Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

"La hotelería me abrió muchas puertas" **P.24**

Bahía del Sol: El destino de la sostenibilidad **P.28**

Postres de alta cocina **P.46**

Agricultura orgánica **P.25**

Especial de Vino:

Cuando menos es más

Javier Peire: Propietario de la Esquina de Buenos Aires **P.36**

Suscríbase en:
www.apetitoenlinea.com
Nº 110
Diciembre 2014 - Enero 2015

/Revista Apetito

EXP|HO|RE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES
16-18 Junio 2015
www.exphore.com

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

Prepare su hotel
para la próxima temporada alta

Los especialistas en proyectos inmobiliarios y hoteleros.

Soluciones integrales

Televisores Hospitality

Variedad en colchones hoteleros

Radio reloj despertador

Minibar

Secadoras de cabello

Espejo especializado

- Consulte nuestros planes de financiamiento
- Facilidades de pago
- Artículos 100% hospitality
- Asesoría personalizada
- Transporte al proyecto.

LG Life's Good · Serta · Luxor · Conair Hospitality · iHome Live Life Loud · Frigidaire

Soluciones integrales

Contáctenos: +506 4032-46-41 / +506 2437-41-70 / + 506 800-270-70-70
Fax: 2215-17-20 | Apto Postal: 622 1007 | Web: www.solucionesintegralesm.com

Grupo Monge

Ciamesa®

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

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

Karl Hempel
Director
karl@ekaconsultores.com

El Vino de la Casa

El grupo se sienta en la mesa, observa el menú y pide la carta de vino. El mesero presenta la carta y les recomienda el vino de la casa, puede ser una botella o puede ser por copa.

Los comensales que disfrutan el vino se preguntan algunos detalles, de donde viene el vino, que región, que cepa, que marca.

Y al final se deciden por una botella que compartirán entre cuatro, de un vino que no habían probado antes pero que la casa lo recomienda y tiene buen precio.

Bueno, esta edición la dedicamos al vino, contamos las experiencias que vive el sector de restauración para promover el vino y para escoger cual servir como vino de la casa.

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

Karl Hempel
Director

Contenido

8. cartas

Aperitivos

9. Noticias de Apetitoenlinea.com
11. Nuevos puestos
12. Studio Hotel: sin daño a la naturaleza
13. Las aperturas del 2015
14. Imprimiendo el futuro culinario
15. ¿Cómo ganar más con equipos para bebidas?
16. Guanacaste con equipos a la medida / De alto rendimiento
17. Del Mediterráneo a Costa Rica
18. El "Market del pescado
19. Freir sin aceite

Gastronomía

20. CACORE, Por el rescate de la gastronomía nacional
21. INA, Agricultura orgánica directo a la mesa
22. Nuevo Chef del Sheraton"La hotelería me abrió muchas puertas"
23. Productos nuevos

Hotelería

24. Bahía del Sol. El destino de la sostenibilidad

Especial de Vinos

26. Los Cava del Rey
27. Tiendas especializadas
28. Hotel Marriott. En alianzas con el proveedor
30. Café Lago: Aquí influye lo rústico / La Tache: Los selectos
32. Hotel Grano de Oro. Por copa de alta gama
33. Esquina de Buenos Aires. Sin estrategias de venta y venden mucho
34. Lo Spago / Casa Turire. Siempre en la mesa
36. Con mucho movimientos. Estadísticas de vino
38. Ciamesa. Accesibles y creativos / Novillo Alegre
40. Intercontinental. Ipads sustituyen cartas / Maradentro
42. Apetito presente en Miami

De Compras

44. Keith & Ramírez Industrial. Previendo un rendimiento asegurado
45. Los mejores destilados para regalar. Johhny Walker
46. Bo. Postres de alta cocina
47. Tyson Foodservice. Pollo reduce costos y aumenta ventas
48. CKI Innovations. Dos camas en una.
49. Tico Birra en Exphore

¡Feliz Navidad
y
Próspero Año Nuevo!

Gracias porque juntos hemos construido nuestros éxitos

Síguenos en

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

Belca
FOODSERVICE

Milagro Arias
Editora
milagro@ekaconsultores.com

¿Usted Complementa?

Realizando el especial de vino para esta edición, me llamó principalmente la atención como el consumo varía de un restaurante a otro, y me dejó pensando cómo influye en gran medida la carta, el lugar y el servicio.

Visité lugares en la mañana, al mediodía y en la tarde. En varios aunque a horas que no eran ni de almuerzo o cena no dejaban de pasar las copas y hasta botellas al frente mío.

Mis ojos fueron testigos de tintos y blancos cómo iban y venían, jamás lo imaginé... Quizás porque siempre pensé que tomar una copa era como regla en algún tiempo de comida o celebración, pero comprobé frente a mis ojos esa gran equivocación.

Claro está, el consumo del vino ha aumentado en gran medida, eso de fijo usted lo sabe, pero quizás se esté preguntando cuál es el factor que lleva a muchos negocios a facturar en un porcentaje alto sus ventas de vino. Y aunque esa fue la consulta principal, confieso que aun me quedo con la duda, como decir en general.

Aunque sí me quedó claro algo: todo lugar tiene su particularidad, poco o mucho movimiento, eso si…sí se elige bien lo que se ofrece, es como una regla de vida. Por más que queramos ser exitosos en algo, no podemos construir logros solos, siempre vamos a necesitar de un complemento.

Y en esto aplica, tanto para el menú que acompaña la carta del vino, como para el encargado de seleccionar los vinos de un negocio, que debe apoyarse en el proveedor.

Quizás no esté diciendo nada nuevo, esa no fue mi intención, pero de qué se necesita de un complemento para sobre salir, se necesita. Es como comparar lo difícil que se hace en muchas ocasiones para encender y mantener una luz, mientras lo fácil que se hace al apagarla.

Analice Usted…

Presidente
Karl Hempel Nanne
karl@ekaconsultores.com

Editora
Milagro Arias
milagro@ekaconsultores.com

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

Directora Arte
Nuria Mesalles J.
nuria@ekaconsultores.com

Diseño y diagramación
Irania Salazar Solís

Directora eventos
Carolina Martén
carolina@ekaconsultores.com

Colaboradores
Mariana Sáenz
Alejandro Redondo
Isabella Mesalles

Fotografía de portada
Alessandra Baltodano

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de
EKA Consultores Intl.

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

www.apetitoenlinea.com

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

@revistaapetito
@expovino

El evento donde encuentra todo lo que necesita para su oficina

EXPO OFICINA Y TECNOLOGIA

Martes 3 y Miércoles 4 de Febrero, 2015

Wyndham San José Herradura, Costa Rica

Horario: Martes 11:00 a.m. — 8:00 p.m
Miércoles 11:00 a.m. — 6:00 p.m

Actividades simultáneas:

- Premio Oficina Verde
- Networking Coffee
- Charlas

Expositores:

- Mobiliario
- Servicios de impresión
- Suministros de oficina
- Servicios de TI
- Desarrolladores de oficinas y áreas comerciales
- Servicios de finanzas y seguros
- Servicios al personal y Reclutamiento
- Servicios de Outsourcing
- Decoración de oficinas
- Servicios de capacitación y educación

www.expooficina.net

Reserve su stand
Astrid Madrigal: astrid@ekaconsultores.com • Cel: (506)7014-3607 • Tel: (506) 4001-6725

JOPCO
ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES
www.jopco.net

FAGOR

Sartenes Volcables y marmitas

Lavado de Vajillas

Equipos de Refrigeración

Hornos y Abatidores

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

Anúnciese en Apetito y reserve su stand en Exphore 2015

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

9.212
personas han leído esta edición digital en www.apetitoenlinea.com /digital

Suscríbase
en: www.apetitoenlinea.com

Cartas

Concepto fusión

Muy respetuosamente solicitamos, si se pudiera, una nota sobre este nuevo proyecto gastronómico que vincula la fusión de cocinas Peruana, Mexicana y Costarricense. Apenas estamos empezando, estamos ubicados en el área de Curridabat, adjunto un Link donde podrás ver el restaurante y lo que estamos ofreciendo. Zócalo Margarita Bar y Restaurant
Mil gracias por su acostumbrada ayuda, Cordialmente,
Alexander Muñoz
Zocalo S.A.

Interés en Colaboración

He visto artículos de la Revista que ustedes producen sumamente interesantes, y recientemente con apariciones de Hoteles de la zona.
Me pareció una buena oportunidad para participar, con algún tema que usted crea interesante para los lectores. Espero sea de su agrado poder participar en alguna de sus publicaciones.
Nicolas Piatti, Chef Ejecutivo, Hilton Papagayo Costa Rica Resort & Spa

On line

Hola Milagro,
Nuestra revista en online recien comienza,pero quiere especializarse en informacion de negocios sobre restauración organizada que asi llamamos en España a cadenas de restaurantes.
Nos gustaria que nos ayudaras a identificar grupos locales en Costa Rica que poseen ese tipo de negocios:empresas que poseen al menos cinco o seis locales ya sea con la misma marca o diferente.
A cambio nos ponemos a la orden por si precisas noticias de España.
foodservice@tomtrade.com
Saludos
Mario Cañizal

Oportunidad de trabajo

Hola busco trabajo en banquetes setup tengo experiencia en ese departamento trabajé en four seasons en Arizona y Los Angeles . Oscar Sandoval
Chaguiyosandoval@gmail.com

Encuentre ejemplares de Apetito en nuestros puntos de distribución

Encuentre estas interesantes notas en www.apetitoenlinea.com

Turismo

Aerolínea tica lanza vuelo diario de 30 minutos a Limón

A partir de diciembre, Limón estará a solo media hora de distancia con la más reciente ruta diaria que habilitará la aerolínea tica Nature Air.

La aerolínea ofrece 74 vuelos diarios a 15 destinos dentro del país, además de vuelos a Managua y a Bocas del Toro, Panamá.

Viajes por aire pretenden acercar a turistas a la cultura, gastronomía y gente de nuestro Caribe a un precio económico, desde $40 por vuelo

Empresas gastronómicas reciben CST por primera vez en Costa Rica

Restaurante Fogo (Holiday Inn), Restaurante Cañón de la Vieja, Restaurante Vista del Golfo (Casa Conde del Mar), Restaurante Lagarta (Lagarta Lodge), Restaurante Jaguar (Buena vista Lodge), son las cinco primeras empresas gastronómicas costarricenses que se convierten en pioneras en el país, al recibir por primera vez en la historia la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), con lo cual establece la pauta para garantizar la competitividad del futuro del sector gastronómico costarricense.

