

# Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Tenedores  
del ICT p 24

Catálogo de  
suministros de  
habitaciones  
p 32



Nuevo  
Presidente  
CANATUR  
p 36

Redes Sociales:  
¿Enemigo o aliado?  
p 38

Especial de Suministros habitaciones

## Diseños para consentir

Le Caméléon y otros hoteles nos dan una  
pincelada de el diseño de sus habitaciones.

P 26

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

Nº. 107  
Junio - Julio 2014

 /Revista Apetito





## Sea el anfitrión perfecto

Promueva su hotel o restaurante como lugar de eventos.  
| Directorio de proveedores de eventos | Calendario de eventos | Noticias |  
Más información: Brandon Obando Tel.: (506) 4001-6741 [brandon@ekaconsultores.com](mailto:brandon@ekaconsultores.com)

**123eventos**.COM  
DIRECTORIO PARA EVENTOS

Una producción de EKA Consultores Intl.



# Xpressnap

## Beneficios extraordinarios



Crea tu propio espacio para la publicidad de tu negocio [www.torkusa.com/adaglance](http://www.torkusa.com/adaglance)

### El sistema de servilletas de más venta a nivel mundial

- ✓ Cuatro sistemas diferentes, ideales para Cafeterías, Restaurantes casuales, Restaurantes de comida rápida y Autoservicios.
- ✓ Sistemas con capacidad de 200 a 900 servilletas, de acuerdo al tipo servicio.
- ✓ La mejor tecnología de empaque que reduce espacio y garantiza la higiene del producto.

### Sistemas de Higiene de alto valor agregado

- ✓ Sin contacto con el dispensador, solo tocas la servilleta.
- ✓ Dispensa una a una las servilletas 100% garantizado.
- ✓ Espacio para la publicidad de tu negocio.
- ✓ Sistema de higiene de alta calidad.



Tork es una marca líder mundial de SCA (Compañía Sueca de Papel) considerada como una de las compañías más verdes del mundo y la número uno en la fabricación de productos de papel. Puede comunicarse con nosotros a los teléfonos 00 506 2201-4413 / 22014435 o escribannos a [infotork.centroamerica@sca.com](mailto:infotork.centroamerica@sca.com) • [www.scacentroamerica.com](http://www.scacentroamerica.com)





**Karl Hempel**  
**Director**  
karl@ekaconsultores.com

En palabras de Don Eduardo Lizano, todos sabemos que la siguiente crisis está a la vuelta de la esquina, pero no sabemos que tan larga es la cuadra. Por eso hay que estar siempre listos y anticipar escenarios adversos. Pero eso no debe ser motivo para olvidar la experiencia de nuestros clientes.

Las organizaciones en el mundo de la hospitalidad y restauración tienen un objetivo que es ofrecer una experiencia a sus clientes y el resultado de esta es, siempre y cuando el precio refleje el valor creado, una rentabilidad para sus accionistas y suficiente dinero para pagar a sus colaboradores.

Viendo el mundo en que vivimos, nos damos cuenta que el viajero ha cambiado sus hábitos. Ahora todo empieza en Google, Facebook, TripAdvisor o alguno de los servicios que encontramos en internet, para decidir adonde ir, qué reservar o que experimentar.

Una vez "ahí", cuando llega, se topa con el servicio, y este, en palabras de Robert Rauch puede ser básico, esperado, deseado o WOW.

Y el viaje no termina, los huéspedes escriben sus columnas o comentarios, muchos le dan "Like", otros comentan y todo se multiplica, ya no por 10 como cuando estábamos en la era de correr la voz, sino por miles o millones ahora en la era del "Me Gusta"

Espero disfruten de esta edición y como siempre agradezco sus comentarios y por supuesto los "Me gusta" en nuestra página de Face ; - ).



## Contenido

### 8. Cartas

#### Aperitivos

10. Hornos que hacen todo.
12. Cemaco adquiere Faro Professional Supplies/ Turismo rural, en desarrollo
14. Nueva opción de cereales/ Transformando espacios
15. La maestría en los cortes
16. Hacia un destino gastronómico sostenible
17. "Antojitos :Nos estamos convirtiendo en verdes
18. Cerdos de la finca a la mesa
19. Un ron conquistador
20. Un buen maridaje griego
21. Diversidad con reconocimiento
22. Apetito en el NRA Show 2014
24. Controversia con premiación de tenedores obliga a realizar cambios
- 26 Especial de suministros para habitaciones de hotel: Diseños para consentir/ Le Caméléon
- 27 Hotel Mangroove: El diseño "Groovy"
28. Hotel Gaia ¡Aquí es de detalles!
30. Four Seasons. Decoración en función autóctona
32. Catálogo de productos: Suministros de habitación
36. Entrevista con el nuevo Presidente de CANATUR
38. Capacitación. Redes Sociales: ¿Enemigo o aliado?
39. El riesgo de usar tapas no adecuadas
40. Un punto de venta en cada habitación
41. Euroalimentos: Llévase un sabor diferente ...



# ¿Calidad en las habitaciones?

Nosotros le ayudamos a conseguirlo

**Belca**

**FOODSERVICE**

Variedad en productos de limpieza profunda para habitaciones, áreas comunes y recreativas.

**BELCA Costa Rica**

Tel: (506) 2509-2000.

1 Km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén. Heredia, Costa Rica

 /Belca CR



Una empresa del Grupo



**Milagro Arias**  
**Editora**  
milagro@ekaconsultores.com

## Quiero que me ayuden

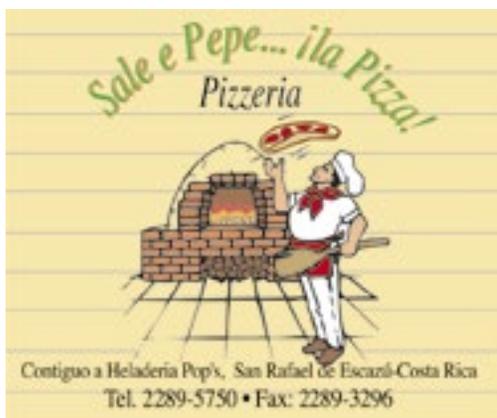
Llegué a un lugar a disfrutar una deliciosa pizza, que confieso me encanta, y como era una ocasión especial, solicitamos al salonero el menú de vinos. Queríamos lo que mejor acompañara nuestra elección. Porque en realidad no tenía el conocimiento adecuado para seleccionar.

La respuesta del salonero me sorprendió, realmente esperaba más, no un "escoja cualquiera todos son buenos". Eso me hizo analizar algo. Me sucedió a Mí y a mi acompañante, pero a cuántas personas les sucede. Y eso además de generar una decepción o cambio mejor de bebida, le resulta al negocio una venta menos.

¿Qué está pasando con la capacitación? Se que a muchos restauranteros se les dificulta enviar a sus empleados a catas de vino, pero y los proveedores no van al restaurante?

Yo pensé que sí, pero situaciones como esa, me confunden y desmotivan.

Yo quiero llegar a un lugar y que me ayuden, me den lo mejor, me inviten a probar, me convenzan de atreverme a la novedad, de qué será mejor, me enseñen a balancear.



### **Presidente**

Karl Hempel Nanne  
karl@ekaconsultores.com

### **Editora**

Milagro Arias  
milagro@ekaconsultores.com

### **Asesor comercial**

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

### **Directora Arte**

Nuria Mesalles J.  
nuria@ekaconsultores.com

### **Diseño y diagramación**

Irania Salazar Solís  
DO2- Design Outsourcing Solutions S.A.  
maguilar@do2cr.com

### **Directora eventos**

Carolina Martén  
carolina@ekaconsultores.com

### **Circulación**

Andrea Moodie  
suscripciones@ekaconsultores.com

### **Colaboradores**

Mariana Sáenz

### **Fotografía de portada**

Cortesía del hotel Le Caméléon

# *Apetito*

La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de  
EKA Consultores Intl.

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

**www.apetitoenlinea.com**



- Revista Apetito
- EXPHORE (Expo Hoteles y Restaurantes)
- Expovino Costa Rica



@revistaapetito  
@expovino

Que lo único que tus manos transmitan sean **salud y bienestar.**

La higiene de manos es una de las principales formas de prevenir la propagación de enfermedades transmisibles. El jabón herméticamente cerrado proporcionan una clara ventaja sobre los jabones a granel debido a que no están sujetos a contaminación y no pierden su potencial.

Además, los sistemas que dispensan el jabón herméticamente cerrado, reduce la cantidad de uso proporcionando ahorros en dinero. **Sabías que se puede ahorrar al menos un 55% en costo**

### Sistemas de jabón en Espuma Manual

El balance perfecto entre valor y calidad



### Sistemas Electrónico para jabón en Espuma Autofoam

Sistema inteligente y seguro.



### Sistemas de Jabón en Spray

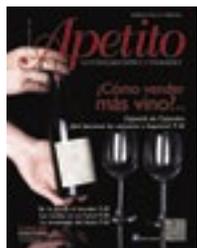
La mejor opción de costo en uso



Anúnciense en Apetito y reserve su stand en Exphore 2015



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



14.153

personas han leído esta edición digital en [www.apetitoenlinea.com/digital](http://www.apetitoenlinea.com/digital)

Suscríbase a la edición digital gratis

Tel.: (506) 4001-6724  
escribanos a [suscripciones@eka.net](mailto:suscripciones@eka.net)

## Cartas

### Distribución de Vinos

Estoy interesado en distribuir vinos en la zona de Quepos y también en el GAM. Tengo capacidad de almacenamiento en Cartago.  
Iñigo Fernandez Arrizabalaga  
[ifdzarri@gmail.com](mailto:ifdzarri@gmail.com)

### Vino Chileno

Somos representantes de una empresa que produce un excelente vino Chileno, pero buscamos distribuidores, si están interesados favor enviarme un correo a [rbonilla@qlcr.com](mailto:rbonilla@qlcr.com) o al Tel.: 8346-9947  
Rebeca Bonilla.

