de la citada ley existía mucha incertidumbre ya que diversas autoridades habían señalado que dicho pago era de naturaleza salarial, aspecto que la ley 9116 vino a resolver indicado en su artículo 1 “(...) En ambos casos, por tratarse de retribuciones económicas pagadas por un tercero ajeno a la relación laboral entre el saloner o mesero y su patrono, dichas sumas no constituirán parte del salario ni se considerarán para el cálculo y pago de cargas sociales y prestaciones laborales que deba cubrir el patrono. No obstante como cualquier nueva norma la misma generó una serie de nuevas inquietudes, entre las cuales la más importante es, sí esta nueva ley habilita o da la repartición de este cargo a favor de los saloneros y a otros de los colaboradores del restaurante. Aunque justifica y por razonabilidad parecía un cambio prudente considerando que el servicio de un restaurante no solo depende de los saloneros sino también de los cocineros, pileros y todo aquel personal que apoya en el servicio a los clientes, sin embargo dicho cambio esperado no se llevó adelante, de tal forma que sigue siendo un cargo exclusivo a favor de los saloneros.

A partir del 2018 se le adiciona a este cargo un nuevo ingrediente y es la factura electrónica como mecanismo fiscal de control y la obligación de reportar dicho cargo de forma electrónica a la Administración Tributaria. Este tema ha generado muchas dudas en función de que la factura electrónica no contemplaba un espacio específico para reportar este cargo, asimismo se emitió diversa jurisprudencia por parte de la Administración Tributaria en la que a otros agentes económicos se le señaló la obligación de reportar cargos adicionales a sus ingresos tales como los agentes aduanales que estaban acostumbrados a cobrar en la factura una serie de cargos que no tenían que ver con sus ingresos, como otros ingresos.

No obstante, en una reciente consulta (DGT-190-2019 del mes de febrero del 2019) a la Administración Tributaria se aclararon una serie de temas que habían generado amplias dudas, entre las cuales se externaron temas como si el 10% de servicio se constituía como ingreso para el patrono, si el 10% formaba parte de la base del cálculo del impuesto general sobre las ventas, cómo se debe incluir el 10% en la factura electrónica.

Referente a sí es ingreso para el restaurante el cargo del 10% de servicio, la Administración Tributaria señala que no lo es y más bien que es una remuneración a favor del saloner. En otras palabras un pasivo, el otro aspecto relativo a sí forma parte de la base imponible del impuesto general sobre las ventas, para lo cual se hace un análisis de la base imponible de los servicios concluyendo algo novedoso al señalar que forman parte de la base imponible los tributos que se deriven de la operatividad del servicio brindado. **Concluyendo que el 10% es un cargo fuera del ámbito**

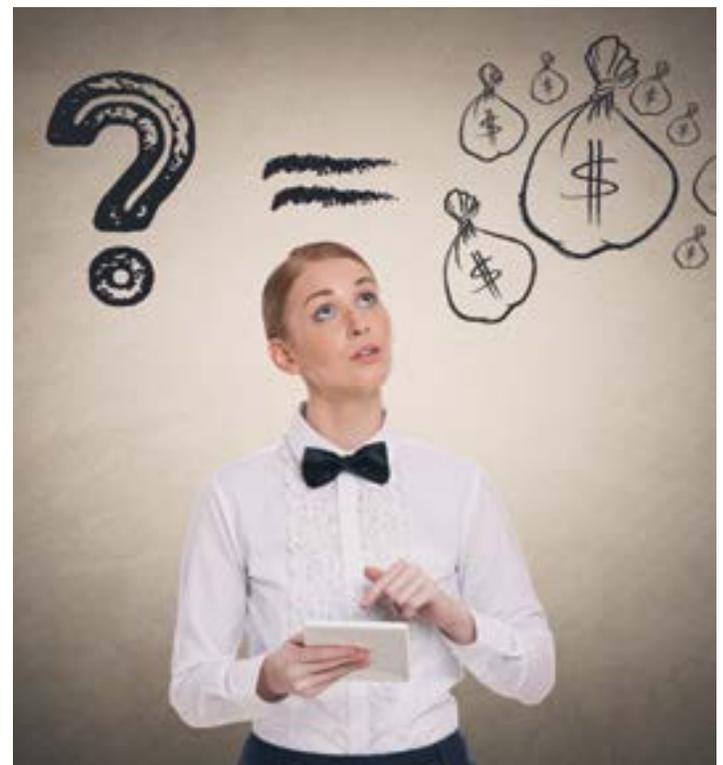
operativo sino más bien que esta se externaliza entre una relación entre los meseros y el consumidor de tal suerte que el 10% no forma parte de la base imponible del impuesto general sobre las ventas.