Gastronomía

Unilever Food Solutions propone recetario saludable

Unilever Food Solutions presentó ante clientes de los sectores de hotelería, restaurantes y comedores industriales, su "Recetario Saludable". En esta ocasión Unilever Food Solutions lanzó su recetario como el resultado de una investigación realizada desde hace un año. Donde se muestra la gran necesidad de parte del sector gastronómico en brindar información nutricional a sus comensales sobre lo que se está consumiendo fuera de casa, con el fin de tomar mejores decisiones saludables a la hora de elegir sus platillos.

Tesoros escondidos del aceite de oliva garantizan auténtica comida italiana

El restaurante italiano Lo Spago, ganador del premio Ospitalità Italiana en 2013, presentó el valor del aceite de oliva como base de la comida regional italiana. Y lo hicieron mostrando y explicando los usos del mejor aceite de las regiones de Sicilia, Toscana y Puglia, en un ambiente cálido y ameno, a través de un recorrido gastronómico, por medio de exquisitos platillos preparados al tradicional estilo regional italiano, platos que comúnmente ofrecen en el restaurante

Encuentre estas interesantes notas en www.apetitoenlinea.com

Hotelería

Inició la Construcción del Wyndham Papagayo Yu Resort

En una ceremonia a la cual asistieron personeros del Gobierno, altos ejecutivos de la cadena Wyndham Hotel Group y representantes de fuerzas vivas de Guanacaste, se colocó la primera piedra para la construcción del primer resort de playa Wyndham Hotels and Resorts ® en Costa Rica, el que será desarrollado con capital 100% costarricense y que cuenta con una inversión inicial de más de 25 millones de dólares.

Westin Playa Conchal es galardonado como Mejor Resort All Inclusive y Mejor Resort Familiar en México y Centroamérica

En su edición número 21, la prestigiosa organización de World Travel Awards, premia al hotel Westin Playa Conchal como el mejor hotel All Inclusive y mejor Resort Familiar en México y Centroamérica. Los ganadores, son elegidos con base a la votación que realizan agentes de viaje de la red global, quienes evalúan principalmente, el servicio que brinda el personal del hotel a los huéspedes, las instalaciones, así como la oferta de actividades, entre otros aspectos.

Hotel de Costa Rica se une al Ice Bucket Challenge de una forma pro-ambiente

AltaGracia desea iniciar un circuito de donaciones del sector hotelero. El reto se ha estado realizando entre empresas internacionales que han retado incluso a la competencia. Las donaciones a la fundación van más allá de las celebridades. Actualmente se están utilizando métodos pro-ambiente para no desperdiciar agua. La donación mínima a la fundación es de $10 por persona.

Revista francesa destaca hotel tico entre los 50 mejores de 2014

La revista francesa L'Officiel Voyage, dedicada a reseñar destinos para vacacionar alrededor del mundo, destacó en su última publicación a Andaz Península Papagayo Resort Costa Rica entre los 50 mejores hoteles para el descanso y la relajación en 2014. La publicación resalta la ubicación privilegiada en la azul Bahía Culebra, así como los servicios de Onda Spa y los tres restaurantes, amenidades que utilizan productos orgánicos de la región.

Nuevos puestos

Housekeeping manager

Álvaro Antonio Navarro Hidalgo, de 28 años, es el nuevo Housekeeping Manager del hotel Wyndham Garden Escazú. Graduado de bachiller en Administración Hotelera y Administración de Alimentos y Bebidas de la Universidad del Turismo (UTUR). Inició su carrera en la industria de la hospitalidad en el hotel Double Tree Cariari by Hilton. En D.T tuvo la oportunidad de desempeñar distintos puestos, tales como Asistente de Crédito y Cobro, Botones y Cajero Recepcionista, lo cual le permitió foguearse y acumular gran experiencia en temas como operaciones y servicio al cliente.

Posteriormente, pasó al Hotel Days Inn en Paseo Colón, el cual meses después pasaría a ser Hotel Tryp San José Sabana, a lo largo de poco más de 3 años tuvo la oportunidad de desempeñarse como Recepcionista, Supervisor de Recepción y Supervisor encargado de Housekeeping.Y en Setiembre del presente Daniel Navas, Gerente General del Hotel Wyndham Garden Escazú, le abrió las puertas de su hotel brindándome la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo como Housekeeping Manager.

Reservations and Revenue Manager

Gloriana Corrales Cruz está a cargo de reservations and revenue manager del Hotel Wyndham Garden Escazú. Ella estudió administracion Hotelera en la Ulatina y tuvo la oportunidad de realizar su práctica final en el Hotel Wyndham Garden, Escazu. Ahí empezó a trabajar como recepcionista y posteriormente en el departamento de ventas, como asistente. Ella manifiesta que ha aprendido un poco de todos los departamentos como Reservaciones, Alimentos y Bebidas y ahora se sienta satisfecha de ocupar el nuevo cargo.

Gerente General del Sheraton

El Gerente del Hotel Sheraton San José es el ecuatoriano Cesar Augusto Recalde, un joven de 34 años. Desde 2001 trabaja en hotelería, empezando su carrera en el Hotel Sheraton Quito, posteriormente fue Gerente General del Hotel Howard Johnson GYE, después se desempeñó en el mismo puesto en el Hotel Sonesta Osorno Chile, así como en el Sonesta Concepción Chile y desde 2011 en el Sonesta Bogotá Colombia.

Aldo Annese, Gerente General de Studio Hotel también es propietario de las zapaterías Aldo Nero.

Studio Hotel: sin daño a la naturaleza

A este lugar los caracteriza el valor agregado al cliente, porque además de brindarles una garantía muy amigable con el ambiente, les ofrecen una capacitación semanal en el tema del vino.

Studio Hotel nació como un lugar con un concepto boutique de arte y modernidad, pero que se le puede sumar a su descripción la sostenibilidad con la que trabajan. Actualmente este hotel se abastece de la energía de los paneles solares, con la que calientan la piscina. Además utilizan para todo el hotel únicamente luces leds.

Llama la atención la manera como le brindan tratamiento a la piscina, porque no utilizan cloro ni químicos para su mantenimiento. Ellos la trabajan con sal durante todas las noches, para cumplir con el ciclo de la producción de su propio oxígeno. "Nosotros nos preocupamos por no hacer tanto daño a la naturaleza", comentó Aldo Annese, Gerente General del hotel.

Igualmente las máquinas de lavado que utilizan se encuentran dosificadas para que trabajen con la cantidad necesaria de jabón y así evitar desperdicios.

Pero sí se camina un poco por toda la construcción se puede apreciar que todos los rincones donde hay tierra están sembrados, aunque en pequeño, por ejemplo con chiles dulces.

Aunque este hotel existe desde hace 3 años, ellos están remodelando constantemente, mientras que por año lo hacen en las habitaciones. Este lugar se mantiene impecable, y alberga más de 100 de obras de arte. Aquí resalta el más mínimo detalle, quizás porque el Gerente general es muy minucioso.

Studio Hotel tiene un restaurante muy particular, porque su gastronomía como base incluye ingredientes de la comida bribri, con recetas muy autóctonas. Además cuentan con 9 salas de reuniones, donde semanalmente brindan capacitación en el tema del vino, en alianza con la Escuela del Vino, para así dar un valor agregado a sus clientes.

Actualmente en Studio están por iniciar la construcción de un bar en la entrada del hotel, como parte de su crecimiento

Studio Hotel: Tel: (506) 2282-0505

Las aperturas del 2015

Grupos pequeños de hoteles que suman un alrededor de 200 habitaciones así como proyectos de importantes cadenas hoteleras, y algunos de exclusividad, llegan a Costa Rica como opciones interesantes

De acuerdo con Gustavo Araya, Presidente de la Cámara Costarricense de Hoteles (CCH), y miembro de la Comisión Reguladora de Turismo que aprueba proyectos nuevos, vienen muchos con grandes cantidades de habitaciones.

Por ejemplo en lo que es playa, llegó el Hotel Dreams las Mareas, quizás el más grande de la zona, con 447 habitaciones en la Cruz de Guanacaste. Construido a un costo de $125 millones, cuenta con 447 habitaciones de lujo, con jacuzzi en cada una, restaurantes gourmet y a la carta, cafeterías, bares, servicio de spa y la piscina más grande de la zona de Guanacaste. Este complejo es administrado por AMResorts, compañía proveedora de servicios de ventas, mercadotecnia y administración de marcas de hoteles de lujo. El Hotel estará enfocado a un público premium.

Hotel Paradisus Papagayo llegará con 138 habitaciones, mientras que Hotel Bárbara con 104, en la zona de Tamarindo, Guanacaste.

Hilton Garden Inn con 118 habitaciones llega a San José, mientras que Altagracia es un nuevo concepto que llega a Pérez Zeledón con 50 villas de lujo, que se distinguen en 4 categorías, cada una con su propia decoración y acentuadas con alfombras de área y chimeneas.

La propiedad tiene un total de 350 hectáreas de las cuales sólo 38 han sido utilizadas para la construcción, así que el hotel ofrece una gran variedad de senderos.

De acuerdo con información suministrada por C.Jones & Co, agencia de Relaciones Públicas, Mercados y Ventas de AltaGracia, este lugar será ideal para aquellos huéspedes que deseen y aprecian el ser recibidos por caballos elegantemente ensillados, al lado de su avión privado en la propia pista de aterrizaje del hotel.

Durante su estadía los huéspedes podrán disfrutar de más de siete espacios gastronómicos, cada uno con su propio concepto. Además cada mañana los huéspedes recibirán en sus puertas canastas con pastelillos, café, té, chocolate caliente y diferentes tipos de pan completamente gratuito llamado "Eye Opener Baskets".

El hotel Alta Gracia contará con el spa más grande de Centroamérica y con caballos disponibles al huésped.

