Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Especial de café
¿Cómo el café abre puertas grandes? **P.30**

Supermercados a la caza **P.22**

Avantec:
Nuevas oportunidades de formación **P.44**

Altagracia:

Una hacienda Boutique donde el lujo está en cada espacio **P.26**

Creciendo con Creatividad **P.44**

Suscríbase en:
www.apetitoenlinea.com
Nº 111
Febrero -Marzo 2015
/Revista Apetito

EXPHORE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES
16-18 Junio 2015
www.exphore.com

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

TORK

*

Hacemos tu vida más simple dejando la menor huella ecológica

Cuanto más conocemos tus necesidades más soluciones podemos ofrecerte

Nunca **usar servilletas, fue tan económico,** nunca. Acepte el reto y ahorre la prueba es **GRATIS!**

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 escríbanos a infotork.centroamerica@sca.com • www.scacentroamerica.com

SCA Care of Life

Ciamesa®

Te ofrece la mayor variedad de las marcas
más prestigiosas en vinos y licores

Visite nuestra página: **www.ciamesa.com** o
llámenos al **800-CIAMESA (800-2426372)**

Karl Hempel
Director
karl@ekaconsultores.com

Un Momento

El cliente decide ir a tomar un café con un par de amigos en la mañana. La conversación toma varias direcciones entre ellas amigos, pasado, presente, futuro, familia y por supuesto el motivo de la reunión.

El tema llega en el momento que todos esperaban, se analiza de varios ángulos y al final se deciden por un camino a seguir.

El objetivo de la reunión se cumplió, la compañía fue agradable, y cada uno invirtió una hora de su día en ese momento y todo gracias a un café.

Así es, hoy en día las tiendas de café además de dar un producto de calidad, una atención personalizada, e ingredientes premium, tienen que tomar en cuenta que venden algo más que la bebida, venden el momento.

Y por eso los amigos pagaron más o menos 12 dólares, por esas tres bebidas y pensaron, la próxima nos reunimos otra vez aquí.

Espero que disfruten de esta edición y como siempre agradezco sus comentarios

Contenido

8. cartas

Aperitivos

9. Noticias Apetito en Línea
10. Entre menos proveedores más control
11. Simplificando al huésped
12. Generando energía solar
13. Construido con Containers
14. Crecen con Alma barista
15. Tacos de diversas partes del mundo
16. Llegan con fuerza / Amigables con el ambiente
17. El smartphone puede aumentar sus ingresos con clientes frecuentes
18. Degustados por lo alto

Expo Vino

20. Asociación Profesional para los Sommeliers

Supermercados

22. Supermercados a la caza

Hotelería

26. Altagracia: El lujo en cada espacio

Especial de Café

32. El café abre puertas grandes
33. Auxiliadora Bonilla. De expansión de negocios
34. José Miguel Coto. Desarrollo internacional
35. Ana Lorena Cerdas. "El café de la mano de una buena repostería"
36. Manuel Dinarte. Por promover el café, pero a lo grande
37. Auren Chacón. Con una marca propia
38. Por una necesidad de valor
39. Ariel Bravo. "El café da para mucho"
40. Ricardo Azofeifa. Por 15 países consumiendo y probando café
41. Café Pasión sin Fin

De Compras

42. Oportunidades de Formación

43. Productos nuevos

Exphore

44. Creciendo con Creatividad

TODO EN COMPLEMENTOS PARA EL MEJOR CAFÉ

Café,
saborizantes,
toppings,
cremas y
mucho más.

BELCA Costa Rica
Tel: (506) 2509-2000
1 Km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén.
Heredia, Costa Rica
/Belca CR

Milagro Arias
Editora
milagro@ekaconsultores.com

Más que una responsabilidad social

Aunque quizás no parezca mucho, para Mí sí lo es. Y es que no he dejado de pensar cómo una empresa destina casi que un día laboral, por salvar una vida, perdiendo quizás ventas u otros negocios.

Estoy segura que eso no es responsabilidad social RSC, porque una vida va mucho más allá.

La empresa Tips se dio a la tarea de reunir 80 donantes de sangre para ayudar a salvar la vida de un menor de edad, que necesita un transplante de hígado y es familiar de un empleado de la empresa. Y considero que eso por sí solo, ya suma muchos puntos al sentido de RSC.

Ellos no lo anunciaron, quizás nadie se dio cuenta, porque solo les interesó hacer la campaña entre las empresas vecinas a sus instalaciones para que se acercaran a participar.

Porque más que vender equipos, más que capacitar personas, estoy convencida que en Tips, todo su personal, desde los propietarios, tienen una prioridad: darle el valor a un ser humano.

Me quedé pensando "Es común ver cómo las empresas le apuestan a programas de responsabilidad social empresarial, muchos de este gremio lo hacen, porque buscan ganar hojas para el Certificado de sostenibilidad turística CST, otros porque se están convirtiendo hacia lo verde y amigable con el ambiente, pero a ellos qué les interesaba. Simplemente salvar una vida".

Yo me declaro muy distante cuando se trata de sangre y esas cosas, pero ese sentido de Responsabilidad social que Tips transmitió me llegó. No solo a Mí, también a mi compañero Guillermo, qué no lo pensamos dos veces para colaborar en la campaña.

Lo mejor del caso, es que no salvamos solo una vida. Porque por cada donante, se salvan 4.

Realmente no tengo conocimiento si el niño afectado logró recuperarse, pero señores de Tips, dejenme decirles que con lo que ustedes hicieron concientizaron, no sólo a su personal de trabajo, sino a las empresas vecinas que comparten parte de un camino laboral diario con Ustedes.

-Tips, ustedes son toda una empresa que trasciende cualquier nivel- Los felicito.

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
irania@ekaconsultores.com

Directora eventos
Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Colaboradores
Alejandro Redondo
Melvin Molina

Fotografía de portada
Cortesía de Altagracia

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

Ahora puede elegir

Tener sus datáfonos con

Comercios Afiliados
Banco Promerica

Beneficios:

- **Liquidamos todos los días**
- Instalación rápida de datáfonos
- Sitio Web de consultas de transacciones
- Líneas de crédito ligadas a la facturación
- Sistema integrado de punto de venta
- Servicio personalizado

Contáctenos:

2519-8025

afiliaciones@promerica.fi.cr

JOPCO
ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES
www.jopco.net

EQUIPOS DE COCCIÓN

EQUIPOS DE REFRIGERACIÓN

asber

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

EQUIPAMIENTO GASTRONOMICO INDUSTRIAL

StampKey

Tarjetas de clientes frecuentes para smartphones

Get it on Google play

Available on the App Store

Cuenta por negocios rápida y fácil

T: +41 56 588 00 98
info@stampkey.com

www.stampkey.com

Anúnciese 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

9.232
personas han leído esta edición digital en www.apetitoenlinea.com /digital

Suscríbase
en: www.apetitoenlinea.com

Cartas

Nueva Franquicia

Le comento que representamos a una Franquicia de Restaurantes de Comida Peruana con presencia en Perú, Ecuador, Panamá, Miami, España y pronto en Costa Rica, Guatemala y República Dominicana, estaremos abriendo al público en el mes de Abril en Sabana Norte y en seguidamente en el lado Este de la Capital, nos encantaría poder tener la oportunidad de estar en un publirreportaje en su prestigiosa revista, quedo a la espera de su gentil respuesta,

Ronald Garnier Arias
Gerente País

Respuesta
Le estaremos contactando para nuestra siguiente edición, saludos cordiales

---

Mariscos

Somos Distribuidora de Mariscos Alta Mar S.A., queremos darnos a conocer con su Revista, a su vez nos ponemos a disposición para suministrar todo lo que su negocio requiera en mariscos de calidad. Estamos en los supermercados Pricesmart, bajo la marca Mar Profundo, hoy nos interesa atenderle personalmente, brindándole la calidad que nos caracteriza con precios de distribuidora.
Estamos para servirle. Marisol Rodriguez cel: 8622-6565

Interés cursos

Estoy interesada en las carreras del INA, Chef, cocina hotelera, productos orgánicos. Cómo es el proceso de selección, cómo me matriculo a dónde tengo que ir. Agradezco la información que me puedan brindar gracias.
valeria0895@hotmail.com

Encuentre ejemplares de Apetito en nuestros puntos de distribución

Encuentre estas interesantes notas en www.apetitoenlinea.com

Turismo

Los Sueños realiza uno de los eventos de pesca deportiva más grandes de Latinoamérica

El Triple Crown se llevará a cabo en enero, febrero y marzo. Costa Rica recibe turistas de todo el mundo durante las tres ediciones del torneo. Los premios rondan los $124.000 en efectivo. Este es uno de los eventos de pesca deportiva más grandes de Latinoamérica, se divide en tres etapas del 21 al 24 de enero, del 25 al 28 de febrero y del 25 al 28 de marzo.

Costa Rica muestra un crecimiento de 4,1% en llegadas internacionales

El 2014 fue un año en el que se sobrepasaron todos los registros históricos del país en materia de turismo. Así lo demuestran los datos proporcionados por la Dirección General de Migración y Extranjería (DGME) y analizados por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) que reportan 2 526 817 llegadas internacionales por todos los puertos de entrada, para un crecimiento del 4,1% en relación con el 2013.

Hotelería

Apertura de Dreams Las Mareas en zona fronteriza requirió importante inversión

El Hotel Dreams Las Mareas ubicado en Santa Elena, La Cruz de Guanacaste abrió sus puertas oficialmente,tras siete años de desarrollo.

El proyecto fue desarrollado por un grupo de reconocidos empresarios centroamericanos conformado por el nicaragüense Carlos Pellas, Presidente de Grupo Pellas, Ernesto Castegnaro, Presidente de la Junta Directiva del BAC San José, Francis Durman, Presidente de Grupo Monte Cristo, así como los panameños Stanley y Alberto Motta de Grupo Motta.

Con una inversión de $130 millones y operado por la compañía AM Resorts con la marca Dreams, que actualmente opera otros 36 hoteles ubicados en México y el Caribe. De acuerdo con Carlos Hernández, CEO de Grupo Pellas, la puesta en marcha del proyecto requirió inversiones iniciales de unos $5 millones en infraestructura como carreteras y acueductos aledañas al hotel.

BlueBay inaugura su primer hotel en Panamá

El Grupo BlueBay inauguró su hotel BlueBay City Panamá, el primero de los que contará en este país. De esta manera, la cadena hotelera desembarca en un nuevo destino y amplía su presencia en el mundo.

BlueBay City Panamá se encuentra en pleno distrito financiero y de negocios de la ciudad, muy cerca de las conocidas torres de Las Américas en la zona de Obarrio, Bella Vista.

El hotel da perfecta respuesta a las necesidades de viajeros de negocios así como a los que quieren descubrir el lado más cosmopolita de Panamá:

"Se trata de un hotel de última generación que satisfará a quienes lo visiten. Sin duda van a descubrir Panamá desde el mejor punto de vista", comenta Raúl Torres, Director del hotel.