¿Se debe reportar en la factura electrónica?

Es importante señalar el texto del oficio para total claridad:

- No se debe de utilizar el nodo de código producto o servicio.
- En el nodo de “Cantidad” uno, lo cual es la cantidad de la remuneración que se están cobrando
- En la unidad de medida al no ser un producto o servicio se debe de utilizar “Otros”
- En el nodo “Detalle” se debe de indicar el nombre de la remuneración, “Servicio 10%”.

Asimismo, el indicado oficio hace la advertencia de que la factura electrónica va a sufrir modificaciones en el corto plazo, aspecto que en conversación con él responsable del proyecto dentro de la Administración Tributaria nos señala que dentro de los futuros cambios se encuentra un espacio específico para este cargo.



Operar sin utilizar plástico parece un reto difícil de asumir

¿Qué están haciendo los empresarios para bajar su consumo?

Por: Arleth Badilla Morales

Costa Rica lanza al mar por día, según datos del gobierno, cerca de 400 toneladas de plástico, material que contamina los océanos y causa problemas en la salud pública, esto sin dejar de lado los 500 o más años que el plástico puede mantenerse en el ambiente.

Operar sin utilizar plástico parece un reto difícil de asumir, pues se utiliza en empaques, recipientes, bolsas, utensilios y gran cantidad de objetos que se han vuelto básicos en la vida diaria de las personas y la operación de distintos negocios e industrias.

Pese a lo anterior, y debido al llamado internacional constante que evidencia lo nocivo que este material puede ser para el ambiente, existen gran cantidad de países, empresas y negocios que han decidido decirle sí al reto que representa no utilizar plásticos de un solo uso.

Hotel Courtyard Alajuela: El reto son los costos

En el Hotel Courtyard Alajuela se han venido ejecutando acciones para eliminar el uso de plástico desde el 2017, entre ellas la sustitución de empaques para llevar por empaques compostables, las pajillas son biodegradables y los removedores de madera.

En las habitaciones se ejecutó un cambio importante desde el año anterior, ya que se colocaron dispensadores de mayor capacidad para las amenidades, los cuales reemplazan cerca de veinte envases de los que se utilizaban antes. Según Karol Hernández, coordinadora de sostenibilidad del Hotel, en el buffet ya no ofrecen yogurt individual, sino que hay un recipiente de vidrio desde donde los huéspedes se pueden servir; además en los eventos que se desarrollan en el hotel no se dan botellas de agua a los participantes, el líquido se sirve en picheles.

“Para este año tenemos el proyecto de empezar a ofrecer pajillas comestibles, asimismo, vamos a cambiar las bolsas de lavandería de las habitaciones

que son de plástico biodegradable por bolsas de tela”, manifestó Hernández. Ecosunrise es uno de los principales proveedores de productos verdes del hotel, el cual trabaja también de la mano con la comunidad brindando charlas de sensibilización y en conjunto con el proyecto “Camino al Océano” pintan mensajes en las alcantarillas cercanas al hotel para motivar a los vecinos a no tirar basura.

Supermercados se unen a iniciativa y dicen #SinBolsasPorFavor

Desde enero en los supermercados Walmart, Masxmenos, Maxi Palí y Palí se está llevando a cabo la campaña #SinBolsasPorFavor, la cual busca desincentivar el uso del plástico y motivar a los consumidores a usar las bolsas reutilizables.

De acuerdo con Mariela Pacheco, subgerente de asuntos corporativos de Walmart, en cajas se ofrecen solo dos tamaños de bolsas plásticas y son 30% de material reciclado, además cada bolsa plástica tiene desde el 1 de febrero un costo de ₡10.

“En los cuatros formatos de tiendas tenemos varias alternativas de bolsas reutilizables que las personas pueden adquirir para seguir haciendo sus compras sin usar plástico. Estas bolsas tienen distintos tamaños y tienen costos que van desde los ₡300 a los ₡690”, comentó Pacheco.

Adicional a lo anterior, estos supermercados cuentan con un programa de recolección de materiales, dentro del que se incluye el plástico que es utilizado en las operaciones de los supermercados, el cual es enviado como parte de los desechos recolectados.

Sólo el año anterior se lograron reciclar gracias a esta campaña en el país 11 mil toneladas de materiales, entre ellos, cartón, papel, plástico y aluminio, mismos que fueron llevados por los clientes a los puntos de recolección de cada supermercado.