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES & RESTAURANTES

TEL.:(506) 2680-0139
FAX: (506) 2680-0679
E-MAIL: INFO@KION.CO.CR
WWW.KION.CO.CR
GUANACASTE

Imprimiendo el futuro culinario

Suena el despertador. Es temprano y el trabajo se convierte en una realidad en unas horas. Sale de la cama y no hay tiempo de cocinarse el desayuno. Pero no importa. Hoy en día, no hace falta. Porque usted sabe que esa mañana le espera un desayuno recién impreso.

Por Isabela Mesalles

En estos momentos, las impresoras son protagonistas de una de las evoluciones más esperadas de la tecnología. Su capacidad les permite imprimir en tercera dimensión y gracias a esto, hoy se convierten en un utensilio más de cocina.

En el 2011 en Estados Unidos, Cornell Creative Machines Lab crea la impresora Fab@Home. Esta no solo tiene la capacidad de imprimir objetos plásticos, sino que también tiene una aplicación que le permite imprimir comida.

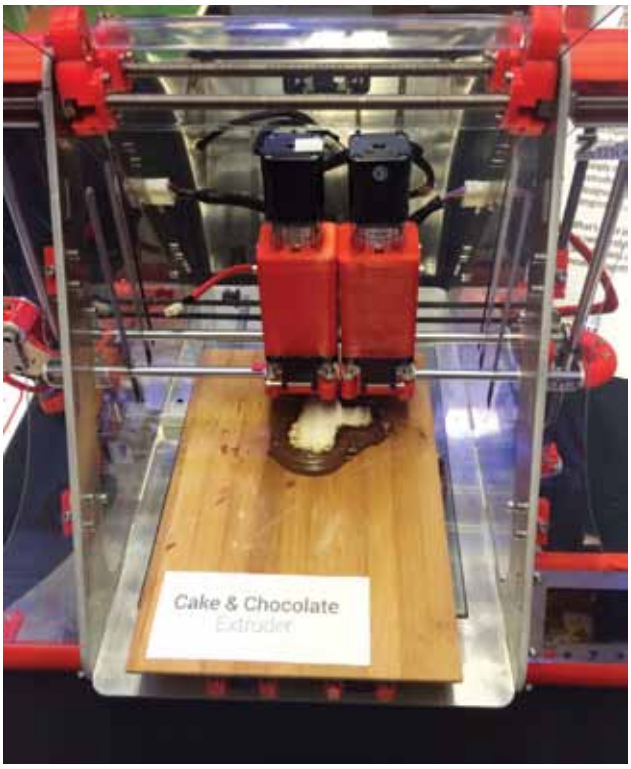
¿Cómo funciona? Como cualquier impresora, uno le pasa la información usando una computadora, indicando la forma que se quiere crear y el material que se va a utilizar. Este material tiene que ser una comida cruda de consistencia líquida, como por ejemplo mezcla de panqueques.

Estas impresoras, como la Fab@Home, consisten en modificar la forma y el tamaño de la comida. Bajo este método se puede controlar la textura y así poder crear un patrón artístico en la comida, ya sea en el interior o en el exterior y del tamaño que se quiera. Este sistema se ha integrado muy bien en las cocinas y está siendo utilizado por varios chefs en Nueva York.

Varias compañías han creado sus propias impresoras como la Biozoon, que imprime 'comida suave', diseñada para las personas con problemas para tragar. Biozoon no solo modifica las texturas de la comida, sino que también controla su valor nutricional para que coincida con la necesidad del individuo. Por otro lado, la NASA usa una impresora para crear comida para los astronautas.

Otras compañías están creando métodos de impresión con mayor ambición, como Modern Meadow. El objetivo de ellos consiste en una bio-fabricación para crecer carne artificial de forma más eficiente que una vaca, con el objetivo de solucionar los problemas de abastecimiento de alimentos. El problema con este método es que en estos momentos, imprimir una hamburguesa, cuesta $100,000.

Aparte de la capacidad de imprimir alimentos, como los ejemplos mencionados, la impresora puede crear sus propios cubiertos y platos para disfrutar de la comida recién impresa. Con esta gran evolución, el desayuno ya no será el mismo. Las impresoras no solo están aquí para imprimir una receta, sino que están para imprimir un nuevo platillo.



La Chocolatier Digital es un prototipo de una máquina que permite a los usuarios diseñar rápidamente, montar y degustar diferentes dulces de chocolate .

¿Cómo ganar más con equipos para bebidas?

"Calidad + consistencia= ganancias", ese quizás es el factor principal que busca ofrecer todo negocio hotelero o gastronómico, y precisamente esa es la filosofía que define a la empresa internacional Bunn, quienes se concentran fuertemente y a nivel global en capacitar a sus clientes no en vender más, sino en vender mejor, a través de esos puntos clave.

Dago Castro, Director de ventas para América Latina y el Caribe, junto con el Vicepresidente para América Latina y el Caribe Bunn Víctor Rodríguez, mostraron como se pueden integrar los equipos Bunn.

Bunn es una empresa Americana privada con más de 57 años en el Mercado, manejada por la familia Bunn y que dispone de una amplia gama de opciones con más de 1200 diferentes modelos de equipos para bebidas en distintas preparaciones: de café, que incluye molinos, chocolate, así como dispensadores diversos para bebidas frías. Caracterizados por tecnologías de punta, y con un proveedor que promete enseñar cómo ganar más dinero a través de los equipos. De acuerdo con Dago Castro, Director de ventas para América Latina y el Caribe, Bunn se caracteriza por desarrollar tecnología constantemente que garantice esas ganancias. Por ejemplo, el modelo Trifecta, es uno de los equipos diseñados hace pocos años, ideal para preparar una taza de café a la vez y enfocado en demostrar los mejores matices de cada café, con un equipo que resalta el servido.

Y es que, hasta disponen de modelos de preparación inteligente dentro de esa tecnología, que permite mantener el café fresco sin cambiar las características organolépticas hasta por un periodo de cuatro horas, por dar un ejemplo de lo mucho que tienen. "Con Bunn nuestros clientes pueden encontrar variedad de equipos para bebidas, porque somos integrales, y hasta personalizamos de acuerdo al perfil de cada negocio. Si es un hotel de alto tránsito, que ofrece volúmenes fuertes en banquetes podemos duplicar las tecnologías apoyados con los equipos que convengan", comentó Castro.

Victor Rodríguez, Vicepresidente de Bunn junto con Dago Castro, visitaron Costa Rica para dar apoyo a sus clientes y proveedores de servicios, con capacitaciones técnicas, y visitas a nuevos clientes, porque la empresa se enfoca en brindar una atención directa. Tal como lo dice su slogan "Bunn es un socio con quien usted puede contar.

Ellos tienen presencia en Estados Unidos, en Asia, Europa, Canadá, Australia, Latinoamérica y el Caribe. Así que si le interesa saber cuánto se puede ganar y en cuanto tiempo puede recuperar una inversión al adquirir equipo Bunn, Para América Latina y el Caribe contáctese con:

dago.castro@bunn.com

Esta sucursal se encuentra ubicada en las inmediaciones del Do It Center. Ellos cuentan con un alrededor de 100 clientes en la zona de Guanacaste.

Guanacaste con equipos a la medida

Si los hoteles y restaurantes de la zona guanacasteca andaban buscando cómo suplir sus necesidades en el área de congelación, pero sobre todo en maximizar tiempos de respuesta para la adquisición de equipos de refrigeración, de cocción en acero inoxidable, de utensilios y de respuestos, Omega llegó a Liberia para darles la solución.

Porque vieron como prioridad brindar un nivel de servicio más directo, mejorar los tiempos de respuesta a los muchos clientes que tienen en el área, desde el mes de mayo Refrigeración Omega abre su local número 4 en Guanacaste. Ya estaban en San José, Alajuela, Santa Ana y se proyectan para 2015 con otra apertura más, aún sin definir dónde.

En un local de 500m2, con parqueo para clientes, Omega dispone de venta de equipo para refrigeración, cocción en acero inoxidable, repuestos y utensilios de hotelería.

De acuerdo con Jenny Alpizar, Gerente General de Refrigeración Omega ellos le apostaron fuertemente al área de repuestos ya que tenían que estar enviando mucha encomienda, aunque el fuerte son los equipos de refrigeración y cocción.

"Era una necesidad abrir en Guanacaste y decidimos que fuera en Liberia porque se están abriendo muchos proyectos grandes en la zona. La apertura es fuerte y como somos fabricantes de equipos a la medida además de lo estándar preferimos estar lo más cerca posible del cliente", comentó Alpizar.

Omega cuenta con una máquina especial troqueladora que les permite definir diferentes figuras en los equipos, y da una exactitud de medidas, porque para ellos la parte estética debe realzar, y precisamente ese es un factor que los caracteriza.

Aunque definen a los componentes que manejan como el factor que los resalta, tales como los vidrios con resistencia, los equipos de refrigeración que condensan lo suficiente y que respalda las garantías que brindan.

Refrigeración Omega: Tel: (506) 2667-0073

De alto rendimiento

Una variedad de sprays llegó al Mercado para satisfacer necesidades en la preparación de los alimentos. Esto porque no contienen agua y su principal característica es el rendimiento que brindan.

Los distribuye la empresa Comproim. Son spray de la marca Vegalene y se traen de Estados Unidos, donde están reconocidos por ser los número uno. Se ofrecen en diversidad de categorías, disponible para hoteles y restaurantes.

Categorías

Aceite para panadería en spray
Aceite Olive Must en spray (aceite de oliva)
Aceite Vegetal con ajo en spray
Aceite Delette Mantequilla en spray (se puede rociar directamente en el pan , por ejemplo)
Aceite de Canola en spray libre de alérgeno.
Aceite vegetal en spray (combinado el de Canola y Girasol)

Alvaro Max Jiménez, Gerente General de Comproim se hizo presente a la demostración de los usos del Vegalene, donde llegaron chef de hoteles y restaurantes.

Pedro Berdú Gerente de Ventas de Distribuidor Isleña a dijo que la Estrella es la cerveza emblema de Barcelona.

Del Mediterráneo a Costa Rica

La cerveza Estrella Damm está reconocida como la de más consumo en el mediterráneo. Es de tipo lager y destaca por su cremosa espuma aromatizada. Tiene mucha trayectoria a nivel internacional y en el mundo cervecero.