### Capacitación

Estoy por abrir un restaurante con un concepto cafetería europea y me interesa capacitarme mucho en maridaje de vinos, y hasta de café y chocolate. Mi correo [ptmontero@gmail.com](mailto:ptmontero@gmail.com)  
Patricia Montero

### Botellas reciclables

Hola, vi una información en el sitio web de apetito en línea sobre las botellas de agua que se transforman en techos de plástico y me interesa mucho conocer más sobre este producto. Quisiera me envíen más información sobre las tejas de reciclaje a mi correo.  
Estefanie Sánchez  
[estef-san@hotmail.com](mailto:estef-san@hotmail.com)

## Encuentre ejemplares de Apetito en nuestros puntos de distribución



**Equipos para la Industria Gastronómica**

Asesoría - Diseño - Fabricación a la Medida - Refrigeración  
Mobiliario - Gas - Equipo Importado - Utensilios - Soporte



**Equipo Profesional para su Cocina.**



**Equipos AB.** Frente a Cenada. **Acero Total.** S. Joaquín de Flores,  
**2239.5516** **2265.2729**

[ventas@equiposab.com](mailto:ventas@equiposab.com) • [www.equiposab.com](http://www.equiposab.com)



**Los productos Araven  
ya disponibles en Yamuni Mayoreo**



Línea Institucional hoteles y restaurantes

**yamuni mayoreo**

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

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066  
De McDonald's, Sobana 200 mtr. al este

**El evento donde encuentra todo  
lo que necesita para su oficina**



**Martes 3 y Miércoles 4 Febrero 2015**

Wyndham San José Herradura • Horario: 11:00 a.m. - 8:00 p.m

**Reserve su stand**

Astrid Madrigal  
Cel: (506)7014-3607 • (506) 4001-6725  
Email: [astrid@ekaconsultores.com](mailto:astrid@ekaconsultores.com)

**Adquiera su entrada en**

[www.expooficina.net](http://www.expooficina.net)

[www.expooficina.net](http://www.expooficina.net) • [facebook/ExpoOficina](https://facebook.com/ExpoOficina)

**JOPCO**

ARTÍCULOS  
PARA HOTELES Y  
RESTAURANTES

[www.jopco.net](http://www.jopco.net)

**EQUIPOS DE COCCIÓN**

**EQUIPOS DE REFRIGERACIÓN**



Tels. (506) 2215-3545 • Fax: (506) 2215-2741  
Guachipelín, Escazú.  
[info@jopco.net](mailto:info@jopco.net) • [www.jopco.net](http://www.jopco.net)

**EQUIPAMIENTO GASTRONOMICO INDUSTRIAL**

# Hornos que hacen todo . . .

Cuando le consultamos al chef sobre qué tenían de especial los hornos inteligentes de Fagor, nos miró fijamente, para de inmediato exclamar: -“tienen todo lo que un chef requiere, pero especialmente están diseñados para preservar el sabor de los alimentos, así hayan estado congelados”.

Y es que para Oier Biritxinaga, Chef Corporativo de Fagor, estos hornos facilitan el trabajo para cualquier industria, ya sea la cocina de un hospital, un restaurante o un hotel “porque podemos controlar con eficiencia los procesos”.

En Exphore, Biritxinaga mostró el horno Advance Plus con tres módulos de cocción: convección, mixto y vapor:

Estos hornos permiten al chef homogenizar la calidad de los productos, preparados bajo los mismos parámetros, ya que el horno tiene recetas predeterminadas y permite al chef crear y guardar nuevas recetas a su gusto. “Y esto nos brinda unos resultados ejemplares que es lo que busca siempre un chef”.

Otro atributo de los hornos Advance Plus es su sistema de autolavado, el cual cuenta con tres programas diferentes.

Además una de las ventajas que mencionó, es que este horno en compañía de un abatidor de temperatura, utilizando el sistema “Cook and Chill” nos permite programar nuestra producción para

posteriormente congelar los alimentos y regenerarlos el día del evento, asegurándonos la misma calidad en los platillos.

En Costa Rica, Jopco tiene la distribución exclusiva de estos equipos.

Jopco (506) 2215-3545





**WORLD TRADE CENTER**  
MIAMI presenta

# 18<sup>th</sup> Americas Food and Beverage Show & Conference

**27 - 28 de Octubre, 2014**  
**Miami Beach Convention Center, Hall C**



- **Regístrate GRATIS hasta el 30 de Junio!**
- **11 Pabellones Internacionales!**
- **Más de 20+ países representados!**
- **Conozca y reunase con más de 10,000+ compradores!**
- **Descubra un mundo de productos alimenticios nuevos y creativos!**
- **Asista a una variedad de conferencias Educativas dirigidas por expertos en la materia!**
- **Reunase con más de 500+ exhibidores con especialidades de productos alimenticios!**



**VISITANDO – REGISTRESE AHORA!**  
**EXPONENDO – RESERVE SU STAND AHORA!**

**Código de descuento: RA**

Para más información contáctenos al (305) 871-7910 x221 o Email: [rmorales@worldtrade.org](mailto:rmorales@worldtrade.org)

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



# Encuentre el talento que su empresa necesita en **expoempleo**



Enlace entre empresas y talentos

**Del 5 al 7 de Setiembre**  
**Antigua Aduana**



/ExpoempleoCR

www.expoempleo.net



## ¡Reserve su stand!

**Sergio Murillo** Asesor Comercial • Tel.: 4001-6747 • Cel: 7014-3610  
sergio@ekaconsultores.com

**Mariela Smith** Asesora Comercial • Tel.: 4001-6739 • Cel: 7014-3608  
mariela@ekaconsultores.com

Organizan:



Patrocinan:



Expositores Confirmados al 25 de Junio, 2014



## Lo invitamos a conocer nuestras marcas especiales para hoteles

*Hilasal*

Línea Institucional  
Respaldo de proveedor y marca  
Mejora Continua  
Precios Competitivos  
100% algodón

- Toallas Hoteleras
- Batas para baño
- Sábanas para hotel
- Almohadas



Amplio surtido  
Continuidad de líneas  
Fácil reposición

- Sábanas hoteleras  
200, 300, 500, 620 y 800 hilos
- Cobijas antialérgicas  
Acrílicas y de algodón
- Edredones tipo Duvet
- Cubrecamas
- Almohadas
- Protectores de colchón

Línea Institucional hoteles y restaurantes

Encuentre lo mejor para su negocio en  
**yamuni mayoreo**

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066 De McDonald's Sabana 200 mtr. al este

www.yamuni.com

# Cemaco adquiere Faro Professional Supplies

Cemaco adquirió recientemente Faro Professional Supplies, bajo una división especial que ofrece a hoteles y restaurantes una alternativa diversificada, en un centro de distribución que maneja un stock constante, con precios muy accesibles y calidades muy variables.

Faro Professional Supplies existe hace algunos años, pero al ser parte de Cemaco se renueva con productos muy nuevos para ambos segmentos de la hospitalidad y bajo el respaldo de una empresa de trayectoria, comercializa hacia cualquier lugar del país.

“Estamos adecuando un Showroom nuevo para que el cliente tenga un contacto más directo con nuestra mercadería. Queremos ser un proveedor único, capaz de satisfacer toda necesidad de un hotel o restaurante”, indicó Jonathan Sredni, Gerente de la División Faro.

Y piensan hacerlo a través de la ropa de cama, los edredones, los duvet, paños, sábanas de 180, 300 y 500 hilos, batas, pantuflas, paños de 500 y 600 gramos, alfombras y vajillas, copas, cristalería,

cutertería, entre otras opciones importadas de diferentes regiones del mundo.

Faro Professional Supplies:  
(506) 8818-5753



**“Estos productos pueden personalizarse según el negocio lo requiera”, indicó Joana Meltzer, Gerente de Mercadeo de Cemaco.**

## Turismo rural en desarrollo

Tienen en inventario, alrededor de cuatro mil productos de turismo rural comunitario que incluyen desde hospedaje, tours, servicios de transporte y de alimentación, de los cuales solamente nueve tienen declaratoria turística y CST, por lo que no son promocionados debido a una normativa que lo impide, situación que hizo a la Cooperativa Red Ecoturística Nacional COOPRENA a renovarse, para promover con más fuerza estos productos.

Ellos se reestructuraron creando programas de desarrollo de habilidades, que es una capacitación para apoyar al empresario a identificar como mejorar sus recursos, también a través del financiamiento, y de un área específica que diseñaron, de instrumentación de software, el cuál es instalado de manera gratuita, pero el empresario cubre la administración.

“Nosotros damos instrumentos, a través de ese software para que ellos puedan ver sus

estados financieros, aprendan a realizar reservas, flujos de caja, y hasta utilicen facebook”, contó Marvin Víquez, Gerente de Cooprena.

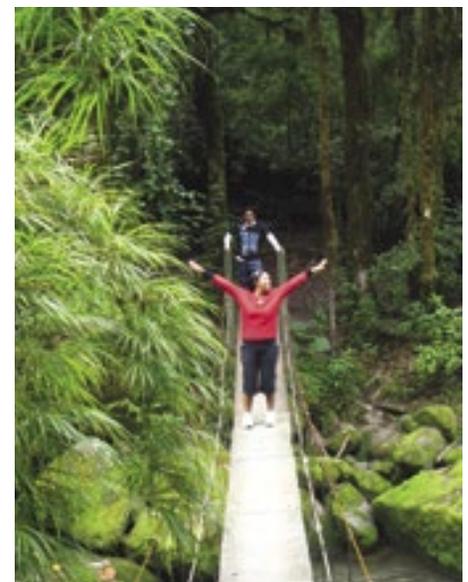
Además explicó que ellos cambiaron el concepto de la agencia Simbiosis, aliada con Cooprena, la cual era receptiva pero ahora es de promoción. Y esa reestructuración implica que brinden capacitación a 250 agencias de viajes, que es en lo que trabajan, para presentarles el turismo rural, con el objetivo de que sea desarrollado y tomado en cuenta, haciendo compras directas.

“Ya tenemos colocados 800 millones de colones en financiamiento, y estamos negociando con la banca de desarrollo 2 mil millones más”, indicó Víquez,

Los interesados en formar parte de COOPRENA se deben afiliar pagando 10 mil colones por mes y eso le brinda múltiples beneficios a los empresarios

rurales, que son más como una propuesta de potencialización del turismo rural comunitario.

COOPRENA (506) 2290-8651





# euroalimentos

Un rincón de Italia en Costa Rica

Visita nuestra sala de exhibición y degusta los diversos sabores que ofrece Italia

 Euroalimentos

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

Dirección: Escazú, del puente de Multiplaza 150 metros noroeste

**www.euroalimentoscr.com**

## Deje en nuestras manos SU PROYECTO

**Ponemos a su servicio la experiencia adquirida a través de los años en la realización de proyectos previos**

- Programamos constantes visitas y reuniones con las partes involucradas durante el desarrollo del proyecto, esto nos permite realizar previstas y darle solución a inconvenientes de forma inmediata.
- Los equipos instalados quedan operando al 100% de su funcionamiento.







**LE OFRECEMOS**

- Planeamiento
- Instalación de Equipos
- Diseño
- Logística Total



**Tips**

125 mts Oeste de Alimentos Jacks - Zona Industrial - Pavas / Tel: 2543-2100

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

# Nueva opción de cereales

Los cereales norteamericanos Malt O Meal (MOM) llegaron al mercado costarricense como una nueva opción para los desayunos en hoteles y restaurantes. IDISA, distribuidora de una amplia variedad de productos, los está comercializando en nuestro país, por ser un producto de reconocimiento internacional y trayectoria.

Nutritivos, de maíz y trigo integral con almendras endulzados con miel, de avena integral con granola, de maíz y avena en grano entero, con azúcar o endulzados con malvaviscos. Con sabores frutales, endulzados con chocolate o maíz azucarado, es parte de la oferta que recién introducen a Costa Rica.

Disponen de una amplia variedad de presentaciones ya sea en cajas de 354g, 382g y 439g, según el sabor; y en paquetes individuales se ofrecen de una porción,  $\frac{3}{4}$  de onza o una onza, así como en bolsas de 340g, 368g y 425g.

Malt O Meal cuenta con el respaldo de la empresa MOM Brands dedicada a la producción de cereales desde 1919. En la actualidad cuentan con cinco plantas de producción, para lograr sobrellevar la demanda que tienen.

IDISA: (506) 2239-3994



De izquierda a derecha: Brian Mullenback, Gerente de Desarrollo de Negocios de MOM, Ana Laura Madrigal, Gerente de Marca IDISA y José Luis Castillo, Managing Director de MOM.

