

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes



Panamá con oferta de lujo

Perspectivas en turismo para Costa Rica y sus vecinos

 /Revista Apetito



EXPLORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES
Del 18 al 20 Junio 2013

- 18. Shawandha Lodge: Una oferta personalizada.
- 22. Café: En busca del tueste ideal
- 24. Expovino: Rosados y orgánicos están de moda



Beneficios Extraordinarios

- Sistema diseñado para eliminar la contaminación cruzada, controlar y reducir el consumo
- Ideal para mesas de cafetería y en cuatro colores para personalizar tu negocio
- Sistema con capacidad de 200 servilletas, que asegura una servilleta a la vez
- La mejor tecnología de empaque que reduce espacio y garantiza la higiene
- Credenciales Ecológicas, es la única servilleta del mercado con certificado ecológico



¡Ingresa, descarga y crea tu propio espacio para la publicidad de tu negocio!
www.torkusa.com/adaglance

Tork es una marca líder mundial de SCA (Compañía Sueca de Papel) considerada como la segunda compañía más verde del mundo y la número uno en la fabricación de productos de papel. Si desea más información de los productos TORQ puede comunicarse con nosotros a los teléfonos 800-737-8424 / 2201-4413 / 22014435 o escribannos a infotork.centroamerica@sca.com • www.scacentroamerica.com



FOOD SERVICE

Hotel o restaurante

Sabemos lo importante que es obtener siempre la mejor calidad en los ingredientes y productos de sus comidas para su hotel o restaurante.

Es por esto que **Ciamesa** le presenta su servicio especializado en **FOOD SERVICE**, con una amplia variedad de opciones, todas de la más alta calidad para su negocio.

Ofrecemos gran variedad de productos de las más prestigiosas marcas.



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



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Tome el Control

Todos los días nos enfrentamos a nuevos retos, cambios en el entorno y a la vez se abren en el mercado nuevas oportunidades para el mundo de la hospitalidad y la restauración. Cada día es más fácil y asequible para empresas de todo tamaño encontrar sistemas que le permitan tomar decisiones con más información.

Ya los ejecutivos y empresarios no tienen excusa para no tener la información de sus clientes, contabilidades y gestión, al día. Esto no va a sustituir al instinto en algunas decisiones pero sin duda permitirá que otras sean cajoneras.

Con solo realizar una búsqueda en internet nos encontramos con software de gestión, contable, administración de proyectos y hasta trámite de pagos, capaces de trabajar con el colón, el peso, el dólar o la moneda que queramos y que nos permiten ver hoy lo que sucede en el negocio a hoy.

Espero que esta edición les de una perspectiva del entorno y que *Apetito* siga contribuyendo a identificar tendencias en el mundo de la H&R, algo más allá del día a día, que ya no se controla con saber el saldo en bancos y la suma de las facturas, sino con un panel de control en la computadora y conversando con clientes.

Que disfruten esta edición y como siempre agradezco sus sugerencias y comentarios.

Karl Hempel
Director

Contenido

8. Cartas

10. Aperitivos

18. Hotelería:

Shawandha Lodge, un hotel que conquista con naturaleza.

20. Turismo:

Costa Rica y sus vecinos en este 2013.

22. Capacitación hotelera:

El servicio no tiene estrellas.

24. Gastronomía:

Caribe Sur nuevo destino gastronómico.

32. Especial de Café:

En busca del tueste ideal.

52. ExpoVino 2013:

Rosados y orgánicos con más demanda.

53. Exphore 2013:

Un adelanto de lo que verá en la feria.

56. Turismo:

Crucero: Paraíso en el agua.

De Compras:

57. CTS:

Opción para estudiar gastronomía.

58. Belca:

Hace 20 años implementó el foodservice en Costa Rica.



56. Crucero hecho Paraíso

**Los mejores negocios
se cierran con un buen café...
Los mejores negocios se cierran
con Belca Foodservice**



BELCA Costa Rica

Tel: (506) 2509-2000 . Fax: (506) 2239-0147
1 Km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén.
Heredia, Costa Rica





Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

Vientos de cambio

Hace unos años, se comenzó a hablar del turismo médico como el nuevo nicho de mercado. Costa Rica no se cruzó de brazos y comenzó a dar acertados pasos hacia este enfoque, que se ha consolidado como un importante segmento dentro de la oferta.

Aunque el turismo de aventura y playa sigue siendo nuestro principal rubro, otras propuestas se suman a la lista, como el turismo "slow", como se le conoce a la atención de personas que buscan tranquilidad, ya sea por razones de salud o simplemente por gusto y eligen un paseo tranquilo antes que el "bunji jumping". Esta diversidad de opciones es la forma inteligente de sobrellevar la amenaza, o debemos decir la misma crisis que no termina de abandonarnos.

Un reciente estudio realizado por el ITB sobre tendencias mundiales de viajes, demuestra que existe un alto potencial en el turismo de personas con discapacidades físicas o dificultades para moverse, quienes pese a tener el dinero para viajar, no lo hacen por falta de comodidades en los destinos. Se estima que entre 600 y 900 millones de personas en el mundo, presentan algún tipo de discapacidad, es decir, alrededor de un 10% de la población. Esto demuestra una vez más la oportunidad del sector turístico para crecer, como una membrana que se expande y se ajusta a nuestro antojo.

Precisamente, dejar de pensar que el turista nos llega a la puerta, y comenzar a buscar y ofrecer nuevas alternativas es lo que nos haría expandir esa membrana conocida como la zona de confort. Pueden ser ajustes simples como incluir dos opciones en el menú para celíacos, o proyectos más grandes como la remodelación de habitaciones para recibir personas con discapacidad. Lo importante es encontrar esas oportunidades para ampliar nuestra oferta y reinventarla.

Hablando de oportunidades, les comento que esta será la última edición en que los acompaño en *Apetito*, aunque me siento muy cómoda con este sector, es momento de cerrar un ciclo y seguir nuevos caminos. Les agradezco todo el apoyo que durante estos años, me han brindado y espero seguir encontrándome por ahí.



presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

directora general

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

editora

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

asesor comercial

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

directora arte

Nuria Mesalles J.
nuria.mesalles@eka.net

diseño y diagramación

Irania Salazar Solís
Daniel Piedra Brenes

directora eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

circulación

Andrea Moodie ext. 152
suscripciones@eka.net

Fotografía de Portada

Cortesía de RIU Plaza Hotels

Colaboradores

Hugo Ulate
Luis Guillermo Víquez
Susana Guevara
Yajaira Chung

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Tel.: 2231-6722 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



Mobiliario exterior N.1 en el mundo

- Tela de poliéster plastificado transpirable resistente a los rayos U.V.A y protección anti-microbiana
- Tres Años de garantía
- Pies protegidos por pletinas de resina antideslizante
- Treinta años de trayectoria y presencia en 50 países a nivel mundial
- La estructura modulable de las sillas de playa BALLIU, permiten el reemplazo de sus piezas en caso de deterioro

MACRO COMERCIAL S.A.
DISTRIBUIDOR AUTORIZADO PARA COSTA RICA

Aurora de Heredia, Condominio de Bodegas Tierra Uno,
Bodega 22 | Tel: (506) 2293-69-70 | Fax: (506) 2293-69-63
www.macrocomercial.com



cek
Corporación CEK
de Costa Rica S.A.
Soluciones Químicas
Responsables con
el Medio Ambiente

Tel.: (506) 2545 2545
Fax: (506) 2235 0039

Nuestros productos cuentan con Certificados de Biodegradabilidad avalados por la Universidad de Costa Rica

www.corporacioncek.com

Cocinas industriales • Mantenimiento de pisos • Baños • Habitaciones • Lavandería Industrial
• Áreas públicas • Talleres eléctricos • Mantenimiento talleres y maquinarias • Generación de vapor • Sistemas de enfriamiento • Tratamiento de aguas de desecho • Plantas de alimento

Front-Hotel

Software para la gestión integral de **Hoteles y Cadenas**

Gestión en tiempo real:
Central de Reservas por Internet, Recepción, Restaurantes, Salones y Banquetes, Tiendas, Gimnasio, Almacén, Contabilidad y Finanzas, Spa y Golf con la misma solución

¡NOVEDAD!
Con un sólo **click**

Revenue Management
¡Optimice sus recursos y anticipese a la competencia!
Actualice precios y disponibilidad de habitaciones de forma automática
¡En todos los canales de internet!

Curdebát, de la POPS 300Sur y 100Este, casa 55
San José - Costa Rica
Tel. 2283-1585 / Fax. 2283-1481
info@xtelccr.com

Éxito en cada detalle

100% ACERO INOXIDABLE

Utensilios especializado para un buffet inolvidable

Línea Institucional hoteles y restaurantes **yamuni mayoreo**

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



6,385 personas han leído esta edición digital en www.apetitoenlinea.com

Reciba una Suscripción Anual de Cortesía*

Ingrese a www.apetitoenlinea.com y complete el formulario, llámenos al Tel.: (506) 2231-6722 ext 152 o escribanos a suscripciones@eka.net y le enviaremos la revista impresa.

*Aplican Restricciones

Más información



Anúnciese en Apetito y reserve su stand en EXPHORE 2013 y Expovino 2013

Guillermo Rodríguez
guillermo.rodriguez@eka.net
 Cel. (506) 8997-1651



Cartas

Descorchadores

Tengo un lote de Descorchadores Automáticos para botellas de vino, descorcha la botella en solo 7 segundos y puede descorchar de manera continua hasta 80 botellas. ¿Algún interesado en distribuir ó adquirir algunas unidades?

Contactar a robertogaa@gmail.com ó bien al (506)8877-1635.

Nuevo proveedor de hongos

Desarrollo Ecológico de Punta Róbalo, es una pequeña empresa que está iniciando con la producción de hongos en Costa Rica. Me gustaría poner a disposición de los lectores de Apetito la gama de productos que estamos desarrollando, que incluye hongos blancos y champiñones, crimini, portobello, ostra, entre otras variedades, con una producción en armonía con el ambiente,

La materia prima viene de Holanda teniendo a los holandeses como asesores en la producción, así como varias entidades nacionales para su manipulación y producción saludable.

El hongo es de alta calidad en textura, sabor, color, peso, consistencia, un excelente producto para el sector de hoteles y restaurantes. Para consultas sobre este producto me pueden contactar directamente,

Saludos cordiales,

Omar Castro,

Correo: omarecastro@gmail.com • princega@gmail.com

Teléfonos: 88119694 / 22711836 / 60504598

"Hágase fan de nuestras páginas en facebook y manténgase informado de las novedades, productos y servicios del sector gastronómico y hotelero



/Revista Apetito

Encuentre ejemplares de Apetito en nuestros puntos de distribución





¿Sabe usted... cuánto le cuesta a su negocio esta escena?



COBERTOR SANITARIO



COD SAP 30155479

COD SAP 30051900



Beneficios:

- Crea una barrera protectora entre el usuario y el asiento.
- Proporciona ahorro sustancial al evitar la improvisación de asientos con toalla de papel o papel higiénico.
- Se desintegra rápidamente al entrar en contacto con el agua, y es **100% BIODEGRADABLE**. 
- Brinda excelente imagen a su negocio.
- Higiene y satisfacción total para sus clientes.



www.kcprofessional.com

Guatemala: (502) 2412-3700, El Salvador: (503) 2319-4500, Honduras: (504) 2545-1600, Nicaragua: (505) 2276-8770, Costa Rica: (506) 2298-3183, Panamá: (507) 366-1700 ó (507) 366-1769, Puerto Rico: (787) 785-3625, República Dominicana: (809) 472-7676, Trinidad y Tobago: (868) 223-4522.



Lugares de Trabajo
Excepcionales™



Granjeros de Pipasa entre los mejores del mundo

Corporación Pipasa ha sido nuevamente reconocida por la empresa norteamericana COBB Vantress (subsidiaria de Tyson Foods) como la empresa líder en la zona de México, Centroamérica y el Caribe en la modalidad de granjas reproductoras para engorde. El premio COBB Vantress destaca calidad de PIPASA por obtener la mayor cantidad y mejor calidad de pollitos por ave alojada. Este galardón se recibe por tercer año consecutivo para las granjas de reproducción. Granja Cacao y Granja Sitio 5 son las número uno en producción de la región.

También Pipasa obtuvo el segundo lugar en la región por los resultados de sus granjas de Reproducción en Puntarenas.

Cobb-Vantress es la empresa de genética avícola líder mundial en proveer aves reproductoras para pollo de engorde. Desde 1994 realiza anualmente la encuesta de desempeño de los lotes de aves reproductoras que distribuye en el mundo. La encuesta del 2012 consideró datos de aproximadamente 40 millones de aves desde Canadá hasta Panamá. Al procesar los datos, Pipasa resultó líder de la región y se colocó en las primeras posiciones del mundo. El principal aspecto que se evalúa es el de pollito por Gallina Alojada Acumulado (PGAA), es decir, la capacidad de desarrollar la parvada de aves en excelentes condiciones de crecimiento.

“Este logro junto con la consistencia en los resultados de sus demás lotes y el comportamiento a través de los años demuestran la calidad de trabajo y empeño que los cola-

boradores de Cargill-PIPASA realizan día a día para aprovechar el potencial genético de las aves” expresó Ken Semon, Director Técnico de Cobb-Vantress para Centroamérica, Norteamérica y el Caribe.



Premio COBB Vantress destaca calidad de Pipasa por obtener la mayor cantidad y mejor calidad de pollitos por ave alojada. Este galardón se recibe por tercer año consecutivo para granjas de engorde y reproducción.

Novedad para los baños

Sistemas No Touch

Sistema integral automatizado que ofrece higiene total y ahorros significativos.

Sistema Electrónico para jabón en espuma máximo ahorro por su niveles de dosificación y ajuste de retraso de tiempo en el dispensado.

Rinde 3 veces más que los jabones convencionales.

Certificación Green Seal

Elimina contaminación cruzada ya que no es necesario entrar en contacto con el dispensador.

Sistema Electrónico para Toallas en rollo

Mayor rendimiento de producto por su ajuste de largo de hoja y retraso de tiempo entre una toalla y otra.