Distribuidora Isleña la presentó en el país a propietarios de restaurantes, hoteles y bares.

La receta original de la Estrella Damm nació en 1876 de la mano de August Kuentzmann Dam y después de más de 130 años y once generaciones de Maestros Cerveceros, se sigue elaborando con la misma ilusión con que la primera Estrella salió de su fábrica.

En numerosas ocasiones, Estrella Damm ha sido reconocida con premios de prestigio como el de Viena 1904, Londres 1905, Munich 1906, Paris 1964, The World Beer Championship 1998 - Australia y The World Beer Championship 2004 – Chicago, Superior Taste Award 2011 y 2012 (máxima puntuación: 3 estrellas doradas) por el International Taste & Quality Institute de Bruselas.

Sus ingredientes son 100% naturales. En el país, está disponible además de Estrella Damm, Daura Damm, galardonada como la mejor cerveza libre de gluten del mundo. Es una cerveza lager de tipo Pilsen. También presentaron a Inedit, creada en 2008 por el maestro culinario Ferran Adrià, cocinero español considerado por muchos como el mejor chef del mundo, con el convencimiento de que era necesaria una cerveza capaz de acompañar la variedad de sabores existentes en la gastronomía moderna. Otras opciones son Free Damm (cerveza sin alcohol - 0,0°, ligera, fresca y de equilibrado amargor, muy baja en calorías), Voll-Damm (cerveza Märzenbier - 7,2° - cerveza Doble Malta), Bock Damm (cerveza negra - 5,4° - cerveza negra al estilo Múnich de gusto tostado, suave y ligeramente dulce.) y A.K. Damm (cerveza rubia - 4,8° - cerveza de pura malta. Elaborada siguiendo el método original de August Kuentzmann Damm).

Distribuidora Isleña: Tel: (506) 2293-6990

Jonathan Parks propietario de Mar Seafood se proyecta a replicar este modelo de negocio hacia otros lugares del país

El "Market" del pescado fresco

Mariscos en exhibición tipo carnicería, 100% frescos, se muestran en una vitrina dentro del restaurante Mar Sea Food, ubicado en Plaza Cariari, Frente al Hotel Double Tree.

Mariscos en exhibición tipo carnicería, 100% frescos, se muestran en una vitrina dentro del restaurante Mar Sea Food, ubicado en Plaza Cariari, Frente al Hotel Double Tree. El lugar es como un rincón moderno que conjuga un concepto diferente e internacional denominado por su propietario como "el Market del pescado fresco", que junto con tecnología de apoyo al personal brindan un servicio al cliente con prontitud y eficacia.

Jonathan Parks es el propietario de este lugar, quien llegó a Costa Rica como un inversionista, que jamás imaginó iba a tomar las riendas de este negocio en su totalidad, por lo que decidió traerse a un chef italiano, exclusivamente desde Nápoles a trabajar con él.

"Anduve por todo Costa Rica cuando llegué y noté que muchos lugares ofrecen mariscos con muchas salsas y no dejan apreciar saborear realmente el pescado entonces de ahí surgió la idea del market del marisco fresco, para verdaderamente dar al comensal la oportunidad de disfrutarlo como debe de ser", comentó Parks.

Así que desde la apertura hace pocos meses de Mar Seafood, el marisco llega tres veces a la semana y se exhibe dentro de una especie de barra del restaurante, cerca de una amplia gama de vinos, que según Parks es el fuerte del lugar.

Una selección muy exhaustiva de los vinos muestran una carta con bebidas argentinas, chilenas, francesas, españolas y californianas, según Parks, estas últimas las más adecuadas para el consumo del marisco, por lo que son los elegidos como vinos de la casa.

Pastas y salsas artesanales acompañan el menú, de este lugar que tiene capacidad para 70 personas.

Ellos trabajan con pocos proveedores, porque la calidad de los productos tiene que ser muy de frescura y selección, según Jonathan. "Delika, Oceanic foods, Belca, Pricesmart y Alpiste son mis principales proveedores", contó Parks.

Mar Seafood Tel: (506) 2239-5272

Freir sin aceite

Una freidora que usa poco o nada de aceite llegó al mercado para ser un aliado de los menú saludables.

Black & Decker se renueva en imagen, diseño e innovación y sorprende al gremio gastronómico con productos novedosos tales como la freidora de aire modelo HF100WD que permite la cocción de frituras como papas, patacones, nuggets, empanadas, sin necesidad de sumergir estos alimentos en aceite.

Esta es una freidora moderna que está revolucionando, porque su tecnología de convección, es capaz de hacer circular el aire caliente a través de la unidad, cocinando los alimentos con rapidez. Además como ventaja adicional, resalta un factor importante al no necesitar tiempo de precalentamiento.

Porque para Black & Decker ajustarse a las tendencias actuales y proyectarse a futuro, es una prioridad, eso los obligó también a cambiar su imagen para modernizarse a través de un diseño simplificado, en un nuevo concepto visual.

Esta marca con muestra una nueva identidad que se refresca y refuerza, además de marcar su trayectoria con la introducción constante de productos Premium aproximadamente en 100 países donde tiene presencia.

Distribuye Rimag importaciones tel. 2441-0110

Características:

- Fríe sin aceite
- Capacidad del cesto 2L
- Temporizador de 60 minutos
- Termostato regulable hasta 200C/390F
- Mango de toque fresco
- Patas antideslizamiento
- Garantía limitada de 2 años
- Componentes antiadherentes

Este es uno de los productos novedosos que forman parte de la imagen renovada de Black & Decker

Calidad y tecnología de punta
Confiabilidad y ahorro en sus costos de operación.
SERIE 6
GIRBAU
KEITH & RAMIREZ Industrial
Cotice con nosotros
info@kr.co.cr | www.kr.co.cr
T. (506) 2223-0111

Por el rescate de la gastronomía nacional

Aunque no hay datos específicos se tiene conocimiento que alrededor de 10 restaurantes cierran al mes. Situación que llevó a CACORE a capacitar a sus afiliados, además de trabajar fuertemente en un plan para rescatar a estos negocios.

Una fuerte incongruencia en el artículo 10 de la ley de licores, es lo que tiene al sector gastronómico nacional en problemas. A esa es la conclusión primordial, entre otras, que determinó la Cámara Costarricense de Restaurantes CACORE, cuando realizó una gira nacional, por diversas localidades del país.

Ellos no tienen datos oficiales, pero sí el conocimiento que por mes, un alrededor de 10 restaurantes se están cerrando. De acuerdo con Alejandro Madrigal, Director de CACORE, en la gira detectaron grandes problemas con los cobros que realiza cada municipalidad a los restaurantes, ya que no son equitativos.

"El problema es la autonomía municipal. Resulta que la ley no regló, simplemente facultó a las municipalidades a reglar, es decir a que cada una cobra lo que quiera. Por ejemplo hay un municipio que cobra además de la patente 4 millones de colones solo por el derecho, mientras otras cobran la mitad o menos. Así que estamos trabajando en modificar ese artículo 10, en conjunto con otras cámaras y la Unión de Gobiernos Locales", explicó Madrigal.

Y debido a esa y otras situaciones CACORE está capacitando en actualización de leyes y reglamentos al propietario del restaurante, que es lo le genera mayores problemas a los restaurantes.

Según Madrigal, a partir de ahí, se diseñaron los temas del congreso nacional, para brindar una capacitación fuerte por el rescate a la gastronomía, donde principalmente se debe trabajar en gestión de la administración, manejar un mercadeo adecuado, para posicionar bien cada negocio, el servicio al cliente bien reforzado, y con precisión esos fueron algunos de los temas principales tratados en el Congreso, porque previo a la gira nacional se detectó lo que estaban necesitando estos negocios.

"Se debe tener claro que a un restaurante no se le visita principalmente para pasarla bonito. Quienes llegan ahí es a comer, a vivir una experiencia gastronómica real, donde incluye la presentación de los platos, la innovación, y hasta la creación de un menú diferenciado, que va desde el montaje hasta la utilización de productos", señaló Madrigal.

Y eso porque muchos negocios, sobre todo franquicias con respaldo económico importante siguen llegando al país, creando una alta competencia, y si no se tiene claro lo que es un negocio gastronómico es muy probable que fracase, según Madrigal, esa es una de las principales razones que llevó a CACORE a acoger el plan Nacional de la gastronomía Sostenible y Saludable, enfocado como un nuevo modelo de desarrollo.

Es importante dejar claro que este plan no trata de cocina tradicional, según Madrigal, es de un "todo", pero sostenible y saludable, con utilización de productos frescos, por lo que se trabaja en un encadenamiento con productos y agricultores que también forman parte de este desarrollo, al que también se le han sumado Instituciones diversas, Ministerios, Asociaciones como feria verde y empresas hoteleras y de restauración como Enjoy.

"Esto es una propuesta que nos debe impulsar a todos los involucrados en este gremio, a trabajar por una gastronomía que sea parte de la marca país. Para que así lleguemos a tener trascendencia de que Costa Rica es un país especial para ir a comer. Es crear esa invitación de todo lo que aquí hay, desde lo muy tico, libanés, asiático, y las muchas culturas, pero dejando claro que caminamos hacia lo sostenible y saludable", puntualizó Alejandro.

CACORE Tel: (506) 2234-2304

Alejandro Madrigal asegura que hay mucho negocio gastronómico afectado por la autonomía municipal y lo peor es que ellos no se están dando cuenta como perjudican en gran medida a toda una comunidad que se ve reflejado en un país.

Agricultura orgánica directo a la mesa

Propuesta de el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), para que los hoteles y los restaurantes incorporen productos agrícolas tradicionales que se dejaron de comercializar, a través de la agricultura orgánica.

Imaginemos unas papas verdes, rojas o de algún color inusual, servidas en la mesa de algún restaurante, que no son ni las blancas ni las amarillas de las que estamos acostumbrados a consumir. Probablemente sorprenderá a muchos comensales; pero más aún si se nos ofrece algún refresco elaborado con semillas o tubérculos.

Pensemos en un escenario, que le permita al consumidor apreciar cómo fácilmente se extrae de un pequeño rincón del establecimiento gastronómico alguna hierba para dar sabor, así con la frescura que da la extracción del momento, y todo sin el uso de productos químicos.