# Transformando espacios

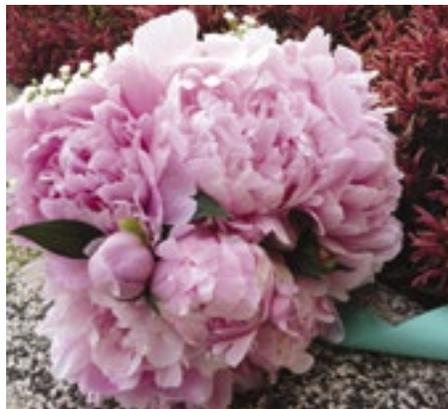
AFA Flowers nace en el 2013 con el fin de convertirse en un aliado para la decoración de restaurantes, hoteles, club social, espacios comerciales y hasta familiares.

Desde lo tropical hasta la elegancia de las orquídeas forman parte de la experiencia creativa de esta nueva empresa, la cual no solo ofrecen el servicio a nivel del gran área metropolitana, sino que también se desplazan a otros sectores del país.

Diseños innovadores y un compromiso con los tiempos de entrega, pretenden ser el elemento diferenciador en el mercado, a los cuales le suman conocer al cliente, conocer a quién va dirigido el ambiente a decorar

espacios, conceptos de la marca, entre otras alternativas.

AFA Flowers: (506) 8821-9678



Los espacios pueden ser transformados rápidamente pero con un sello propio de creatividad.

NUEVOS

## Vinos Chilenos ANAKENA CHILE

Vinos que reflejan su origen, de viñedos ubicados en los mejores terroir de Chile, Viña Anakena a los pies de la Cordillera de Los Andes en Alto Cachapoal.



Reserva Especial • Selección • Reserva



**DIVINO**  
by Delika

Más información al tel: 2239-1019 • info@divino.cr • /divinocr • www.delika.cr

# La maestría en los cortes

Durante el reciente Delika Food Show el experto Ralph Ávila compartió su experiencia en cortes finos de res, dando a conocer todo un proceso detallado y cuidadoso.

En el mercado de la carne, conocimiento, procesamiento y distribución son solo parte de una serie de pasos que siempre desembocan en un solo objetivo: máxima calidad. Para Ralph Ávila, Especialista Certificado Internacionalmente en cortes Angus para Sysco South Florida Inc, nada debe dejarse al azar pues al final el resultado se descubre en el aspecto y consistencia.

“Cada fase es vital, una vez que se recibe la carne fresca y empacada al vacío la temperatura de refrigeración, el tiempo y el proceso de maduración son determinantes”, explicó Ávila. Cuando ha pasado la maduración, cerca de 21 días, se corta y se envasa la carne, una vez en el plato no hay cabida a fallos, pues desde que sale del matadero se ha dado un trato adecuado. “La maduración es vital, carne comprada en supermercado y preparada de idéntica manera en el restaurante no tendrá el mismo sabor por esta condición”, detalló.

Sin embargo, para los cortes que deben ser exportados se necesita un trato más minucioso, donde el manejo de temperatura tiene que ser cuidadoso. Al congelar la carne en un frigorífico convencional, el agua dentro del músculo forma cristales que

luego van rompiendo tejido. Al descongelar se pierde líquido provocando una disminución cercana al 20% ó 24% del peso, atenuando jugosidad y sabor.

“Como dueño de restaurante se debe tener un gran control en esto, lo mejor es descongelar en el refrigerador a 4° o 5°”, dijo Ávila. Esto debe ocurrir de forma paulatina, con control de temperatura gradual. La tónica en cuanto al proceso de almacenaje adecuado revela además que el personal a cargo, debe contar con la agilidad de manejar un inventario preciso de porciones, asegurando textura y sabor. Congelar rápido y descongelar lento es lo recomendable.

Para el madurado en seco, que da a los platillos sabor más intenso, se requiere más cuidado y detalle, pues se pierde más producto por la limpieza posterior; y

demanda cuartos especiales que no combinen con carnes más frescas, de lo contrario alteraría los niveles de humedad.

El grado de marmoleo es significativo. La grasa intramuscular es muestra de textura y consistencia, su abundancia indica un corte más suave y jugoso, que por supuesto, esto estará sujeto a todo el cuidado de las fases anteriores. Carnes con marmoleo o más magras, el sabor no solo dependerá de la destreza del cocinero o el chef, así los costos se convierten en variables relativas que no siempre implican calidad. Su costo, producción y cocción debe ser completamente proporcionales a la experiencia de quien la consume, por eso la maestría a la hora de dar almacenaje y preparación deben ser meticulosas.

Delika: (506) 2239-1019



Ralph Avila Especialista Certificado Internacionalmente en cortes Angus para Sysco South Florida Inc y Jurgens Mormels, Presidente de la empresa Delika




**DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES**

☎ 2680-0139 ☎ 2680-0679 ✉ info@kion.co.cr [www.kion.co.cr](http://www.kion.co.cr)

# Hacia un destino gastronómico sostenible

Quizás no sea muy común en los restaurantes el uso de ingredientes como julianas finas de cáscara de cas y zorrillo (planta muy usada en las cocinas de Puriscal). Todo marinado en aceite de sésamo, sal, pimienta y azúcar moreno con yogurt de nance.

Eso es un menú contemporáneo, pero innovador, que se introdujo como una idea de promover un concepto integral de gastronomía sostenible y saludable, con el uso de productos nativos de la biodiversidad comestible de Costa Rica.

Esta receta y otras similares son parte de un grupo de 14 restaurantes del país que participan de un proyecto que ofrece menús compuestos por entrada, plato fuerte, postre y bebida, para el deguste de

sus comensales, con plantas nativas de Costa Rica.

Todo a través del Laboratorio Gastronómico, iniciativa que forma parte del Plan Nacional de la Gastronomía Sostenible y Saludable (PNGSS), como parte de la cultura gastronómica nacional.

Es una experiencia que procura hacer converger el potencial turístico, biodiverso comestible y de tradiciones culinarias para convertir a Costa Rica en un reconocido destino gastronómico sostenible y saludable a nivel nacional e internacional.

Los restaurantes participantes son: Marisquería Mar Azul, Tres Hermanas, Tintos y Blancos, Casa de doña Lela, Crowne Plaza Corobicí, Que Café, Mirador Sarchirí, Étnico, Sofía Mediterráneo, Luz de

luna, El Patio del Hotel Balmoral, Olio, Spoon y La pitanza de la Casa (soda institucional estudiantil UCR).

Esta actividad se coordina con motivo de los avances del PNGSS y como parte de las actividades preliminares del 4to Congreso Nacional de Restaurantes 2014.

El PNGSS es una iniciativa que surgió en la esfera de la empresa privada propuesta por CACORE, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el Club de la Gastronomía Epicúrea y el INBio, a la que actualmente se han adherido el MAG, el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el Ministerio de Salud, y la Universidad de Costa Rica, entre otras instituciones y profesionales.

Cacore (506) 2222-2579



Mehmet Onuralp propietario del Restaurante Sofía Mediterráneo, junto con uno de los chef del Patio del Balmoral.

An advertisement for Ancyfer Oriental products. The background is yellow with a red border. At the top center is the Ancyfer logo with the text "Ancyfer Productos Orientales". Below the logo, there is a list of products: "Edamame frijol de soya", "Tacos chinos", "Sasa Tailandesa", and "y muchos más productos orientales...". In the center, there are five product images: a small bottle with a red cap, a bottle of red sauce, a bag of white edamame, a bag of frozen dumplings, and a bag of green edamame. At the bottom, there is contact information: "Tel: 2256-8106 • Fax: 2223-3082 • www.ancyfer.com • E-mail: ancyfer@ice.co.cr" and "100m este y 50m sur del AyA, Paseo de los Estudiantes". On the right side, there is text that reads "Alimentos y utensilios para Food Service".

# “Nos estamos convirtiendo en verdes”

En Antojitos San Pedro se volvieron verdes, remodelaron todo el restaurante, cambiaron los bombillos por led, instalaron paneles solares y toda la electricidad que utilizan durante el día la producen ellos mismos. Los empaques de las cámaras de refrigeración fueron cambiados también, y están utilizando productos de limpieza biodegradables.

“Desde que yo asumí la Gerencia de Antojitos hace algunos meses, me propuse que teníamos que convertirnos en algo más interesante y estamos apuntando a ser verdes”, dijo Muni Figueres, Gerente de Antojitos San Pedro.

Aquí le compran a proveedores pequeños y procuran que sea a mujeres. “Quiero convertir este restaurante en sostenible, todo lo reciclamos”, contó Muni.

El menú lo variaron, el diseño lo hicieron más visible, cambiaron el logo y están incorporando platos diferentes, porque quieren ofrecer comidas más frescas, más orgánicas, pero sin olvidar la esencia de lo mexicano que los caracteriza.

“Claro que tuvimos que invertir pero eso se va a retribuir, en cinco años el 20% de la electricidad la vamos a producir, además creamos conciencia, y hacemos negocio. Yo soy mucho de cosas innovadoras, de lo ambientalista”, comentó Figueres.

Antojitos San Pedro existe desde hace 41 años, como un negocio familiar, de dos familias asociadas: Los Figueres y los Orlich, quienes apuntan a ser un oasis de cambio donde se puede hacer negocios en verde.

Antojitos San Pedro: (506) 2225-9525



Muni Figueres Gerente del restaurante y Hugo Bogantes, Gerente Operativo, quien tiene 34 años de trabajar para Antojitos. Ellos se reúnen quincenalmente con su equipo de trabajo para en conjunto realizar mejoras.





Máquinas y dispensadores de hielo.  
Repuestos. Servicio.



## ARTICA

Calidad. Respaldo www.artica.cr



Visítenos 50 metros norte de la agencia Bosch, la Uruca, San José. Tel.: +506 2257-9211 Correo: ventas@artica.cr

# Cerdos de la finca a la mesa

Los diferentes negocios gastronómicos, restaurantes, instituciones con servicio de comedor como hospitales y otros, principalmente basan sus compras de carne en lo certificado, buscan que sean muy frescas y respaldadas por empresas que garanticen una trazabilidad desde la cadena de frío hasta el servido en mesa.

Situación que se tomó muy en serio la empresa Don Melchor, dedicados a la crianza y comercialización de cerdos, división del Grupo RZ, respaldados por 30 años de trayectoria.

Esta es una empresa que garantiza la trazabilidad del producto, desde antes y después, porque conocen desde la producción, el alimento que se les brinda a los cerdos, todo con nutricionista, hasta la comercialización de la carne. Por eso se caracterizan como verticalizados.

“Nosotros garantizamos la trazabilidad, desde el nacimiento del cerdo hasta la comercialización y muchos de los que comercializan con carne no lo pueden garantizar”, indicó Johanna Rodríguez Gerente General de GrupoRZ.

Ellos aseguran brindar una cadena de frío que garantice la durabilidad de la carne, esto se certifica por regentes veterinarios, monitores de calidad y todo con certificado de exportación, desde el matadero, hasta la producción de los cortes de carne.

Los cortes se comercializan dependiendo de las necesidades, desde el cerdo en canal, porcionados, estándar o con valor por ejemplo costillas Premium a económicas, lomo, lomos, piernas y posta. Como el cliente lo requiera.