Programación de acuerdo a las necesidades de cada cliente. Puede ser utilizado con baterías o con adaptador eléctrico.



Más información al 2298-3183

E-mail: monica.urena@lcc.com

Conquistando paladar global

Si algo caracteriza a las franquicias de comida es su rigurosidad en cuanto a recetas y uso de ingredientes, lo mismo que la imagen de los locales. Smashburger es una franquicia norteamericana que recientemente se instaló en Costa Rica y según afirman sus operadores, será el mercado que sirva como punta de lanza para abrir restaurantes en Centroamérica, el Caribe y parte del Sudamérica.

La promesa, al igual que muchas franquicias que se han instalado en el país, es ofrecer sus productos íconos y que los hace famosos en otras latitudes, que en este caso son las hamburguesas preparadas con carne 100% Angus. Pero los restaurantes locales cuentan con algunos caprichos preparados especialmente para el gusto tico. En conjunto con el chef de la franquicia, se desarrollaron algunos productos especiales que sólo en Costa Rica se podrán consumir; como la Costa Rica Smashburger, que contiene queso Turrialba frito, chorizo, frijoles molidos y papas tostadas, y entre los aperitivos los clientes podrán elegir una orden de Fried Pejibayes, servidos con salsas de sabores ticos tradicionales.

Esta política de crear recetas únicas en cada país, es utilizada por esta franquicia como una manera de conquistar los paladares locales.



El proyecto de expansión regional de smashburger es liderado por QSR Internacional, que durante este 2013, se encargará de las aperturas en el Aeropuerto Juan Santamaría, Paseo Colón, Escazú y Pozos de Santa Ana.

JOPCO®

ARTÍCULOS
PARA HOTELES Y
RESTAURANTES

www.jopco.net



- ▶ Contenedores Isotérmicos para bandejas de alimentos
- ▶ Utensilios de cocina
- ▶ Chafing dishes
- ▶ Cubertería



Tels. (506) 2215-3545
Fax: (506) 2213-7583
Guachipelín, Escazú.
info@jopco.net
www.jopco.net



winco™



Miguel Broset, Gerente de Mercadeo y Ventas del Hotel Casa Conde, muestra las sábanas Hilasal que recientemente adquirió el hotel,

Casa Conde eligió Hilasal

Las características de los materiales, su rendimiento y la resistencia al uso intensivo, fueron las principales razones por las que Katia Hilton, gerente de operaciones del Apartotel Casa Conde, decidió continuar con la línea de sábanas de la marca Hilasal, distribuidas en Costa Rica por Yamuni. "El tránsito de clientes del hotel requiere que los blancos se cambien diariamente, y hemos entendido que es necesario invertir en calidad para que el producto perdure más tiempo, pese a los ciclos de lavado, las altas temperaturas y detergentes no se ve afectada la apariencia de las sábanas".

Hilton asegura que otra de las ventajas que encuentran con este proveedor es la disponibilidad de producto en caso de necesitar reposiciones.

Yamuni Mayoreo cuenta con una marca propia de sábanas, con una línea que incluye sábanas, edredones tipo duvet, servilletas, cobertores de duvet, protectores de colchón, cobijas, etc, con los estándares de calidad que requiere el sector hotelero.

Diana Rodríguez, del departamento de mercadeo de Yamuni, comentó que cuentan con variedad de sábanas para responder a las diferentes necesidades de los clientes, con juegos desde los 200 hilos 50% poliéster 50% algodón, así como de 300, 500 y hasta de 800 hilos, 100% algodón, en diferentes colores y en tamaños.



Disponibles en Yamuni Mayoreo.
Tel. 2255-2066

Líderes en software para hoteles y restaurantes

RestBar

Software de Punto de Venta para Restaurantes

- Agilice la facturación de su restaurante.
- Administre sus compras e inventarios.
- Controle la operación de su negocio.
- Disponga de los reportes y la información que necesita.

guestlink

Software de Reservas y Administración Hotelera

- Agilice el proceso de reservas y asignación de habitaciones.
- Maximice la ocupación y disponibilidad administrando sus segmentos.
- Controle la facturación y verifique la operación del Front Desk.
- Disponga de los reportes y la estadística que necesita.

Sinertech

Grupo Sinertech

Terminales Touchscreen e Impresoras de Punto de Venta

Teléfono: (506) 2225-8160
ventas@gruposinertech.com
www.gruposinertech.com



La milla extra del Wyndham Garden

Con 111 habitaciones, 3 salones de eventos y un gimnasio equipado el Hotel Wyndham Garden recién abrió sus puertas cerca de la estación de peaje contiguo a la tienda Play en Escazú. El mes de diciembre fue el escogido para iniciar operaciones debido a que la ocupación es baja a nivel corporativo y esto les permitió ensayar y practicar sin impactar al cliente.

En el hotel están conscientes de la fuerte competencia en la zona, por eso su estrategia de atracción de clientes está enfocada en dar la milla extra en el servicio con detalles implícitos en la tarifa que incluyen desayuno tipo bufet, acceso WIFI a internet de 26 megas, minibar en todas las habitaciones, así como, transporte complementario a áreas comerciales y empresas dentro de un perímetro establecido.

“Son pequeños detalles que nos permiten dar una milla extra. Lo que queda es que el cliente escoja de la variedad de oferta hotelera o que sea fiel a la marca y dar valores agregados. La competencia es fuerte y por eso los hoteles en esta zona no paran de renovarse” explicó Christian Bocam, Director Comercial del Wyndham Garden.

A pesar de estar enfocados en el mercado corporativo, Bocam asegura que buscarán otros nichos de mercado y ofrecerán las salas de eventos para atraer grupos y enfrentar los fines de semana y periodos vacacionales como semana santa y diciembre que es cuando corporativo no viaja.

Este es el primer Wyndham Garden en Centroamérica, fue desarrollado por Grupo Kirebe y requirió una inversión de más de \$12 millones.



Para Daniel Navas, Gerente General del Wyndham Garden, el hotel es solo una infraestructura, lo que hace realmente valioso un hotel es su equipo humano y ahí es donde están trabajando fuerte para enamorar a sus clientes.

El Wyndham Garden tiene un área para ejecutivas, con amenities exclusivos para mujeres como lima para uñas, desmaquillante y quitaesmalte. Además de espejo especial, secadora de pelo portátil y actividades diarias especiales para conquistar a las ejecutivas que incluyen copas de vino, frutas, etc.

STAALTEC

- Mobiliario en Acero Inoxidable
- Corte Especializado
- Estaciones de trabajo
- Fregaderos

**KEITH &
RAMIREZ**

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

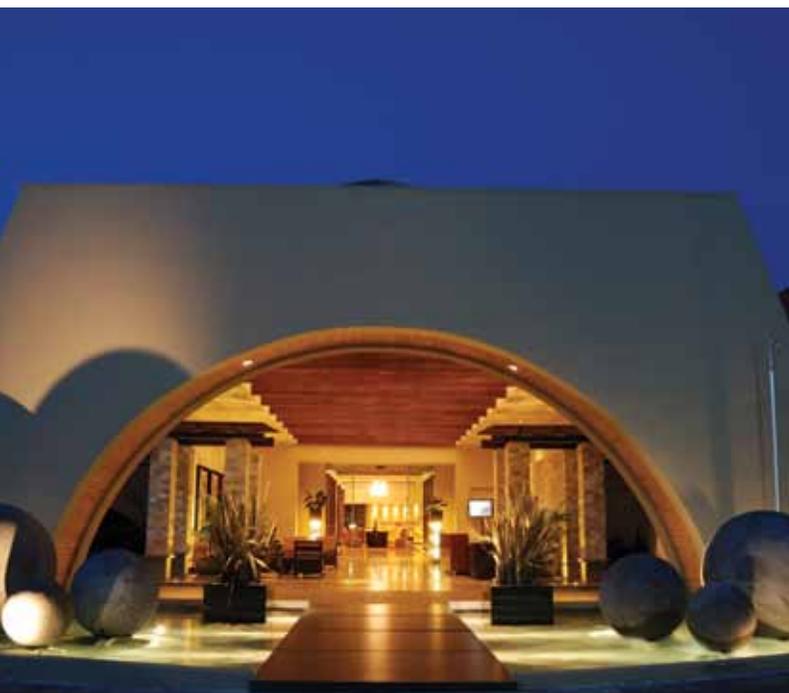




Herradura ahora es Wyndham

Con una alta inversión en remodelaciones, el hotel Herradura logró colocarse la etiqueta de la marca Wyndham. "El Herradura ha sido un hotel de gran tradición en el país y hemos logrado consolidarnos como el hotel de los grandes acontecimientos, de ahí que buscamos una cadena hotelera con un concepto innovador que se ajustara a nuestro producto y que a la vez le brindara estándares de servicios para un cliente muy exigente. Para lograr formar parte del grupo los dueños han realizado una inversión de 3 millones de dólares en donde áreas como el lobby, el vestíbulo se hicieron completamente nuevas. También construimos una pérgola que une el centro de convenciones con el hotel, todo en un marco que va en línea con la sostenibilidad y el buen gusto", comentó Rodrigo Coto Gerente General del Hotel. Adelantó que las remodelaciones no han terminado, ya que el grupo planea continuar con la remodelación de las 229 habitaciones.

Con una calificación de cinco hojas en el CST, Certificado de Sostenibilidad Turística, el ahora Wyndham San José Herradura, ha sido catalogado como el hotel verde de ciudad, tanto por su diseño en armonía con el medio ambiente, como por sus políticas de responsabilidad social.



La marca cuenta con el Wyndham Rewards, un programa de lealtad para sus clientes, con 7,3 millones de miembros activos, los cuales acumulan puntos de acuerdo a sus estadías en los hoteles de la marca, que luego son canjeables por estadías en hoteles de otros destinos, tiquetes aéreos, o compras en tiendas.

Yogo Vera
Aloe Vera con Yogurt

ANCYFER
大藥貿易公司
Productos Orientales

Email www.ancyfer.com
Teléfono 2256-8106
Fax 2223-3082

LA COMBINACIÓN DEL BUEN SABOR DEL ALOE,
CON LOS BENEFICIOS DEL YOGURT



**Todo
de su negocio
en la palma
de su mano**

Tel: (506) 2290-1970
ventas@sygsistemas.com • www.sygsistemas.com

POS Software

AMIGABLE, ACCESIBLE
Y COMPLETO

SG

SISTEMAS

Con más de 40.000
instalaciones alrededor
del mundo, reduciendo
costos y mejorando el
servicio en restaurantes.



Un 5 estrellas con estrategia de precio

El Hotel Sonesta Casino abrirá sus puertas en el mes de marzo y formará parte de la variada oferta hotelera ubicada sobre la ruta 27. El hotel de 5 estrellas pertenece a la cadena Sonesta Collections y al igual que los demás hoteles cercanos se enfocará en el mercado corporativo.

La competencia en la zona es fuerte y diferenciarse será la clave, por eso la estrategia de atracción de clientes del Sonesta será una combinación entre ofrecer lo mejor de un hotel 5 estrellas a un precio razonable acompañado de una fuerte oferta de entretenimiento. Según Jonathan Raineau, Presidente de EXT Development, empresa encargada de desarrollar el proyecto, a pesar de la gran oferta hotelera de la zona aún hay espacio para un hotel como el Sonesta que combina diversión, buen servicio y precio.

“La idea es llenar el hueco que existe en el mercado para una demanda de 5 estrellas a un precio adecuado al mercado centroamericano” dijo Raineau.

Para enfrentar la ocupación baja de los fines de semana y fechas vacacionales, el Hotel buscará convertirse en un atractivo destino de entretenimiento para el mercado local a través de 3 restaurantes, 1 casino y 4 bares.

“Queremos que este proyecto se convierta en el lugar de encuentro para la gente de la zona, para la gente que busca un brunch, un café, una salida de fin de semana, para eventos corporativos o para compartir después del trabajo” explicó Raineau.

Con una inversión de 40 millones de dólares y 171 habitaciones, el Sonesta Casino está ubicado sobre la carretera a Caldera muy cerca de Multiplaza Escazú.



“Pretendemos ser los primeros en la zona en combinar de manera fuerte el enfoque corporativo con el entretenimiento” Jonathan Raineau, Presidente de EXT Development



PIONEROS DESDE 1983 EN LIMPIEZA PROFESIONAL:

- Diagnóstico Gratuito • Programa de Calidad 100% Satisfacción Garantizada
- El Equipo más Profesional de la Industria
- Maquinaria e Insumos Amigables con el Medio Ambiente.

SERVICIOS OCASIONALES O POR CONTRATO:

- Vidrios y Fachadas en Alturas
- Limpieza de Cocinas Industriales
- Entrega de Obra • Sellado de Pisos
- Lavado de Alfombras en Seco
- Limpieza Profesional General
- Grandes Superficies
- Limpieza Bancaria, Hospitalaria, etc.



NOS ADAPTAMOS A SUS NECESIDADES SERVICIO 24/7 • www.dequisacr.com • TELS.: (506) 2241 5057 / 2241 5067



aperitivos

Los 25 favoritos

Trip Advisor publicó la esperada lista de los favoritos, y en el caso de Costa Rica la mayoría de los hoteles mejor calificados por los visitantes de este portal se ubican en la playa. En la lista sobresale el destino de La Fortuna de San Carlos, con 8 de los 25 de la lista, incluido el primer lugar: TripAdvisor cuenta con una comunidad que supera los 60 millones de visitantes mensuales y sus premios "Traveler's Choice" son otorgados de forma anual, basados en la calificación de los visitantes.