De acuerdo con Minor Rodríguez, Presidente Ejecutivo del INA, ellos cuentan desde hace 18 años, con el Centro Nacional Especializado en agricultura orgánica, ubicado en Cartago, donde un banco de datos de una base genética coleccionable, con semillas, tubérculos, frutas, hierbas, en una finca de 17 hectáreas, son el plato fuerte de lo que enseñan sobre cómo hacer agricultura sin utilizar químicos y de una manera fácil.

"Si las personas conocieran el daño que se le hace a la tierra y a ellas mismas con el uso de los químicos se sorprenderían, por lo que queremos enseñar como mejorar la producción, y el combatir hasta las plagas sin el uso de esos productos. Ese es el propósito, implementar en los restaurantes el conservar distintas especies de semillas que ya en la agricultura comercial se han dejado de producir", comentó Rodríguez.

El INA quiere dotar de esa garantía a quienes brindan servicios de alimentación, para que aprendan a producir sus propios insumos. "Nos interesa fortalecer mucho la calidad del servicio, agregar un plus a la gastronomía, para que sea sostenible y saludable. Nuestra propuesta es de enseñar a producir pequeñas huertas con productos orgánicos en espacios pequeños y desde el INA podemos capacitarlos para que tengan a la mano productos frescos cultivados en sus propios negocios", indicó Rodríguez.

Por dar un ejemplo, Minor Rodríguez explicó que en el caso de las papas, la agricultura convencional está utilizando solamente dos o tres y que las muchas otras, que son de diversidad de colores, dejaron de producirse por distintas razones, y lo que ellos están haciendo es rescatar esos productos que no se están comercializando en la agricultura tradicional.

"Hay muchas semillas y productos que nunca se convirtieron en productos comerciales, por ejemplo las semillas o tubérculos que pueden servir para refrescos", comentó.

El INA capacita a hoteleros y restauranteros en este tema, ya sea en el Centro especializado en Cartago o si es necesario, los profesores se desplazan a la zona dónde los solicitan.

Actualmente la institución está creando un programa en gastronomía, combinado con agricultura orgánica. Es una carrera técnica en gastronomía saludable.

INA Tel: (506) 2210-6000

"Si en las aulas se enseña la importancia y beneficios de la utilización de ingredientes orgánicos, en el corto plazo en los hoteles y restaurantes la población egresada del INA mejorará la propuesta culinaria", Minor Rodríguez, Presidente Ejecutivo del INA.

Proyecciones 2015

En mayo 2015 se inicia con la plataforma INA virtual. La idea es fortalecer estos cursos para que lleguen a ser 100% virtuales.

El INA estará invirtiendo un alrededor de 20 mil millones de colones para la construcción de las instalaciones de Heredia y Cartago.

Se iniciará un proyecto con unidades móviles, el INA adquirirá como una especie de autobús, que por dentro es un aula con equipo para dar clases. La idea es llegar a zonas rurales donde no hay accesos.

"La hotelería me abrió muchas puertas"

Este chef es un ejemplo de que la superación llega a quienes se esfuerzan por alcanzarla. Él es la muestra de que hay lugares que se esmeran en apoyar a sus empleados y más aún si transmiten habilidades especiales en lo que hacen. Con tan solo 18 años de edad, Carlos comenzó a laborar como "steward", lavando platos por una necesidad de ganar dinero. El jamás imaginó que ahí iba a descubrir su verdadera pasión y mucho menos que con el paso de los años comenzaría a subir peldaños hasta llegar a tener un negocio propio y a dirigir el restaurante de un hotel.

Carlos Agüero es oriundo de la ciudad de Orotina, pero desde hace muchos años vive en Grecia. Además de ser el Chef Ejecutivo del Sheraton es el propietario del catering service "Punto y Coma"

Carlos Agüero es un joven de 32 años de edad que habla como si quisiera comerse al mundo. Con mucha seguridad en su mirada y en su modo de hablar, él transmite esas ganas de seguir superando retos y cómo dice y repite "llegar a mostrar el plato perfecto".

Hotel Marriott le abrió las puertas a Carlos como steward, pero a los 8 meses de trabajar muy duro le dieron la oportunidad de probar su potencial en panadería, rápidamente comenzaron a capacitarlo en pastelería y bastó poco para que él descubriera su pasión por lo dulce. "Ahí brindan mucha capacitación al empleado, entonces aprendí mucho de cocina caliente también". Por lo que 11 años después él sale de ese trabajo como sub chef pastelero del hotel, por un proyecto personal de abrir su propio restaurante con catering service.

Tres años pasaron y su proyecto no funcionó, únicamente el catering service que abrió junto con su esposa, el cual aún tiene en funcionamiento. Pero como necesitaba seguir trabajando fuertemente, encontró la oportunidad de laborar en el restaurante Vino Mundo por 6 meses, donde reconoce que aprendió mucho más. Al poco tiempo venía la apertura del Hotel Sheraton donde tocó la puerta y se la abrieron pero a lo grande: Actualmente Carlos es el Chef Ejecutivo del lugar.

Los hermanos Rausch deciden junto a la cadena GHL llevarse a Carlos por un par de meses a capacitar a Colombia en los 6 restaurantes de ellos y a dos hoteles para que se entrenara de acuerdo a los parámetros "By Rausch".

"Nosotros somos la marca pero no ejecutamos, solamente supervisamos y que nuestra filosofía se implemente, pero el sabor lo pone cada lugar y en este caso Carlos que mostró muchas habilidades es el chef a cargo del Sheraton San José", comentó el chef internacional Jorge Rausch.

Carlos llega de nuevo a Costa Rica bien capacitado con el objetivo de crear un menú que ayudara al Sheraton a resaltar más en la comida y a conquistar clientes para que regresen.

"Los Rausch me dieron las bases, las técnicas, mucho conocimiento más y Yo implemento el sabor, la parte del autor. Ahora aprendí que importa mucho ese sabor que se tenga como chef. El conversar a diario con los clientes, porque aunque tenemos un menú pero si al cliente no le gusta no vuelve, y me interesa buscar la manera de llegar al plato perfecto, así que esa interacción con el comensal para Mí es súper importante, porque quiero que ese cliente vuelva", aseguró Agüero.

Los cambios

Carlos tiene 4 meses de ser el Chef Ejecutivo del Sheraton, pero un año y medio de trabajar con ellos. De atender 10 cenas ahora atienden un alrededor de 45 diarias. De servir de 12 a 15 almuerzos, pasaron a servir de 70 a 80 diarios.

"Me siento satisfecho y agradecido con Marriott que me tituló en mucho, con el Ina reforcé conocimiento, y ahora me proyecto a capacitarme en el idioma del inglés. Con GHL tengo muchos proyectos de crecimiento y quiero crecer y crecer", puntualizó.

Cellar 254
es un vino ícono de la región de Napa. Con una producción de únicamente 600 cajas, y disponible en forma casi exclusiva, Delika lo distribuye para Costa Rica. Los "Lot No.1 Cabernet Sauvignon". Para este año ofrecen
72 botellas al mercado de Costa Rica, por lo que están limitando la venta a un
máximo de 3 botellas por cliente. Los pedidos de este vino se despacharán en forma de " First come first serve" y serán tomados a través del correo:
veronica.tienda@delika.cr

Mermeladas Bonne Maman
Son un producto de origen francés 100% natural con frutos exquisitos que se sentirán en su paladar. En presentaciones de 370gr y 30gr estas últimas especiales para Hoteles y Restaurantes. En sabores de su preferencia: fresa, albaricoque, cereza, melocotón, frambuesa y naranja agria
Distribuye Comproim S.A • Tel: (506) 2213-4344

Contenedores isotérmicos
Con o sin ruedas. Refresqueras y carros para transportar hielo, ampliamente utilizado en hoteles, catering y restaurantes. Conveniente para cargar bandejas. Modelo B90T con rodines para mayor comodidad de transportes. Capacidad en litros 86. En bandejas 3 de 6¨o 4 de 4¨y 1 de 2¨, 9 de 2¨. Color Café.
Distribuye Yamuni: Tel. (506) 2255-2066

Básculas Escali
Amplia gama de elegantes básculas fabricadas bajo altos estándares, son compactas y multifuncionales; modelos diseñados para cocina, baño y a nivel profesional. Esta línea de productos es mundialmente reconocida por sus medidas de precisión, características útiles, diseños ingeniosos y un valor excepcional.
Distribuye Artica: Tel: (506) 2257-9211

Máquinas gasificadoras
Isoda son máquinas gasificadoras de agua, con una cantidad menor de C02 que otras del mercado. La máquina se ofrece en diferentes modelos, es muy resistente y posee una botella de gas hasta para 60 litros y otra para hacer el refresco, que ya viene incorporada. Esta máquina tiene una tecnología especial, capaz de elaborar el refresco al gusto y en minutos. Puede personalizarse.
Distribuye Pura Vida C02: Tel: (506)2232-1666

Bahía del Sol:
El destino de la sostenibilidad

Porque saben que el turista es cada vez más exigente y busca alternativas para viajar más al natural, El Hotel Bahía del Sol, fuertemente está inclinado en ganar las cinco hojas del certificado de Sostenibilidad Turística CST, invirtiendo mucho en programas ambientales. Enfocados en todo los ámbitos en ir hacia lo verde, por lo que trabajan a través de políticas de sostenibilidad solamente con proveedores de pequeñas empresas y también de las grandes, pero que sigan esa misma línea.

Literalmente es como un tesoro escondido frente al mar de Playa Potrero. La construcción de sus instalaciones en medio de mucha vegetación, permiten que sólo pueda apreciarse su infraestructura al ingresar a la propiedad. Este es un lugar muy verde, pero en todos sus escenarios, no solo porque esté rodeado de amplios jardines, sino porque su concepto está completamente dirigido hacia lo sostenible. Y eso se comprueba desde que se ingresa al Hotel, al que se le puede describir como "un estilo de vida de relajación total, conexión completa con la naturaleza y desconexión con la cotidianidad".

Bahía del Sol cuenta con cuatro hojas del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), y trabajan fuertemente por alcanzar las 5, a través de muchas políticas internas como ahorro de agua, de energía. Y es que, fácilmente se puede apreciar por todo el hotel, mensajes que indican "apague la luz", "ahorre agua". De acuerdo con Victoria Bonilla, Gerente del lugar, ellos lo hacen para crear conciencia, pero al final el cliente hace lo que se sienta cómodo, aunque ellos luchan por lograr el objetivo.