Don Melchor: (506) 2438-9800



Oscar González, Gerente de la División de carnes y Johanna Rodríguez, Gerente del Grupo RZ comentaron que además atienden al sector industrial de embutidoras con el suministro de materias primas. También se encuentran en proceso certificando la planta para la exportación hacia Nicaragua y Panamá.

**TENGA EL CONTROL TOTAL DE SU NEGOCIO**

Ofrecemos soluciones personalizadas para el más pequeño restaurante hasta la cadena internacional más grande.

- Líder mundial en Hospitalidad
- Experiencia comprobada, más de 453.000 instalaciones exitosas
- La única solución que integra software y hardware Micros
  - 100% garantizado
- Soporte 24/7 los 365 días al año

**micros**<sup>®</sup> **POSPAN**

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

# Un ron conquistador

Enamorar a los consumidores con ron, suena como a una tarea nada fácil. Según Lorena Vasquez, master blender de ron Zacapa, al cliente debe conquistarse a través de una degustación, y más en lugares donde impera la buena comida.

Lorena tiene 30 años de trabajar con Ron Zacapa y asegura que este ron es de un estilo diferente, lo que permite que se encuentre la complejidad de los aromas y sabores de vainilla, chocolate, frutos secos como pasas y ciruelas con especias, y esto deja al consumidor disfrutar de tomarlo sin mezclar, pero como es cuestión de gustos y muchos no acostumbran a tomar un ron solo, Zacapa presenta opciones ideales para mezclar.

De acuerdo con la máster del ron, se debe lograr enamorar al consumidor. Ella recomienda dar a degustar media onza, o un cóctel de mezcla rápida con pocos elementos, como Zacapa con ginger ale y cáscara de limón o Zacapa con agua tónica y cáscara de naranja. Pero para conquistar puede hacerse un cóctel más complejo, con un poco de miel, fresas, canela y Zacapa. “Y van a

ver como el cliente solicita de nuevo la bebida”, contó

Zacapa 15 es especial para mezclar en el mundo de la coctelería. Mientras que el Zacapa 23 es ideal como aperitivo o acompañante de las comidas y el XO es excelente al final de las comidas.

“Si un restaurante tiene una buena comida, debe tener igualmente buenas bebidas que acompañen los paladares exigentes”, comentó Lorena.

Zacapa es un ron además muy distinto en cuanto a su proceso de elaboración. Desde la materia prima que utilizan: el jugo concentrado de la caña de azúcar, que le llaman miel virgen.

Con ese proceso ellos buscan un añejamiento más lento, como cuando se cocina a fuego lento, para conseguir mayor concentración de olores y sabores, según Vásquez, la altitud y el clima fresco permite desacelerar el proceso.

Distribuye Grupo Pampa:  
(506) 2293-0101



De acuerdo con Lorena Vásquez, no es recomendable acompañar el ron de comidas picantes o elaboradas con mucha acidez.



Nos especializamos en Repostería, Pastelería y Comidas  
de conveniencia en empaque comercial o individual.

**Ofrece:**

Productos de línea o bien diseñamos el producto de acuerdo a las necesidades de su negocio.



Además encuentre productos de temporada, día del padre, día de la madre y navidad entre otros.

Teléfono: +506 2208-7668 / +506 8843-0742 E-mail: [cwatson@qsr.bz](mailto:cwatson@qsr.bz)

# Un buen maridaje griego

Vinos muy livianos, poco conocidos, de tierras bañadas por sangre de los Dioses y de auténticas cepas griegas, están llamando la atención en Costa Rica.

Por esa razón, la Bodega griega Tsantali mostró su nueva cosecha de vinos en un maridaje que combinó sabores del mediterráneo.

Alexander Sauvignon Blanc y Roditis fueron los anfitriones al llegar, como una sangría

muy fría que deleitó junto a un carpaccio de trucha curada con alcaparras y aceite de oliva.

Igualmente se degustó el Rapsany Reserva, un blend de tres cepas auténticas griegas, se trata de krassato, stavroto y xinomavro. Este vino se maridó con raviolos de espinaca con parmesano y salsa de salvia.

Se trata de un vino de la región del Monte Olimpo, elegante, de gran estructura, de un

cuerpo fuerte y con aromas de frutos del bosque, explicó Miranda Stamatidis, propietaria de productos Maky.

Desde 2004 la Bodega Tsantali está presente en Costa Rica, actualmente su línea de vinos se comercializa en el centro comercial Saretto en Escazú.

Productos Maky: (506) 2225-7596



Miranda Stamatidis, propietaria de productos Maky, junto a los propietarios del restaurante el Argentino, ubicado en Distrito Cuatro, Escazú.



**Un negocio ágil**  
con **ALDELO POS**

**Mobilidad, Consolidación de datos en la nube (Enterprise Cloud™)**

*Con la confianza que dan más de 80,000 instalaciones alrededor del mundo, brindando estabilidad, eficiencia y flexibilidad.*




Tel: (506) 2290-1970 • [ventas@sygsistemas.com](mailto:ventas@sygsistemas.com) • [www.sygsistemas.com](http://www.sygsistemas.com)

# Diversidad con reconocimiento

Blancos y Tintos, calificados con puntuaciones de reconocimiento, otorgadas por el famoso gurú del vino "Robert Parker", dan sustento al valor no sólo técnico sino organoléptico de los vinos. Y eso hace necesario contar con varias de estas bebidas en restaurantes y hoteles del país, porque el buen conocedor de vinos siempre llega en la búsqueda de esas especialidades.

Grupo Pampa cuenta con el conocimiento profundo de sus propietarios, que reúne productos de países diversos y calidades

seleccionadas en un portafolio cargado de pasión por el vino, que los ha llevado a buscar lo más interesante entre regiones, aromas y gustos, lo que permite al consumidor optar por conocer de vinos, orígenes y calificaciones, con alrededor de 400 etiquetas.

Caracterizados por contar con un surtido especial de vinos calificados con altos puntajes por Robert Parker, Pampa se da a la tarea de capacitar a sus clientes directamente donde lo requieran o en sus tiendas de vinos de

Tintos y Blancos, así como en sus oficinas centrales en su Showroom.

Muestra de estos reconocimientos los puntajes de 91 a 100 que dio Robert Parker; que reúne desde el Arboleda chileno, el Carmelo Rodero, de la Ribera del Duero, el Señá también chileno, el Opus One de California, el Ornellaia de Toscana, el Nicolas catena Zapata y el Chateau Mouton Rothschild de Burdeos y el Penfolds Grange de Australia.

Pampa (506) 2293-0101



Yancy Mora, Jefe de área zona turística, Carlos Corrales, Gerente de marca de vinos y Laura Mora Trade Marketing y sommelier de Pampa dicen que como mínimo debe contarse con alguno de estos vinos en un negocios gastronómico.

**DURADERO, SOSTENIBLE, CONFIABLE!**  
Máquinas de Hielo y Refrigeración

**JOPCO** ARTÍCULOS PARA SUPERMERCADOS Y RESTAURANTES

Tel: 2215-3545 | info@jopco.net | www.jopco.net | Escazú - Costa Rica

# Apetito en el NRA Show 2014

Apetito visitó la NRA National Restaurant Association Show, en Chicago. Esta es la 95 exposición anual, evento que permite conectar con los operadores líderes y expertos de todos los segmentos de la industria de hostelería y restauración, y de más de 100 países. Aquí dejamos una muestra de lo que encontramos.





1



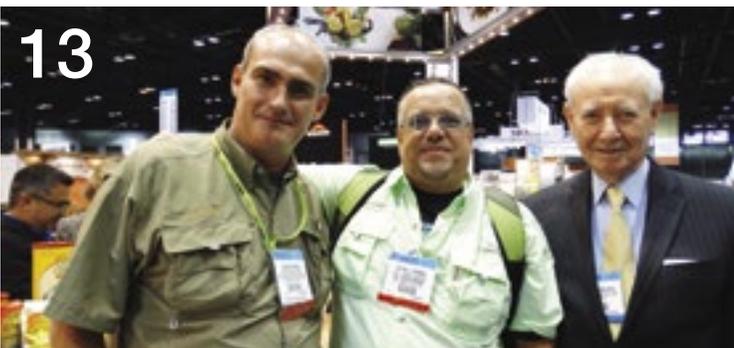
2



6



9



13



15

1. Abby Daniell, Directora Comercial Embajada de Estados Unidos , Alejandro Acosta y Sonia Solís del Restaurante Las Tres Hermanas en Guanacaste , Gabriela Lucke US Commercial Service de la Embajada de USA y Guillermo Rodríguez de la Revista *Apetito*, Exphore y Expovino Costa Rica.

2. Carlos Vazquez, Ana Avendaño y Thais Rivera de Dimpack Comercial.

3. Rubén Molina Gerente de Ventas para Centroamérica y el Caribe y Jeannette Pantani ambos de Pregel América.

4. Stuardo Herrera Director Internacional de Ventas de Hoshizaki.

5. Alberto Aroche de Electrolux Professional, Christian Bustos, Christian Charpentier Jr., Christian Charpentier de Grupo Capresso, Juan Carlos y Gustavo Jop de Jopco Centroamérica, Cesar Calvo , Luis Javier Quesada y Álvaro Gonzalez de Equipos AB de Costa Rica.

6. Heriberto Elizondo Gerente Financiero y Jenny Alpizar Gerente General

7. Christopher Day y Christopher Parker de Mercer Cutlery.

8. David Garretson Vice Presidente de ventas internacionales de Gold Medal Products

9. Billy Hoover Gerente de Ventas Internacionales de Southern Champion Tray y Lilly Barrón Director de Ventas Internacionales de Long Range Systems

10. Francisco Machado Director de Ventas para Centroamérica y el Caribe, David Prudhomme, Oier Biritxinaga Chef Corporativo, Carmelo Villanueva Director General Latinoamérica y Carmen Calvo de mercadeo, todos de Fagor Comercial.

11. Patricia Guerrero Gerente de Marca y Tania Nelson Director de Mercadeo ambas de Cambro Manufacturing.

12. Antonio de Jesús Director de Ventas para Latinoamérica de True Food International junto a Adrián Goldgewicht Gerente General de Tips.

13. Guido Foltran y Darrel Thomas de Los Sueños Resort Marina, junto a Mario Steinvurzel de Roland Food Corp.

14. Raúl Porroy Director de la División de Food Service y Conchita Daiha Director Comercial para América de Araven

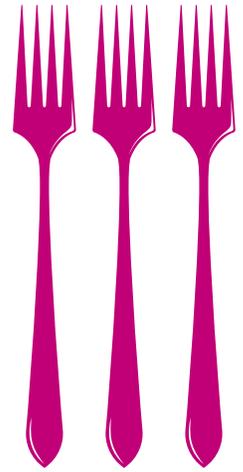
15. Adriana Castillo , Eduardo Von Chon y Mariluz Lee de Get Enterprises

16. Eduardo Elizondo Gerente de Ventas para Latinoamérica y Yolanda Ibarra de Ventas para Centroamérica de Libbey

17. Dr. Gabriela Bertinetti Desarrollo de Mercadeo para Latinoamérica de Hornos Unox

ICT

# Controversia con premiación de tenedores obliga a realizar cambios



*Los restaurantes que reciben el galardón de tenedores se evalúan en función de sus instalaciones físicas y de otros elementos que tiene que ver más con el mantenimiento, descartando por completo la degustación y la calidad de la comida. Situación que no tiene nada contenta al gremio gastronómico y está obligando al ICT a renovarse.*

Restaurantes que cuentan con una placa distintiva de reconocimiento por parte del Instituto Costarricense de Turismo ICT, indicando que es de tres, cuatro y hasta cinco tenedores, ha confundido principalmente a los comensales que buscan los mejores lugares para comer; así como a restauranteros que invierten en mejorar sus técnicas de preparación con chef de trayectoria. Sin embargo esta situación generó un interés especial en explicar cómo es que se han estado evaluando puntualmente. Al igual obligó a realizar una modificación del manual y de la imagen que representa el galardón por parte de la entidad responsable.