Aquí les compartimos la lista :

1. Arenal Nayara, Spa & Gardens, La Fortuna de San Carlos
2. La Paloma Lodge, Bahía Drake
3. Arenas del Mar, Manuel Antonio
4. Four Seasons Papagayo
5. Grano de Oro, San José
6. Villa Blanca, Cloud Forest, San Ramón
7. Capitan Suizo, Tamarindo
8. The Springs Resort and Spa, La Fortuna
9. Cala Luna Boutique, Tamarindo
10. Royal Corin, La Fortuna
11. Arenal Springs Resort, La Fortuna
12. Crocodile Bay Resort, Puerto Jiménez
13. Hotel Parador, Manuel Antonio
14. Arenal Manoa, La Fortuna
15. The Westin Golf Resort & Spa, Playa Conchal
16. Mountain Paradise, La Fortuna
17. Studio Hotel, Santa Ana
18. Punta Islita, Playa Sámara
19. La Mariposa, Manuel Antonio
20. Tango Mar Beach, Spa & Golf Resort, Playa Tambor
21. Casa Luna Hotel & Spa, La Fortuna
22. Si Como No, Manuel Antonio
23. Arenal Kioro, La Fortuna
24. Villa Caletas, Jacó
25. San Bada, Manuel Antonio

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

SERIE 6 **GIABAU**



**KEITH &
RAMIREZ**
Industrial

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

Turismo sin barreras

Los viajeros discapacitados representan un mercado cada vez más importante para el sector turístico, aunque aún subvalorado. Un reciente estudio realizado por el ITB World Travel Trends Report, señala que a pesar de tener tiempo y dinero para viajar, millones de personas con discapacidades o movilidad reducida no pueden hacerlo debido a la falta de instalaciones y servicios adecuados. "Debido al cambio demográfico en muchos países y al deseo creciente de viajar de las personas de más edad, la demanda potencial de este mercado aumentará de forma significativa", indica el estudio.

Según Lilian Müller, presidenta de la Red Europea de Turismo Accesible, las más recientes estadísticas muestran que sólo en Europa hay más de 80 millones de personas con alguna discapacidad. Miller asegura que alrededor del 10% de la población mundial requiere instalaciones accesibles, es decir entre 600 millones y 900 millones de personas.

De acuerdo con el informe de IPK International-ITB Berlín, los adultos estadounidenses con discapacidades o movilidad reducida gastan 13,6 mil millones de dólares en viajes cada año.

La necesidad de cambios para adaptar los servicios de la industria de viajes y turismo a las particularidades de este segmento es clara frente a datos como el de que en años recientes alrededor del 37% de las personas discapacitadas en Alemania han decidido no viajar debido a la falta de instalaciones accesibles.

No obstante, el 48% afirma que viajaría más si existieran las condiciones adecuadas, y el 60% incluso estaría dispuesto a pagar precios más altos en sus viajes por mejores condiciones de accesibilidad.

Ante estas cifras, la Ley 7600 aprobada en Costa Rica desde 1996, es una oportunidad para el sector, con un país cada vez más accesible.



Hoteles como el Marfi Inn en Cahuita han entendido que existe un importante nicho de mercado en el segmento de discapacitados. Ellos cuentan con un apartamento completamente equipado para recibir a este tipo de turistas.



El lugar es atendido por sus propietarios Marika y Filippo Papi, Tel. 8703-3928.

KION



DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

☎ 2680-0139 📠 2680-0679 ✉ info@kion.co.cr www.kion.co.cr



La clave de Shawandha Lodge

Un hotel sin televisor ni tienda de souvenir, pero con wifi en sus habitaciones, demuestra que lo más importante es adaptarse a la necesidad de sus clientes.

Hace más de 17 años, la diseñadora de moda Maho Díaz, decidió que su siguiente proyecto sería abrir un hotel en Costa Rica, por lo que recorrió el país en busca de un lugar que cumpliera sus expectativas. Fue cuando ella y su socio, también francés, iniciaron la construcción de una docena de bungalows en un bosque de 2 hectáreas en Playa Chiquita, entre Puerto Viejo y Manzanillo. Si bien su nombre fue una de las últimas decisiones, la línea del hotel estaba bien trazada desde el inicio, “para mí es muy importante la armonía con el entorno”, comenta Maho.

Esta armonía se expresa no solamente en la construcción, sino también en la filosofía del hotel. Hay música únicamente por la noche para ambientar el restaurante. “Así los huéspedes pueden disfrutar tranquilamente de la vista magnífica del parque y del canto de los pájaros”.

¿Por que el nombre de Shawandha?

La búsqueda de un nombre apropiado la llevó por varios caminos. “No sabía con seguridad cuál sería el nombre, pero no quería nada en francés. Acudí al Instituto de Investigación de Bribri y consulté con gente local.

Yo quería un nombre musical que tuviera relación con el entorno. Quería encontrar una frase poética en el idioma Bribri, algo como nube enamorada de la montaña, pero resultó por desgracia demasiado complicado.

Por suerte, conocí a una joven local de Puerto Viejo que tenía una bebé llamada Shawandha. Desde que escuché el nombre me gustó, tenía melodía, era lo que buscaba, no era Bribri pero era perfecto”.

Recibe visitantes de todo el mundo, pero la mayoría son de Francia, Estados Unidos y Alemania. Uno de los segmentos más fuertes es el de luna de miel. Asegura que la ley de fumado le ha costado rentabilidad en el restaurante, ya que la conversación después de la cena se hace más corta y hay menos consumo. En los bungalows esa restricción no aplica, pues cuentan terraza y tienen suficiente distancia entre sí.





Una relación equilibrada

La administración del hotel la comparte con su socio, cada uno asume la dirección por turno cada tres meses. El restaurante le pertenece solo a ella, así que lo maneja a su antojo.

Con una sola página, el menú ofrece alternativas de cocina tropical con un toque francés. Su énfasis se basa en buscar equilibrio entre precio y calidad.

El Chef Manuel Porras está a cargo de la cocina desde hace un año, dice Maho que luego de entrevistar a varios candidatos se quedó con Porras por su carácter agradable y propositivo. “Elegir un empleado es un proceso de cuidado, y más aún cuando se trata de un puesto clave como el chef. De los que entrevisté me gustó más Manuel porque los demás me decían a todo que sí, que harían las cosas a mi manera, pero él me dijo desde la entrevista que también le gustaría hacer sus propuestas. Quiero empleados felices con su trabajo, que pongan el corazón en lo que hacen y para eso necesitan espacio para crear y expresarse”.

Para recibir con buena cara sus 17 años, los bungalows de Shawandha Lodge, todos de ambiente diferente, fueron renovados, hasta detalles como cortinas, cojines etc...



Vivir su negocio

Maho Díaz vive cerca de sus huéspedes por tener su bungalow dentro del hotel y así comparte muchos momentos con ellos. “Siempre hago lo mejor que puedo, ofreciendo lo que a mí me gustaría encontrar en un lodge del Caribe Sur. No obstante, no todo depende de mí, me importa mucho animar a mi equipo para lograr la satisfacción de los clientes”.

Turismo 2013:

Lo que viene para Costa Rica y sus vecinos.

¿Cuáles son las perspectivas de Costa Rica, Nicaragua y Panamá para el 2013?

Centroamérica tuvo en el 2009 una caída en conjunto del 7.4% principalmente provocado por el virus AH1N1 y por las crisis económica en los países de alto ingreso, pero a partir del 2010 los números han tenido una vigorosa recuperación que en 2012 fue de un 6% para la región. Es momento de analizar el trabajo realizado en cada país y su posible comportamiento para este 2013.

A pasos tímidos

En el caso de Nicaragua el gobierno ha iniciado transformaciones importantes y se están haciendo inversiones en infraestructura, además de que están tratando de implementar una política de incentivos y apoyos a la pequeña industria turística. Estos esfuerzos han dado sus frutos y en 2010 llegaron por primera vez un millón de Turistas.

Cabe destacar a nivel macroeconómico los ingresos por turismo han sido vitales por su aporte del 5.1% del PIB, sin embargo no ha permeado mucho en la economía de la población, y se busca que el efecto arrastre, e impulse a otros sectores económicos como la gastronomía, agropecuario, transporte, artesanías y otros.

Nicaragua tiene algunos puntos muy importantes a su favor, abundancia de recursos naturales, una infraestructura que se va mejorando paulatinamente, precios bajos en los servicios (excepto la hotelería) y otros. Sin embargo, tiene aún grandes retos por superar; aprovechar sus recursos turísticos, creación de servicios turísticos, desconocimiento internacional del destino, concentración de la demanda en una reducida oferta y ausencia de un sistema turístico real.

Uno de los principales problemas que enfrenta Nicaragua es la poca conectividad, es decir, no hay aerolíneas regulares volando desde los principales generadores de turismo, lo cual obliga al pasajero a "conectar" en Panamá, Costa Rica, El Salvador, Miami o México.

Si se apegan a su plan nacional de desarrollo, Nicaragua podría en el 2020 convertirse en un mercado sumamente importante en la región, sin embargo la mayoría de estos cambios deberían estar implementándose con políticas turísticas para incentivar la inversión de Pymes, y una sensibilización a la población y los empresarios en el sentido de que los beneficios del turismo tardan varios años en comenzar a dar sus verdaderos frutos.



Por: Luis Guillermo Víquez
Consultor de servicios turísticos
Gte. General de la franquicia maestra
UNIGLOBE para México,
Centroamérica y el Caribe.

En el lado opuesto

Por su parte Panamá ha sufrido grandes transformaciones en su turismo, un destino de negocios se transformó, hoy el 55% de sus turistas son de Vacaciones y Ocio. Además de que algunas compañías de cruceros han hecho del puerto de Colón su "Home Port", lo cual ha implicado un sustancial aumento en la ocupación hotelera.

Panamá tiene muchos puntos a su favor; es un país totalmente cosmopolita, con bellezas naturales y por supuesto el canal y alrededores. La oferta hotelera se concentra en la ciudad de Panamá y es ahí donde hay mayor crecimiento, desde Trump Hotel & Tower; RIU, Doubletree, Ramada, Hyatt entre otros se están instalando en la ciudad, 15 de los 20 hoteles inaugurados en los últimos tiempos están en Ciudad Panamá siendo hoy por hoy un paisaje urbano que a la distancia semeja New York o Miami Downtown; sin embargo también encontramos cadenas hoteleras que se han instalado en zonas turísticas como Bocas Del

similares, compitiendo con puertos como Cozumel, San Juan PR., Grand Cayman y otros. El gobierno debería despolitizar el turismo, e involucrarse seriamente en la industria, la Ley General del Turismo tiene al menos 4 años a la espera de que los diputados la tomen en serio; el aumento en las tarifas aeroportuarias y otros factores también han generado que aunque aumenta el número de turistas su estadía y gasto promedio ha bajado considerablemente.

Otro ítem es el costo de los servicios, una vacación en un hotel de primera en Guanacaste o Jacó puede costar el doble que una vacación similar en Cancún, Jamaica o Los Cabos.

Algo que llama poderosamente la atención es que en Panamá las obras públicas tienen prioridad para el gobierno, se planteó la construcción de un sistema de Metro en el 2010, las obras iniciaron en el 2011 y la primera línea se entregará en Enero el 2014. En 2010 se iniciaron en la

Desde el 2004 el turismo ha crecido por encima de la economía mundial, situándose entre el 6% y el 8% del total de las exportaciones mundiales, superando a las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Si consideramos solamente la exportación de servicios, el turismo significa el 25% del total mundial y todas las tendencias indican que seguirá creciendo en los años venideros.



Toro, playas en la Región entre La Chorrera y Penonomé y algunos otros en David, Coclé, Herrera, San Carlos y la Zona Libre de Colón.

Una de las grandes ventajas estratégicas de Panamá es su conectividad, desde casi cualquier ciudad importante de América y varias de Europa se puede viajar sin escalas a Panamá, en ese sentido sin duda Panamá ha liderado en Centroamérica por muchos años.

De los ocho de millones de turistas internacionales que recibió Centroamérica.

en 2011, el 26% (más de 2,2 millones) llegaron a Costa Rica, el 18% a Panamá (1,5 millones), el 14% a Guatemala (1,2 millones) y el 13% a Nicaragua (1,1 millones)

Estas cifras son interesantes por diversos motivos, Panamá teniendo menos infraestructura, para turismo vacacional tuvo más turistas que Guatemala, y Nicaragua a pesar también de sus condiciones tiene casi tantos turistas como Guatemala.

¿Qué pasa en casa?

Costa Rica sigue siendo el principal destino turístico, sin embargo hay varios temas que merecen atención.

En Costa Rica la falta de infraestructura y políticas claras está cobrando a la industria del turismo, en 2013 se recibirán menos de la mitad de los cruceros que llegaron en 2011 y no se trata solo de puertos y sindicatos, es un problema también de la infraestructura aledaña, simplemente no hay suficientes casinos, hoteles, restaurantes y

ciudad de Panamá al menos 10 obras de la llamada nueva red vial que incluye 23 zonas de la ciudad y el canal seco hasta Colón, algunas ya están terminadas y la que está más atrasada tiene un 70% de avance.

Esto debería también poner las barbas en remojo a nuestros políticos del país de la "platina", o con la carretera a Caldera que tardaron 30 años en construir 77 kilómetros y a juzgar por la noticias quedó mal hecha.

La realidad es que a pesar de la crisis mundial la demanda de servicios turísticos sigue creciendo y por ello la industria continuará creciendo en Costa Rica como un crecimiento inercial, en Panamá porque el país se esfuerza en lograrlo; y en Nicaragua también continuará creciendo, pero el clima político tiende a detener las inversiones públicas y privadas, además de que desafortunadamente tienen problemas de corto plazo más urgentes.

En términos generales las perspectivas económicas generales a corto plazo para América Latina y el Caribe son las más aragüeñas, básicamente por el entorno externo: los precios del petróleo, las crisis y las tensiones en los países de alto ingreso, y principalmente el empeoramiento de las condiciones en la zona del Euro y el debilitamiento de los flujos de capital en la región. La esperada recuperación de Estados Unidos es una buena noticia principalmente para México, Costa Rica, Panamá y El Salvador; países con fuerte vínculos con la economía de ese país, que además estimulará el turismo hacia América Central y el Caribe.

Capacitación Un Servicio 5 Estrellas



Por: Susana Guevara,
Consultora Senior
Consuhotel S.A.
info@consuhotel.com



En percepción de servicio los hoteleros enfrentamos otro reto entre la categoría o clasificación de nuestro hotel y el nivel de servicios y la diferencia entre “el servicio” y “los servicios” del hotel. Aunque la categorización nacional vigente esté basada en un rango de “alojamientos de servicio completo a limitado”, ¿cómo podríamos tener un hotel exitoso, de servicio limitado, sin un excelente servicio? Sí, a mí también me parece un trabalenguas.