"A nuestros huéspedes siempre les gusta colaborar, y al final solicitamos una colaboración voluntaria de $5 para donaciones, en programas de ayuda social y para ayudar a pro parques con senderos universales", comentó Bonilla.

Este Hotel se perfila a estar muy comprometido con el medio ambiente. Ellos trabajan con las escuelas cercanas, y a los niños los llevan al refugio de vida silvestre mixto Conchal, para enseñarles sobre métodos científicos y observar el bosque, reconocer árboles típicos de la zona y realizar programas de reforestación. "Nosotros somos muy activos con estos programas", señaló Bonilla.

Han invertido mucho en alcanzar el objetivo de las 5 hojas, visualizando obtenerlas en 2015 a través de múltiples programas tales como los mencionados.

Además, como ellos se enfocan en seguir las normas de sostenibilidad turística, trabajan con proveedores que se comprometan a trabajar con políticas de sostenibilidad.. "Nosotros contamos en un 95% con proveedores de pequeñas empresas de la zona, por supuesto también trabajamos con los grandes pero , en esa misma línea", contó Bonilla.

El Restaurante del hotel está influenciado en la cocina Thai y está integrado junto a la piscina y el jacuzzi

Los detalles

Se puede decir que personas de toda la zona de Playa Potrero y lugares aledaños, están a la espera de las noches de los viernes en "Bahía" , porque se han caracterizado por ser temáticas, siempre hay fogata en la playa, sea cual sea el ambiente de ese dia.

La "tica party", por ejemplo consiste en que colocan sillas y mesas en la zona verde frente al restaurante y al mar, la comida es muy típica, incluye un exquisito chifriijo (mejor va con doble i para evitar inconvenientes) y todo el personal viste con sombrero "chonete" y traje típico. Y hasta incluye música en vivo de algún cantante nacional.

Hay noches chill out, caribeñas night, noches roots, sushi night, pizza sangría, todo organizado con algún platillo afín al tema. Y esa ha sido una excelente herramienta atrapa clientes, quienes se han acercado a divertirse, de paso conocen, pasan un rato agradable, cenan y después se les ve como huéspedes en alguna visita posterior.

Y siguiendo con las políticas internas de sostenibilidad, en este hotel tienen un proyecto de una huerta que ya abastece algunas hierbas al restaurante y que pretende en algún momento prever en su mayoría de algunas legumbres.

Ya empezamos a hablar de lo mejor de este hotel, la gastronomía, que ellos definen como fusión creativa tropical, donde a través de productos frescos de la zona, conquistan paladares, todo con mucho sabor.

Proveer a los huéspedes del buen comer también los caracteriza. Aquí los sabores resaltan ya sea en las carnes, en los productos frescos del mar, que se sienten que así son, hasta en un simple gallo pinto, una hamburguesa o un cóctel.

Este restaurante tiene mucho en el menú de cocina fusión thai, quizás porque el chef a cargo es amante de la elaboración de esta gastronomía. Bernardo Rodríguez es el responsable de estas preparaciones, y está acostumbrado a trabajar únicamente en hoteles, desde hace 15 años, aunque en Bahía desde hace tres.

El fuerte de este hotel se puede apreciar que son los detalles, además de la promesa de relajación, los ejercicios que a diario ofrecen frente al mar, los tratamientos del spa muy al natural, así como las bodas al aire libre.

La ubicación muy a lo escondido, les puede dar una calificación de 10, pero el servicio aunado a una buena gastronomía sobrepasa todo porcentaje.

"Aquí en Bahía caminan de la mano con la sostenibilidad, eso es un hecho, como también es un hecho que la estadía se convierte en un completo placer".

Victoria Bonilla, Gerente del Hotel dijo que la inversión realizada para obtener las 5 hojas del CST es muy alta, por lo que no puede cuantificarse.

Bernardo Rodríguez chef del restaurante es amante de la cocina asiática por lo que muchos platillos reflejan esa gastronomía.

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

Tiendas especializadas

En Costa Rica, el portafolio más amplio de vinos, destilados, cervezas, licores, productos gourmet –aceites, quesos, te, café, etc.- y afines se encuentra en una gran mayoría en supermercados. Contrario a otros países. Algunos de ellos inclusive con menos tradición y cultura de consumo de estos productos.

En el caso de países productores, la mayoría de productos que se encuentran en estas tiendas, son locales, pero no por ello se olvidan de complementar la oferta con productos del mundo, aunque dependiendo del país, es en menor o mayor escala. En nuestro caso, Costa Rica se nutre de la importación, de la producción mundial. La gama de productos es muy amplia, sin embargo aún existen algunos vacíos, que poco a poco se van llenando.

Un mercado pequeño si se quiere, con una gama muy completa, que se sigue completando. No tan de la mano, va la demanda, pero parece que el año 2015 será muchísimo mejor, que el actual.

Una gran mayoría de estas tiendas especializadas, cuenta con un equipo profesional, donde el Sommelier es tal vez la figura más representativa. Además de servir al cliente como asesor, elige etiquetas para el negocio, está en una constante búsqueda de productos para ofrecer una variedad significativa. También abre espacios para que el consumidor aprenda sobre diferentes temas, en catas dirigidas, talleres, cursos, etc. Así mismo la tecnología no pasa de lejos, algunas tiendas incorporan por ejemplo bibliotecas virtuales, salas de cata, unidad de aromas, entre otros, como por ejemplo las máquinas dispensadoras de vino, accesorios o libros. Tiendas especializadas que cuando ingresas en ellas se siente la frescura del aire, por estar climatizada, música suave, en su mayoría con un gusto exquisito. Son pequeños templos, por decirlo de alguna manera.

La realidad que conocíamos hasta hace algunos años, ha ido cambiando paulatinamente. Las tiendas especializadas comienzan a aflorar, el consumidor local, compuesto por nacionales y extranjeros -quienes muchos de ellos han influido notablemente en esta transformación-, sin olvidar el creciente turismo, hace que la infraestructura y el servicio proliferen y se especialicen, de tal manera, que poco a poco estamos alcanzando un nivel óptimo según estándares internacionales.

Destilados como el whisky, son algunos de los productos más buscados, no exactamente los más conocidos o tradicionales. Este mundo es amplio, y poco a poco, se empiezan a encontrar nuevas marcas en nuestro país, para que un consumidor con ganas de conocer nuevos productos y experiencias, amplíe su lista de opciones y se enriquezca culturalmente también. Lo mismo sucede, con otros como el ron, el tequila, ginebra, destilados de la uva como coñac, pisco o grapa.

En el caso de los vinos, la amplia oferta del mundo irá complementando el gran portafolio país que ya tenemos. Hoy día logramos encontrar más opciones de las que teníamos hace 10 o 5 años, países como Francia, España, Italia, han crecido notablemente. Sin embargo, falta mucho aún por descubrir y avanzar.

Lo extraordinario de todo esto, es que el consumidor tiene cada vez más, opciones para elegir, eso enriquece la vida, la llena de cultura, de conocimiento y de buenos momentos.

¡Salud!

Especial de Vinos
Los Cava del Rey

Ellos fueron los primeros en elaborar espumante en España, de denominación de origen cava. Están caracterizados por mantener en sus productos una relación precio-calidad justa. El Grupo Codorníu es propietario de más de 7 bodegas de vino en España, de una en Estados Unidos y de otra en Argentina. Además están reconocidos por ser los proveedores de la Casa Real.

Mar Woerner, área manager de Codorníu estuvo de visita en Costa Rica, invitado por la empresa Ciamesa, quienes son los distribuidores de estos espumantes.

Este experto fue el responsable realizar visitas a clientes, de brindar capacitaciones y de explicar sobre la rentabilidad que otorgan estas 4 líneas de espumantes que ofrecen para Costa Rica: el clásico,el Anna, el Codorníu Raventós y el reserva.

Cómo le suena que de cada botella salen 11 copas flauta, de un espumante muy versátil, porque puede tomarse en el desayuno, con mezclas como con jugo de naranja, creando "mimosa", para el almuerzo, porque es una bebida muy fresca, y se puede ofrecer como entrada en un maridaje para sorprender al cliente, factor que según Marc es fundamental para un restaurante.

"Este espumante es de pocas calorías y es una bebida elegante que va más allá de la sensación de las burbujas. Es una bebida con clase de la que queremos quitar esa idea de que sólo debe consumirse para eventos", dijo Woerner.

Estos cava tienen un 40% de presencia en el mundo, además son los de mayor consumo en España y consumidos por la Casa Real.

Distribuye Ciamesa: Tel (506) 2436-7000

Mar Woerner, área manager de Codorníu explicó que estos cava son frutales, frescos, además maridan bien con aves, carnes blancas, rojas y hasta con jamones

ExpoVinoCostaRica
La cultura del vino

8 y 9 de Octubre, 2015
Eventos Pedregal

7 de Octubre Entrada restringuida
únicamente para Profesionales del Sector

Reserve su stand
Guillermo Rodríguez
Asesor Comercial
guillermo.rodriguez@eka.net
(+506) 8997-1651

Organiza:
Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Fotografía tomada en Expovino 2013

Especial de vinos
Cuando menos es más

"No siempre el vino más caro es el mejor", en eso coinciden Gerentes de Hoteles y Restaurantes donde el vino es el plato fuerte de su negocio. Conozca cuál es ese factor que pone a esta bebida a tener un movimiento fuerte. ¿Es la carta, la promoción, el menú que complementa o la capacitación? Determine usted, por qué muchos concluyen en que entre menos opciones ofrezcan, pero bien selectas, les genera más.

Hotel Marriott
En alianzas con el proveedor

En el Hotel Marriott están reduciendo la carta de vino, eso después de que realizaron un estudio con un experto para determinar lo realmente necesario. Aunque la idea es cambiarla cada 6 meses para rotar vinos de las diferentes regiones.

"Nosotros somos un muy buen cliente de los proveedores, por lo que tenemos excelentes alianzas con ellos y así hemos podido lograr mejores ventas", comentó Oscar Bolaños, Gerente de bares y restaurantes del Marriott.