Gastronomía

La cocina del café con importantes reconocimientos

Dos libros de Ojalá Ediciones e ICAFE fueron nominados para los Premios Gourmand Awards que se otorgan a los mejores libros de cocina del mundo en el Paris Cookbook Fair 2015. Es la Cocina del Café (The Coffee Cookbook), un libro editado en español e inglés que explora la infinita gama de sabores y combinaciones que permite el café de Costa Rica en el universo de la cocina, cómo preparar cafés de calidad en casa, los tuestes, los diferentes métodos de preparación y 20 deliciosas recetas creadas por la chef Camille Ratton.

Little Caesars inicia operaciones en Costa Rica con fuerte inversión

La reconocida cadena de pizzas estadounidense Little Caesars llegó a Costa Rica con una inversión de $500.000 con su primer restaurante, de 140 metros cuadrados, en Mall Paseo de las Flores. Esta franquicia internacional llega al país de la mano de Inversiones Danube, misma que trajo al país y ha hecho crecer en el mercado costarricense las franquicias Popeyes Lousiana Kitchen y Dairy Queen.

Carlos Brenes Yock Izquierda, Thomas Cantillo Chef especializado en comida Fusión, al centro, y a la derecha Leonard Chavarría, supervisor de Restaurante

Entre menos proveedores más control

PACIFICO Lifestyle Residences reúne más de 400 condominios, lotes y casas en el Coco. Cuentan con un Club de Playa exclusivo para sus miembros, desde hace 7 años, con un restaurante a la carta, Bar & grill, salas de eventos, piscinas de estilo infinito y jacuzzi. Y como deben quedarle por lo alto a sus clientes se esforzaron en seleccionar minuciosamente no sólo su menú, también a sus proveedores. "Entre menos, más control", así nos indicó Carlos Yock, Gerente General de Pacifico Beach Club.

Ellos trabajan bajo estándares de un perfil alto, en lo que respecta tanto el equipamiento de los condominios con cocinas, electrodomésticos menores y aire acondicionado, hasta en lo que ofrecen en el club.

Este Beach Club se construyó en un área de 6 mil metros cuadrados y frente a las playas del Coco, en la entrada se ubica un Automercado y alberga un Centro Comercial, que tiene floristería, spa, Rent-a-car.

El restaurante del Club es lo único abierto al público y tiene una capacidad para 50 personas. Ahí ellos constantemente están variando el menú.

El club acaba de cambiar los cojines del área de piscina a colores beige y café, así como las cabañas en azul.

Carlos señala como a sus proveedores a : Equipos AB, Keith & Ramírez, Tips, Belca, Florida Bebidas, Carnes San Martín, Pampa, Vinum y Vinos Moscone.

Simplificando al huésped

Expositor
EXPHORE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

La tecnología IPTV que permite ofrecer hasta 400 canales de televisión, se logró integrar en un solo control remoto, lo que comúnmente es para dos o tres controles, en el Hotel Dreams las Mareas.

La idea era simplificar al máximo lo que permite esta tecnología, para evitar al huésped de este hotel el problema de la manipulación de varios controles remotos, además de generar un importante ahorro de costos, al transmitirse este sistema por cable de red y operar una gran cantidad de canales que no tiene la televisión tradicional.

Es importante tomar en cuenta que el sistema de televisión IP, es mucho más económico al convencional. Es conocida como la televisión del futuro, sin embargo, se considera necesario un doble control para operarlo, porque comúnmente así funciona, sin embargo, Soluciones Integrales M, una división de Grupo Monge, logró la instalación de dos en uno.

Cómo un proyecto de equipamiento "llave en mano" esta empresa se dio a la tarea de instalar los televisores LG con ese sistema completo, además de las camas y colchones Serta, los cuales fueron diseñados específicamente para el hotel, con medidas y características especiales.

Se instalaron también todos los minibares, caracterizados por ser silenciosos y libres de escarcha, además de los electrodomésticos menores, tales como radio reloj, secadoras de cabello, Ipod y Coffee Maker.

Soluciones Integrales M, tiene participación desde hace tres años con el Grupo Pellas, propietario del Hotel Dreams las Mareas, en otros proyectos: En el Hotel Mukul Luxury Resort & Spa en Nicaragua y en la división inmobiliaria de la Marina Guacalito en esa misma zona, donde continúan trabajando.

Soluciones Integrales M Tel: (506) 2437-41-70

La instalación que realizó Soluciones integrales M fue llave en mano y eso lo lograron en 2 meses

Estos sistemas dependiendo del tamaño pueden generar una energía al 100% para el consumo

Generando energía solar

Para la mayoría de los proyectos hoteleros y restaurantes, el gasto que quizás es mayor mensualmente es el de la electricidad, situación que preocupa, y está obligando a muchos a buscar alternativas para bajar ese pago en el consumo, más aún, por ser empresas que deben funcionar con un alto tránsito eléctrico.

Muchos empresarios turísticos están innovando hacia la colocación de paneles solares, que parece ser una alternativa viable, sin embargo, preocupa el alto costo al adquirirla, aunque el mercado ofrece opciones especiales.

Monzi Figueres, Directora Comercial de Sibo Energy, empresa especializada desde hace 2 años en paneles solares, explica que si un cliente antes pagaba 100,000 colones al proveedor de energía, ahora podría pagar 30,000 y esos 70,000 colones que se ahorra se reinvierten en el pago del sistema solar.

Esto porque Sibo Energy financia al 100% la instalación y el equipo de los paneles.

De acuerdo con Figueres, los equipos tienen una durabilidad hasta de 30 años, aunque se tiene conocimiento de algunos que han durado hasta 50. " Nosotros damos 10 años de garantía de fábrica, y el mantenimiento hasta por dos años en el equipo", comentó.

La garantía del ahorro en el consumo energético es real, porque el cliente al dejar de pagar lo mismo, recupera lo invertido en un alrededor de 5 a 6 años, según Monzi, también el costo del equipo va a depender del tamaño, sin embargo la empresa Sibo hace un estudio previo donde indica lo necesario a instalarse y lo que se va a estar ahorrando, en el tiempo que corresponde.

"Es una tecnología accesible que trabaja de la mano con el medio ambiente, por lo que ya estamos trabajando con varios hoteles en el Atlántico, algunos en el pacífico, en Jacó y Puntarenas, así como en proyectos inmobiliarios de gran magnitud.

Sibo Energy (506) 4000-1510 info@energy.com

Construido con Containers

Un hotel eco-amigable se ubica al lado del Parque Nacional Manuel Antonio. Construido con 51 contenedores auténticos. Cada uno es una habitación, las puertas se utilizaron para crear muros de contención y las trancas son las barandas que se utilizan en los accesos al hotel.

El Faro Beach Hotel cuenta con 29 habitaciones y suites que se caracterizan por tener techos altos, balcones privados, pisos de madera original de los contenedores y las amenidades que se encuentran en un hotel de lujo, que nace como una opción para promover vacaciones sostenibles.

Una familia estadounidense de apellido Neighbors, decidió invertir en este negocio, construido sobre una base que podría soportar hasta 6 pisos de concreto, por lo que es una estructura muy segura. Esta idea es 100% amigable con el ambiente, ya que se utilizaron contenedores que eran desecho, cada uno con un valor aproximado de $4600, se ahorró mucha agua y electricidad así como material de construcción, obteniendo un ahorro aproximado de un 40% si se compara con una construcción de concreto.

Ellos utilizan luces led para ahorrar energía, de acuerdo con Diego Elizondo, Gerente del Hotel, los proveedores que utilizan para el área de Lavandería están certificados por CST como productos biodegradables.

"Trabajamos con Florex Costa Rica y Servidores Químicos Industriales. Además, estamos con la impresión de mensajes de ahorro en las habitaciones y se tiene planeado construir a un futuro cercano un tanque de captación de agua de lluvia para el riego de jardines y demás", explicó Elizondo.

Diego Elizondo comentó que la idea del hotel surgió por construcciones similares en Canadá. Ellos son 3 estrellas.

Faro beach Tel: (506) 2777-5115

Crecen con alma barista

Cafeoteca es el proyecto donde la Chef Camille Ratton pretende dar a conocer todo lo que encierra el mundo del café.

Es el único lugar en Costa Rica que reúne cafés de todas las 8 zonas cafetaleras del país, son como de entre 15 a 20 fincas, en diferentes niveles de tueste. De pura especialidad. Ellos adquieren el grano en verde y lo tuestan cómo lo consideren conveniente, según Camille, anualmente compran un alrededor de entre 25 a 30 quintales.

Ahí imparten talleres personalizados, dependiendo del público que lo requiera, así como tours temáticos, como actividades por reservación."Cafeoteca factura un 25% de todo el proyecto que tengo", contó Camille.

Y es que ahí mismo está el restaurante Kalú, que aunque existe hace varios años, se ha renovado, porque hace poco se trasladaron junto con la tienda de diseño también, a estrenar casa propia, en Barrio Escalante.

Kalú es todo un menú completo, de platos fuertes, elaborados con ingredientes muy al natural, postres y reposterías artesanales, refrescos de fruta fresca, vinos y cervezas únicamente artesanales.

En medio de jardines internos, la modernidad de la decoración llama la atención. Este es uno de esos lugares que se diferencian, porque además integran 3 conceptos: gastronomía de alta cocina, café de especialidad y arte, bajo el mismo techo.

Destaca que Camille Ratton, es la chef a cargo de elaborar las recetas del libro la cocina del café, reconocido por estar ganando importantes premios internacionales.

" Con el café se puede hacer mucho, no solo bebidas y postres, también platos fuertes y entradas", dijo Camille

Y eso es precisamente lo que seguramente fue el atractivo del jurado internacional de los premios Gourmand Awards que se otorgan a los mejores libros de cocina del mundo en el Paris Cookbook Fair 2015, para nominarlo entre los mejores, porque explora la infinita gama de sabores y combinaciones que permite el café de Costa Rica en el universo de la cocina.

De acuerdo con Camille, para iniciar con el proyecto, ella junto con su esposo, realizaron múltiples investigaciones, visitaron diversidad de fincas cafetaleras, porque siempre les ha gustado mucho el tema del café.

Kalú Tel: (506) 2253-8367

Tacos de diversas partes del mundo

Ese fue el concepto con el que nació este negocio. Mostrar la especialidad en wraps and rolls, pero fusionando sabores y técnicas de diversas partes del mundo, combinados con salsas exclusivas.

Las primas Chan Wong decidieron invertir en este negocio, bajo la tutela de la chef Lily Wong, quien estudió en China y en la Laureate Internacional University.

"Yo fui a china a estudiar mandarín y aproveché las tardes para especializarme en Dim Sum", contó Lily.

De ahí, la idea de no ser exclusivos en tacos o rollos, sino de comida saludable pero fusionada.

En Wrap & Roll ofrecen por ejemplo tacos del medio oriente servidos con humus, pan pitas rellenos con opciones variadas, así como el taco de pescado del norte que es de salmón ahumado, el taco al pastor que se corta en cuadritos la carne y es más ligero que los convencionales, los spring roll que son vietnamitas envueltos en hojas de arroz, los tacos chinos pero vegetarianos, porque según Lily, al ser fritos debe cambiarse el ingrediente de relleno; igualmente ofrecen el Taj Mahal que muestra los sabores exóticos del curry así como los coreanos que envuelven los wraps en lechugas como si fueran una tortilla y el cliente selecciona si quiere carne, pollo, vegetales, con su salsa predilecta.