Momentos de Verdad

Ni la clara diferenciación de marcas perfeccionada a lo largo de los años por las principales cadenas hoteleras internacionales, la clasificación internacionalmente aceptada de estrellas, categorías y tipos de alojamiento, las normativas propias de cada país, ni las guías reconocidas como la Michelin, han podido lograr poner en un marco conceptual lo que el huésped percibe como un buen servicio.

Ni podemos decirle al huésped que se aloja en nuestro pequeño hotel de ciudad y que pide un botones que le ayude con su equipaje que -“ese servicio se brinda en establecimientos de cuatro estrellas internacionales adelante y nosotros somos de cuatro estrellas de Costa Rica” o al que nos solicita que le sirvamos una bebida o snack mientras está en la piscina que -“ese es un servicio de resorts de 5 estrellas internacionales y nosotros somos un hotel de 3 estrellas de Costa Rica y por eso no podemos traerle una carta y servirle una opción de nuestro menú y cargarlo a su cuenta... Y que este cliente se quede satisfecho y percibiendo que damos un buen servicio.

Esos son los momentos de la verdad de un buen servicio y adonde quería llegar para planteamos que un buen servicio no tiene estrellas ni clasificación hotelera. Brindar un buen servicio es tan amplio y complejo como el equipo humano que recibe a nuestros huéspedes y sabemos que esto es muy complejo, aunque tengamos 5 habitaciones.

Por eso una apuesta segura de éxito; (dado que según varios estudios internacionales en la materia indican que en el 82% de los casos es precisamente el mal servicio lo que ocasiona que una empresa pierda un cliente) es sin duda apostar a lo que me atrevo a llamar un “servicio cinco estrellas”.

Antes de proseguir con algunas reflexiones y pasos concretos al respecto no debe omitirse que la satisfacción del cliente, es un concepto más amplio y abarca también los aspectos de calidad del producto, el precio, los beneficios y finalmente el servicio, que nos ocupa en estas líneas.

La hostelería es una industria de servicios en su máxima expresión y la excelencia en el servicio es clave para nuestro éxito.

Al alcance de un click

Tenemos presente que competimos en un mercado global y nuestro cliente o huésped tiene acceso a cada vez más y mejor información sobre nuestro establecimiento y "la calidad de nuestros servicios" en tiempo real al alcance de un "click"...y de igual manera a compartir su experiencia en tiempo real. Por mencionar un ejemplo, el conocido portal de internet de evaluación de viajes por parte de particulares Trip Advisor; con una audiencia de 50 millones de visitantes mensuales, es consultado por el 87% de los viajeros antes de elegir un hotel, un restaurante y un tour. Esto es para unos una bendición y para otros hmm no tanto.

En cada destino turístico de Costa Rica tenemos ejemplos clarísimos de hoteles y restaurantes que sin tener la mejor infraestructura encabezan la lista de ocupación y tarifa promedio en sus plazas. Generalmente si analizamos detalladamente no son únicamente los de 5 estrellas de cadenas internacionales ni los más baratos, estos líderes en rentabilidad son los que tienen un mejor nivel de satisfacción al cliente, un mejor servicio y una calidad más consistente que sus competidores.

Es imprescindible que como empresa definamos una Estrategia de Servicio al Cliente, con el objetivo de mantener la relación con nuestros clientes de por vida, con acciones, estándares, procedimientos, implementaciones y mediciones claramente delimitados y que sean vividos por cada miembro del equipo, como el gran diferenciador de nuestra empresa ante clientes y competidores.

Son las empresas que están verdaderamente orientadas hacia el cliente las que tienen más probabilidad de éxito y supervivencia. Asegurémonos por tanto de que nuestra empresa no sea una del montón, en las que el servicio al cliente es sólo una frase trillada o un concepto abstracto.

Una revisión obligatoria

A manera de lista de verificación, vamos a revisar brevemente los principales componentes que debería contener nuestra Estrategia de Servicio al Cliente:

Primero: Nuestras empresas sirven a las personas y la venta y satisfacción final de los clientes depende de las personas. El servicio es un todo que empieza con la satisfacción del cliente interno y la buena organización interna, para lograr que el producto final, que es el servicio al cliente externo, se lleva a cabo de la mejor forma y cumpliendo con todos los estándares delimitados para un servicio de excelencia.

Preguntémosnos cómo está la medición de satisfacción de nuestro equipo, cuándo fue la última vez que el gerente habló como cada miembro del equipo, sabemos cómo se sienten, por cuánto tiempo más planean o desean ser parte de nuestra organización y por qué, hemos medido cuánto, qué saben y qué comunican a nuestros huéspedes sobre nuestros servicios y nuestra organización. Son satisfactorios los resultados de la última encuesta de clima laboral.

Conviene asegurarnos que cada miembro de nuestro equipo, sin excepción, entienda que su genuina actitud de servicio, es lo que más valora un cliente sin importar su nacionalidad, edad, ni el avance tecnológico mundial.

Segundo: Nos satisface la respuesta de nuestro equipo ante las siguientes preguntas: ¿Quiénes venden en nuestro hotel? y ¿Quiénes son los responsables de Servicio al Cliente? Espero que la respuesta no sea "los de reservaciones, los de ventas o los de recepción", sino que cada miembro de nuestro equipo diga "yo vendo..., yo doy servicio al cliente...", que cada miembro entienda que servicio es venta y que siempre estamos vendiendo algo. Que desde el técnico de mantenimiento comprenda que vende un estándar de calidad y una infraestructura y que el es mantenimiento y servicio al cliente, que contabilidad vende y es servicio al cliente, que el asistente de cocina vende; inclusive el lavaplatos debe entender que su función es de servicio al cliente y que cada día está vendiendo platos limpios que se requieren en el restaurante.

Tercero: "Marcar la cancha", documentar procedimientos concretos, esto nos ahorra tiempo, desgaste, disgustos y pérdida de clientes... ¿Qué va a hacer Usted si pasa esto...? así, detallado por escrito, especialmente el manejo de quejas y peticiones. ¿Qué va a hacer Usted, técnico de mantenimiento, si pasa por el área de piscina y un huésped le dice que le encantaría que le lleve su tumbona a la playa y el hotel no brinda el servicio de tumbonas en la playa? O si a la encargada de limpieza se le acerca un huésped y le pide un cargador de celular.

¿Entienden sus colaboradores que ésta es una oportunidad de oro? Enviarán a su huésped directamente a un sitio como Trip Advisor o Expedia para contar qué opinan del servicio de su hotel, ¿qué contaría su huésped si tiene esta experiencia en su establecimiento? En la mayoría de los casos usted lo decide, no ellos.

Podríamos seguir con infinita lista de ejemplos cotidianos pero definir procedimientos y estándares básicos es una gran herramienta que nunca lamentará haber utilizado. Un buen comienzo es iniciar determinando los "Momentos de Verdad" de nuestro servicio. Puede ser un divertido trabajo grupal. Cuando el cliente se asoma a nuestra entrada es un momento de verdad crucial, cuando llama a recepción por una petición "especial" y así sigue la lista. Documente el estándar telefónico y muy importante el de toma de reservaciones, el de check in y check out en recepción y convirtamos todos esos momentos de verdad cotidianos en una oportunidad de oro respecto a nuestros competidores.

Buenas suerte con la puesta en marcha de su Estrategia de Servicio al Cliente, seguramente será un proyecto muy motivador y enriquecedor si se involucra a la mayor cantidad de colaboradores posible. Más tips e ideas en la próxima edición de *Apetito*.

*I Según el Diccionario de la Lengua Española: Conjunto de hoteles, restaurantes y otros servicios que se dedican a dar alojamiento y servicio a los clientes (S.f)



El sabor del Caribe Sur

Una región con alto potencial de convertirse en destino gastronómico en Costa Rica, no sólo por la calidad sino por la variedad de su cocina.

Desde el más típico rice and beans, hasta un sushi o una panacotta, todo está al alcance de una corta caminata. La oferta de restaurantes, bares, panaderías y negocios de alimentación disponibles en esta región, la convierten en una fuente de placer para el paladar. Así quedó demostrado en el VIII Festival Gastronómico del Caribe organizado por la Cámara de Turismo y Comercio del Caribe Sur, CATCCAS, donde más de una veintena de restaurantes participaron con sus propuestas culinarias, dando a conocer la creatividad y el sabor que caracteriza el caribe, con una variedad de estilos que resulta de su convergencia cultural.



En Puerto Viejo Maurizio Semprini le da el toque de simpatía italiana al Café Viejo, su hermano Marco estudió formalmente cocina, pero asegura que la mayoría de las recetas las aprendió con su abuela, "aquí no tenemos fusión, utilizamos recetas familiares que tratamos de adaptar a la realidad local".

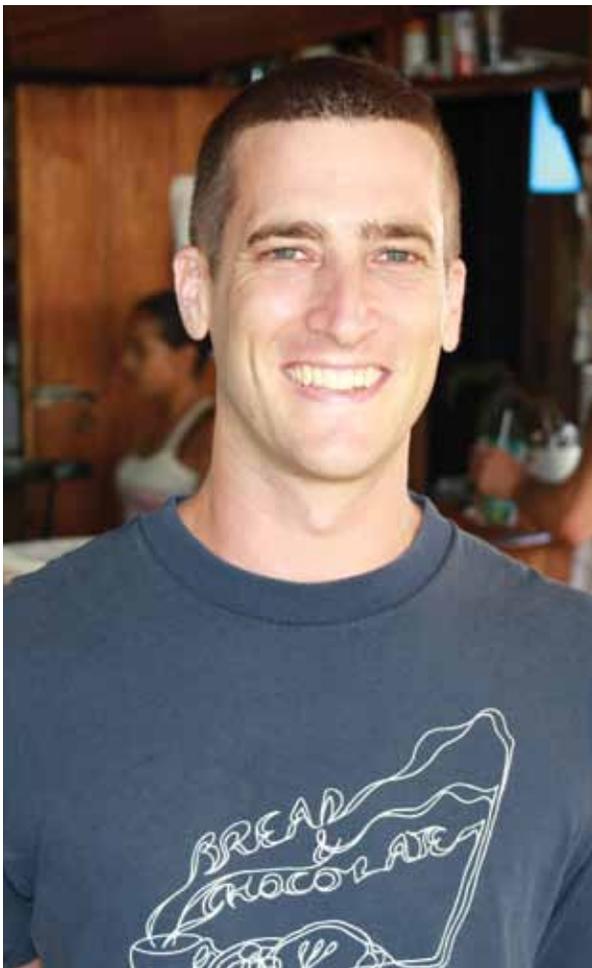
Ellos preparan la pasta fresca en el restaurante, y asegura que es posible realizar fielmente las recetas ya que cuentan con proveedores como Euroalimentos, que les proveen ingredientes originales, aunque no duda en afirmar que "la calidad de los ingredientes es muy importante, pero la cocina no es sólo eso, la cocina es alquimia, una misma receta elaborada por diferentes personas, tendrá diferente sabor, aunque utilicen la misma materia prima, ese es el encanto de la gastronomía".





Piratas saludables

Gift y Flora Domenis son las propietarias de esta esquina de delicias vegetarianas. Estas hermanas mitad italianas y mitad nigerianas desembarcaron en Puerto Viejo hace nueve meses con la idea de ofrecer una propuesta de comida saludable. "En general los locales quieren el plato típico, pero están dispuestos a probar, y salen satisfechos con las opciones que tenemos completas y saludables", comentó Flor quien es terapeuta ayurvédica. Esta medicina tradicional de la India se basa en el uso del cuerpo, mente y espíritu para la prevención y tratamiento de enfermedades, en donde la dieta forma parte integral del proceso.



En la cafetería Bread and Chocolate los postres tienen un aire de filosofía, y es que su actual propietario curiosamente no pasó por las aulas de un instituto culinario, Tom Franklin estudió Filosofía y Sociología, pero sus estudios los pagó con trabajo en restaurantes, de ahí le quedó el gusto por la cocina. Originario de Maryland, Estados Unidos, Franklin vino al país para estudiar español y fue cuando conoció el Caribe, una zona que lo atraparía sin remedio. Mantiene su promesa de cuando inició la cafetería hace casi siete años, "un menú simple, preparado todo en el restaurante con ingredientes de calidad y un balance en el precio para que pueda ser una opción para los locales también".



Tiffany y Popeye O' Brian, llegaron de Lousiana, Estados Unidos, para unas vacaciones, pero la oportunidad de comprar un sport bar frente a la playa en Playa Negra, los hizo cambiar de idea. Ellos aseguran que su cocina estaría perdida sin Hermelinda Rackett, quien pone el sabor al pargo con salsa caribeña, su best seller, y a todos los demás platos del menú de The Point, "los clientes vienen por los deportes, la espectacular vista, pero sobre todo por la comida", dice la propietaria.



Mauricio Blair es un ejemplo para la juventud, no solo la de su pueblo. Es propietario del Restaurante Riky's, que inició como un bar con música en vivo y que se fue adaptando a la demanda de sus clientes, ampliando su oferta de platos, asegura que además de contar con una excelente cocinera tiene una receta infalible "hacer que el cliente se sienta muy a gusto, buen ambiente, buena comida y atención amable".



Ubicado en la calle principal de Cahuita, este restaurante sirve auténtica comida caribeña.

Delika
by Gourmet Imports

LURPAK
MANTEQUILLA DANESA

LURPAK
Importada de DINAMARCA

Arla

**MANTEQUILLA
COMO NUNCA ANTES
LA HAS VISTO**

Adquiérala en los principales supermercados del país o al 2239-1019 • servicioalcliente@delika.cr • [/delikacr](https://www.facebook.com/delikacr) • www.delika.cr

CM *Cava Mundial*
Tradición por Excelencia

LLEVAMOS LOS MEJORES
VINOS A SU MESA

Root:1
CHILE

Matetic
CHILE

RAMIRANA
CHILE

CASAL MENDES
PORTUGAL

MUSTIGUILLO
ESPAÑA

QUINTAY
PREMIUM WINES FROM CHILE

KOYLE
CHILE

DOMINIO DE LA VEGA
ESPAÑA

PONS
ESPAÑA

ALMA NEGRA
Argentina

PADRILLOS
Argentina

T. 2215-3211 / 2215-6227
info@cavamundial.com
www.cavamundial.com
f Cava Mundial Costa Rica

AFILIADO A LA ESCUELA DEL VINO CENTROAMERICA

Venta de Vinos del Viejo y Nuevo Mundo / Capacitación a hoteles y restaurantes / Catas privadas / Eventos / Entrega Inmediata

www.apetitoenlinea.com / Febrero - Marzo 2013 27



Petronila Valengana en el barrio Hone Creek muestra el proceso de preparación de cacao, su negocio comenzó con la venta de cacao en la calle y ahora recibe a los turistas en su casa conocida como la casa del cacao, su "tour" lo da en inglés, español y bribri.