Desde 1987 rige un reglamento de categorización de restaurantes y eso le da el aval al ICT para evaluarlos, pero únicamente se puede hacer con los declarados

turísticos en Costa Rica, los cuales están siendo galardonados según esa categorización obtenida bajo el fundamento de infraestructura, espacios, decoración y ambiente físico sanitario, de acuerdo a un manual propio, que reconoce a estos negocios gastronómicos según la puntuación obtenida, con tenedores, pero dejando por fuera la degustación y calidad del platillo.

Debido a esta situación el ICT con urgencia busca renovar el manual y hasta modificar la imagen de los tenedores por otra que conceptualice el reconocimiento que ellos hacen, para principalmente generar interés en el turista hacia esos sitios galardonados, pensando en que Costa Rica se ha posicionado como un país de interés turístico, por lo que se hace importante que los establecimientos tengan algún tipo de reconocimiento.

El asunto es complicado, manifiesta Walter Monge, jefe del departamento de gestión del ICT, porque ellos no pueden meterse a las cocinas a probar ni evaluar el aspecto de salud, porque ese le compete a otras entidades.

Además explica que, es importante tomar en cuenta que solamente pueden evaluar los restaurantes que son declarados turísticamente, los cuales son 300. ¿Y por qué tan pocos? Porque para poder obtener esta declaratoria deben presentar requisitos legales, técnicos, que según Monge son sencillos, pero la limitante viene después, que es cuando logran la declaratoria, ya que el pago por la patente pasa a ser del doble, es decir deben pagar dos salarios base, cuando antes pagaban solamente uno, situación, que señala Monge, perjudica al sector:

“Y ese es un asunto de otras entidades, por la ley de licores de hace dos años que le compete a las municipalidades”, indica.

Pero ¿qué beneficios obtienen los restaurantes declarados como turísticos? Formar parte de la promoción que brinda

## Ficha técnica para evaluación

Conozca el Manual de Categorización para las empresas gastronómicas que utiliza el ICT para hacer las evaluaciones, en: [www.apetitoenlinea.com/manual-categorizacion-ict](http://www.apetitoenlinea.com/manual-categorizacion-ict)

Entérese de cuales son los requisitos legales técnicos y económicos para la obtención de Declaratoria Turística en Costa Rica (Actualizado Junio 2014) en <http://www.apetitoenlinea.com/declaratoria-turistica/>

el ICT a nivel nacional e internacional en sus páginas web, pueden formar parte de la participación de ferias tanto nacionales como internacionales con apoyo del ICT, igualmente en campañas y quizás algo importante es que pueden mantener abierto su negocio las 24 horas del día.

Por otra parte, Martín Quesada, Ejecutivo de Turismo del ICT y Walter Monge, de gestión, reconocen que para ellos es muy difícil evaluar sin probar la comida, aunque en una ocasión hubo la posibilidad de hacerlo, eso lo tuvieron que descartar por el alto costo que les generaba, por lo que decidieron estandarizar internacionalmente el manual, buscando una iniciativa propia pero con ideas de otros países, en función de lo que se ve en la región.

“Vimos los parámetros internacionales y es lo mismo que hacemos, en ningún país están midiendo la comida, se basan en lo mismo que nosotros”, señala.

Y es que, el ICT todo lo hace a través de las ocho oficinas regionales que tienen en el país y los cuatro inspectores del valle central, para que ellos evalúen y entreguen resultados que generan la calificación, que indica un 80% para tres tenedores, un 90% para cuatro y de 95 a 100% son cinco tenedores.

Igualmente se está descartando a los restaurantes de los hoteles, ya que estos se consideran como actividades complementarias del hotel.

### **CACORE se dispone a brindar apoyo**

La Cámara Costarricense de Restaurantes CACORE, considera que es vital proponer un nuevo modelo de categorización, dándole un carácter propio y moderno.

De acuerdo con Alejandro Madrigal, Director Ejecutivo de CACORE, esto porque el actual en realidad está superado y ya no cumple con las necesidades propias del mercado y de una estrategia de país de mejorar y ubicar a la gastronomía dentro de la marca país. “Costa Rica no debe de copiar, sino crear un modelo único de categorización”, explica.

En CACORE consideran indispensable enfocar la nueva categorización a calidad, servicio, innovación e ingredientes.

“La implementación de esta certificación propone soluciones a la necesidad de incentivar la competitividad, promover un mejor y más capacitado sector gastronómico, debido a la importancia que está generando el tema de calidad gastronómica en el mercado nacional y la iniciativa de una gastronomía sostenible y saludable”, explicó Madrigal.

De acuerdo con Alejandro, CACORE está dispuesto a apoyar y hasta liderar la iniciativa del planteamiento de la nueva certificación, posterior a todo un trabajo de autoanálisis, auto regulación y concientización de posesionar a los restaurantes en los altos estándares de calidad dentro de un

sector bastante amplio y que representa una de las principales fuentes de empleo en nuestro país, de cara a un turismo externo e interno que día a día aumenta y es más exigente.

### **Sector Confundido**

Grace Rivera, Presidente de la Asociación Nacional del Chef ANCH, dice que ellos no tienen conocimiento del tema, de cómo es que evalúan. “Tendríamos que revisar para poder dar un criterio, queremos saber bien en que se basan ellos, pero nos sorprende mucho que se esté calificando con tenedores pero basándose en parte de infraestructura. Tendría que analizar esto porque no lo entiendo. Solo puede decir que el uso de tenedores está mal. Sería positivo cambiar tenedores por otra cosa, si no es que evalúan en sí la comida, porque da a entender otra cosa”, indicó.

Daniel Navas, Gerente General del Hotel Wyndham Garden, y socio Co Propietario del restaurante Plaza España, dice que el error del ICT es calificar con el ícono de tenedores que es internacional, más aún al no haberse basado en la comida, sino en las instalaciones, y eso creó confusión. “Ellos tenían que poner otra imagen entonces”, dijo Navas.

De acuerdo con el empresario, cinco tenedores se le da a un lugar donde la calidad prevalece en servicio y comida a un nivel top. Mientras que la evaluación que hicieron era de instalaciones, “y en base a qué lo hicieron, para que sirva saber eso, sino no es la comida que es lo que gastronómicamente importa”, señaló.

Según Daniel, hay dos tipos de evaluación, pero a través de una ficha técnica de servicio no pueden puntuar con tenedores cuando no se mide la calidad real del producto.

“Ellos deberían buscar alianzas con la ANCH, con saloneros o con maitres, y hasta hablar con cocineros, con CACORE, que les ayuden a evaluar ellos, es ver los diferentes puntos de vista del gremio. Y hasta tomar en cuenta a los clientes, y buscar opiniones en sitios como tripadvisor”, puntualizó.

Daniel se ofrece él mismo para ayudar; trayendo alguien que ayude a puntuar, pero no con tenedores porque este es otro sistema internacional que rige en Europa.



Especial de suministros para habitaciones de hotel

# Diseños para consentir

“El hotelero debe tener detalles y que nada le falte. Ir más allá que la competencia. Pensar en el chineo. En que no des una toalla para playa, deja dos, en que el colchón de una cama de hotel de playa y de montaña no puede ser el mismo. Es crear propios estándares, y prever lo que pueda pasar”, recomienda Cristina Jones, Presidente de C. Jones & Co.

A continuación una pincelada de lo que algunos hoteles del país están utilizando para equipar sus habitaciones.

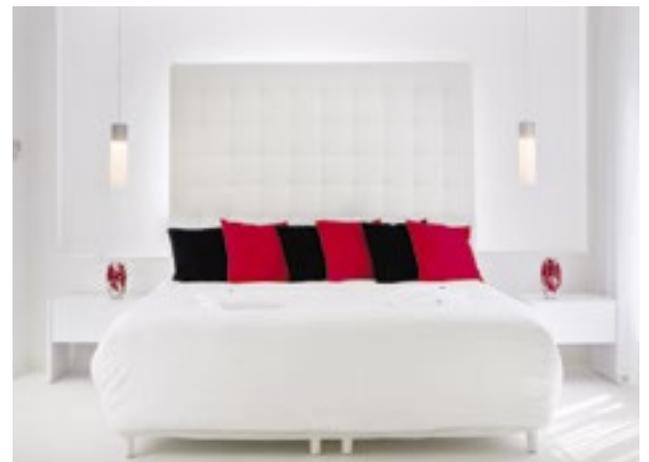


## En armonía con la naturaleza

En las habitaciones del Hotel Le Caméléon pareciera que los espacios se diseñaron para brindar al huésped una comunicación directa con la naturaleza. Los colores llamativos que decoran, conjugando el blanco, con verde, rojo, negro o amarillo. Integrando otros elementos diferenciadores, los espejos, muebles y complementos que se incorporan son parte de una herramienta conquistadora que pretende hacer al cliente regresar.

Aunque hay diferentes categorías, sobresale la junior suite por ser de las más amplias, ubicadas en el primer piso, cama king, sofá cama full y terraza privada. Igualmente la suite que está creada para consentir con el espacio, los colores, la cama y el sofá.

Las amenidades imperan. Pero el confort es el lujo del lugar. Las habitaciones todas con colores blancos, y como parte de la decoración cambian de cojines y cuadros todos los días para dar un toque diferente a lo blanco minimalista.



# El diseño "Groovy"

**En el Hotel Mangroove contrataron dos empresas para el diseño interno de su infraestructura, una de Estados Unidos "Seifertmurphy Design" quienes hicieron el diseño y a la empresa Diseño Interno de Costa Rica, encargados de materializar el concepto e inspeccionar.**

Mangroove se conceptualizó como una línea diferente boutique, enfocada en el confort, moderna sin ser fría, "groovy" sin ser fuera de serie. Basados en mezclas perfectas de madera y el agua con la arquitectura lineal contemporánea, muebles naturales y toques sutiles de colores que hacen evidente que la verdadera indulgencia se encuentra realmente en la simplicidad.

Ellos usaron para el diseño a 136 proveedores. Nombran algunos en el caso de equipos de cocina y operativos, de empresas nacionales como K&R, JOPCO y Equipos Nieto.

Al abrir la habitación del Mangroove Hotel, recibe una sala especial como un preámbulo que deja ver la tendencia minimalista moderna en que se inspiraron.

Se aprecia un sillón junto a una mesa con un tronco incrustado rústico. Al caminar se determina un piso de concreto que asemeja piedra. Y al entrar a la habitación se siente la comodidad que invita a entrar.

Una cama King Size, fabricada con un colchón especial con ventilación, alta y fresca, con sábanas de satín de 400 hilos, que junto a otros elementos conjugan lo moderno. En la parte del respaldar y de manera horizontal integraron

fotografías de sitios de Guanacaste, diseñados con elementos naturales cálidos.