"Realmente quisimos innovar la oferta gastronómica con algo diferente. Y hasta nuestras salsas son elaboradas aquí con recetas únicas, por ejemplo la que se llama pasión fresa que es agridulce,se hace a base de fresa, no de tomate como usualmente es", comentó Wong.

Y es que, definitivamente este lugar se caracteriza por ofrecer diversidad ya que está permitido seleccionar la tortilla para cada envoltura, así como el relleno, a pesar de que hay un menú establecido.

Aquí todo es muy fresco, nada es congelado ellos además de ofrecer esas opciones disponen de acompañamientos como el humus, sopas o ensaladas. Como señala Lily, eso cualquiera lo tiene, pero el secreto está en la base, que son sus salsas.

Principalmente trabajan con dos proveedores Belca y Ancyfer, quienes les suplen de todos los productos asiáticos, como las pastas de arroz, salsa de soya, ostiones, hongos shitake, entre mucho más.

Wrap & Roll: Tel (506)2239-3371

Lily Wong dice que ellos se proyectan a ser una cadena.

Llegan con fuerza

Le apuestan al crecimiento. Y aunque apenas aparecen en el mercado, como un negocio gastronómico con esencia artesanal, aseguran que con fuerza se direccionan hacia la diferenciación. Nacieron como una cadena, OPA Café, apenas está abriendo en los Yoses, pero ya se preparan, para instalarse en pocos meses, en el Oficentro El Cafetal en Belén de Heredia.

La propuesta: un menú con comida sana, inspirada en la cocina polaca y hecha con ingredientes ticos, el que será el gancho para posicionarse en el mercado.

"Opa llama especialmente la atención, porque aquí se encuentran sabores deliciosos, diferentes y que están muy influenciados por mis recuerdos de la niñez en Polonia", detalla el chef Patryk Jara Krasinski, socio-fundador de la franquicia.

Ellos preparan una línea de mermeladas propias que venden en tiendas de conveniencia aquí en Costa Rica y hasta fuera del país, además elaboran sus propias salsas, porque tienen más de 150 recetas variadas, todo con ingredientes naturales. "Además vamos a vender 6 tipos diferentes de vino pero de esos que vienen en copa no en botella", comentó Patryk.

De acuerdo con Patryk, el café utilizado aquí es traído directamente desde San Ignacio de Acosta.

Amigables con el ambiente

"Los equipos de hotelería y gastronomía de hoy en día no son los mismos de años atrás". Eso fue lo primero que me indicó Rodrigo Monge, Director comercial de la empresa Lemen de Costa Rica, cuando comenzamos a hablar de productos de limpieza.

Y ese precisamente es el factor que los obligó a ser una empresa amigable con el ambiente, y con productos certificados.

De acuerdo con Rodrigo, ellos venden soluciones no productos, porque se han especializado en sistemas, conforme las necesidades del mercado y sus exigencias. Es de esa forma que van buscando soluciones de producto, ya sea formulados o solicitados.

Su fortaleza la tienen con la marca EcoGreen, quienes desarrollan papel y toalla con sello biodegradable; además de contar con alrededor de 60 químicos certificados como amigables con el ambiente.

Lemen tel: (506) 2545-4529

Sin embargo ellos disponen de un portafolio de 3 mil productos de higiene y limpieza, para las dos divisiones que tienen: industrial y consumo.

Y es que esta empresa tiene 29 años en el mercado, por lo que se caracterizan, según Monge, por ser expertos en los distintos segmentos ya sea hotelero o gastronómico. Son especialistas en la limpieza de pisos, alfombras, cocinas, hornos, baños y en soluciones químicas

El smartphone de los clientes puede aumentar sus ingresos con clientes frecuentes

StampKey es un app de tarjetas de clientes frecuentes para Smartphones. Para los clientes de un restaurante es cómo tener una cartera para las tarjetas de fidelidad de restaurantes y bares, en su Smartphone, y permite además poder importar y exportar sus otras tarjetas de lealtad también.

¿Cómo funciona? StampKey es un programa de fidelidad individual para cada uno de los restaurantes que tienen sus sistemas, por ejemplo por cada 9 cafés, el décimo es gratis.
Los clientes del restaurante descargan el app StampKey y muestren sus códigos QR dentro del restaurante.
El restaurante usa el app StampKey en una tableta o iPad para escanear los códigos QR del cliente presentados por Smartphone y así, emitir los sellos y premios de lealtad al instante.
Con el app de StampKey el cliente puede accesar su saldo de sellos en línea 7/24 y puede regalar los sellos no utilizados a sus amigos como un regalo.

El beneficio para el restaurante

La aplicación StampKey es de fácil uso y el objetivo es de motivar a los clientes de volver al restaurante muy pronto, para aumentar los ingresos a largo plazo.
Se va a economizar en costos de imprimir tarjetas de fidelidad. Mostrar que valoran a sus clientes en manera sistemática y con una solución rápida y moderna.
A los clientes el app de StampKey le gusta porque pueden guardar cualquier tarjeta de fidelidad en su Smartphone y es más fácil de tener un app para tarjetas de cliente frecuente que descargar una aplicación por cada uno de los restaurantes, bares o tiendas.

Para probar StampKey para su restaurante, regístrese en la pagina Web de StampKey – www.stampkey.com

cyrill@stampkey.com
Tel: (506) 4001-0213

StampKey se puede combinar con sitios Web que permiten ordenar en línea y se puede integrar adentro del app de StampKey. "Queremos ayudar a los restaurantes bares y tiendas a intensificar la relación con sus clientes y atraer nuevos", indicó Cyrill Haenni (Suizo), quien lidera el equipo internacional fundador de StampKey.

Desgustados por lo alto

Expositor
ExpoVino CostaRica
La cultura del vino

Ulpiano Gonzalez Ortigoza, Presidente de bodegas españolas Frontaura visitó Costa Rica y participó de una degustación de vinos Frontaura y Nexus, donde participaron más de 120 personas interesadas en conocer más sobre estos viñedos.

Carlos Dorfel, Director de la importación de estos vinos para el mercado costarricense, comentó que en el evento se habló de tres gamas de vinos, como lo son Frontaura Crianza 2005 y Nexus Crianza 2006, así como el Nexus Cosecha.

Un vino fresco y natural como el Nexus Crianza, con notas afrutadas y toques de fruta confitada se integra con un armonioso equilibrio final. Mientras que cuando se va a degustar el Frontaura Crianza, se hace saber que se está ante un gran vino de la variedad tinta de toro de mucha complejidad. Muy intenso en nariz y muy denso aterciopelado y cálido en boca.

Se hizo referencia a la denominación de origen de cada uno. Frontaura con la zona de Toro y Nexus de la Ribera del Duero. La actividad se llevó a cabo en el Cortijo los Laureles, donde se compartió de una noche agradable con el Presidente de estas bodegas españolas.

Frontaura estará presente en Expo Vino Costa Rica, del 7 al 9 de octubre, en el Centro de Eventos Pedregal.

Frontaura Tel: (506) 8892-9551

Ulpiano González Ortigoza, Presidente de bodegas españolas Frontaura junto con el director de marca Frontaura en Costa Rica, Carlos Max Dorfel, brindaron toda la información sobre estos vinos a los asistentes.

COPA CULINARIA CONTINENTAL EXPHORE 2015

La Copa Culinaria es una de las competencias gastronómicas más importantes de América, donde los chefs de Costa Rica y otros países de la zona regiional compiten sorprendiendo con sus habilidades culinarias a un selecto grupo de jueces y a los amantes de la gastronomía.

Cuándo y dónde:

En Exphore el 16, 17 y 18 de Junio 2015, en el Centro de Eventos Pedregal
Horario al público: 11:00 a.m. a 6:00 p.m.

Adquiera su entrada en: www.exphore.com/entrada

Organizan: ANCH, Apetito
Avalado por: Academia Culinaria, Municipalidad Belén, UNESCO
Patrocinan: Culinary Trainer School CTS, TORK, Nestlé Professional

EXP|HO|RE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES
www.exphore.com

LÍDER EN EQUIPAMIENTOS
para la Industria Gastronómica

Visite nuestras amplias salas de exhibición.

AB | Frente a Cenada, 1 km al este del mall Cariari
2239 5516

Acero Total | San Joaquín de Flores
2265 2729

www.equiposab.com · ventas@equiposab.com · tallerdeservicio@equiposab.com

Por Alejandro Redondo, MBA
Director Consultoría Enogastronómica de Costa Rica S.A.
aredondo@intergourmetcostarica.com

Asociación Profesional para los Sommeliers

En 15 años nuestro país ha evolucionado en muchos ámbitos, uno de ellos ha sido el crecimiento de la importación de vinos y otro nuevos negocios orientados a la restauración de alto nivel. Esto conlleva, cambios en el consumidor costarricense, que se ve enriquecido también por extranjeros residentes en el país que han contribuido notablemente a fomentar este cambio.

Las tendencias a nivel mundial nos invadieron y el consumidor costarricense paulatinamente ha venido cambiando su estilo de vida, sus costumbres y algo muy importante, su manera de alimentarse. Esta sofisticación mundial, a la que Costa Rica no escapa, estimula que nuevos retos afloren.

En el año 2008 se abre la primera escuela formal y profesional de Sommeliers en el país, una franquicia argentina administrada por el Instituto Politécnico Internacional, la Escuela Argentina de Sommeliers, EAS. En ese momento, comienza un cambio importante a nivel de visión, formación y competencia. Esta escuela ha formado la mayoría de profesionales en el país. La Universidad Latina se suma en el 2010 a este nuevo mercado y titula a nuevos profesionales. Dos años más tarde, nace la Escuela del Vino Centroamérica y se une a este esfuerzo en la formación de Sommeliers. Otros, recibieron su formación profesional fuera de Costa Rica, en importantes escuelas también. De tal manera, que el mercado y la industria de bebidas alcohólicas principalmente y gastronómica nacional empezó a dar un giro importantísimo para el desarrollo, hasta nuestro días. Si bien parecen muchos años, esto apenas comienza.

Con un esfuerzo que inició con los graduados de la Escuela de Sommelier de la Universidad Latina, se constituyó la Asociación Costarricense de Sommeliers. Esta iniciativa tenía en su momento como objetivo, crear una institución que agremiara a todos los Sommeliers Profesionales titulados que prestan sus servicios en Costa Rica y que a su vez sirviera para seguir capacitando a estos profesionales. Dentro de sus planes estaba la creación de proyectos importantes como la integración gremial y modelos de negocios que cambiaran el rumbo del mercado nacional a esos momentos. Han pasado tan solo algunos años sin mayores consecuencias. La principal ha sido lograr unificar esfuerzos en un grupo que asumió a mediados del año pasado 2014 e iniciar la operación de esta Asociación. De tal manera, que se ha conformado una especie de Comisión Temporal con dos representantes de cada escuela nacional o extranjera representada en el país por sus profesionales, para trabajar en una serie de ajustes legales que necesita la constitución para poder incorporarse a otros agremiaciones internacionales que darán soporte y el reconocimiento formal a nivel internacional de la Asociación Costarricense de Sommeliers.