Uno de los principales retos al asumir este cambio son los costos, pues estos materiales son mucho más caros, razón por lo cual las acciones se han ido ejecutando paulatinamente pero de forma constante, sobre todo por la gran aceptación que han tenido entre los huéspedes”. Karol Hernández, coordinadora de sostenibilidad del Courtyard Alajuela.

“Creemos en un modo de vida más sustentable y armónico con la naturaleza, por eso no solo usamos estas alternativas, sino que también las vendemos a nuestros clientes a quienes les ofrecemos pajillas de acero, cepillos de bambú y cosméticos naturales”, Jazmín Elizondo y Laura Flórez-Estrada, propietarias del Restaurante Árbol de Seda.



Andrés Sandoval, chef y copropietario del Restaurante Gallo Rojo, donde utilizan empaques biodegradables para la comida para llevar.

Gallo Rojo no recibe bolsas de plástico de sus proveedores

Los restaurantes también se unen a la revolución que busca dejar atrás el plástico, es por esto que el Restaurante Gallo Rojo ha buscado minimizar el uso de plástico en varias de sus áreas.

Los empaques de comida para llevar utilizados en Gallo Rojo son bolsas de papel, envases biodegradables y cubiertos de madera. Por otro lado, en el bar se hace uso de removedores de madera y pajillas y vasos de cartón, el proveedor de productos biodegradables del restaurante es la tienda Zen Designs.

Para Andrés Sandoval, chef y copropietario de Gallo Rojo, uno de los principales aspectos es trabajar con los proveedores, es por esto que tratan de solicitarles que las distintas bebidas vengan en botellas de vidrio y que no les entreguen mercadería en bolsas plásticas.

Árbol de Seda utiliza y vende productos biodegradables a sus clientes

Las propietarias del Restaurante Árbol de Seda, Jazmín Elizondo y Laura Flórez-Estrada consideran la protección del ambiente una prioridad, misma que viven desde su negocio, es por esto que han reducido el uso de plástico al utilizar bolsas de tela en todas las compras que ellas mismas salen a realizar a distintos lugares para su negocio.

Estas empresarias hacen uso de bolsas de papel y distintos empaques biodegradables para los envíos express que se hacen desde el Restaurante. El proveedor de estos productos es Green Solutions.

En Árbol de Seda los clientes disfrutan los platillos utilizando cubiertos de materiales como madera y bambú y pajillas de papel, desde los inicios del lugar se ha tratado de hacer uso de productos con menor impacto ambiental, pero desde hace aproximadamente dos años estas acciones se intensificaron sobre todo con la oportunidad de hacer más envíos por UberEats.



¿Cuál es el escenario país en esta materia?

Lo más reciente relacionado con la disminución de plásticos de un solo uso en el país es el proyecto de ley presentado por la diputada Paola Vega, quien presentó dicha iniciativa en diciembre anterior en la Asamblea Legislativa con el fin de ponerle fin a los plásticos en Costa Rica.

“Está problemática se ha salido de control, se estima que para el 2050 habrá en el mar más plásticos que peces. Hay que cambiar hábitos de producción y consumo y esto solo se puede lograr a través de incentivos a materiales alternativos y prohibiciones e impuestos que encarezcan los contaminantes”, expresó Vega.

De aprobarse este proyecto, se espera lograr que los precios de la maquinaria para generar productos compostables sean más accesibles, además se plantea poner impuestos a plásticos de un solo uso para crear un fondo de apoyo que mejore las labores de reciclaje y recolección.

Por su parte el ICT puso en marcha una estrategia institucional para la minimización del consumo de plástico, por ello se eliminaron los basureros con los que contaba cada funcionario en su estación de trabajo, para un total de 280. De esta manera, se busca disminuir la producción de residuos y fomentar la correcta separación de los que se generen.

Por otro lado, desde este año, toda actividad patrocinada o apoyada por el ICT, deberá de presentar un plan para el correcto manejo de residuos sólidos y líquidos, donde además se solicitarán acciones referentes a la disminución de plásticos.



Juega para ganar **y** juega seguro



En este negocio, jugar para ganar y jugar de forma segura van de la mano. Cambro puede ayudarlo a fortalecer su proceso de seguridad alimentaria en cada parte de su operación, incluso cuando todo ocurre muy rápido.



Mejora tu juego de seguridad alimentaria hoy

www.storesafe.com

CAMBRO
TRUSTED FOR GENERATIONS™