La habitación es inteligente, porque la televisión es una pantalla de 32 pulgadas que tiene la capacidad de mostrar todo lo que ofrece el hotel de una manera interactiva, con imágenes de opciones hacia el spa, el restaurante y hasta los Tour; y por ahí mismo se puede reservar, hacer pedidos y elegir lo necesario. Con un software especial.

El teléfono de estas habitaciones cuenta con una pantalla especial similar a la del televisor donde ofrece alternativas iguales.

Ofrece además de los tradicionales mini bar; juguetes personalizados, cubos, cartas y estuches de kit de intimidad para parejas, así como kit con pastillas para dormir, para el dolor y productos de utilidad.

Disponen de batas, sandalias de fibra natural que asemeja el mimbre, secadoras de pelo, espejos con efectos de luz, bandejas especiales para apoyar una computadora, así como tablas de planchado.



Hotel Gaia

# ¡Aquí es de detalles!

*En Gaia Manuel Antonio todas las sábanas de las habitaciones, los edredones incluyendo la cubierta, son de 500 hilos; con el material de algodón egipcio fabricado en Italia. Los colchones utilizados en las camas son diseñados por Gaia pero hechos por la fábrica Jirón. Esto porque para este hotel el descanso de un huésped es primordial.*

Gaia es una mezcla ecléctica de sitios que el propietario Boris Marchegiani ha amado en su vida, desde la Riviera francesa a las islas griegas, a Miami Beach incrustadas en las memorias de Bora Bora y Morea.

Las habitaciones cuentan con pantalla plana LCD con cable, centro de entretenimiento en casa, Jacuzzi para 2 personas, sofá cama, pisos de madera y piedra natural, minibar, aire acondicionado central, conexión a Internet, teléfonos inalámbricos y artículos para el baño. Ahí, los estantes están hechos de madera Wenge Africana Negra, mientras que los pisos del cuarto de baño son pizarra oxidada brasileña, al igual que los pisos de los balcones

Las habitaciones que tienen piso de madera, son elaborados con madera de Almendro (Almendra), mientras que el cuarto de baño posee accesorios de cromo son Cote d'Or de España.

Los marcos de las ventanas, son hechas en Alemania, con aluminio color blanco natural y toda la madera y los muebles de ratán del lugar que se disponen en el hotel, fueron producidos de forma responsable y controlada.

El uso del minibar se maneja al gusto del cliente y se llena con artículos seleccionados durante el proceso del check-in, al gusto propio. Cada habitación ofrece una estación de café y té (gratuito) el café es de la marca Britt.



Esta es la terraza de la Suite Deluxe en Gaia.



Soluciones  
integrales

## EL EQUIPAMIENTO TODO INCLUIDO

RESALTE SU SERVICIO  
**CON CALIDAD EN**  
LOS DETALLES



**Somos especialistas en productos de hotelería**  
• Pantallas • Colchones • Minibares • Vineras • Electrodomésticos

Tenemos líneas de crédito. Contáctenos al teléfono +506 4032-4500 / +506 2437-4170 / 800-2707070.  
Email: [solucionesintegralesm@grupom.net](mailto:solucionesintegralesm@grupom.net) Web: [www.solucionesintegralesm.com](http://www.solucionesintegralesm.com)

Four Seasons

# Decoración en función autóctona

*Four Seasons quiere resaltar más la cultura y naturaleza de Costa Rica, por lo que para el mes de Septiembre todas las habitaciones serán renovadas, y tendrá nueva iluminación, muebles, alfombras, cambios en baños y terrazas. Utilizarán colores vibrantes en las paredes y telas.*

Tres diferentes tonalidades serán las dueñas de las habitaciones de este hotel: lavanda, azul claro y verde salvia.

Van a incluir lámparas tipo chandelier, los muebles serán reemplazados por otros con colores vibrantes, los escritorios de las habitaciones se cambiarán por una mesa multifuncional, y llegarán nuevos sofás, alfombras y almohadas.

También en los baños, habrá duchas con efecto de lluvia y en las terrazas tendrán más salones así como nuevos tapices y muebles.

La Residencia Pacífico, tendrá una nueva iluminación, telas y colores suntuosos que incluyen tonos aqua, lavanda, kiwi, magenta y mango, así como un moderno y funcional mobiliario y una terraza que asemejan una sala de estar al aire libre.

La nueva iluminación contará con una lámpara tipo chandelier, así como artículos de tocador coloridos y pintados a mano con diseños.



Está será la habitación renovada hacia la cultura costarricense



*Ofrezca lo mejor a sus clientes.*

En Britt le ofrecemos productos y equipo de alta calidad para habitaciones:

- Coffeemakers de 2 y 4 tazas.
- Amenidades.
- Servicio técnico.
- Atención personalizada.

BRITT COSTA RICA, S.A. | Servicio al cliente 2277-1620 | ventas@britt.com | www.britt.com



*Hay cosas que solo suceden con Britt*

[Restregadoras & Barredoras | Aspiradoras |  
[Extractores de Alfombra | Pulidoras & Abrillantadoras |  
[Productos de Especialidad]



PRODUCTIVIDAD | RENDIMIENTO | VALOR DURADERO



Cotice con nosotros  
info@kr.co.cr | www.kr.co.cr  
T. (506) 2223-0111

# Catálogo de productos Suministros de habitación

## Almohadas antialérgicas

Con elementos 100% Anti-Alérgicos, Anti-Ácaros, Anti-Bacterias y Anti-Hongos, son lavables. De las marcas Cannon, Wamsutta, Burlington, Springmaid, Sleep Line, Z pillows, Relax, Quality, Pillowtex, Moonlighting, Sweet Dreams y Bed Suite entre otras, además de 27 modelos de almohadas de diferente uso para los clientes más exigentes



[www.cannonpillows.com](http://www.cannonpillows.com)  
Tel.: (506) 2291-6462

## Jabones biodegradables

Los jabones pueden ser empacados en diferentes tipos de empaques, tales como papel seda, papel kraft, plástico, bolsita o cajita, los jabones son de materias prima de origen vegetal y se les puede agregar el producto que deseen como por ejemplo avena o azufre etc. Los líquidos pueden ser en 4 tipos de envases, ya sea oxobiodegradables (se degradan en 2 años en lugar de 400), como en PVC. Puede ser del color y el aroma que el cliente desee aunque es una línea genérica.

Distribuye Carmay (506) 2292-2187  
[www.carmaycr.com](http://www.carmaycr.com)



## Soluciones en Coffee Maker para habitaciones

Coffee Maker de 4 tazas que chorrea directamente a las tazas. No poseen plantilla térmica, evitando así tazas sobrecalentadas. Se ofrece el café porcionado para su uso perfecto. Control anti-goteo. Apagado automático

Distribuye Britt (506) 2277-1620

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



Coffee Maker Hamilton Beach 48136 de 5 tazas. Esta unidad cuenta con auto pausa y la opción de servir; no tiene que esperar hasta las 5 copas se haya colado antes de verter la primera taza. Esta cafetera cuenta con una canasta de preparación en forma de cono y placa antiadherente más cálida, viene con una jarra apta para lavavajillas y cesta. Además, su swing-out canasta de preparación proporciona un fácil acceso a los posos del café y filtros.

Distribuye Tips (506) 2543-2100  
[www.tipscr.com](http://www.tipscr.com)



Calidad y tecnología de punta  
Confiable y ahorro en sus costos de operación.

SERIE 6

**GIRBAU**

**KEITH &  
RAMIREZ**  
Industrial

Contáctenos con nosotros  
[info@kr.co.cr](mailto:info@kr.co.cr) | [www.kr.co.cr](http://www.kr.co.cr)  
T. (506) 2223-0111



**Aspiradoras silenciosas**

Las aspiradoras silenciosas como el modelo T 15/1 desarrollan tan sólo un nivel de ruido de 59 dB(A) decibeles, lo cual las convierten en su aliado perfecto para poder desarrollar la limpieza de los cuartos y pasillos de un hotel sin importar la hora que sea y sin interrumpir la tranquilidad de sus huéspedes.

Distribuye Germantec (506) 2220-0303  
www.germantec-cr.com



**Cerradura digital**

Combinación electrónica de 3 a 8 dígitos. Con 1.000.000 de posibilidades de cambio de combinación a voluntad del usuario. Sistema de bloqueo en caso de que se inserte una clave errónea. Sistema oculto de apertura de emergencia, Baterías 4xAA. Dos pasadores de cierre en acero cromado en los laterales Distribuye Óptima Seguridad: (506) 2245-0536 www.optimaseguridad.com



**Paquetes decorativos**

Especializados en ofrecer paquetes decorativos, previamente diseñados y asesorados por profesionales, con telas especiales para la ropa de cama, como telas de decoración con coloridos de acuerdo a la zona o como lo requiera la cadena hotelera: Juegos de Sabanas Liso o Rayas Satinadas ( o piezas individuales). Sacos de Duvet, liso , rayas o con vivos, caminos o trows de cama, cojines o cilindros, faldones, protectores de almohada impermeables o simple, cortinas, paños, entre otros.

Distribuye Hellenic Designs:  
(506) 8354-7000  
www.hellenicdesignscr.com



**Porta menú en cuero**

Tamaño 8.5x11, en el cual se puede cambiar la impresión sin necesidad de cambiar la funda, se puede hacer en variedad de colores y en variedad de estilos personalizados. Servicio completo de diseño, impresión y producción de los porta menús. Distribuye Syj Leathers (506) 2591-1224 www.syjleathers.com



**Una experiencia en el descanso**

Sabanas de T-Y GROUP perfectamente confeccionadas con el mejor algodón y finos acabados, de 300, 400, 600 hilos. 100% algodón con acabados en Jacquard o bordados que le darán un toque elegante a la decoración de su habitación. Sábanas blancas para hotelería.

Distribuye T-Y GROUP: (506) 1-786-800-3453 salespty@t-ygroup.com  
www.t-ygroup.com





**¡Buenos resultados SIEMPRE!**

Nuestro programa para lavanderías emplea productos de limpieza de avanzada y **amigables con el medio ambiente.**



Oftrecemos equipos de tecnología de punta que permiten a nuestros clientes optimizar sus procesos de limpieza.

Tel: (506) 2438-4218 / Fax: (506) 2439-0322  
E mail: [servicioalcliente@kemical.net](mailto:servicioalcliente@kemical.net) • [info@kemical.net](mailto:info@kemical.net)  
[www.kemical.net](http://www.kemical.net)



Protegemos la salud, higiene y bienestar de las personas

**Mucha seguridad**

Especialmente para otorgar seguridad y tranquilidad a los huéspedes con las cajas de privacidad para las habitaciones, fabricadas para tales efectos con puerta de apertura a la derecha o la izquierda y con capacidad para una laptop de 15 pulgadas. Distribuye Cosey: (506) 4001-6247 [www.cosey.com](http://www.cosey.com)



**Carro hotelero**

La nueva línea de carros hoteleros ALPHA de la marca FILMOP permite configurar el carrito con todo tipo de accesorios como bandejas, gavetas, divisores, entre otros. Los hay de distintos estilos, tamaños y modelos de acuerdo al tamaño y presupuesto del hotel, pasillos y habitaciones. Distribuye Germantec (506) 2220-0303



**Muy Premium**

Los productos Tork se ofrecen en presentaciones de 96 hojas dobles, para el facial Premium cubo, o papel higiénico premium 500 hojas dobles.