Una institución con ésta, está y estará al servicio de la industria local para apoyarla y contribuir a satisfacer sus necesidades en el rubro profesional de servicio, capacitación y otros temas que atañen a la profesional de un Sommelier.

Si bien Sommelier es una palabra desconocida para muchos, inclusive en nuestros días, al igual que el personaje, éste se percibe con una relación más directa con el vino, pero lo cierto es que un Sommelier es un profesional especializado en la gestión comercial, en el servicio, en el cuidado del vino, así como de otras bebidas alcohólicas o no alcohólicas, así como de otros productos como puros, quesos, chocolate, café, té, entre otros.

Un Sommelier es un profesional tan importante como un administrador de negocios, abogado, arquitecto o médico. Su formación abarca la viticultura, vinificación, es un gran conocedor de la geografía, cultura y economía vitivinícola internacional, un especialista educado en el análisis sensorial, en el conocimiento de bebidas alcohólicas, servicio y la relación con la gastronomía. El Sommelier es un formador, un educador que orienta al consumidor, que difunde la cultura y el consumo responsable.

De tal manera, que la Asociación Costarricense de Sommeliers se incorpora este año a la industria de bebidas y alimentos del país, con muchos objetivos, el primero de ellos motivar a los Sommeliers a acercarse, a formar parte de las comisiones que trabajarán temas específicos y por supuesto, a los importadores y distribuidores de bebidas y alimentos, restaurantes, hoteles, tiendas especializadas y afines, a formar parte de esta distinguida institución.

Seguimos evolucionando como país, hay grandes retos por delante y usted va a formar parte de ello.

Bienvenido.

ExpoVino
CostaRica
La cultura del vino
8 Y 9 OCTUBRE 2015
EVENTOS PEDREGAL
3:00 PM A 9:00 PM CUPO LIMITADO
ENTRADAS
DISPONIBLES
HOY
Organiza:
Apetito
Patrocina:
BANCO NACIONAL
Compre su entrada y vea los detalles en: WWW.EXPOVINOCR.COM
/Expovino I Tel: 4001-6723

En Walmart aseguran que cuentan con suficiente mercadería para abastecer las preferencias de los clientes que deben realizar compras con un mayor volumen

Supermercados a la caza

de los hoteles, restaurantes, comedores y catering service

PriceSmart y Auto Mercado reconocen la importancia que tienen para sus operaciones atraer y mantener negocios con los consumidores de estos sectores con necesidades tan específicas

Por Melvin Molina

Los restaurantes, hoteles, comedores institucionales y empresas dedicadas al catering service están en la mira de importantes supermercados en Costa Rica.

Este sector representa para estas cadenas una clara oportunidad para incrementar sus ventas, pero primero es necesario saber cómo atraerlos a los pasillos de sus locales y cumplir con sus expectativas.

Tradicionalmente estos pequeños y medianos negocios apuestan por abastecerse en distribuidoras. Cali Roberts, copropietaria de The Whisk Artisan Food, explicó que se siente atraída por este tipo de proveedores por dos razones específicas: bajo costo y entrega a domicilio.

Los responsables de desarrollar proyectos de mercadeo y ventas conocen muy bien que al igual que Roberts, existen muchos otros potenciales clientes que necesitan un estímulo para que cambien el lugar en el que abastecen sus locales.

Algunas de las estrategias que tienen en marcha estos importantes supermercados apuntan a ofrecer productos únicos, preparar pedidos a la medida e incluso ofrecer capacitaciones para atraer a este grupo de clientes.

Walmart y sus formatos

Gracias a sus distintos formatos de locales como Más x Menos, Palí, Walmart y Maxi Palí, los responsables de Walmart de México y Centroamérica consideran representar una oferta atractiva para estos sectores de la gastronomía y el hospedaje.

Yolanda Fernández, gerente de asuntos corporativos de Walmart, explicó que los precios bajos que ofrecen a diario, sumado a la variedad en todas las líneas de alimentos son parte de la estrategia para atraer a los negocios de estos sectores.

"Por medio de nuestros diferentes formatos estamos abiertos a atender a todo tipo de clientes que encuentran en nuestros puntos de venta la mejor opción de consumo. Contamos con suficiente mercadería para abastecer las preferencias de los clientes que deben realizar compras con un mayor volumen", detalló Fernández.

Todo en soluciones de REFRIGERACIÓN

TransClima®

TRANSCLIMA DE CENTROAMERICA, S. A.

Nacemos de la necesidad de nuestros clientes, productores y distribuidores, de llevar al consumidor final, sus productos en óptimas condiciones.

Somos especialistas en la venta e instalación de equipos de frío para supermercados y tiendas de conveniencia.

Fabricamos cuartos fríos y centros de distribución para la industria de alimentos y bebidas.

Somos distribuidores autorizados en Costa Rica y en Nicaragua de Hussmann, marca líder en equipos para supermercados y tiendas de conveniencia.

HUSSMANN®

Tel: (506) 2296-5022 Fax: (506) 2220-3884 Apdo: 28-1150 San José, Costa Rica
ventas@transclima.com www.transclima.com

"PriceSmart siempre está buscando desarrollar nuevos negocios, en particular con comercios pequeños que se encuentran en las ciudades cercanas a los clubes que operamos", José Luis Marín, Senior Vice President Marketing de PriceSmart

La visión de PriceSmart

PriceSmart entiende bien la importancia que representa este sector para sus operaciones en Costa Rica.

Por eso cuentan con un equipo que se dedica a conocer y satisfacer específicamente las necesidades de este grupo de empresarios de la gastronomía y hotelería. Su unidad Atención a negocios los visita, escucha y busca la mejor manera de desarrollar una labor en conjunto.

José Luis Marín, Senior Vice President Marketing de PriceSmart, explicó que la membresía Business está enfocada en clientes con esas características. Gracias al sistema que operan de club con membresía, ofrecen productos que califican de "excelente calidad al mejor precio posible"; además evitan cargos excesivos que se originan por la aparición de distribuidores e intermediarios.

"Las ventajas principales para los socios de negocios tienen que ver con el servicio ya que sabemos lo importante que es para los dueños de negocios el estar en sus establecimientos. Nuestros asesores se encargan de hacer cotizaciones, preparar pedidos y orientar a los socios con los productos que ofrecemos", comentó Marín.

Como parte de las estrategias de esta empresa con seis clubes operando en Costa Rica es un programa de seminarios enfocados a los negocios. En estas capacitaciones explican cómo obtener mejores rendimientos, al igual que prácticas para modernizar procesos de calidad e incrementar las ganancias.

Los precios competitivos son un gancho que pueden convencer a los negocios para que realicen ahí sus compras. Una forma en que lo logran es ofrecer productos al mayoreo, incluso en la categoría de frescos (carnes, pescados y mariscos) que les permite vender cajas con los cortes más buscados.

Como parte de sus estrategias para este sector empresarial, PriceSmart cuenta con marcas propias que poseen presentaciones especialmente pensadas para este singular tipo de clientes

Marín también enfatizó que los 2.400 items que manejan en los clubes corresponden a productos líderes, muchos de ellos únicos.

Como empresa están preparados para proveer incluso volúmenes importantes de consumo.

"No tenemos problema alguno en cumplir y exceder las expectativas. Este es nuestro negocio, comprar volúmenes altos, conseguir el precio más bajo para nuestros socios y que ellos recuperen lo antes posible el costo de su membresía", finalizó el vocero de PriceSmart.

Un segmento importante para Auto Mercado

Los clientes de hoteles, restaurantes, catering service y comedores institucionales están claramente identificados en cada local de Auto Mercado.

Así lo afirmó Anabelle Durán, gerente de mercadeo de esta cadena, quien reconoce en este sector a un segmento importante de clientes. Por eso trabajan en un plan para atraer nuevos compradores de esta categoría, mediante un plan que valoró como "muy atractivo", para el segundo semestre del 2015. Por ahora no profundizó en detalles.

La filosofía de esta empresa no es competir con las distribuidoras, aunque afirman que sus precios son muy atractivos.

En Auto Mercado se enfocan en estrategias como la personalización de los productos específicos que estos consumidores requieren.

Durán explicó que pueden preparar pedidos a la medida, esto significa que pueden venderles una cantidad importante de un tipo de corte de carne de un grosor o peso específico, por citar un ejemplo.

Para lograrlo llevan una década perfeccionando su página web www.automercado.cr y su apartado A Domicilio.

"Es prácticamente como estar comprando en un local de Auto Mercado, puede pedir que le manden la papaya para consumir en dos días o determinado corte. Nuestra visión es seguir mejorando y ampliando la experiencia en la parte digital", dijo la gerente de mercadeo.

También apuestan a maximizar el tiempo de estos clientes, con la opción de preparar pedidos para que solo pasen por el local y lo recojan. Esto tiene un costo, también los pueden entregar a domicilio en zonas cercanas a sus tiendas.

Adicionalmente esta cadena, que celebra sus 55 años de operación, considera que los hace muy atractivos para el sector gastronómico la variedad de productos exclusivos y de alta calidad que ofrecen.

Otra de las tácticas de Auto Mercado para atraer y retener a este tipo de consumidores es su programa Club Auto Frecuente, con beneficios como canjes de puntos por productos y promociones.

Gracias a esta iniciativa tienen mapeados a los clientes de estos sectores, con el objetivo de facilitarles su experiencia de compra.

"Uno de nuestros valores como empresa es la pasión por los detalles. Usted le puede preguntar a un administrador de tienda y él le dirá el nombre de estos clientes, por ahí es donde siempre estamos trabajando", finalizó Durán.

Sin duda este sector de consumidores está en la mira de los supermercados. Cada cadena afina sus estrategias, piensa en nuevas opciones y no dejarán de trabajar para que por sus pasillos cada vez más transiten chefs y responsables de compras de estos negocios.

"Nosotros tenemos una fortaleza, marcas muy buenas que solo se consiguen aquí y son muy afines con estos clientes", aseguró Anabelle Durán.

Altagracia: El lujo en cada espacio

Como un hotel encima de las nubes, se puede describir a la Hacienda Boutique Altagracia, un concepto que transmite esa sensación, no sólo por la ubicación del lugar (en las montañas de Pérez Zeledón) sino por la infraestructura, el servicio, y cada detalle que reúne una experiencia difícil de describir.

En lo personal, puedo decir que me encantó dormir en esa cama, porque el colchón invitaba a quedarse unos minutos más, al igual la calidez de la ropa de cama, la cual reta a conquistar, y eso es tan sólo lo mínimo, de mucho, que ofrece este lugar, conceptualizado como un hotel que busca reposicionar a Costa Rica como un destino de lujo.

Se podría decir que es un destino de relajación y descanso, pero también es el destino de una gastronomía de muy alta cocina, que promete sorprender paladares de un nivel exigente, y es que eso se entiende no sólo al degustar, sino al conocer de dónde y cómo llegó la Chef Ejecutiva.

Altagracia es el destino de los detalles. De la selección del confort. Es un servicio diversificado. Cuentan con un personal de 150 personas, por lo que destinan un 3 a 1 por habitación.

Es la hotelería revolucionando la creatividad, ahí el lujo está en cada espacio y en la experiencia. ¿Cómo lo hicieron?