De acuerdo con Bolaños, por lo general muestran lo que se llama "el vino del mes", ya sea porque es una nueva introducción o por alguna promoción especial, aunque resalta que ese no es el factor principal para aumentar las ventas, cómo lo ha sido el tener dos sommelier en el hotel, que constantemente están capacitando al personal.

"Se debe tener en cuenta que el cliente ya conoce mucho de vinos, situación que obliga a tener un personal bien capacitado y eso es lo que nos distingue, porque tratamos de crear experiencias únicas con las personas", contó Bolaños.

Marriott dispone de 44 etiquetas de vino, de diferentes regiones del mundo, porque como los visitan turistas diversos, deben ofrecer variedad. Eso sí, indica Oscar, en su mayoría son vinos boutique, de producciones pequeñas, porque quieren diferenciarse con vinos casi que solo se encuentren aquí.

Ellos trabajan con los proveedores: Florida Vinos & Destilados, Grupo Pampa, Alpiste, Cava Mundial y French Paradox. "Los proveedores nos dicen qué promociones podemos sacar y asi lo hacemos", indicó.

El vino de la casa se mueve mucho en Marriott, aunque no tienen un dato estimado de cuánto venden, Oscar indica que por ejemplo han llegado a vender 6 botellas de Don Melchor en una sola noche, y ya solo eso es una facturación importante.

Oscar Bolaños, Gerente de bares y restaurantes junto con el Sommelier Henry Prendas resaltan que el tener pocas etiquetas de vino les ha generado buenas ventas.

Los más vendidos en Marriott son: Navarro Correas Cabernet Sauvignon, Matetic Corralillo Sauvignon blanc y Calia Alta Chardonnay.

Proveedores: Florida Vinos & Destilados

El lugar
donde puedes
compartir tu pasión
por el vino
y la gastronomía

BOTTEGA

Gastronomía en todos los Idiomas

PRIMERA TIENDA ENOGASTRONÓMICA DEL PAÍS

Visitanos en Guachipelin de Escazú

Vinos | Licores | Gastronomía | Eventos | Catas y más

Ofibodegas Capri, del autolavado Flash Car (túnel de Multiplaza) 800 metros noroeste.
T: 2587-0648 Horarios: L-V: 7:30 - 7:00 pm Sábados: 9:00 am – 1:00 pm

Aquí influye lo rústico

El Chef, Marco González, Co Propietario del restaurante, junto con Román Zamora, propietario de la Hacienda Zamora Estate.

Aquí el consumo de vino es lo más importante. De acuerdo con el Chef, Marco González, Co Propietario del lugar, quizás porque el ambiente rústico antoja hacia esta bebida, además del menú que elaboran a diario, porque no presenta platos establecidos, pero se diseña pensando en complementar con vino y se recomienda.

"Este lugar sigue siendo una hacienda, nosotros por lo tanto nos damos a la tarea de hacer algo que acompañe con lo rústico, como servir comida con un nivel de elegancia, muy chic, pero nada super elevado y eso nos ha ayudado con el movimiento del vino", comentó.

En Café Lago se concentran en hacer actividades diferenciadas, como los domingos de degustación, con apoyo de su principal proveedor que es Grupo Pampa, donde una demostradora de esa empresa llega a dar cortesías en la degustación de alguno de los vinos. Además otros días invitan a sus clientes a que conozcan nuevas introducciones y esa es una manera interesante de que la venta del vino se dispare.

"Nosotros estamos más enfocados en eventos grandes y hasta en pequeños, como en reuniones de señoras que ahora en vez de tomar café en grupo, buscan pasar tardes de vino con sus amigas".

El vino de Café Lago lo seleccionan los propietarios pensando en lo que ofrecen, con un perfil de lo conocido, para así mostrar un balance, desde lo muy económico, de zonas como España, Chile, Argentina, California, Francia y Sudáfrica.

Los dos vinos más consumidos son los de la casa: El Malbec Casa las Moras y el Pachamama también Malbec.

De acuerdo con Marco, es muy difícil medir el consumo, porque en una noche se pueden consumir 30 botellas, en otra 16, pero si hay un evento hasta 200.

Café Lago está ubicado en la propiedad Zamora Estate en Santa Ana, la cuál tiene un viñedo, donde realizan el tour del vino, incluye degustación y venta en promoción de botellas

Douglas Ortiz comentó que el personal de La Tache ha probado toda la carta del menú, porque sólo conociendo bien se puede ofrecer con propiedad.

La Tache: Los selectos

"Queremos que el vino que se consuma aquí sea una experiencia solamente vivida aquí, no donde el vecino ni en el supermercado", así empezó nuestra conversación sobre el consumo del vino, en el Restaurante La Tache con el Chef Ejecutivo del lugar, Douglas Ortiz.

A ellos no les gusta trabajar con vinos que estén en otro lugar, así que por esa razón trabajan prácticamente con dos proveedores, Corbe Gourmet, "porque ellos minuciosamente nos seleccionan vinos de pequeños viñedos boutique, y con vinos de la empresa Sabores Argentinos, porque ellos tienen los mejores Malbec", comentó Ortiz.

En este restaurante aseguran que venden vino en cantidades industriales. Según Douglas tuvieron que hacer muchos cambios, "Nosotros habíamos cometido un error, teníamos un vino económico y luego el caro en la carta y definitivamente la gente se intimida con cartas ostentosas", comentó.

Y es que les ha ayudado la modificación que hicieron de la carta. El pasar a disponer de únicamente 30 etiquetas de vino, mientras que antes contaban con más de 150.

"Nos ha ido mucho mejor así, porque es importante que los saloneros conozcan la carta, sólo así tienen toda la propiedad para recomendar", dijo Ortiz.

Muchos vinos que tenían aquí eran impagables, según el Chef, por eso también se modificó la gama. "Ahora cuando el proveedor va a ingresar un vino nos reunimos y se presenta a todos, es más fácil, hasta para la venta", señaló.

Aquí tienen más movimiento los vinos Lugaril. Talvez porque son vinos buenos en la relacion precio calidad, según Douglas. Es importante tomar en cuenta que en La Tache descaorchan buenos vinos de alta gama para vender por copa y eso interesa mucho al cliente, además los visitantes del lugar ya saben que pueden llegar ahi solamente a tomar vino pero van a recibir de cortesía quesos y embutidos para acompañar sus botellas. " Y eso nos ha ayudado con las ventas del vino", dijo Ortiz.

"No voy a exagerar en números con lo que aquí se mueve, digamos que en circunstancias normales se venden de 8 a 10 botellas por día, pero es mucho más que eso", indicó Douglas.

bodegasJuanGil

Vino Tinto 100% Monastrell
12 meses de crianza en barricas
de roble francés

D.O. Jumilla - Murcia, España

Dist. e Imp. Sabores Argentinos S.A.
Tel.: (506) 2228-5004 • 8365-8812
conrad@asesorenofilo.com

SelfCookingCenter®
whiteefficiency®

Compruebe el poder de la cocción inteligente! Participe en uno de nuestros eventos Rational CookingLive y aproveche las ofertas de entrega inmediata!

RATIONAL

KEITH & RAMIREZ
industrial

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

Hotel Grano de Oro
Por copa de alta gama

En el Hotel Grano de Oro venden 16 diferentes tipos de vino por copa, entre los que resaltan 4 Premium.

Ese ha sido uno de los factores primordiales, según reconoce Ciro de Angelis, Propietario del lugar, para aumentar las ventas de vino en el Hotel.

"Hace 6 años nosotros comenzamos a vender Don Melchor por copa, y el éxito ha sido rotundo", comentó de Angelis.

De acuerdo con Ciro, en Grano de Oro se venden de 24 a 30 botellas diarias de vino. él resalta que el tener uno cava amplia como la que ellos manejan de un alrededor de 1800 botellas les ha sido de gran apoyo.

Aunque ofrecen vinos de Chile, Argentina, Italia, Francia, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Australia, destaca el consumo de los toscanos y los franceses, según Ciro.

En Grano de oro, se consumen más los tintos.

Es importante mencionar que este hotel tiene un reconocimiento por Wine Spectator, como una de las mejores cartas de vino. Y eso solamente lo tienen 1500 restaurantes del mundo.

Ellos trabajan con los proveedores: Alpiste, Sabores Argentinos, French Paradox, Corbe Gourmet, Florida Vinos & Destilados y Grupo Pampa

Los 5 vinos más vendidos por copa

1. Lagarde
2. Marques de Casa Concha Merlot
3. Arboleda Carmenere
4. Paco
5. Don Melchor (Premium)

Ciro de Angelis reconoce que el vender vino de alta gama por copa les ha generado muy buenos reconocimientos y ventas.

Isoda y Sodastream
Ahora en Costa Rica

Le damos salud

- Máquinas Gasificadoras de Agua.
- Máquina para hacer vino espumante.
- Recarga de cilindros.
- La bebida gaseosa más saludable del mundo y al menor precio, garantizado.

Disponible en: www.puravidaco2.com
Tel: (506) 2232-1666 • Cel: (506) 8851-1004

Esquina de Buenos Aires
Sin estrategias de venta y venden mucho

Aquí está prohibido obligar al salonero a vender. "Así no funcionamos nosotros". Eso fue lo primero que me dijo Mauricio Cabado, titular del restaurante la Esquina de Buenos Aires cuando le dije ¡Hablemos de vino! ¿Cómo hacen ustedes para vender tanto?

Porque en este restaurante venden un alrededor de 40 botellas diarias de vino. Pero sin tener la necesidad de hacer promociones, ni descuentos especiales con tarjetas, y aún así se respira un ambiente a vino, del que fui testigo por casi toda una tarde. Copas de tintos y blancos desfilaron frente a Mí, cada vez que pasaban las horas, y eso que no era hora de almuerzo ni de cena.

"El éxito está en la simpleza de lo que se ofrece", me dijo Javier Peire, propietario del restaurante, al ver mi insistencia por saber qué es ese factor que marca al vino como uno de los platos fuertes del lugar.

Ellos dicen que es la relación precio calidad que ofrecen, en una carta que muestra precios escalonados en secuencias accesibles en más de 150 etiquetas variadas. Los vinos por copa, de la casa, o los de botellas de 750ml son también ventas importantes. " Y es que nosotros no vendemos, damos servicio", explicó Mauricio.