Un nombre curioso, "I Peccati Di Cosima", algo así como el pecado de Cosima, pero en realidad ella no es la pecadora, sino más bien la que induce al pecado, y es que todo lo que sale de la cocina de Cosima Barnabo tiene como apellido tentación. El lugar nació como un sitio para llevar, en su mayoría postres, pastas y algunas salsas.



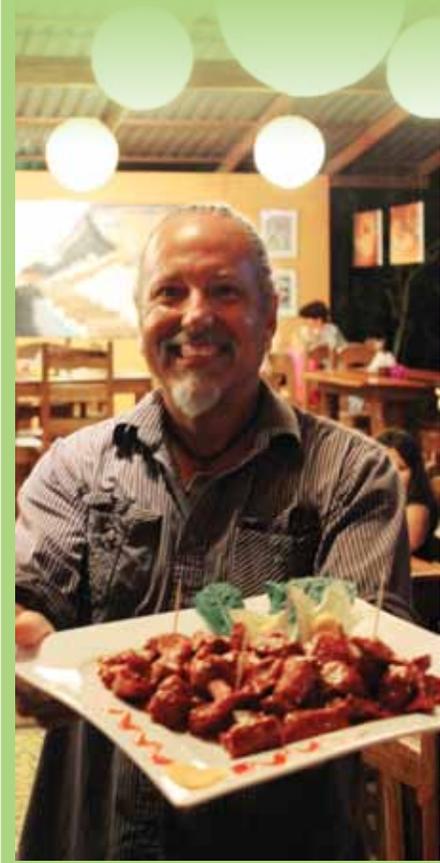


Arazá, un sabor por descubrir

Arazá no sólo es la base de una de sus salsas, sino que también es la fruta que da nombre al restaurante de Carlos Osorio y Gabriela Zamora. Esta chef, originaria de Tlaxiaco y graduada de gastronomía del INA, nos contó que en el menú fusión - oriental, cuentan con gran cantidad de productos locales de temporada, y para ello es necesario conocer lo que se produce en la zona y desde luego el ritmo de las cosechas. El sushi por ejemplo, además de servirse con la salsa de soya, lo sirven con otras salsas como salsa de Arazá, salsa de coco y salsa de maní, además utilizan productos como mango, plátano, pejibaye, flor de amapola en sus preparaciones. Este restaurante da una experiencia muy diferente y un nuevo significado a la cocina local.

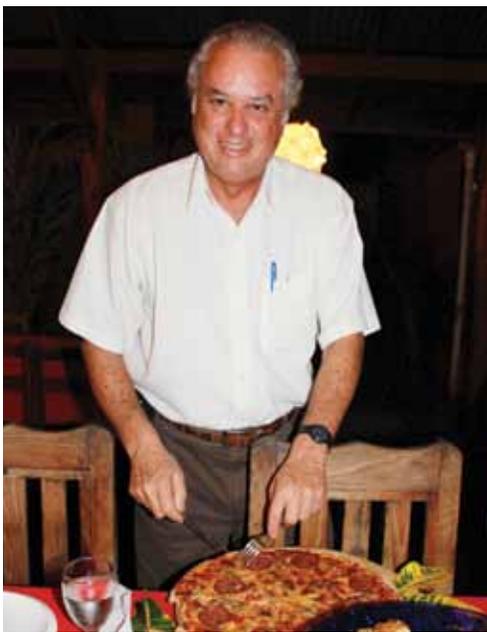


Para Stash Golas propietario de Stashu's Confusion, los sabores no tienen propietario, no importa si es de México, el Caribe, Tailandia o la India, todo se combina para lograr un balance y al igual que su propio origen todo se refleja en su cocina. El ambiente de este restaurante también es una muestra de la creatividad de su propietario, un artista visual que aplica su arte a la cocina lo mismo que a la pintura, la música y la plástica.



Protagonistas del Sabor

La Cámara de Turismo y Comercio del Caribe Sur los convocó para presentar sus propuestas en el VIII Festival Gastronómico y ellos sorprendieron con sus mejores platos, demostrando la variedad de la cocina que es posible encontrar en ese pequeño rincón de Costa Rica.



Passion[®]
PASTA FRESCA

Delika[®]
by Gourmet Imports

100% Fresca

no congelada, especialmente
empacada (hasta 25 días refrigerada)

100% Natural

sin aditivos, preservantes,
conservantes ni colorantes artificiales

100% Fácil

se prepara en tan solo **4 minutos**

Ravioli, Spaghetti, Fetuccini, Lasagna, Gnocchi, Reginetta, Macaroni, Pappardelle y mucho más...

Consulte con su agente de ventas o al 2239-1019 • servicioalcliente@delika.cr • delikacr



euroalimentos

IL MASSIMO DELLA QUALITÀ!

De Italia nos llega, con una fina combinación de hierbas
y un frutado distintivo que permanece en boca,

el **Aceite Extra Virgen de Oliva Orcioro**

Producto 100% Italiano



Teléfono: 2215-2368 • Fax: 2215-6364 • e-mail: info@euroalimentoscr.com
Dirección: Escazú, del puente de Multiplaza 150 metros noroeste

www.euroalimentoscr.com

Especial



En busca del tueste ideal



Hay de todo, desde el que se queda con su café torrefacto o mezclado, hasta el que ha evolucionado su gusto a un café puro, y sabe reconocer las diferentes regiones productoras. Pero mientras los consumidores se ponen de acuerdo, la mayoría de tostadores coincide en que el tueste debe permitir que el café exprese su origen.





Café para disfrutar



Café Sánchez

www.cafesanchez.co.cr

Sin miedo a Starbucks



Cada detalle en su cafetería tiene un propósito. Incluso las sillas con el respaldar en forma de taza de café generan un ambiente propicio para encontrarse con esa bebida. Sus paredes también hablan, cuentan historias familiares de todo el proceso que atraviesa el café antes de llegar a su moderna máquina de espresso. Y es que Auxiliadora Bonilla pertenece a la quinta generación de una familia productora de café y desde hace ocho años su padre y hermanos iniciaron un proyecto llamado Beneficio Don Mayo, el cual beneficia café de sus propias fincas y lo exporta a los mercados más exigentes del mundo en cuanto a calidad se refiere.

Ella cierra este ciclo con una cafetería. Estudió publicidad y mercadeo, pero la tesis sobre café la llevó a tomar el curso de barismo que la terminó de ubicar en el oficio que siempre la apasionó. Su cafetería Don Mayo es un modelo de negocio a seguir. Bonilla asegura que tiene su propia fórmula y no teme a nombres como Starbucks, "la ventaja que tenemos las cafeterías locales sobre las transnacionales es que aquí tenemos la posibilidad de elegir un mejor café y darle el tratamiento adecuado en el tueste, mientras que ellos utilizan café de varios orígenes y lo tuestan en forma masiva, en Costa Rica producimos un excelente café, es hora de que los ticos también disfruten la calidad que nos distingue en otros países". Dice que muchas veces al abrir una cafetería se enfocan más en el ambiente que en el café, "claro que es importante tener un ambiente agradable, pero la clave está en elegir un café que haga la diferencia, el café es el alma de la cafetería", comentó.

En cuanto a tuestes, se declara defensora del tueste medio, "El café se tuesta de acuerdo a la altura que provenga, para favorecer los atributos de su origen, pero un tueste oscuro por lo general se utiliza para ocultar defectos, y da notas amargas y astringentes".



Auxiliadora Bonilla ganó el Reto Barista en la Exphore 2012 y planea participar nuevamente en el Reto del 2013, en la foto la acompaña su esposo Jorge Morera, también barista.



Ojo con la limpieza

Anayancy Sánchez, de Café Sánchez señala que elegir un buen café influye, pero no es el único factor para determinar la calidad de la taza que se sirve. "Tomar en cuenta el almacenamiento, en lugar fresco y seco, además del uso, el mantenimiento y limpieza de la máquina intervienen en el sabor; muchas veces se están sirviendo capuccinos con residuos de café de varios días".



IDEALES PARA CADENAS DE
RESTAURANTES, CAFETERÍAS Y FOODSERVICE.



Ingredientes naturales
y el sabor de "recién
horneado"



Importados de los Estados Unidos.

Cusano's
BAKERY

- Baguette Multigrano, French Country y Sourdough.
- Toscano con Romero y Aceite de Oliva, con Pasas y Nueces.
- Pan Cena surtido y con Pasas y Nueces.
- Rebanado Multigrano, Pumpernickel, Blanco, con Semillas de Centeno, Marble y Sourdough.



En presentación CONGELADA. Llámenos al 2239-1019 • servicioalcliente@delika.cr • [f /delikacr](https://www.facebook.com/delikacr) • www.delika.cr



Una deliciosa
taza de café
se logra con
una máquina
de CALIDAD

Ostoria
Máquinas para café



Distribuye: **ELECTROFRIO**
Tel: 2244-5530 • www.electrofriocr.com

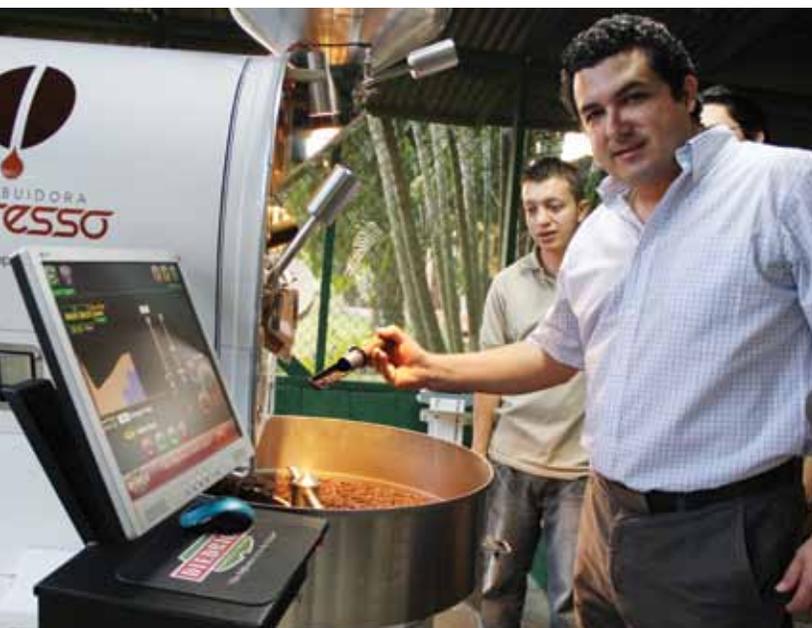


Elegir con criterio

Mauricio Cercone, Gerente de Distribuidora Espresso coincide con Bonilla en que la elección del tueste adecuado puede hacer la diferencia en un buen café. Cercone agrega que el perfil de tueste depende directamente del origen del café y recomienda elegir un tueste medio, de manera que puedan reconocerse todas las características del producto. “Un tueste oscuro, muy quemado elimina los sabores de la fruta, se puede decir que oculta el carácter del café y esto también incluye los defectos”.

Las cafeterías, restaurantes y hoteles tienen una gran oferta para elegir, por eso, Cercone recomienda algunos detalles para servir una excelente taza. “Al momento de comprar café, conozca cuándo se tostó el café, tenga en cuenta que esté correctamente empacado, por ejemplo con válvula para liberar oxígeno, esto aumenta su vida útil, si lo compra en grano verifique que no tenga defectos, que sea uniforme”.

Cercone comentó que una vez tostado, el café comienza a liberar gases y aceites que dan carácter a la bebida, y por lo tanto va perdiendo sus cualidades, de ahí que lo idóneo sea comprar pocas cantidades y tener cuidado con su almacenamiento, “la luz y el oxígeno deterioran la calidad” enfatizó.



Mauricio Cercone, Gerente de Distribuidora Espresso, “Si no tengo nada que ocultar no tengo por qué quemar el café, busque tuestes que permitan reconocer en su sabor la calidad del grano”.



“En el tueste claro podemos definir mejor la acidez, mientras que un tueste oscuro nos regala un café con más cuerpo, personalmente me gustan más los oscuros”, Cristian Mora Arley (al centro) lo acompañan Martin Palma Roa y Minor Mata Fonseca, el equipo de producción de Café Sánchez.

El punto de tueste

Cristian Mora forma parte del equipo de producción de Café Sánchez y Café Rey encargados de elegir el tueste adecuado para cada tipo de café que vende la empresa.

En el caso de los cafés de altura, Mora comenta que por lo general se maneja un tueste de medio a bajo, pero el tueste con que saldrá cada una de las marcas se determina con una cata que se lleva a cabo con varias muestras de laboratorio y en la que el equipo, liderado por el señor Miguel Sánchez Picado, socio fundador, decide el mejor perfil para cada cosecha.

Como detalle, Mora recalca que cada origen tiene sus cualidades, mismas que llegan a satisfacer los diferentes gustos. “La altura marca la acidez y el grado de cuerpo del café, un café de bajura es más plano en cuanto a sabor y esto no significa que sea de mala calidad, solo que tiene características diferentes a los producidos en zonas altas”, comentó Mora, quien lleva más de 22 años catando café.

Al momento de elegir un café para el hotel o restaurante, Mora recomienda buscar un aroma fresco, si se perciben olores a pimienta significa que el café está viejo, rancio. Además que al probarlo no quede el paladar amargo, sino que deje un gusto pleno en toda la boca, si se compra en grano que no tenga defectos, y elija el tueste que mejor resalte las características de la zona que está comprando, por ejemplo tuestes medios o bajos para zonas altas.