Este hotel tiene 50 habitaciones de diferentes categorías, pero estas son casas, minuciosamente construidas y equipadas, Quizás porque los dueños como proyecto inicial comenzaron a conceptualizar el proyecto de tipo familiar. "Y con mucho cariño se pensaba en cada detalle, no de manera comercial", comentó Adriana Esquivel, Presidenta de la junta Directiva de hotelera los Altos, firma propietaria de Altagracia.

Aquí es notorio identificar cómo la familia Esquivel, propietaria de este hotel, se dio a la tarea de seleccionar cuidadosamente cada espacio, cada cosa y lo principal, al equipo que conforma su recurso humano.

Desde que se llega, la sonrisa de todo el personal del hotel recibe, cómo prometiendo una estancia placentera.

Y el placer inicia, desde que se ingresa a la habitación, porque la bienvenida oficial la dan precisamente ahí, con una botella de champagne, un plato de chocolate hecho en casa y fresas, cortesía del hotel.

Las orquídeas son reinas del lugar, colocadas en una salita previa al dormitorio, también en un mueble frente a la cama y hasta las hay en el baño. De estas reúnen un alrededor de 300, por toda la propiedad.

Estas casitas tienen mini bar, incluido en la tarifa, incrustado en un espacio amplio como de cocina, y saliendo de ahí a la izquierda, una chimenea eléctrica , de la que dicen, está en todas las casitas, y eso da un ambiente más cálido, sobre todo cuando entra la noche, porque baja la neblina y cambia la temperatura.

Alfombras diversas, sillones, sofas, en colores terracota, beige, cafés, imperan el lugar, y en esa salita una pantalla de Tv, eso antes de ingresar a lo que es el dormitorio, donde está la cama que invita a dormir placenteramente, en el colchón, de fijo especial, llamémosle conquista huéspedes, porque no es ni suave, ni duro, está perfectamente ajustado.

Al frente unos muebles como de diseñador, y una pantalla plana de 42 pulgadas LG, al lado del Apple Tv, que a la vez brinda una cuenta a Netflix .

Las cortinas son eléctricas, y el aire acondicionado tiene además modalidades de calefacción y deshumidificador.

El baño, es demasiado amplio, dispone de un jacuzzi, aparte una puerta en vidrio hacia la bañera, con doble ducha, una al lado derecho como las convencionales, y otra a la

izquierda, estilo de lluvia, por supuesto tienen agua caliente, pero generada por medio de paneles solares, lo cual es únicamente para el agua de toda la propiedad (Igual para la piscina estilo infinity que tienen cerca del spa, denominado el más grande de Centroamérica)

Otra puerta en vidrio en la misma área es hacia el sanitario. Y por aparte un mueble de baño grande, con todas la amenidades necesarias, pero más que básicas, además de los jabones, champú, acondicionador y cremas corporales, hay pasta de dientes, algodones, toallas tipo kleenex, aplicadores, y aceites especiales para el jacuzzi.

Al salir del baño un walking closet de grandes dimensiones, con espejos de cuerpo entero, rejillas para colocar la ropa, en madera, muebles con gaveteros , ganchos, y una cómoda silla frente a un espejo especial para arreglarse; ahí mismo otro espejo pero de mano, este gradúa la visibilidad de cerca o lejos.

En ese mismo lugar, una canasta con secadora de pelo profesional Babyliss (la que el mercado ofrece como mejor) y una plancha para cabello especial, de esas que de inmediato dejan el cabello super lacio. -Yo eso lo aprecié mucho- es un detalle.

Algo interesante, el guest book es un Ipad, que dispone de un mapa de la propiedad, así como los diferentes menús de los restaurantes, las opciones del lugar y los tour a caballo que tienen, (3 hacia diferentes lugares)

Los proveedores:
Es importante mencionar que Altagracia contará con la primera tienda Britt de la zona sur.
El 90% del equipamiento de cocina se adquirió con Keith y Ramírez, así como la lavandería.
Proquimia , Eco solutions. Clima ideal con los aires acondicionados, Aromas para el alma y Do Terra las amenidades, y super salón también, Opi para el Spa y salón de belleza. Jopco, Tips, Nieto con equipos y utensilios. Yamuni junto con Cemaco accesorios varios.
Soluciones Integrales M, Decoblinds
Durman: ventanería, puertas de exterior y carritos de golf.

La Chef Chau Doan es especializada en comida asiática e italiana.

"Aquí también estamos muy a la creatividad del chef, por lo que los menús no son tan estructurados, pero le apuntamos a productos muy frescos, mucho más a lo orgánico, porque queremos llegar a ser 90% farm to table, y llegar a tener nuestras propias gallinas, para los huevos de pastoreo", contó Federico.

A detalle

Resalta mucho que el 90% del personal es de la zona de Pérez Zeledón, así como algunas de las gerencias, porque se buscaron expertos con una visión mundial para cada área.

El Gerente Residente del Hotel es Federico Gurdián, un tico graduado de administración hotelera, que ha estado liderando hoteles en países como México (playa del Carmen), China, (Beijing) y aquí en Costa Rica.

La Directora Comercial es Cristina Jones, Presidenta de una empresa especializada en el turismo de lujo CJones & Co, quien vivió muchos años en Estados Unidos, formándose su experiencia con los creadores del formato boutique, quien lideró el proyecto de transformar la casa de Versace en un Hotel.

El Director del Spa, Francisco Vindas, todo un experto en tratamientos estéticos, un costarricense al que el destino llevó a liderar aperturas y reestructuraciones de Spa por Sudamérica, en países como Uruguay y Argentina, así como en Estados unidos.

Llama la atención la Chef, Chau Doan, una vietnamita que el destino llevó por 19 años a la ciudad de Melbourne Australia, y 3 años por Bali, lugar donde el propietario de Alta Gracia, Alberto Esquivel, un amante del turismo y del buen comer, la conoció y se interesó por traerla a su proyecto en Costa Rica. Y lo logró.

Chau, es una apasionada de lo tradicional, ella toma platos tradicionales y les eleva el sabor y la calidad, como una diferenciación, para que sea lo más inolvidable.

Ella está a cargo del restaurante Bistró, el más casual, ahí se sirven desayunos ligeros, almuerzos y café; igualmente que del Ambar, con un nivel de mayor formalidad, especial para desayunos, almuerzos y cenas a la carta.

La idea además es que brinde clases de cocina a los huéspedes, de acuerdo con Federico Gurdián, es la visión que se tiene, porque la cocina abierta junto con el equipamiento de la misma lo permite.

La decoración de todo llama la atención, afuera del Bistró "un cow parade" en medio de cuadros coloridos, sofás y muebles que invitan a descansar y admirar las vistas.

Todo detalle seleccionado en cada rincón por Alberto Esquivel junto con Mari Jose Artiñano, Arquitecta de interiores y decoradora.

Es importante mencionar, de acuerdo con Adriana, que la mayoría del mobiliario es importado, de tiendas como Restoration Hardware. "Pero en Yamuni y en Cemaco compramos cosas muy lindas, señaló Esquivel. Aunque Federico comentó que los blancos se compraron en la empresa Tropical Bed And Bath.

KEITH & RAMÍREZ INDUSTRIAL, CELEBRA SU 90ta ANIVERSARIO, OFRECIENDO LO MEJOR EN SERVICIO DESDE 1925!

DISEÑO | EQUIPOS | SOPORTE | REPUESTOS | FABRICACIÓN | MOBILIARIO

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

El nivel

Como todo hotel que pretende ofrecer lujo, el room service es de 24 horas, pero resalta que una canasta de panes recién hechos en el hotel, por un chef pastelero traído desde Inglaterra, llegan a la habitación cada mañana.

Y como este lugar es una hacienda, disponen de 50 caballos en la propiedad y de 40 más en otra finca, de 6 razas diferentes, los cuales se entrenan constantemente, porque son los reyes del lugar, como una experiencia equina, disponen de un lugar que parece más un hotel para caballos, con veterinario en sito, sala especial para cirugías, áreas para bañar a los caballos, y un cuarto especial de monturas y equipo. Establos amplios, y "el picadero", área especial para que el huésped se familiarice antes de salir de tour, ahí al lado construyen el restaurante el Grill, especializado en comida típica costarricense.

Disponen además de un área especial de entretenimiento, con mesas de billar y juegos de mesa, junto con una sala de lectura y computadoras a disposición del huésped. Cerca de eso un bar para quienes gusten beber los últimos tragos de la noche con música más alegre.

La propiedad tiene más de mil helechos, un vivero propio con más de 100 plantas diversas y un alrededor de 8 ranchitos distribuidos por toda la propiedad, con sofás, hamacas, música y un río que pasa en medio de todos. "Ahí vamos a tener cerveza imperial como algo complementaria para el huésped", dijo Federico.

El lugar apuesta por ser muy fuerte en el tema de los vinos, con un alrededor de 60 etiquetas para la carta del restaurante, pero 160 en un wine shop, ampliamente construido, con vinos de diferentes partes del mundo, en eso los está asesorando el sommelier Roberto Rojas, y como están iniciando operaciones, aún no cuentan con proveedores de vino formalmente establecidos. "Los están buscando".

El café abre puertas grandes

Especial de café

Involucrarse en el negocio del café, con capacitación adecuada, en definitiva da para mucho. Eso lo comprobamos al conocer a detalle a los 7 baristas campeones nacionales, quienes han representado a Costa Rica ante el mundo, en los diversos países donde se ha desarrollado un mundial.

Es un hecho que el barismo les abrió las puertas, pero a lo grande, a todos estos especialistas en nuestro grano de oro, que con amplia experiencia hasta internacional, coinciden en que la tendencia actual para determinar un buen café está en los tuestes, pero el factor importante diversifica dependiendo del mercado hacia el que vaya a dirigirse.

Determine Usted, si su negocio va por el camino del crecimiento o si necesita re direccionarse.

De expansión de negocios

Auxiliadora Bonilla fue bicampeona nacional de barismo en 2013 y 2014, trabajando siempre con el café de su familia "Don Mayo".

Eso le valió, para lograr visitar Australia e Italia, respectivamente y representarnos. Posterior llega con la visión de tener un negocio propio, aunque desde siempre la tuvo, pero en ese momento, con más fuerza, ya que es después de participar en campeonatos mundiales cuando las puertas se le abren.

"No fue lo mismo al querer abrir una cafetería y decir soy productora exportadora de cafés finos a decir, soy la campeona nacional de barismo de Costa Rica. Me respalda un nombre. Y los que hemos logrado ese privilegio de la mano de una visión de negocios siempre se nos van abrir puertas diferentes", dijo

Ella abrió su negocio propio en 2012 pero es en 2013 cuando lo traslada y lo hace mas grande. Ahí decide innovar con el consumidor y se compra un micrófono para interactuar y ayudar a educar con el café. "Cuando hay mucha gente Yo lo enciendo y comienzo a preguntar quienes conocen de diferentes cafés, como el natural por ejemplo, y así he ido logrando introducir a mis clientes a lo novedoso y a las metodologías como kemex y prensa francesa", contó.

Café Don Mayo Tel: (506) 2519-9205

Auxiliadora trabaja actualmente en un proyecto de expansión de negocio. En junio de 2015 abrirá su segunda cafetería en San José, en una terminal de buses nueva.