Distribuye Tork-SCA Centroamérica (506) 2201-4435 [www.scacentroamerica.com](http://www.scacentroamerica.com)



**Secadora de pelo para hotelería**

Estas secadoras de pared, al estar permanentemente sujetas a la pared, no se corre el peligro que accidentalmente caigan en la tina, además cuentan con un seguro eléctrico interno en este sentido. Tampoco se corre el peligro de hurto de las mismas. Otro beneficio es que el huésped no las puede usar fuera del baño, donde se corre peligro de incendio ante un descuido. Además, es imposible que quede encendida, ya que el usuario debe tener su mano en la agarradera constantemente. Distribuye Jopco: (506) 2215-3545 [www.jopco.net](http://www.jopco.net)



**Mobiliario conceptualizado**

Expertos en soluciones mobiliarias que calcen a la perfección con la visión y el concepto de diseño. Un experimentado equipo de ebanistas y diseñadores acompaña al grupo de profesionales a cargo de la obra, para aportar ideas en conjunto y alcanzar resultados óptimos. Para habitaciones de hotel ellos pueden desarrollar respaldares, mesas de noche, closet, cómodas, escritorios, sillas, mesas, sofás, entre otros. Contando siempre con la tranquilidad de un producto único y exclusivo para su Hotel. Distribuye NalaKalú: (506) 2453-8003 [www.nalakalu.com](http://www.nalakalu.com)



Hotel Mangroove, Playa Panamá  
Costa Rica

**KÄRCHER**  
makes a difference

1 ASPIRADORA PARA AMA DE LLAVES  
2 LAVA-ASPIRADORA PARA ALFOMBRAS  
3 LIMPIADOR A VAPOR PARA RESTAURANTES

**GERMAN-TEC**  
info@germantec-cr.com  
karchercentroamerica  
2220-0303

### Ideal para habitaciones

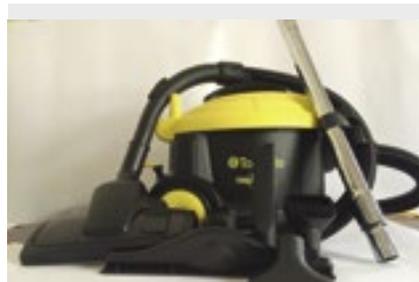
Equipo Inverter, de lujo, SEER 16, Gas R-410A ecológico, energy star. Ahorra hasta el 50% de energía, Capacidades desde 9.000 BTU a 36.000 BTU. Ideal para habitaciones en las que se quiere resaltar la elegancia. Garantía de 1 año. Ahorro energético. Funciones 3 en 1, autorestart, filtros lavables, filtro de carbono, fácil instalación, panel digital, bajo nivel de ruido, modo Sleep, temporizador, muy fácil de utilizar. Incluye kit de instalación de 3 metros, cable de señal, cable de potencia, control, manuales de instalación, usuario y control remoto.



Distribuye Total Parts:  
(506) 2296-0107 [www.total-parts.com](http://www.total-parts.com)

### No hace ruido

Esta aspiradora es muy silenciosa. Especial para habitaciones, no produce malestar al huésped por ruido. Es tanto para uso comercial como para uso industrial. Filtro hepa. Es de 65 decibeles.



Distribuye Prolim:  
(506) 2248-0538  
[www.prolimcr.com](http://www.prolimcr.com)

### Dispensador de hielo

Diseñados para la instalación en el pasillo, para que el huésped tenga acceso continuo a hielo en cubos.

La máquina de hielo es programable para mantenerse apagada en horas de descanso, muy silenciosa y el dispensador de hielo es automático mediante botonera. Acabado moderno y elegante en acero inoxidable. Garantía. Respaldo. Servicio.



Distribuye: ARTICA, S.A.  
(506) 2257-9211  
[www.artica.cr](http://www.artica.cr)

### Mini Bar Frigidaire Compacto

Fácil de usar, dispensador de latas, fácil de almacenar botellas altas, puerta reversible, llave de seguridad.

Distribuye: Soluciones M:  
(506) 2437-4170 [www.solucionesintegralesm.com](http://www.solucionesintegralesm.com)



### Amenidades eco-inteligentes

SALVATERRA™ es la nueva línea de amenidades Eco-Inteligente™ de House of Harris™. Presentados en materiales reciclables y reutilizables la línea GREEN LINE™ confirma el compromiso con la naturaleza y nuestro planeta. Los líquidos biodegradables han sido formulados con extractos y fragancias naturales. Cada uno de los artículos personales están sellados individualmente garantizando la higiene de uso al huésped mediante un abre fácil. Más de 15 elementos componen la línea completa.

Distribuidor exclusivo:  
HotelXperts – 2290-3727  
[www.thehotelxperts.com](http://www.thehotelxperts.com)



### Muy conectados

Conair presente un radio reloj con cargador incorporado compatible para dispositivos iPod-iPhone y iPad. Además permite reproducir música desde cualquier dispositivo con un conector estándar de auriculares.

Distribuye Soluciones M:  
(506) 2437-41-70  
[www.solucionesintegralesm.com](http://www.solucionesintegralesm.com)



# Entrevista con el nuevo Presidente de la Cámara Nacional de Turismo CANATUR

**Pablo Heriberto Abarca, nuevo Presidente de CANATUR se planteó el objetivo de involucrarse más con las Cámaras regionales para así impulsar con mayor fuerza el turismo.**

“El momento que atraviesa CANATUR es un reto muy interesante y estoy convencido que puedo aportar mucho a la organización. Por lo que decidí aceptar la presidencia”, indicó Pablo Heriberto.

## **¿Qué propuestas tiene para Canatur?**

Nos encontramos en una etapa de análisis. Hay temas macro en los que CANATUR sabe que debe interponer sus oficios para levantar la voz en defensa del sector. Nos parece fundamental conocer las necesidades y aquellos temas sensibles de los empresarios ubicados en las distintas regiones, por ello, hemos empezado a mantener un contacto más fluido con las cámaras regionales de turismo, que nos permita establecer visitas y acercamientos, abriendo el espacio para el intercambio de información, acerca de aquellos tópicos en los que consideran que CANATUR deba convertirse en un importante bastión de apoyo.

## **¿Cómo enfrentar la situación del dólar, alzas en el ICE, electricidad y lo principal la temporada baja? ¿Tiene planes de trabajo?**

El tipo de cambio y la incontrolable situación de las tarifas eléctricas no son situaciones exclusivas del sector turístico; sin embargo, consideramos que debe existir la voluntad del Gobierno, las instituciones pertinentes y el mismo sector privado para encontrar y ejecutar alternativas que nos devuelvan la competitividad que hemos perdido por estas situaciones y es ahí donde CANATUR debe jugar un rol más protagónico. Ya hemos aportado algunas ideas al señor Ministro y definitivamente aumentaremos nuestra presencia en estos temas.

Acerca de la temporada baja, la apuesta del país debe ir enfocada a la implementación de una estrategia que de captación de mercado que permita mantener una mayor demanda en lo que hasta ahora son esos períodos de bajo ingreso de visitantes, no obstante, que esto no signifique que

sea tarea únicamente del ICT, es un trabajo donde las cámaras, organizaciones y los mismo empresarios deben hacer su debido aporte.

## **¿Cómo impulsar las cámaras?**

Sin duda alguna hay que darle mayor participación a las Cámaras regionales de turismo, dándoles más voz e involucrarlas más, ya que ellas son el primer instrumento organizacional de cada zona turística del país; son quienes conocen a fondo la realidad que vive su sector, por ello el acercamiento con ellas ha sido uno de los primeros pasos que esta nueva Junta Directiva ha acogido, conscientes en la necesidad que nos transmitan sus problemáticas y necesidades, así como recibir la retroalimentación de lo que ellos consideran importante que el país asuma en materia turística.

## **Costa Rica tiene el aeropuerto de Limón, zona muy visitada por el extranjero ¿No se han proyectado a conversar con líneas aéreas para abrir algún vuelo hacia la zona?**

El Caribe costarricense es una región muy atractiva, que no ha tenido un auge de la misma proporción que las zonas turísticas del pacífico, sin embargo no es un tema que se resuelve únicamente con la negociación con líneas aéreas.

Debe existir todo un proceso de planificación de desarrollo en la provincia, que incluya indudablemente levantamiento de infraestructura, que logre sostener el crecimiento turístico en el Caribe. Dentro de ello, debe evaluarse por supuesto el tema del aeropuerto, con la inversión necesaria para que reúna las condiciones y el respectivo costo de oportunidad. En todo caso, no debería ser CANATUR quien evalúe ese costo de oportunidad, lo correcto es que las Cámara Regionales definan las prioridades, en ellas, CANATUR enfocará sus esfuerzos.



Pablo Heriberto Abarca Mora, nuevo Presidente de la Cámara Nacional de Turismo CANATUR, es un profesional de retos, caracterizado por sus luchas constantes, en las diferentes organizaciones donde se involucra. Aunque apenas tiene 30 años, su trayectoria en el gremio es amplia. Desde hace ocho años es directivo de la Cámara Turismo de Turrialba. Además él representa a la Empresa Transportes Edmoro de Turrialba, S. A, que brinda transporte turístico en su región y también a la empresa familiar, Ganadería 3X, la cual tiene acceso al Río Pacuare para el rafting.

# Redes Sociales: ¿Enemigo o aliado?



*El problema del mal uso las redes sociales y cómo combatir el negativismo en Costa Rica.*

Las redes sociales en Costa Rica últimamente han abierto espacios para críticas que tenían como propósito crear comunidades de conocedores. Estas mismas están siendo utilizadas no sólo para las críticas sino han caído en el complicado problema de darle una voz a las personas que buscan un mal mayor y no están interesadas en realmente formar parte de una comunidad de metas y gustos comunes. Peor aún y lamentable muchas veces, estas mismas están siendo cada vez más mal intencionadas y no se basan en hechos reales.

Aunque seamos fieles creyentes en la libertad de expresión y el derecho de opinión, debemos dejar de estar mal acostumbrados a usar las redes sociales para foros de destrucción sin sustento y comenzar a desarrollar más espacios para compartir criterios sanos con el fin de la mejoría de la industria restaurantera y hotelera en general.

Todos los profesionales de esta industria enfrentamos a diario el dilema de cómo combatir comentarios negativos y celebrar los positivos y es por ello que debemos educarnos en su manejo.

La primera impresión como profesionales en servicio al cliente siempre suele ser de atender el tema de inmediato, reconociendo la virtud del comentario y agradeciendo el tiempo tomado en aportar al crecimiento pero no se debe de dejar de lado también practicar lo que se predica y ser más solidarios con un fin común.

Aunque no todos los casos son iguales, existen 5 principios que nos pueden guiar a la hora del manejo de la retroalimentación negativa.

**1.** Manténgase informado y conscientes: Utilizando medios de vigilancia como lo son las "Alertas de Google" pueden todas las empresas mantenerse anuentes a lo que se publica de sus empresas y reaccionar de manera proactiva en cuanto suban sus palabras claves a la web.