Quinta
Edición



RETO barista

Con arte y técnica en la preparación del café

EXPHORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Concurso:
**Martes 18, Miércoles 19 y
Jueves 20 de Junio del 2013**

Lugar:
Tarima principal del Reto Barista,
en EXPHORE  Centro de Eventos
PEDREGAL

*Con esta competencia se busca elevar la
calidad del café que se consume en
Costa Rica, los participantes demuestran
su creatividad y técnica.*

Inscripciones y consultar horarios:

www.exphore.com/reto-barista

Entrada para asistir:

www.exphore.com/entradas

Tel.:(506)2231-6722 ext 144

revistaapetito@ekaconsultores.com

Patrocinan:


Distribuye **ELECTROFRIO**


Endulzante Sin Calorías



Organizan:

Apetito Manuel Dinarte
La revista para hoteles y restaurantes

Lo "in" secado al sol



Si busca una alternativa más amigable con la naturaleza, en el país hay varias opciones, como el café orgánico de Afaorca, producido en los cerros de Caraires. Afaorca es una asociación conformada por familias productoras orgánicas, y forma parte de la Alianza Madre Tierra.

Manuel Mora, tostador y catador de Afaorca tiene muy claras las ventajas de este producto, "cada vez hay más demanda por los productos orgánicos, además de saber que estamos consumiendo un producto libre de químicos y en cuya producción no se contamina el ambiente, encontramos que el café expresa todas las características del suelo, y el resultado es un café muy aromático".

Otra característica del café de Afaorca es que su secado se realiza al sol, una técnica utilizada por los antepasados y en desuso por la industrialización, según Mora, a diferencia del secado artificial, este proceso permite conservar mejor las características del origen, y da como resultado aromas achocolatados muy particulares.



Manuel Mora, tostador y catador de Afaorca, "la Asociación produce en promedio 55 fanegas por hectáreas, para un total de 5500 fanegas por año y toda la producción está vendida dentro y fuera de Costa Rica. Queremos que otros productores nos conozcan y apuesten a la producción orgánica".

En busca de la taza perfecta



"El segmento de los hoteles y los restaurantes valora la calidad, la tecnología y los beneficios que conlleva el sistema de café en cápsulas, así como la experiencia y el prestigio de la marca, creemos que es cuestión de tiempo para que el consumidor costarricense valore la calidad, facilidad y costo/beneficio de este sistema". Philip Fung, Representante de Lavazza.

Una constante en el mundo del café es la idea de lograr la taza perfecta. Algunos baristas llegan al punto de visitar productores y comprar directamente el café verde, es decir antes de tostar, para luego procesarlo personalmente y garantizar el tueste adecuado y su frescura al momento de prepararlo. Pero la realidad es que no todas las cafeterías y restaurantes cuentan con baristas y menos aún con la posibilidad de tostar su propio café. Lo que sí existen son alternativas para ofrecer cada vez un mejor producto, como es el caso de la tecnología de Lavazza, un sistema extracción de espresso que consiste en una máquina y una cápsula de monodosis, la cual permite obtener un espresso en forma automática, sin margen de error.

Según comentó Philip Fung, Representante de Lavazza en Costa Rica, este sistema con casi un año en el mercado, ha sido muy bien recibido por las ventajas que ofrece, "El consumidor se va dando cuenta de los beneficios del sistema y comprende que un buen café no depende nada más del buen grano, sino también de la mezcla, el molido, la protección y empaque del producto... y sobre todo el sistema de extracción que ofrece la máquina. El café es un producto muy delicado y con nuestro sistema se logra estandarizar y garantizar la calidad y el sabor. Además, el tiempo de proceso es uno de los factores que más ha gustado. Con nuestro sistema, el consumidor puede hacer su propio café espresso en pocos segundos. Por lo tanto, en un país de tradición cafetalera como Costa Rica, nos vemos beneficiados con este tipo de tecnología, siempre en busca de la taza perfecta", recalzó.

Nevella®

Endulzante sin Calorías

Ahora con **Probióticos**

No te pierdas del dulce sabor de la vida y recuerda:

- Único con Probióticos.
- Fabricado En Estados Unidos.
- Sin calorías, hecho con los últimos avances científicos en los Estados Unidos.
- Fortalece las defensas del cuerpo y provee microorganismos saludables para el organismo.
- Presentación especial para hornear y cocinar



Distribuye: Desarrollo Empresarial Multirep Tel: 2239-5800 y Mayca.

Nevella, ¡cuida tu salud! www.nevella.com

*Transformar el café
en una experiencia...*

La Prensa Francesa una manera
práctica y deliciosa de disfrutar el
café perfecto, con todo su sabor.

☎
2277-1620



EXPORT
RESERVE
Britt

Hay cosas que solo suceden con Britt

www.britta.com

[f AmantesCafeBritt](https://www.facebook.com/AmantesCafeBritt)

Los puntos a favor de Cercone Cafés



Mauricio Cercone, gerente de Cercone Cafés, es catador internacional certificado por el Instituto del Café de Calidad de Estados Unidos, CQI, y sólo pone su apellido a cafés con puntajes internacionales superiores a 80.

Según comentó Cercone esta calificación responde al análisis de puntos críticos, tales como aroma, fragancia, sabor, post gusto, cuerpo, nivel de acidez, entre otros aspectos cuantitativos y cualitativos, que determinan el balance de la taza.

Cercone Cafés cuenta con café puro de las diferentes regiones de Costa Rica, así como algunas mezclas que resaltan las principales características de cada origen.

Pero no es su única estrategia para conseguir un resultado de alta calidad, Cercone cuenta con una tostadora Diedrich con tecnología de punta que le permite lograr un perfil de tueste ideal de acuerdo a las características de cada café, el cual es posible reproducir en forma automatizada para obtener la consistencia que requiere la industria.

"El tueste es tan importante como la misma calidad del café. A pesar de que Cercone Cafés es una marca que estamos iniciando, contamos con tecnología de punta para asegurar el control de calidad. Las tostadoras Diedrich utilizan quemadores infrarojos que emiten calor a los granos y ésto evita que se impregnen olores y sabores ajenos al café durante su tueste, como si sucede con los tostadores tradicionales de quemadores atmosféricos", comentó el gerente.

Finalmente, el café es empacado en bolsas con válvulas de aire, para mantener el producto fresco, recordemos que una vez tostado y molido, el café comienza a perder sus cualidades, y este sistema de empaque le permite conservar su calidad.



Una vez que se ha seleccionado el perfil de tueste para un lote de café, este puede repetirse en forma idéntica en nuevos lotes, ya que la tostadora cuenta con un ordenador que guarda la información. El café se tuesta de acuerdo a la demanda semanal, por lo que sus clientes siempre reciben café recién tostado.

Producto: Cercone Cafés

www.cerconecafes.com

Distribuido por: Distribuidora Espresso

Tel. 2239-4519 • www.espresso.cr



TODO PARA COFFEE SHOPS

Tels. 2239.4519 / 8994.2661 www.espresso.cr

Defensores del origen



No es de extrañar que el café de la zona de Tres Ríos sea reconocido en el mercado internacional, ya que es una de las regiones donde tradicionalmente se ha exportado este producto. Si bien la idea de catalogar las diferentes regiones productoras del Café de Costa Rica con el sello de garantía de "Denominación de Origen", todavía se encuentra en proceso, Café Tres Puentes se lanza al mercado de productos gourmet, garantizando precisamente eso, su origen 100% de las montañas de Tres Ríos.

Como bien lo apunta su propietario Carlos Monestel, Tres Puentes nace con la visión de ofrecer calidad al mercado nacional. "El objetivo de Café Tres Puentes es que el café de primera calidad de Tres Ríos se quede también en el país, que el costarricense tenga acceso a un exquisito café".

Monestel quien es el precursor de la idea, viene de una genealogía que ha vivido de la siembra y cosecha del café de sus tierras, por lo que no duda en garantizar su origen. "Tres Ríos es una zona que gracias a sus estaciones climáticas bien marcadas (húmeda y seca) y su suelo rico en materia orgánica y acidez tropical, genera granos SHB que le presentan a su taza un café de balance especial, en su cuerpo, aroma y acidez, y ese es el valor que queremos resaltar de nuestra región". Un factor muy importante que determina su calidad es que estas tierras se ven influenciadas por el Volcán Irazú y su cercanía le permite a sus cafetaleros producir una bebida gourmet que se conoce en el gremio como el Bordeaux de Costa Rica. El café Tres Puentes se comercializa desde hace unos meses en puntos estratégicos de Tres Ríos y cadenas de supermercados del país como Fresh Market. Además de su origen, sobresale su sistema de producción. "Tres Puentes es seleccionado de granos 100% maduros y procesado ecológicamente, casi no utilizamos agua en su procesamiento y es secado al sol, esto además de ser amigable con el ambiente, da como resultado final un sabor muy fino al paladar", comentó.



"Muchas veces se cuida la calidad de los ingredientes del menú, el vino y el postre, pero no siempre la calidad del café que se sirve, y un buen café es el broche de oro de un excelente almuerzo o cena. La ventaja de ofrecer un café de origen específico en el hotel o restaurante es que se puede garantizar la uniformidad de la calidad".



Producto: *Café Tres Puentes*

Correo: cafetrespuentes@gmail.com

TRES PUENTES Gourmet
Café de Exportación
BALANCE PERFECTO
Aroma • Cuerpo • Acidez
cafetrespuentes.com
Tel.: (506) 2278-0984

Café de origen 100% Tres Ríos

De granos %100 maduros
Procesado ecológicamente
Tierras de origen volcánico
Secado al sol

Disfrute del auténtico sabor de Tres Ríos
Reconocido como el **Bordeaux** de Costa Rica

De venta **ahora** en todos los **fresh** MARKET

LOGOS: PRODUCTO ECOLÓGICO, SECADO AL SOL

La conquista del café soluble



Irumpir en un mercado tradicionalmente cafetalero con un producto como el café soluble fue todo un reto para Nescafé. Pero la propuesta, lejos de competir con el café chorreado, se enfocó en el nicho del capuchino, una bebida que rápidamente ha logrado posicionarse en el gusto de los costarricenses.

La ventaja, como nos comenta Mauricio Carvajal, Gerente de Ventas de Bebidas de Nestlé Professional, es que el capuchino permite ofrecer variedad de sabores, en una bebida estandarizada y con gran facilidad de preparación. "Todas las soluciones alimenticias de Nescafé Professional apuntan a la practicidad, facilitando el trabajo y al mismo tiempo logrando una estandarización de resultados, y las bebidas no son la excepción. El cliente sabe qué esperar con su capuchino, en definitiva esto es parte del éxito".

Agregó que otro punto a favor es la constante innovación en las presentaciones, con sabores de temporada que complementan los tradicionales moka y vainilla.

Carvajal recalcó que el café soluble que ofrece Nescafé es 100% puro, con una selección de granos que incluye a Costa Rica, "el café es tostado, molido, deshidratado y desintegrado en pequeños granos, y al contacto con el agua caliente desprende su sabor. En cuanto a las presentaciones de capuchino, se utiliza leche entera, café y el saborizante, logrando una bebida muy equilibrada".



Este 2013 Nescafé promete un crecimiento en cobertura geográfica, para llegar con sus productos a todo el país, además tendrá una mayor oferta de productos de temporada con los que esperan sorprender a sus clientes.



Nueva Presentación Café Capresso

Hemos desarrollado un nuevo empaque para nuestro principal suministro, el café, un producto 100% gourmet SHB, seleccionado directamente de las mejores zonas de altura del país. Este producto nace como un complemento, para aquellos clientes que desean la solución completa de equipo y suministros.



Innovación: Tostado a la vista

Una de las tendencias en las cafeterías es tener el proceso a la vista del consumidor. Grupo Capresso tiene un tostador eléctrico, con capacidad para tostar 250 gramos en 25 minutos, por lo que el tostado, molido y chorreado se puede hacer frente al cliente.

Este tostador es programable, electrónico, y permite elegir diferentes perfiles del tueste.

Distribuye: Grupo Capresso
Teléfono: 2234-7404



LÍNEA INSTITUCIONAL HOTELES Y RESTAURANTES



Inspiración en cada platillo

Descubre las innovaciones:

- Resistente a golpes
- Resistencia térmica
- Resistente a rayaduras
- Diseño estético y funcional
- Alta higiene y seguridad

yamuni mayoreo

Tel. 2255-2066 | De Mc Donalds Sabana 200 mts. al este

www.yamuni.com

controle la

“esencia”

del negocio del café

ENTREGA INMEDIATA
Nuevos!

TOSTADORES

Eléctricos 120 v, con control de tiempo y temperatura, con capacidades desde 120 g hasta 300 g cada 30 minutos

grupo **capresso**

todo en equipos, servicio y suministros para bebidas frías y calientes



Tel.: 2234 7404

e-mail: info@grupocapresso.com www.grupocapresso.com



SERVICIO **postventa**



Selección de altura

Café Sánchez nace como una alternativa para satisfacer un mercado cada vez más exigente.



Con el incremento del turismo Costa Rica ha ganado más que divisas, los costarricenses se han beneficiado con una oferta gastronómica más variada y atractiva, que ha influenciado positivamente en sus gustos, de ahí que los productos también han ido evolucionando, como es el caso de Café Sánchez, una marca que según comentó Anayancy Sánchez, nació para satisfacer gustos exigentes. "Café Sánchez es una selección de los mejores granos de café Arábigo, 100% cultivado en Costa Rica, en las zonas cafetaleras de altura, reconocidas mundialmente. A esto agregamos un tueste perfecto y balanceado para lograr un producto de primera clase".

Sánchez comentó que el café cuenta con tres presentaciones muy enfocadas en su consumidor; se trata del Clásico, Barista y Gran Reserva.

El primero se destaca por ser un café del Valle Central, suave y balanceado, con poca acidez y excelente cuerpo

que permanece agradable en el paladar.

El Sánchez Barista mezcla granos de Tres Ríos, Tarrazú y el Valle Central, seleccionado y tostado especialmente para la preparación en método de extracción espresso. Su nombre y su calidad son un tributo al profesional en café, quien con su creatividad e inspiración explora las posibilidades que ofrece el espresso en diferentes bebidas.