"Yo aunque no he ganado un mundial, lo que aprendí nadie lo imagina, y de ahí que logré visionarme a lo grande. Me proyecto a crecer con ese segundo negocio y me gustaría ayudar a futuros campeones nacionales con capacitación, porque la experiencia hay que compartirla", indicó.

Barista: Auxiliadora Bonilla
Café Don Mayo se exporta principalmente a los países: Alemania, Noruega, Corea del sur, España, Francia y Japón.

Desarrollo internacional

Jose Miguel Coto encontró su pasión y destino en el café, mientras estudiaba su carrera universitaria de noche y trabajaba de día en la cafetería Aki Café en Cartago.

A partir de ahí empieza a capacitarse en barismo, en el primer grupo que forma el ICAFE. Posteriormente compite en el primer campeonato nacional y se hace campeón en 2004. El nos representó en Italia, donde ganó una octava posición, por lo que automáticamente se le comienzan a abrir puertas, hacia muchos mercados internacionales.

El vuelve a ser campeón en 2005 y también en 2007, y representa a Costa Rica en Seattle y Japón.

Aunque desde que vuelve del primer campeonato, lo contratan en Nicaragua, donde viajó por 3 años para capacitar, simultáneamente va a Honduras y en Costa Rica sigue trabajando con algunas cafeterías, entre las que destaca Spoon.

Lo llaman casi de inmediato de Panamá para un proyecto de tres unidades de negocio, un concepto en cafeterías estilo europeo, una escuela de capacitación de baristas y una distribuidora. Ahí se queda un año, y después por 8, donde radica actualmente. Con un cargo de Gerente de Operaciones, para una cadena de café que reúne 7 cafeterías, en diferentes zonas, incluyendo una en el aeropuerto de Tocumen.

Ellos ahí venden tres tipos diversos de café de una misma finca panameña, en el proceso de 75% lavado y 25% honey, porque es lo que el consumidor de ahí acostumbra tomar. Y es que, según José, la cultura del café en Panamá es muy nueva. Sin embargo hay mucha competencia, porque constantemente llegan nuevas cadenas, está Juan Valdés, Saquella que es italiana, y Espresso Americano que reúne más de 200 locales en Honduras.

Pero cómo han logrado sobrevivir y crecer. El asegura que mantienen un factor importante: la consistencia del café, la atención al cliente y el precio.

"Se debe brindar además un buen mantenimiento al equipo de trabajo, estar actualizando. En lo personal viajo cada año donde haya un curso nuevo. Por ejemplo he estado República checa y en Venezuela, adquiriendo nuevos conocimientos", contó.

Volver a competir en Costa Rica. Es algo que a José le gustaría, pero será si algún día regresa, porque existe una cláusula que le impide hacerlo mientras esté fuera del país. "A mi Panamá me gusta,así como el trabajo que hago y hay mucha oportunidad de crecer aquí también", puntualizó.

Barista: Jose Miguel Coto
Primer campeón nacinal de barismo en Costa Rica

Barista:
Ana Lorena Cerdas
En su negocio vende más de 50 tazas diarias.

"El café de la mano de una buena repostería"

Ana Lorena Cerdas comenzó trabajando para una empresa de café donde le brindaron la oportunidad de capacitarse como barista para así brindar una mejor información al consumidor. Ella asegura que jamás pensó llegaría a ser la dueña de un negocio propio, a partir de que se involucra por completo con el tema del café.

"Yo fui de la primera generación de baristas y me decidí a participar en el campeonato nacional 2006 donde gané. Me tocó representar a Costa rica en Suiza. Ahí fui sola, llevé café de la zona de Naranjo de la que me declaro amante, por la acidez cítrica que tiene, y también escogí uno de la zona de pejibaye porque el productor tuvo la paciencia de secarme el café en grano al sol, hice una mezcla y me fui con una licuadora en mi maleta personal. Fue un poco duro", rememoró Lorena.

Después de competir, ella reconoce que su visión cambia y adquiere una concesión de una cafetería, por unos años, pero posteriormente se hace independiente brindando asesorías en cafeterías y restaurantes.

"Definitivamente el barismo me abrió muchas puertas, y de verdad que uno crece en todos los ámbitos. A mí me han ofrecido trabajos fuera del país pero Yo tengo hijos, así que preferí crecer en mi país y me doy cuenta como el café deja pero de la mano de una buena repostería, y al no encontrar quien me llenara esa parte empecé a hacerla Yo sola", contó Lorena.

Al mismo tiempo que ella hacía repostería para su propio negocio empezó a vender a terceros: En Café con leche, Multiplaza del este, Café Arábica en Mall Multicentro, Café Beso en Plaza Tempo, Café Don Mayo en Plaza Mango, Oh Café en Paseo Metrópoli, Viva Café Diagonal al cine Magaly y en Fragola en el Mercado Borbón, donde Ana Lorena también tiene su local.

De acuerdo a su experiencia, Lorena dice que la tendencia con respecto al café va cambiando, porque los consumidores van ahora hacia los cafés puros, sin embargo en lo que respecta a métodos, dice que el tico se inclina por lo más práctico.

Lorena participa todos los años como juez del campeonato nacional de barismo así como del reto barista. Ella le apunta a seguir capacitándose también con la repostería para perfeccionarse, y así crecer más en lo que está actualmente

Lorraine Delicatessen
Tel: (506) 8684-6185

RETO BARISTA

16 al 18 de Junio, 2015
Centro de Eventos Pedregal

Fechas de 3 clasificatorias:
21 de Marzo, 2015:
Cafetería Don Mayo 2:00 p.m
25 de Abril 2015:
Kaffa Café-Coronado, 2:00 p.m
23 de Mayo 2015:
Café del Barista, Aranjuez, 2:00p.m

Premios
$500 en efectivo: para 1, 2 y 3 lugar

¡Inscríbase hoy mismo!
Tel: (506) 4001-6727
Costos de Inscripción: $35
Reto Barista

Organizan: Apetito, Café del Barista

Patrocinadores: Dos Pinos ...siempre con algo mejor, Britt, Rancilio, ACS

Con el apoyo de: Asociación Cafés Finos de Costa Rica, Café de Costa Rica Indicación Geográfica, Icafe Instituto del Café de Costa Rica, Asociación de Baristas Costa Rica

Por promover el café, pero a lo grande

Conocido por ser el organizador principal del Reto Barista. Actualmente preside la Asociación de baristas de Costa Rica, porque buscar consolidar al barismo como carrera. Ha sido promotor del café de Costa Rica en Europa y China, contratado por Procomer. Eso después de que se hace campeón nacional en 2008 y representa al país en Dinamarca. Definitivamente, a Manuel Dinarte muchas puertas se le abrieron.

"Aprendí mucho en el campeonato mundial, cometí errores también y me di cuenta que la oportunidad que teníamos como país no la estábamos aprovechando. Digamos que abrí los ojos", comentó Manuel.

Y como cafés finos organiza el campeonato nacional una vez al año, Manuel se dedicó a organizar el Reto Barista, con el objetivo de crear este como motivación y fogueo para muchos baristas. "En realidad considero que funcionó porque dos campeones del reto, Auxi y Ariel llegaron a ser campeones nacionales, después de ahí", señaló Dinarte.

Pero antes de esto, Procomer contrató a Manuel como promotor del café de Costa Rica, él visitó en cuatro ocasiones Europa, una vez China y así como colaboró en campañas internacionales, reconoce que aprende mucho más, llega a conocer mucha gente y se impulsa a abrir su propia cafetería posteriormente.

También su amplio conocimiento fue su gran aporte, porque trabajo en cafeterías como la del Marriott, y ayudaba a abrir cafeterías, entrenaba personal y hasta volvió a competir el año pasado en el campeonato nacional.

Actualmente Manuel tiene la cafetería Café del Barista, donde creó una especie de Brew bar para mostrar métodos nuevos de servido. "Me he obligado a innovar porque el consumidor es cada vez más exigente, así que además de enseñar lo nuevo que hay, solamente vendo café de especialidad, con trazabilidad", explicó.

En café del barista utilizan café del valle Occidental, de Naranjo, del beneficio Herbazú. Procesado semi lavado, secado al sol.

Barista: Manuel Dinarte
Juez WBC en campeonatos mundiales de barismo

Con una marca propia

A los 17 y 18 años de edad, respectivamente, en 2009 y 2010, Auren Chacón Leiva se hizo campeona nacional de barismo, cargo que la llevó a representar a Costa Rica en Atlanta y Londres. De ahí que, se vio obligada a cambiar su visión de futuro, porque jamás imaginó cómo se le abrirían las puertas en el mundo del café, donde empezó a crecer como la espuma.

En ese momento, seleccionar el mejor café era su tarea, pero para Auren "algo muy común", quizás por pertenecer a una familia productora de café de muchas generaciones atrás, de la zona de los Santos, por lo que Auren ya tenía mucho conocimiento.

Después de participar internacionalmente, aunque desaparece prácticamente por dos años del mundo del café para terminar sus estudios universitarios de administración de empresas hoteleras, su mayor pasión vuelve.

Ella se involucra en la apertura de la escuela de barismo Kabba Coffee donde brindó lecciones, después se trasladó a trabajar a la Academia Costarricense del café y a la vez brinda asesoría en Doka Estate Café tres generaciones, sin embargo actualmente trabaja en Chateau 1525 donde ofrecen un café muy especial de la marca "Revo", el cual lleva un proceso miel y natural, caracterizado como muy cítrico y con mayores características de chocolate por el proceso de tostado.

"Revo es mi marca propia y se llama así porque considero que el café ha sido una revolución desde que existió. Esa es mi proyección seguir creciendo con lo mío, con un negocio propio, mi marca, pero hacia los diferentes mercados," comentó

Revo Tel: 8308-0427

Café que llevó a los campeonatos:
De la zona de Naranjo y de Coopedota.

Barista: Auren Chacón
La zona predilecta de Auren son los cafés de Tarrazú.

VAJILLA PARA CAFÉ CON SABOR INSTITUCIONAL

- Amplio surtido con línea clásica y moderna, Ideal para uso en estaciones de café.
- Amplia selección de formas para atender los requisitos de un buen servicio.
- Piezas apilables y usos más eficientes de los espacios.
- Tenemos las tazas para la preparación de CAPPUCCINO Y ESPRESSO con las capacidades oficiales según criterio recomendado por la Asociación de Café Finos de Costa Rica.

Tel. 2255-2066 | egarcla@yamunl.com

yamuni mayoreo

HACCP APPCC

Por una necesidad de valor

En la lucha por recuperar protagonismo, brindar cultura y renovar conocimiento de cara al consumidor final de café, es que nace la Asociación de Baristas de Costa Rica, en 2014.

De acuerdo con Egérico Segura, Vicepresidente de la Asociación, más que todo es por una necesidad de darle valor a una profesión que no está reconocida en ninguna categorización del Ministerio de trabajo, ni en su lista de salarios mínimos, "digamos que estamos al margen legal en este tema", explicó Segura.

Actualmente esta Asociación trabaja en esto y en una estrategia de fidelización que busca darle capacitación, formación y privilegios a los baristas miembros de la Asociación dentro de las diferentes escuelas y cafeterías del país.

Según Segura, ellos además buscan lograr nivelaciones y certificaciones internacionales con la cuales poder darle un mayor rango a sus conocimientos.