**2.** Reaccione y reconozca proactivamente: La mayoría de las personas que desean publicar su sentir negativo en redes sociales tienen una aspiración de ser escuchados y posiblemente una frustración por no lograrlo mediante otro medio (en persona, por teléfono, email etc.) Estas personas consideran que si se apoyan en sus amigos lograrán cierta "venganza" y retoman el mando que perdieron con su insatisfacción no reconocida. Para evitar un efecto de bola de nieve debe uno de mostrarse consciente del tema lo antes posible, aunque así sea para sólo enviar una nota que indique que se le esta dando seguimiento al caso.

**3.** Vean el caso desde el punto de vista del comentarista: No es necesario ni del interés de la persona los motivos por los cuales ocurrió el descontento, suelen verlo más como excusas y en las redes convertirse en gasolina para el fuego. Es mucho mejor abordar el tema desde una perspectiva ajena, entendiendo lo que el cliente pudiese haber sentido y comprendiendo la inconveniencia que percibieron. Ahora bien, comprender no siempre es aceptar y es válido simplemente alinearse al sentimiento sin aceptar la culpa.

**4.** Remuévalo del "Spotlight": Los foros públicos no son las mejores avenidas para resolver temas complejos. Hacerlo público levanta más polvo y ensucia el panorama. Ofrezca sus comentarios por un medio más privado, sin hacer un intento de silenciar, es una estrategia para corregir el tema adecuadamente.

**5.** No alimente el monstruo: Sobre todo en casos donde es notorio la mala intención, déjelo pasar e ignore. Ofrezca un comentario de cierre que respete el sentir del afectado sin compartir su opinión.

En la educación está la certeza. Como profesionales no solo nos toca defender nuestros estandartes sino también buscar crear de malos ratos buenas oportunidades y aunque inicialmente sean molestos debemos considerar que un manejo correcto de cualquier situación da paso a la creación de un eventual embajador de marca.

Se debe de tomar este consejo no solo como empresa sino como cliente y aprovechar los medios que tenemos a nuestro alcance para el crecimiento y no para la mala fe. Demos nuestra opinión con impulso cuando nuestro fin tenga metas positivas como lo es la mejoría y no sigamos con la mala costumbre de aprovechar avenidas de comunicación para hacer popular una voz mal intencionada. Este compromiso se debe abordar como profesionales tanto como consumidores, también si pretendemos explotar con positivismo las herramientas a nuestro alcance.



Por: Cristina Jones  
Presidenta CJONES&CO  
[www.cjonesandco.com](http://www.cjonesandco.com)

# El riesgo de usar tapas no adecuadas

*Mientras el utilizar papel de aluminio y plástico es una práctica estándar en los restaurantes así como en el hogar, existe una lista de razones por las cuales debería reconsiderar el utilizar este tipo de envolturas especialmente para el manejo comercial.*

Mientras que el papel de aluminio y plástico parecen ser una buena idea y una manera conveniente para cubrir los alimentos, ya que son de fácil acceso, no es durable, y puede poner su comida en riesgo.

## Exponiendo la comida

Tapas de contenedores inapropiadas tales como el papel de aluminio y la envoltura plástica pueden fácilmente ser perforados y exponer los alimentos a contaminación proveniente de otras fuentes de alimentos que se encuentren cerca. También pueden comprometer el sabor y la calidad de la comida, permitiendo que se infiltren olores. Después de todo, nadie debería de comer mantequilla que sabe a pescado. Además si usted está lidiando con espacio de almacenaje limitado, cubriendo contenedores con plástico o papel de aluminio, probablemente no sea una buena idea. Ellos previenen a los contenedores para que tengan la posibilidad de apilar uno encima de otro, teniendo así aún más espacio.

- Las tapas, en todos los contenedores para alimentos, son esenciales para la seguridad de los alimentos. Mantienen la comida fresca por más tiempo que las envolturas de plástico.
- Almacene productos en contenedores limpios, con tapas de cierre hermético para reducir el riesgo de contaminación.

Cambro ofrece una variedad de tapas que puede solucionarle a los operadores a ser más productivos, eficiente y de operación segura. No solamente almacena y protege los alimentos, sino también maximiza la utilización del espacio de trabajo. Elija entre una serie de tapas hechas de varios material aprobados por la FDA de Estados Unidos, estilos y tamaños diseñados para que funcionen excepcionalmente bien en cada uso.

“Almacenar o transportar comida en sartenes cubiertos por plástico o aluminio, puede resultar en derrames que contaminen otros alimentos, comprometiéndolo la seguridad. Para estar del lado seguro, es mejor cubrir todos los contenedores con tapas de cierre hermético. Al utilizar tapas durables, reusables, usted estará realizando algo bueno para el ambiente al mantener un uso regular de empaques lejos de los suelos. Porqué no salvar recursos y mantener la seguridad al mismo tiempo”, indicó Victoria Griffith, CP-FS, Pro Advice

## Acerca de Victoria Griffith, CP\_ES

Victoria es CEO/Dueña de Griffith Safety Group, Inc. con sede en Washington, D.C. Es profesional en la industria de hospitalidad. Griffith tiene amplia experiencia en el espectro de las auditorías de seguridad; en clases para la certificación de manejo de alimentos, manejo de crisis, relaciones con el departamento de salud, educación sobre alergias, creación del plan HACCP, consultoría temporal sobre eventos e inclusive asesorías en seguridad de alimentos.

Visite [www.cambro.com](http://www.cambro.com) o llame a servicio al cliente de Cambro (800) 833-3003.

**CAMBRO**  
TRUSTED FOR GENERATIONS™



# Un punto de venta en cada habitación

**Confort, tecnología y marketing. Todo para cada habitación de hotel y generado por un canal propio de televisión. Es a lo que le están apostando diversidad de hoteles para renovarse.**

LG ofrece el equipo de software que tiene el sistema Procentric, el cual brinda a los hoteles el control absoluto de la creación de páginas y/o menús, que promuevan servicios y diferentes opciones para cada habitación, por medio de una pantalla LED.

Este nuevo sistema viene a revolucionar en la parte tecnológica, porque brinda información real, que se puede modificar de inmediato, creando una interacción, movimiento de imágenes y una alternativa de visión total. Esto permite que el cliente tenga una mejor opción de obtener la información más relevante, sin tener que estar tomando brochures, porta menús, papel, etc.

El procentric permite al hotel disponer de una herramienta tecnológica que promete hacer de cada habitación un punto de venta, donde los horarios de atención de spa, servicios de restaurante, menús, entretenimiento y todo lo que se desee se puede integrar en un canal especial, a través de una configuración sencilla, de una manera más interactiva.

De acuerdo con Oscar Alvarado, Gerente de Soluciones Integrales M, división respaldada por Grupo Monge, se propusieron implementar en los hoteles soluciones tecnológicas que garanticen satisfacción, confort y promoción hacia el cliente final y al hotelero, con resultados que se traducen también en un incremento del volumen de venta.

Además el sistema Procentric es una herramienta que puede generar ingreso y retribuir la inversión. Ofreciendo promover lugares, servicios y ofertas de lugares que se encuentran en los alrededores, a través de ese mismo canal.

Eso además de generar más ingreso al hotel, como un servicio mensual a negocios relacionados, satisface al huésped porque le muestra las opciones que tiene para seguir disfrutando del lugar.

Soluciones integrales M (506) 2437-4170



# Llévese un sabor diferente . . .

*Hacer que el cliente se lleve en cada visita un sabor diferente, es el objetivo de la empresa Euroalimentos, a través de su Showroom, ubicado en Escazú.*

Porque quieren que todo el que llegue pruebe diversos productos, además de vinos y licores que no son muy conocidos, de las diferentes zonas de Italia y se los lleven, pero en su paladar....

¿Qué le parece degustar limoncello, un sambuca, el liquirizia (digestivo) y algunos vinos como el Refosco de la casa de Cabolani?

Precisamente esa es una muestra de lo que se puede probar en cada visita que se realice a Euroalimentos, quienes cuentan con un alrededor de 800 productos 100% italianos.

Ellos están mostrando también un vino de la semana, para dar a conocer todas las variedades que tienen, con uvas muy diferentes y unos rangos de precio sumamente accesibles al mercado y acompañado todo de información detallada, con opciones de maridaje.

“Queremos que el cliente pruebe. Que tome un vino que no conoce. Estamos diferenciándonos por plasmar en el cliente la idea de no solo comprar, también pueden venir nada más a conocer lo que tenemos y degustar para que comprueben los sabores diversos que ofrece Italia”, comentó Marcos Torres Gerente de Euroalimentos.

En Euroalimentos elaboran una base de datos de lo que se

muestra y degusta, porque si una persona al pasar el tiempo de su visita quiere adquirir eso que probó, pero no lo recuerda, con solo una llamada lo puede obtener.

La accesibilidad está abierta en este showroom, especialmente para que los propietarios de restaurantes, Chef, Gerentes de AyB, así como amantes de la buena gastronomía y de la cultura del vino, sepan que cuentan con un lugar donde son los invitados especiales.

Aquí los reciben con copas de vino, o algún licor, con aceitunas, chiles rellenos de queso, de atún, a la parrilla, hongos, ajos y diversos productos italianos que esperan por ser probados.

Y es que, además esta empresa se interesó en profundizar en el tema gastronómico y vinícola. Así que acondicionaron una sala para catas, con el objetivo de realizar una al mes, dirigida por un sommelier y un chef ejecutivo, para cerrar el ciclo de la capacitación.

El Showroom de Euroalimentos fijó su mirada en diferenciarse, invitando a venir no solamente a comprar. Así que usted decida cuando le queda mejor llegar. Están abiertos de lunes a viernes de 8:30am a 6:30pm, Sábados de 9:00am a 1:00pm.

Euroalimentos: (506) 2215-2380



Marcos Torres, Gerente de Euroalimentos, comentó que ellos cuentan con una variedad de 300 licores y vinos diferentes.





PRODUCTOS NUEVOS



NEGOCIOS



NETWORKING



PROVEEDORES



**EXP | HO | RE**  
**EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES**

**16, 17 y 18  
de Junio, 2015**

Centro Eventos Pedregal . Costa Rica  
Horario: 11 a.m. a 8 p.m.



## CAPACITACIÓN

## DEMOSTRACIONES



## COPA CULINARIA

## RETO BARISTA



### Reserve su Stand:

Guillermo Rodríguez • [guillermo.rodriguez@eka.net](mailto:guillermo.rodriguez@eka.net)  
Cel.: (506) 8997-1651 • Tel.: (506) 4001-6729

Regístrese con anticipación y adquiera su entrada en:

**[www.exphore.com](http://www.exphore.com)**

Fotografías tomadas en Exphore 2014

Organiza:

*Apetito*  
la revista para hoteles y restaurantes



Revista Apetito  
[@revistaapetito](https://twitter.com/revistaapetito)



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

# LUCHADOR

## PROFESIONAL DE LA ENVOLTURA



# CAMBRO

LIBÉRESE. SEA PROFESIONAL  
[CAMBRO.COM/PRO](http://CAMBRO.COM/PRO)

Nadie va a la escuela culinaria para luchar con el plástico adhesivo, Usted es un profesional, su tiempo y talentos son mucho más valiosos que eso. Con **Cambro Food Storage Containers and Lids**, su cocina se mantiene ordenada y su comida fresca, segura y organizada.