El Gran Reserva es una edición en la cual el maestro tostador literalmente pone su firma. Esta presentación reúne cada año lo mejor de las mejores cosechas de zonas de altura como Tarrazú, que posteriormente es tostado en pequeñas partidas garantizando el control de su calidad. Cada bolsa es numerada y firmada por su tostador.

Todas las presentaciones de Café Sánchez se encuentran disponibles en los principales supermercados del país y por sus canales de distribución en hoteles, restaurantes y cafeterías.



Anayancy Sánchez Encargada de Relaciones Públicas y Eventos de Café Sánchez, "Hemos desarrollado varias alianzas con nuestros clientes de hoteles y restaurantes, buscando apoyar el desarrollo de sus negocios en actividades culturales y artísticas".



Producto: *Café Sánchez* • Tel: 2272-3049
Correo: info@cafesanchez.co.cr

Una forma diferente de hacer café



La prensa francesa es considerada uno de los mejores métodos de preparación de café filtrado. Es el método preferido por los conocedores para la preparación de un exquisito café, para el resto de nosotros, es una forma práctica de disfrutar de una buena taza de esta deliciosa bebida.

Britt presenta la Prensa Francesa con un estilo moderno y renovado, la cual logra una combinación de estilo y funcionalidad, que crea un café de humeante aroma y completo sabor. Esto se da debido a que con este método la infusión siempre esta presente, ya que el café permanece en reposo junto con agua caliente por unos minutos lo cual da como resultado que el café logre extraer al máximo sus propiedades.

Para Fernando Castro Director Comercial de Britt, la prensa francesa es una excelente solución para restaurantes y cafeterías de alto perfil, "visualmente es un espectáculo notable: mirar como los granos se combinan con el agua durante el lapso de infusión y luego bajar el pistón y servir a la taza es muy diferente", menciona Castro. "Por otro lado, el gusto que se obtiene a través del proceso de infusión directa y reposo, es notoriamente superior al de cualquier otro método de filtrado." agregó.

Otro de los beneficios de utilizar la prensa francesa es que se le puede ofrecer una amplia selección de cafés al cliente, ya que permite realizar una taza a la vez, así entonces, un cliente podrá seleccionar Café Britt Oscuro, otro Café Britt Tarrazú y otro Café Britt Descafeinado y no causaría problemas de operación ni desperdicio.

Deleite a sus clientes con esta elegante presentación y descubra una nueva manera de servir café.

¿Qué tanto sabe usted de café? ¡Aprenda a preparar la mejor taza de café!



La Asociación de Cafés Finos de Costa Rica, fue fundada en 1993 en un esfuerzo para promover el consumo de cafés especiales de Costa Rica tanto a nivel interno como externo.

La Asociación, está logrando que el consumidor costarricense tenga acceso a mejores calidades de café y mejores servicios en las cafeterías gracias a la educación que hoy en día se ofrece sobre el café.

La Asociación ofrece diferentes cursos:

- **Curso básico:** Historia y migración del café, métodos, catación y tueste, espresso, cappuccino y bebidas frías.
- **Curso intermedio:** Beneficiado, catación, tueste, proyecto Cafetería, perfeccionamiento de técnicas para espresso y cappuccino.
- **Otros cursos:** Catación, tueste, beneficiado.

Membresía para cafeterías:

Así mismo, con el afán de que el costarricense pueda tomarse una buena taza de café en todo nuestro país, la Asociación de Cafés Finos abre las puertas a todas las cafeterías que quieran ser afiliadas a la Asociación y así contar con los requisitos básicos para poder decir con orgullo a sus clientes que su cafetería es afiliada a la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica.

Tel.: 2220-0685 / 2220-0737

www.scacr.com

jose@scacr.com



Asociación de Cafés Finos de Costa Rica





ASTORIA AVANT SAE-2

Carrocería con paneles de acero inoxidable y acero pintado.
 Indicador del nivel del agua en la caldera.
 Manómetro doble escala para la visualización de la presión caldera y bomba.
 Botonera 4 dosis de café.
 Un dispensador de agua caliente.
 Dos dispositivos para el vapor.
 Motobomba interna.
 Suavizador.

Características Técnicas:

Capacidad de la Caldera: 10,5 litros
 Voltios: 110 Watts: 2 800



Distribuye: Electrofrío
Tel: 2244-5530

¿Qué significa SHB?



La etiqueta que encontramos en algunas bolsas de café.
 Sinónimo de "estrictamente de altura (SHG)", "Strictly Hard Bean (SHB)" generalmente se refiere al café cultivado a altitudes superiores a los 4.500 pies sobre el nivel del mar, (1371 metros). Los granos cultivados a gran altura maduran más lentamente y llegan a ser más duros y densos que los cultivados en zonas bajas. Dicen los que saben de café, que al tener una fisura más cerrada y dura, este grano guarda mejor los atributos como aroma y cuerpo. Su grano es azulado, brillante y grande.



MÁQUINAS VENDING & PROFESIONALES S.A.

Royal



Aroma



Rubino 200



- Doméstico y Profesional
- Oficina Automático
- Profesional de Grupo
- Vending (autoservicio)



Distribuidor autorizado:



Tel.: 2291-1151
 Diagonal a oficinas centrales de Pizza Hut,
 Pavas Condominios Zora, Local No. 15
 E-mail: info@maqvenpro.com • www.maqvenpro.com

Somos más que café

Desde sus inicios, Britt ha sido líder en ofrecer el mejor café gourmet de Costa Rica, dando gran variedad y buscando siempre las mejores plantaciones para que su producto sea de la más alta calidad para los amantes del buen café.

Con más de 26 años en el mercado, Britt se ha dado la tarea de ir más allá en lo que ofrece a sus clientes, creando gran variedad de productos. También creó las conocidas BrittShops y ahora, Britt ofrece un servicio integrado para hoteles, restaurantes y cafeterías del país.



... Un servicio integrado para hoteles, restaurantes y cafeterías del país...



Gracias a su variedad de productos la empresa viene con una **nueva propuesta** para apoyar a sus clientes y ofrecerles un servicio completo. Desde el tradicional Café Britt, hasta acompañamientos para el mismo, detalles para sus clientes consentidos, postres y hasta productos para la digestión.

Imagine ofrecerle a sus clientes acompañar su deliciosa taza de café junto a una galleta gourmet, o darles un caramelo orgánico Britt junto a su factura, ofrecer mentas aftercoffee a sus clientes consentidos o hasta crear deliciosos postres junto a los chocolates o galletas Britt. Todo esto puede ser posible, simplemente contacte a su proveedor Britt y hágale saber que usted desea el servicio integrado.



Servicio al cliente 2277-1620 | ventas@britt.com

Hay cosas que solo suceden con Britt

La ruta de la especialización

Luego de posicionar al Café de Costa Rica como marca internacional, el siguiente paso es la clasificación y registro de las zonas en Denominación de Origen.



La convergencia de elementos como el suelo, clima, altura, tratamiento humano y hasta historia o tradición son los que determinan las características propias de un origen. Este tipo de clasificación es determinante para la comercialización del café de las diferentes zonas, que si bien guardan similitudes dentro de la marca país, son más sus singularidades. Pero, aunque Costa Rica ha dado importantes pasos en la categorización de sus zonas cafetaleras, mismas que se encuentran claramente definidas, todavía falta largo camino hasta que finalmente se logre una legislación que regule el origen como tal. Para Bibbia González, Jefa del Departamento de Asuntos Jurídicos y Coordinadora de Denominación de Origen del ICAFÉ, este es el paso lógico a seguir en el tema del café.

“El Café de Costa Rica se ha promocionado hasta ahora como marca país, y eso está bien, se ha logrado posicionar a nivel internacional, ahora el siguiente paso es la Denominación de Origen, un registro de marca por región, donde se delimiten las características de las zonas productoras, a fin de lograr finalmente que el consumidor desarrolle una cultura de consumo por región”.

González reconoce que no es un camino fácil, ha sido un proceso de al menos 11 años en la delimitación de las regiones, y en esta segunda etapa se está trabajando en conjunto con el Ministerio de Agricultura y el Centro Nacional de Alta Tecnología, así como aspectos específicos de orden jurídico en cuanto al registro de marcas.



Zonas cafetaleras de Costa Rica



Valle Central: Taza bien balanceada, sabor frutal y acidez achocolatada. Cuerpo con intensidad media en zonas de 1000 a 1200 msnm. Cuerpo de mayor complejidad e intensidad después de los 1300 msnm.



Valle Occidental: Aromas dulces y suaves como a caña de azúcar, vainilla y fruta seca. Áreas por debajo de los 1.300 metros, producen una bebida de dulzura y cuerpo suaves. Café cosechado entre 1.300 y 1.700 metros, usualmente tiene alta intensidad, comparable con manzana verde, uvas, naranjas y albaricoque. El cuerpo es cremoso y de postgusto largo.



Tres Ríos: Tonos azulados en café verde. Fisura abierta del grano, al tostar; Superficie corrugada. Dulzura como de azúcar moreno. Abanico de sabores encontrando dulces como el azúcar moreno y acidez cítrica semejante a la naranja. Cuerpo de los más balanceados e intensos de Costa Rica.



Orosi: Sabor definido a cacao. Acidez noble con intensidad media. Bebida aromática muy agradable.



Tarrazú: Sabores frutales, a pasa, albaricoque, naranja y limón. Diversos aromas y notas a mieles de café, a flores y matices delicados cítricos. La acidez es uno de sus atributos más destacables. El proceso de madurez completo en Tarrazú produce una gran concentración de azúcares. Postgusto de café completamente maduro.



Turrialba: Acidez suave, cuerpo ligero. Aroma suave y delicado. Sabor frutal y postgusto suave.



Guanacaste: Grano largo, suave al tostar. Acidez y cuerpo leves. Aroma dulce y suave con notas de madera. Amargor típico de cafés de altitudes medias y zonas del Pacífico.



Brunca: Cafés de altitudes medias y bajas con sabor suave. Sabores dulces y complejos cítricos de las alturas de Pérez Zeledón y Coto Brus. Aroma suave, taza limpia. Acidez suave, ideal para amantes del café liviano.

Fuente:

Icafe
Instituto del Café de Costa Rica

ExpoVinoCostaRica
●●● La cultura del vino

La Ruta del Vino

Disfrute de un viaje diferente. Recorra más de 80 distribuidores y productores de vinos de todo el mundo en sus diversas calidades y variedades y sus principales bodegas. Disfrute de la exposición, degustación y catas con una extraordinaria compañía.

23 de Octubre
para profesionales del sector
24 y 25 Octubre 2013
IV Edición

Hotel
Real Intercontinental
& Club Tower

Horario: 3:00 pm. 9:00 p.m.

Patrocina:



Organiza: *Apetito*
La revista para hoteles y restaurantes

EL consumo de licor es nocivo para la salud. SUCP-479-08-12



Entrada Gratuita para Profesionales*

Le damos la oportunidad a usted como ejecutivo del sector de disfrutar de manera gratuita el día miércoles 23 de octubre de Expovino. Ese día será exclusivo para la atención de los profesionales que laboren en: Hoteles, Restaurantes, Bares, Licoreras, Distribuidora de Vinos o Licores, Club Social,

Catering Service, Supermercados. **Si usted cumple con este perfil, regístrese en: www.expovinocr.com/para-profesionales**

*cupo limitado

Entrada para público general

Compre su entrada* en: www.expovinocr.com

*cupo limitado

Expositores:



Expositores confirmados al 25 de enero del 2013.

Reserve su stand:

Guillermo Rodríguez

Tel.: (506)8997-1651

guillermo.rodriguez@eka.net

Más información

Tel.: (506) 2231-6722 Ext. 144

www.facebook.com/Expovino

ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino



Llegó el tiempo de los rosados

La demanda de vino a nivel mundial es alrededor de un seis por ciento superior a la producción, según Desiderio Sastre, Director General de Bodegas Viña Vilano, quien asegura que esto es consecuencia del incremento de consumo en países no productores, como es el caso de Costa Rica.

Sastre comentó que el aumento del consumo de vino en Costa Rica es relativamente bajo, pero hay perspectivas de crecimiento. Asegura que este consumidor demuestra todavía algo de inmadurez, pues su gusto se enfoca más en los tintos..

Comenta que nuestro país, por su clima, es un mercado interesante para el desarrollo de blancos, rosados y afrutados, pero para ello es necesario que el consumidor madure también sus gustos y un buen inicio es que los restaurantes tengan una variada oferta y puedan presentar estas opciones a sus clientes.

"A medida que el consumidor madura su gusto, aumenta también la variedad en su selección, incluyendo vinos para las diferentes ocasiones, donde el blanco y el rosado toman protagonismo", señaló Sastre



Desiderio Sastre, Director General de Bodegas Viña Vilano, "el vino es un producto sencillo de mantener y muy rentable para el restaurante, pero es sensible a la luz directa y las altas temperaturas, por eso es necesario mantener las botellas a una temperatura de 15 a 16 grados centígrados y sin exponerlas al sol".

Emiliana, un vino de naturaleza amigable

De Bodegas Emiliana, de Chile, con frecuencia se escuchan noticias de los reconocimientos internacionales que recibe en función de su producción orgánica y biodinámica, algo en lo que han demostrado liderazgo, no obstante, su carácter orgánico no es su principal arma de competencia, como lo indica José Tomás Urrutia, Export Manager de Emiliana.

Urrutia asegura que en los vinos de Emiliana el consumidor encontrará un producto más saludable, cuya producción se realiza libre de químicos y pesticidas. Esto además de beneficiar a los trabajadores de la bodega y al medio ambiente, tiene un efecto directo en la calidad de los vinos, "son vinos que al no tener tóxicos representan mejor la tipicidad de la uva y su terroir o lugar de origen. En un viñedo convencional, la planta recibe alimentación, abonos, químicos, etc, mientras que en un viñedo orgánico el trabajador se ocupa de que el suelo esté en equilibrio y la planta hace su trabajo, ella debe buscar los nutrientes en la tierra, y el resultado es un sabor más fiel del terroir, un sabor más puro", comentó Urrutia.