Esta Asociación conformada por 14 baristas, ya realizó su primera actividad masiva,a finales de 2014 denominada "Cappuccinaton" con el objetivo de recaudar fondos para una fundación.

Ahí se intercambiaba un cappuccino por una colaboración monetaria o de material educativo. Se logró reunir a 25 baristas, 8 productores, en un solo día, donde realizaron 2 mil cappuccinos.

Asociación Nacional de Baristas
Tel: (506) 8811-1565
asobaristacr@gmail.com

El "Cappuccinaton" fue la primera actividad que realizó la Asociación y logró reunir importantes baristas nacionales, así como empresarios.

"El café da para mucho"

Ariel Bravo Rojas confiesa que llegó al mundo del café por accidente, porque ni siquiera le gustaba beberlo. Sin embargo cuando lo conoció sintió una afinidad por lo minucioso y perfecto que debe ser el catarlo, seleccionarlo y servirlo. Y es en este momento, después de una capacitación de casi tres años en perfeccionarse como barista, que se prepara para representar a Costa Rica en el próximo campeonato mundial, en la ciudad de Seattle, a desarrollarse en el mes de abril.

Ariel al salir del colegio quiso estudiar gastronomía pero no logró entrar, por lo que comenzó a estudiar administración de empresas y a matricular cursos libres que tuvieran que ver con la cocina. "Yo envié a mi mamá a matricularme en coctelería, pero cual fue la sorpresa que me dijo que solo había un cupo en barismo, y Yo qué es eso... Hasta estuve incómodo en los primeros cursos", comentó.

Sin embargo, su profesor en ese momento, (a lo mejor vio sus grandes habilidades) lo invitó a seguir entrenando con él en su empresa privada Fábrica de Siropes las Torres. De ahí en adelante, Ariel empieza a involucrarse por completo en el café, cuando asiste a conocer como se preparaba el campeón nacional del momento en 2012, es cuando se inspira en seguir adelante en el tema cafetalero.

De inmediato continúa preparándose y compite en el campeonato 2013, 2014, donde ocupa el segunda lugar. Se inscribe casi de inmediato en el reto barista y ahí logra ser campeón 2013, así que con lo que gana, lo invierte en comprar material para seguirse entrenando para la nacional hasta que se hace campeón para 2015, competencia que señala como un reto porque trabajó a la par de quien lo inspiró a llegar donde está.

El café de la finca Coffea Diversa le ayuda a ganar y ahora Ariel se prepara arduamente para el mundial buscando el mejor de los cafés que lo acompañe a lograr plasmar su concepto de "la reinvención de cómo tomar un espresso". "Las puertas se me han abierto en mucho, me han llegado ofrecimientos de trabajo muy interesantes, dentro y fuera del país, pero tengo un objetivo y se que si hago un buen papel se me abrirán más oportunidades. Yo quiero tener mi negocio propio algún día, de micro beneficio y cafetería y hacia ahí voy, porque el café da para mucho", aseguró.

Ariel busca un café con unas cualidades muy especiales: debe tener bastante cuerpo y una acidez frutal, porque el concepto a manejar será de texturas que van a ser modificadas por medio de campos electromagnéticos. Es plasmar cómo tomar un espresso por medio de ciencia y tecnología", comentó.

Barista: Ariel Bravo
Busca un café con unas cualidades muy especiales: debe tener bastante cuerpo y una acidez frutal

Barista: Ricardo Azofeifa Mora
"Hay una comunidad barista internacional que está creciendo, por lo que debemos preocuparnos por ofrecer el mejor de los cafés"

Por 15 países consumiendo y probando café

Ricardo Azofeifa Mora tiene claro que el café es una excelente oportunidad de negocio en el mundo entero. Quizás el caminar por 15 diferentes países consumiendo y probando café en los últimos 6 años le dan la seguridad de que este grano realmente es de oro.

Este barista, trabajó en el Instituto Costarricense del Café (ICAFE) por un período de 15 años, como parte del programa de formación de baristas. Además fue campeón nacional en 2011 y 2012, situación que lo llevó a representar al país en Colombia y Austria, respectivamente. "Recuerdo que a Colombia llevé café Don Mayo de la zona de los Santos y fue catalogado como el mejor café del campeonato, aunque Yo no gané; mientras que al segundo campeonato llevé café de Juan Ramón Alvarado de Brumas del Zurqui, era un black honey, muy exclusivo", comentó.

Después de adquirir tanta experiencia, Ricardo decide incorporarse en un proyecto de esos que a él le gustan, para crecer e innovar. Así que en 2013 toma las riendas de la Academia Costarricense del café, como Director, donde realizan la formación de la primera generación de catadores, además de entrenar a todo el personal del Tostador, negocio perteneciente al mismo lugar.

Ahí mismo crean una cartera de clientes externos y se plantean uno de los principales retos: entender al consumidor nacional, que es super tradicionalista,en materia de consumo, según Ricardo, por lo que con la introducción de nuevas metodologías se ha visto mucho la resistencia a probarlas. "Sabemos que el grado de aceptación es mínimo, por lo que proyectamos hacia la idea de regalar muestras y dar a conocer lo que en el mundo es tendencia: prensa francesa, Kemex, V60, principalmente.

"Con esto del barismo hay mucho crecimiento a nivel personal y profesional, Yo competí el año pasado de nuevo en el campeonato nacional y este año vuelvo por la revancha", señaló

Café que utiliza: en 2014 utilizó Tarrazú para el concurso y dice que utilizará el mismo por lo dulce y complejo

Academia Costarricense del Café Tel: (506) 4056-5665

Tradición, Calidad y Sabor de la planta a la taza

Cafetería: Desayunos, Almuerzos Ejecutivos, Bebidas frías y calientes, venta de café empacado. Horario: Lunes a Sábado de 8 am a 6 pm y los Domingos de 1 pm a 6 pm. **Teléfono: 4031-2375**.
Dirección: San Francisco de San Isidro de Heredia.

Productores, beneficiadores y tostadores, variedades:
Caturra - Catuaí - Borbón - Villa Sarchí - Geisha 100% Miel

Contáctenos: **2268-0224**
administracion@cafebrumasdelzurqui.com
Sitio web: www.cafebrumasdelzurqui.com

Café: Pasión sin fin

Por José Solís
Barista
Asociación de cafés finos

Todos los que incursionamos en el fascinante mundo del café lo hacemos por razones o motivos distintos. Algunos por tradición familiar, como los productores que van heredando de generación en generación las plantaciones, otros por negocio, tal es el caso de quienes deciden montar su propia cafetería o empresa exportadora, y muchos otros son inducidos por los que ya están en el mundo del café y los invitan a cursos, charlas, eventos, o simplemente a compartir una deliciosa taza de café.

Independientemente de la forma como hayamos entrado en este mundo, lo cierto es que se nos convierte en una pasión que se vive día a día, minuto a minuto y es tema de conversación constante e inagotable. Desde los diferentes espacios en que estemos, nos dedicamos a vivir el café, a conocer el grano desde la semilla hasta la mesa.

Y es que el café es uno de los productos de consumo más complejos. Anualmente se realizan cientos de investigaciones sobre nuevos métodos de producción, procesamiento y preparación. Sabemos por estos estudios que es una de las bebidas más consumidas en el mundo; la segunda después del agua y que países como Japón, Corea y China, donde sus habitantes tradicionalmente han consumido té, están incursionando en el consumo del café.

Costa Rica tiene más de 200 años produciendo y consumiendo café y a pesar de que representa el 1% de de la producción mundial, nuestro café es considerado y demandado por su excelente calidad por los paladares más exigentes del mundo. Nos ilusiona saber que tendremos café y pasión por el "grano de oro" para rato.

José Solís de la Asociación de cafés finos, juntos con baristas campeones, mostraron los cafés de las diferentes zonas del país, en procesos diversos de servido.

Asociación de cafés finos Tel: (506) 2220-0685

Asociación de Cafés Finos de Costa Rica

Los invita a ser parte del apasionante mundo del café participando de los cursos:

BARISMO

CATACIÓN

TUESTE

BENEFICIADO

Taza de la Excelencia - Campeonato de Baristas
Campeonato de Catadores
Certificación de Catadores Q
Certificaciones Q - Otros Servicios

ASOCIACION CAFES FINOS DE COSTA RICA

2220-0734
2220-0685
www.scacr.com

Miembro de: SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA

Representantes de: Coffee Quality Institute / World Coffee Events

Avalado por: Café de Costa Rica GEOGRAPHICAL INDICATION — Costa Rica Unique Country, Unique Coffee / Icafe Instituto del Café de Costa Rica

De acuerdo con Johan esta iniciativa forma parte del Programa de Responsabilidad Social Empresarial que la Compañía está desarrollando y que a pesar de la necesidad existente; permite apoyar a grupos de interés mejorando los conocimientos y competencias técnicas en los individuos, alineadas con exigencias de la Industria.

Oportunidades de formación

Programas de formación con fundamento y conocimientos teóricos, capacitaciones técnicas-prácticas y actualizaciones hacia lo que necesita el profesional y personas vinculadas en los sectores hotelería, gastronomía e industria alimentaria; es la oportunidad que se ha creado para la industria.

Expositor
EXPHORE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Con la inversión de investigaciones realizadas y benchmarking en la industria, se logró identificar la necesidad de contar con educación y capacitación dirigida a fortalecer las competencias prácticas en temas puntuales del gremio y sus involucrados; razón principal por la que se creó AVANTEC, como división académica y formando parte de las empresas Keith & Ramírez Industrial, Distribuidora Larce S.A. y Prologística.

Y es que son 90 años los que Keith & Ramírez tiene en el mercado, por lo que decidieron aprovechar el desarrollo y alianzas estratégicas que tienen con proveedores, fabricantes, docentes académicos, entre otros; y enfocarlo en conocimientos y experiencias, tanto de equipos a nivel técnico como de especificaciones y buenas prácticas propias de la industria en las diversas áreas que han operado.

De acuerdo con Johan Bonilla, Gerente de la División Académica Avantec, los patrocinadores Keith & Ramírez Industrial y su división de Servicio Técnico PROSERVICIO, apoyan esta nueva división en donde se utilizan las instalaciones de esta empresa para brindar los cursos, debidamente acondicionadas, además de ofrecer material didáctico y las aplicaciones prácticas como beneficios, lo cual favorece el precio de los cursos y capacitaciones, brindando becas y descuentos especiales a clientes y a grupos en general.

Es importante detallar que los programas y capacitaciones también se encuentran abiertos al público en general, para aprender nuevas destrezas, o bien, fortalecer y validar los conocimientos que han adquirido las personas con su experiencia laboral.

¿Qué ofrece AVANTEC? Desde cursos o capacitaciones regulares en mantenimiento preventivo para equipos comerciales e industriales, cursos en máquinas de hielo, programas de Inglés con énfasis en módulos conversacionales y técnicos; hasta programas en formación técnica en GAS LP y equipos de consumo.

La oferta se amplía aún más, con cursos en salud ocupacional como: seguridad con gases industriales, riesgo eléctrico, control de energías peligrosas, electrónica básica, uso de componentes eléctricos y electromecánicos, entre otros. La inversión de tiempo en los mismos es variada pues son cursos de un día, 12 a 16 horas por mes y hasta 4 meses de formación ó aprendizaje en sitio, aprovechando horarios en la noche y los sábados a convenir y con un cupo limitado.