Tomás Urrutia, Export Manager de Emiliana asegura que la demanda mundial de vinos orgánicos ha crecido en los últimos cinco años y que Emiliana está preparada para responder a esta demanda. Señaló que pese a que el vino orgánico es más caro de producir que el tradicional, en Emiliana este costo no se traslada al consumidor, la idea es que los vinos compitan con calidad, en condiciones similares a los demás, sin encasillarse en el nicho orgánico.

Distribuidos en Costa Rica por BiWine Selection, estarán disponibles en la Expovino Costa Rica 2013.



Bi Wine Selection

Tel. (506) 2232 1030 y (506) 2208 6050.

Descuentos en hoteles para nuestros asistentes y expositores

¿Qué le espera en Exphore 2013?

Más de 160 empresas con productos y servicios para hacer más eficiente su negocio, además de actividades para los profesionales del sector son las principales razones para no perderse la 13 Edición de Expo Hoteles y Restaurantes, Exphore 2013.

Uniformes para casinos...

ABC Uniforms tendrá todas las líneas de uniformes para los trabajadores del sector, este año como novedad presentará las últimas tendencias en uniformes para casinos. "Los empleados de casinos, como es el caso de los dealers, tienen especificaciones muy detalladas para sus uniformes, por ejemplo, por seguridad no pueden tener bolsos. Esto es parte de la variedad en líneas y nuevas tendencias que presentaremos en nuestro stand en la Exphore", comentó Ninón Messina, gerente de mercadeo y ventas de ABC Uniforms.

Recalcó que el clima de Costa Rica requiere uniformes cómodos y frescos, que permitan al empleado desempeñarse con tranquilidad en su labor. "Tenemos todo tipo de estilos, desde el estilo Columbia, con ventilación, manga larga y corta, pantalón largo y corto, con la posibilidad de combinar los colores y las telas, tanto para el segmento de Back of the House, BOH, como para el Front of the House FOH, y de ahí a los puestos administrativos, gerencia, mercadeo, front desk, para lograr una verdadera identificación de marca"



Ninón Messina, gerente de mercadeo y ventas de ABC Uniforms, "Como parte de nuestros planes de crecimiento, este 2013 planeamos abrir dos nuevas tiendas, una de ellas fuera del área metropolitana".



Ninón Messina, gerente de mercadeo y ventas de ABC Uniforms
Tel.: (506)2290-2221 • ninon@abcuniforms.com

EXPHORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Bali Home Center es uno de los expositores que desde ya se prepara para llevar novedades para los visitantes de la feria. Según comentó el gerente comercial Jose Zavaleta, los productos estrella en su stand serán las mesas y sillas para hoteles y restaurantes.

En el caso de las sillas, éstas tienen la particularidad de ser de marco de aluminio y fibra sintética, aunque el marco tiene un acabado que le da la apariencia de bambú o rattán natural. Por esta razón el producto puede adaptarse al uso en interiores y exteriores, es resistente a la lluvia y la luz ultravioleta.

Las mesas son de melamina moldeada, la cual resiste a los rayones, quemaduras, a los líquidos, no se mancha, ideales para uso en restaurantes.



 Encuentre este producto en el Stand de Bali Home Center
Contacto: Jose Zavaleta, Gerente Comercial
Tel.: (506) 2203-0382



Para detalles en: www.exphore.com/hoteles ó tel: 2231-6722 Ext. 136 con Alejandra Monge

EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Más de 160 empresas exponiendo productos y servicios para el sector de gastronomía, hospitalidad y afines.



Visítenos en



18 al 20 de Junio 2013

Adquiera su Entrada

Si usted trabaja en el sector de gastronomía, hotelería o turismo, solicite a su proveedor una invitación o regístrese en www.exphore.com/registro para adquirir su entrada gratuita.

Si usted no es profesional del sector, puede adquirir la entrada en www.exphore.com/entrada

Precio de la entrada en la feria sin registro o invitación: \$7

Horario: 11:00 a.m. a 8:00 p.m.

Reserve su stand:

Guillermo Rodríguez

Tel.: (506)8997-1651

guillermo.rodriguez@eka.net



/Exphore

| www.exphore.com

| Organiza:

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Expositores*



*Confirmados al 12 de Noviembre

Inscríbese y participe en los concursos de EXPHORE



Copa Culinaria



Premio Ama de Llaves



Reto Barista



Premio XHR

Contáctenos: Tel.: (506)2231-6722 ext144 | katherine@ekaconsultores.com



Crucero hecho paraíso

Cuando preguntamos qué tenía de especial el Celebrity Reflection, que no tuvieran ya otros cruceros, de inmediato el encargado de prensa nos miró como por encima de los lentes y exclamó: - es el quinto barco de la Clase Solstice, incluye las características del Celebrity Silhouette y también expande la experiencia del Modern Luxury o Lujo Moderno de Celebrity Cruises para ofrecer a sus huéspedes confort, relajación y estilo.

Y es que el Celebrity Reflection también cuenta con una cubierta adicional que permite ofrecer a los huéspedes más suites para hacer de sus vacaciones experiencias de alto valor; experiencias únicas. Además de las 34 nuevas Suites AquaClass, también cuenta con ocho Sky Suites, 19 habitaciones ConciergeClass adicionales y 11 habitaciones interiores, lo que representa un total 1,115 habitaciones y suites.

Reflection Suite

La primera suite de la marca con dos dormitorios. Mide 1,636 pies cuadrados tiene una impresionante vista del océano gracias a su terraza envolvente de 194 pies cuadrados y a la ducha de cristal que se extiende más allá del barco.

También están las Signature Suites: Ubicadas en una zona privada de la cubierta 14, que ofrecen una habitación de 441 pies cuadrados y un área de balcón de 118 pies cuadrados con vista al océano. Además, cada suite tiene ventanales de techo a piso y puertas corredizas en el balcón para maximizar las vistas del mar.

Y no pueden faltar las AquaClass Suites: Con 300 pies cuadrados de espacio interior y grandes balcones de 79 metros cuadrados. Son inspiradas en la lujosa experiencia de un spa.

Y entre otros detalles y novedades, también resalta el AquaSpa by Elemis: una experiencia mejorada del galardonado AquaSpa que permite a los huéspedes crear un su propio circuito de experiencias sensoriales con actividades de relajación y tranquilidad en todo momento.

El Spa, cuenta con un espacio adicional de 883 pies cuadrados en el Jardín Persa, 6 camas de azulejos con calefacción y 6 completamente nuevas experiencias: baño de vapor, sauna con infrarrojo, sala de vapor aromática, sala fría, sala exfoliante y duchas sensoriales, además de "Rhythm and Bliss," "Acupuntura: El punto del bienestar", Tratamiento de Keratina, "Noche de chicas," y "Noche de parejas."



Para más información: GSA Representaciones
Tel: 2234-1818 • www.crucero123.com

CTS: Culinary Trainer School

de compras

Una alternativa para el estudio de gastronomía que ya comenzó a dar sus primeros frutos

Carolina Coronado está llena de historia, anécdotas, buenos y malos recuerdos de lo que ha sido la evolución de la gastronomía en Costa Rica, no es de extrañar, ya que durante muchos años lideró la Asociación Nacional de Chefs de Costa Rica, ANCH.

Como buena líder, promotora de cambios, esta chef ha tenido que lidiar también con algunos adversarios, pero en su camino solo hay cabida para mirar hacia adelante, y con la misma pasión y empeño que ha dedicado a proyectos dentro de la ANCH, en el 2011 decidió abrir la CTS, Culinary Trainer School, una opción de aprendizaje profesional de gastronomía en Costa Rica.

"CTS nace como una alternativa para la educación formal de cocina, donde además de impartir las carreras de cocina y pastelería, contamos con cursos de actualización permanente en distintas áreas relacionadas, tanto para el que se dedica profesionalmente a esta carrera como para otros interesados, elevando el nivel de la gastronomía en el país", comentó la directora y fundadora. La CTS entró a la oferta académica gastronómica, con el compromiso de formar profesionales de alta calidad y ofrecer constante actualización.



CTS es la única escuela culinaria de Costa Rica que cuenta con el aval del Foro Panamericano de Asociaciones Culinarias Profesionales.



Conozca más sobre CTS
En www.ctscostarica.com
Tel: 2222-0361, 2222-0369
info@ctscostarica.com

Con más de 30 años de experiencia, en los que se destaca su participación activa en la gastronomía costarricense, la chef Carolina Coronado incursiona en la docencia con la apertura de Culinary Trainer School, CTS, un sitio enfocado en la formación de profesionales de cocina.

Oferta académica: CTS imparte las carreras profesionales de cocina y pastelería

Además cursos libres de: Chocolatería • Decoración de queques con pasta Australiana • Parrilla • Repostería • Salsas ensaladas y aderezos • Cocina para niños y novias • Cursos para servidoras domésticas • Taller básico de panadería • Decoración de queques para principiantes • Panes artesanales • Costos • Técnicas de integración con gastronomía para ejecutivos • Manejo de extintores.

Belca Foodservice
Teléfono de Servicio
al cliente:
Tel: 2509-2000



Rigoberto Calvo, el primer chofer contratado por la empresa. Nos contó que las primeras entregas se hacían con un Fiorino, “en ese entonces sólo se entregaban papas, recuerdo que la primera entrega que hice fue al hotel San José Palacio”. Asegura que en sus 20 años ha visto clientes que se van y regresan, “es muy simple, otras empresas los endulzan con productos de menor precio que resultan de baja calidad, tampoco les cumplen con entregas, por eso regresan, porque no tienen el servicio ni la variedad de productos”.

20 años marcando la diferencia

“Belca no inventó el concepto de Foodservice, pero fue la primera que lo implementó en Costa Rica”, Federico Serrano.

Imáginese un hotel, no importa su tamaño, en el que se acaban los productos de limpieza y el dueño sale a comprar; a su regreso el chef le dice que se acabaron las papas y la carne, el dueño se va al mercado, de paso aprovecha y compra tomates, por la tarde el bartender le informa que no le queda crema de coco y hoy es noche de piñas coladas... y así continúa toda la semana.

Esa era la forma en que funcionaban los hoteles y restaurantes en Costa Rica hace 20 años. El foodservice era un concepto desconocido en el país, y con su implementación Belca generó un cambio en la industria, al principio reacia, pero que poco a poco fue comprendiendo las ventajas de este tipo de servicio. Más allá de inventar el agua tibia, un buen negocio se basa en identificar una necesidad y ofrecer una solución, y eso fue precisamente lo que vino a hacer Belca. Identificó una necesidad que, en ese momento, ni siquiera sus clientes sabían que tenían.

Aporte al turismo

En 20 años, la industria turística ha crecido a ritmo acelerado, y Belca ha sido parte de este desarrollo. “Considero que Belca ha generado un importante aporte al turismo en Costa Rica, con la apertura de cadenas hoteleras internacionales llegan chefs con nuevas propuestas, y tienen la seguridad de que en Belca pueden conseguir los productos que requieran, enriqueciendo la oferta gastronómica”, comentó Federico Serrano, gerente general de Belca Foodservice.

Belca comenzó con un portafolio de 40 pro-

ductos (que ya eran bastantes para un solo proveedor) y actualmente sus clientes tienen posibilidad de elegir entre 3.200, una lista que crece constantemente.

“No es que tenemos una receta mágica de crecimiento, la clave está en la flexibilidad de adaptarnos a los clientes, en algunos casos nos adelantamos buscando nuevas tendencias, pero en otros son los mismos clientes los que nos guían para incluir nuevos productos”.

En el 2006 Belca Foodservice implementó su modelo de negocios en Honduras y un año más tarde en Guatemala.

Serrano adelantó que por el momento no planean incursionar en nuevos países, pero sí consolidar la categoría de bebidas no alcohólicas entre otras.



“Son muchos los detalles que encierran el buen servicio, desde la variedad de productos, la calidad, las entregas a tiempo, la limpieza diaria de camiones, hasta el precio competitivo, y sabemos que nuestros clientes valoran lo que ofrecemos”. Federico Serrano, gerente general de Belca Foodservice.



En cifras

	1993	2013
Nº de empleados:	5	280
Nº de camiones:	1	40
Cantidad de productos:	40	3,200

COPA CULINARIA MUNDIAL JUNIOR



SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2013

COPA CULINARIA MUNDIAL JUNIOR 2013

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

¿Dónde y cuándo?

La Copa Culinaria Mundial Junior se realizará en Exphore, en las instalaciones de Eventos Pedregal, del martes 18 al jueves 20 de junio del 2013, y será el escenario para la segunda Copa Culinaria Regional que se realiza en Costa Rica.

Países

Los países que estarán participando son: Alemania, Tailandia, Estados Unidos, Ecuador, Venezuela, Guatemala, México y Costa Rica.

Adquiera su entrada

Para profesionales del sector: www.exphore.com/registro

Público general: www.exphore.com/entradas/

En la Feria: \$7

Más información:

www.copaculinaria.com

Patrocina:



Organiza:

EXPHORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Apetito
la revista para hoteles y restaurantes



Asociación
Nacional
de Chef
Costa Rica
ANCH



USTED + CAMBRO
= **EXTRAORDINARIO**



“Es absolutamente fenomenal. Hemos creado más espacio, por consiguiente estamos sirviendo un producto de mejor calidad, tenemos una mejor organización y hemos ahorrado en el costo de nuestros alimentos. “

-Kenny Bowers - Chef/Owner, Kenny's Woodfired Grill



Una estantería que hace todo esto debería estar en su nomina de pago! ¿Mencionamos que tiene como respaldado una garantía de por vida contra la oxidación y corrosión? No se moleste más con costos de reemplazo o con estanterías poco fiables. Por más de 60 años, el equipo de servicio de alimentos y suministros, Cambro, se ha ganado la confianza y lealtad de los clientes de todo el mundo, como la de Kenny Bowers, Propietario / Chef, de Kenny's Grill Woodfired en Dallas, TX. Estamos muy contentos de que el equipo de Cambro haya demostrado suficiente resistencia para soportar los rigores de la operación de Kenny y queremos animarlos a que pongan a prueba la serie de estanterías Camshelving Elements® en su operación de servicio de alimentos!



PUEDES VER EL TESTIMONIO DE KENNY EN:

CAMBRO.COM/TRUST

SCAN CODE