Los programas han sido diseñados por profesionales con experiencia docente, técnica y de campo, además cuentan con el apoyo de facilitadores internos en prácticas técnicas (denominadas laboratorios de campo ó taller) que guiarán de forma adecuada la enseñanza de los programas y capacitaciones establecidas, cuyo objetivo es facilitar las situaciones diarias de trabajo y demostrar los desempeños y competencias de una persona.

"Al finalizar cada proceso de formación, Avantec emitirá un certificado de aprovechamiento donde validará el mejoramiento de las competencias del estudiante (conocimientos y habilidades técnicas) durante las horas invertidas a través del proceso de enseñanza", indicó Bonilla.

Avantec Tel: (506) 2223-0111 ext 126.

Chocolates

República de Cacao es una marca ecuatoriana comprometida con los productores locales y con la sostenibilidad de sus procesos de producción del Cacao Fino de Aroma, cultivado especialmente en Ecuador y Perú. Se ofrecen 6 coberturas en porcentajes de cacao distintas según las necesidades de los pasteleros, entre las que encuentran: Chocolate Negro Ecuador 56% cacao, Chocolate de leche caramelizada Ecuador 40% cacao, Chocolate Negro Perú 62% cacao, Chocolate Negro Growers Choice 71% cacao, Chocolate de leche Growers Choice 33% cacao, Chocolate de leche Fresca Perú 38% cacao

Distribuye Delika Gourmet Import Tel: (506) 2239-1019

Alfajores dulce de leche

Delicadas y crujientes galletas rellenas de suave dulce de leche, cubiertas con chocolate oscuro gourmet.

Distribuye Britt Tel: (506) 2277-1500

De Portugal

Cerveza Super Bock es Ganadora de 30 medallas de oro consecutivas en el prestigioso concurso Monde Sélection. Esta cerveza se produce a partir de materias primas seleccionadas, que le da un conjunto de características de color, sabor, espuma y el cuerpo que la diferencian en el mercado .También disponen de Vino Verde y Oporto, ambas bebidas producidas únicamente en Portugal

Distribuye Sabor de Portugal: (506) 8878-5992 / 8608-1648

Pasta de alto contenido proteíco

100% Italiana, elaborada desde 1912, se produce en Molise una región de Italia Central.

Esta pasta se presta para la elaboración de platillos muy sencillos, tiene el segundo lugar de pastas en el mundo, es elaborada con trigo y agua, es una pasta de alto contenido en proteínas y un exquisito sabor

Distribuye Comproim Tel: (506) 2213-4344

Vegetales clásicos mixtos

Mezcla de maíz, zanahorias, vainicas, arvejas y frijoles verdes. UNidad de empaque: 12 x 1.13 Kg. Peso por caja: 13.62 kg. presentación FoodService. Vegetales Congelados Marca Dujardín.

Distribuye Global Partners
Tel: (506) 4000-5700

Universal de alimentos cuenta con un Centro Culinario, desde hace dos meses, en el que brindan cursos prácticos interactivos, demostraciones y capacitación a la fuerza de ventas y a sus clientes.

Creciendo con Creatividad

Especializados en el segmento de panificación, repostería y pastelería, así como en la introducción constante de novedades para esta industria, Universal de Alimentos incorpora a su portafolio de más de 4500 líneas diversos productos innovadores para hoteles, restaurantes, pizzerías, sodas, cafeterías y demás comercios.

Expositor
EXPHORE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Dentro de sus innovaciones se encuentran los núcleos para panes artesanales, que según Warner Varela, Gerente de Proyectos de la empresa, son "el espíritu de una premezcla", los cuales presentan un costo menor, ya que brindan el beneficio de poder adicionarles harinas costarricenses. "Estas tienen mucho más fibra, que es la tendencia", y permite contar con productos diferenciadores europeos a un bajo precio en relación al resto de ofertas existentes en el mercado", comentó Varela.

Asimismo, introdujeron nuevas escarchas comestibles y adquirieron la representación de BakeryCraft, quienes están reconocidos mundialmente por la creación de accesorios para montar pasteles, tales como globos, u otros juguetes, con certificación grado alimenticio, según ellos, único en Costa Rica.

Es importante tomar en cuenta que muchos de los productos que Universal de Alimentos comercializa son importados de países como Estados Unidos, México, Guatemala, Panamá, Chile, Brasil, China, principalmente, con harinas preparadas, cremas chantilly, frutas deshidratadas, coberturas de chocolate, confites de colores, cápsulas, entre mucho más.

Y es que, Universal de Alimentos a lo largo de casi 29 años está estrenando instalaciones. Ahora se ubican en Calle Blancos, costado oeste del Hotel de paso ruta 32, antiguos Jugos del Campo, donde cuenta con amplias oficinas, Centro de distribución, autoservicio, amplio parqueo para clientes.

Universal de alimentos estará presente en Exphore 2015, del 16 al 18 de junio en el Centro de Eventos Pedregal, presentando muchos de sus productos.

Universal de Alimentos
Tel: (506) 2221-95-95
www.universal.co.cr

PRODUCTOS NUEVOS

COPA CULINARIA

RETO BARISTA

Fotografías tomadas en Exphore 2014

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.

Organiza:

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Revista Apetito
@revistaapetito

/Exphore

Reserve su Stand:

Guillermo Rodríguez • guillermo.rodriguez@eka.net

Cel.: (506) 8997-1651 • Tel.: (506) 4001-6729

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.

Exposición y venta de productos y servicios para hoteles, restaurantes, supermercados, catering services, panaderías, etc.

Alimentos • Artes Gráficas • Artículos y Equipo para Panadería y Repostería • Artículos y Equipo para Cocina • Artículos y equipos para hoteles y restaurantes • Artículos Promocionales • Audio y Video • Bebidas • Café y Máquinas de Café • Cajas Registradoras • Calentadores Solares • Cámaras y Asociaciones • Consultoría y Capacitación • Controles Inteligentes • Construcción • Cristalería y Mantelería • Diseño Web • Educación • Embajadas • Empaques • Equipo para Gimnasios • Finanzas • Foodservice • Fumigación • Iluminación• Licores y Vinos • Limpieza e Higiene • Logística • Mantenimiento • Muebles, Decoración y Accesorios • Piscinas • Productos Orgánicos • Productos sin Gluten • Publicaciones • Refrigeración • Seguridad • Software y Tecnología • Transporte • Tratamiento de Aguas • Uniformes • Vajillas

ADQUIERA SU ENTRADA AQUÍ

www.exphore.com y reciba información sobre las charlas y actividades

Expositores: Confirmados al 12 de febrero, 2015

Reto Barista

Patrocinadores:

Organizan:

Con el apoyo de:

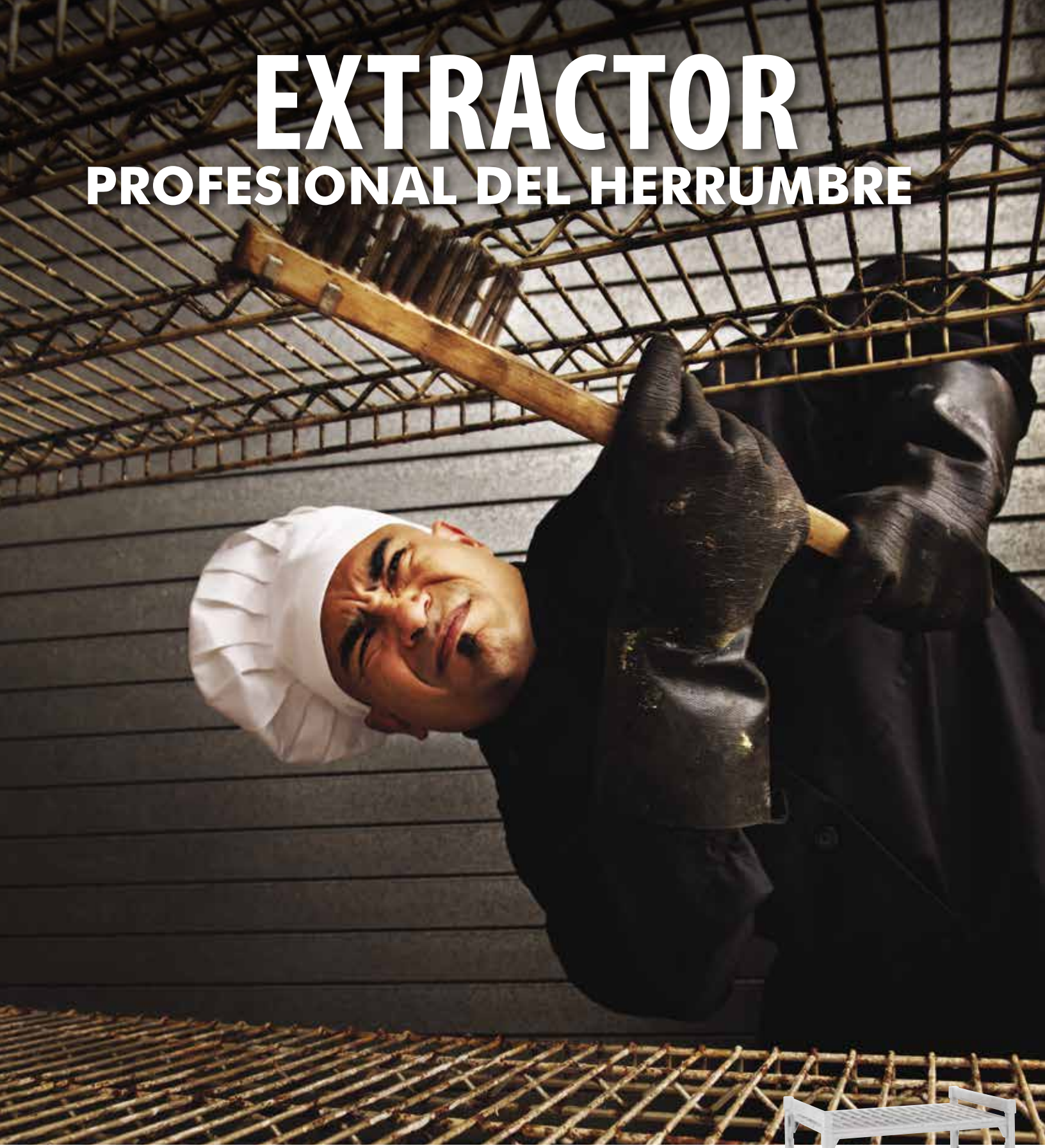
Copa culinaria

Organizan:

Avalado por:

Patrocinadores:

EXTRACTOR
PROFESIONAL DEL HERRUMBRE



CAMBRO®

Nadie va a la escuela culinaria para raspar viejos, sucios y corroídos estantes. Usted es un profesional, su tiempo y talentos son mucho más valiosos que eso. Con **Camshelving®**, usted le dirá adiós al herrumbre para siempre.

LIBÉRESE. SEA PROFESIONAL
CAMBRO.COM/PRO

VISÍTENOS EN EL STAND #1008 EN NAFEM