Aunque lo que más se consume aquí es la sangría. Comenta Javier y Mauricio que las copas las sirven generosas, no usan medidores, ni siquiera tienen. El año pasado hicieron un estudio y vendieron un alrededor de 4 mil copas de sangría por mes.

"No siempre el vino más caro es el mejor. Nosotros cuando tenemos que recomendar buscamos calidad-precio, y ese es un factor importante para lograr clientes fieles", dijo Cabado.

En la Esquina de Buenos Aires, el menú está elaborado para consumirse con vino, pero todo muy accesible, según Mauricio, ellos venden un montón de vino mucho más que el mencionado, porque aquí no se trata de cargar al cliente, es prohibido ofrecer, solo si ellos consultan se recomienda.

Sus principales proveedores son: Grupo Pampa, Florida vinos & destilados, Distribuidora Isleña y Sabores Argentinos.

Vinos de mayor consumo en la Esquina

Trapiche Broquel Bonarda
Alto las Hormigas Malbec
Pinot Noir Newen
Cuvelier los Andes
Pequeña Vasija Malbec

Javier Peire, dice que ellos siempre recomiendan vinos económicos principalmente

Lo Spago
"La estrategia es vender más por copa"

Ofrecer vinos por copa más que por botella, le ha generado mayores ventas al Restaurante italiano Lo Spago, según Riccardo Rossi, Propietario del lugar, los clientes empiezan por una copa y cuando se dan cuenta sobrepasan hasta una botella.

Esa ha sido la principal estrategia de este lugar, donde principalmente destacan los vinos italianos de Toscana, porque según el propietario, la gastronomía los obliga acompañar el menú de esa manera, sin embargo los chilenos y los argentinos tambien se venden mucho.

Lo Spago tiene una carta de 25 diferentes tipos de vino, aunque el propietario señala que no tienen un movimiento constante fuerte, si cuentan con muchas sorpresas en las ventas, como con la sangría, la cual es muy apetecida.

Pero además, otro factor clave es el mantenerse con constancia ofreciendo un buen vino, eso también les ha generado clientes fieles, como con el vino de la casa que ofrecen desde que abrieron: El Chianti Piccini, que según Rossi muestra una buena relación precio-calidad.

Lo Spago trabaja principalmente con Alpiste, Euroalimentos y Sabores Argentinos.

Ricardo Rossi comentó que hay semanas que solamente venden 20 botellas de vino, otras más, es muy variable el consumo

Casa Turire:
Siempre en la mesa

Presentar siempre en la mesa al vino de la casa, como una regla, les ha generado muy buenas ventas de esas botellas, al Hotel Casa Turire, de acuerdo con la Gerente General del lugar, Jana Daigle, eso lo hacen con el objetivo de motivar a los clientes a probarlo.

"Armonía y exclusividad" es el lema de este Hotel, por lo tanto, comenta Jana que la carta es muy selecta, por lo que procuran vender vino que no haya en los restaurantes cercanos ni en los supermercados para así garantizar al cliente una experiencia única.

En Casa Turire un factor que influye en las ventas del vino es el menú, diseñado para acompañar el vino, el cuál tiene un precio calidad que se complementa muy bien. De acuerdo con Jana, a pesar que solamente la carta se compone de 12 etiquetas, el movimiento que tiene el vino es alto.

Las cepas que más busca el consumidor de este hotel son: Cabernet Sauvignon, Carmenere, Sauvignon blanc, Chardonnay.

Aquí solamente trabajan con dos proveedores: French Paradox y La Nacional, quienes les brindan una capacitación constante, lo que reconocen como muy importante para así poder fortalecerse en conocimiento y ventas.

Ellos tienen un vino de la casa que se llama Tierra y Fuego, , el cuál se mueve mucho, pero el vino por botella más vendido en este hotel es Lapostolle.

Roberto Salazar Gamboa (chef ejecutivo), Esteban Quesada Bravo (capitán restaurante) y Jana Daigle (Gerente general) se reúnen constantemente a capacitarse en el tema del vino

Por lo regular venden de 3-4 botellas por noche, mientras que en temporada alta en general pueden vender de 5 a 8 botellas. " Quizás no tenemos grandes ventas, pero facturamos mucho y se mueve", dijo Jana.

Enjoy
the simple
moments
of life.
ZONIN
Distribuidor exclusivo
Para Costa Rica
euroalimentos
Euroalimentos / www.euroalimentoscr.com
Cuvée 1821
Asti
Prosecco
ZONIN

El maridaje
perfecto
Los Chocolates Britt pueden ser acompañados por vinos con cuerpo, como el Cabernet Sauvignon, debido a que el cacao disminuye la sequedad de los taninos y la astringencia del vino.
Un truco para maridar vino y chocolate es combinar el Chocolate Britt con nueces o menta con vinos donde destaquen las notas de estos sabores.
CHOCOLATES BRITT CON RELLENO CREMOSO
DULCE DE LECHE · CAFÉ · FRUTAS · NUECES
Disponibles en bolsa a granel de 100 unidades y empaques de 20, 8 y 4 unidades, especial para amenidades.
Britt
chocolates
Disfrutá los ingredientes más felices del mundo
Más información: Britt Costa Rica, 2277-1620 | ventas@britt.com

Con mucho movimiento

Partida	Descripción	2012	2013
2204	Vinos de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva	18.096.940	20.042.500
2205	Vermut y demás vinos	501.900	597.300
	Total	18.598.830	20.639.800

*Datos en USD.
**Fuente: Banco Central de Costa Rica.

Principales países proveedores 2012-2013

Del total importado de vino por Costa Rica en el año 2013, el 55% fue de origen chileno, $10 millones de dólares, un 14% más con respecto al 2012. Otros países proveedores en orden de importancia son: Argentina, España, Italia, Estados Unidos y Francia. Importante mencionar la entrada en vigencia del TLC Centroamérica y la UE, lo cual dará a estos países una ventaja arancelaria igual a la de Chile, es decir 0%

Producto	País	2012 Valor CIF (Miles de INC	2013 Valor CIF (Miles de INC	Crecimiento 2012-2013	% de Partici-pación en el mercado
2204210011 Vinos. En recipientes con capacidad inferior o igual a 2l. /Hasta 15% de alcohol por volumen.	Chile	8,836.32	10,071.98	14%	55%
	Argentina	2,531.57	2,433.51	-3.8%	12%
	España	1,856.86	2,193.29	18%	12%
	Italia	1,412.41	1,514.87	7.2%	8.2%
	Estados Unidos	763.68	1,012.55	32.5%	5.5%
	Francia	704.57	483.28	-31.4%	2.6%
	Alemania	209.78	265.17	26.4%	1.4%
	Australia	182.26	151.39	-17%	0.8%
	Sudáfrica	100.87	83.79	-17%	0.4%
	Otros	188.76	208.50	10.4%	1.1%
	TOTAL	16,787.07	18,418.33	9.72%	1.1%

Fuente: PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica)
Nota: Costa Rica no apertura glosas para cada tipo de sepa, todo se engloba en la clasificación 2204.21.00.11

Los más vendidos del distribuidor

French Paradox

Datos suministrado por la empresa French Paradox indican que más movimiento tienen con la marca Chilena Lapostolle, mientras que en las playas en hoteles de lujo se vende más el Sauvignon Blanc. En los vinos franceses el Languedoc Les Jamelles, les representa muy buenas ventas.

La Nacional

El vino de mayor rotación es Tierra del Fuego chileno de la Bodega Cremaschi y Furlotti. Para 2104 van por tres contenedores anuales en importación. Otro de los vinos que les genera mucha rotación es el espumante dulce Grand Dessert, italiano.

Sabores Argentinos

El consumo depende de las zonas, según datos suministrados por Sabores Argentinos, en el área metropolitana lo que más venden es: **Los blancos:** Callis alta Pinot Grigio, Portillo Sauvignon Blanc, Altas Cumbres Viognier, Salentein Reserve Chardonnay. Blancos especiales: Paco & Lola Albariño y Ophalum Albariño.

Tintos argentinos: Callia Alta Shiraz/Malbec, Lagarde Malbec, Bodega del fin del mundo, Newen Pinot Noir, Reserva Pinot Noir y Special Blend; Portillo Malbec, Salentein Reserve Malbec.

Tintos España: Juan Gil 12 meses, Paco Red Experience Garnacha/tempranillo, Honoro Vera Garnacha,

Espumante España, Cava Mas Fi Brut, Cava Mas Fi Brut Rose

Florida Vinos & Destilados

Lo que tiene más movimiento son los vinos chilenos, que representan alrededor del 60% de las ventas. De ellos los más vendidos son Clos de Pirque, Frontera y Casillero del Diablo. En segundo lugar es Argentina y los más vendidos nuestros son Trivento y Navarro Correas.

Costa Rica, principal importador de los chilenos

Las exportaciones de vino chileno a la región alcanzó en 2013 $29 millones de dólares con un aumento en el 4% con respecto a 2011. Costa Rica es el principal importador de vino chileno, con una participación de 34.2%

País	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Variación % 2011-2013	% Partici-pación 2013
Costa Rica	9,145,991	8,893,051	9,981,581	9	34.2
Panamá	7,966,793	8,156,892	8,257,515	3.6	28.3
República Dominicana	5,548,351	5,535,996	4,633,475	-16.4	15.8
Guatemala	2,453,588	2,680,604	3,307,588	34.8	11.3
El Salvador	1,824,527	1,622,474	2,112,198	15.7	7.2
Honduras	1,067,746	1,353,981	867,450	-18	2.9
Total	28,006,997	28,242,998	29,159,807	4	100

Fuente: Web Comex/DIRECON

Accesibles y creativos

Esta bodega francesa JP Chenet vende 90 millones de botellas al año, en 160 países del mundo. ¿Pero dónde está el éxito que los mueve tanto? Marine Suire, Area manager México & Centroamérica, visitó Costa Rica, invitada por Ciamesa, distribuidores de estos vinos. Ella dice que el concepto de esta marca es de crear vinos franceses pero accesibles al mercado, para conquistar nuevos consumidores jóvenes que quieran probar cosas nuevas, con perfiles afrutados, de una bebida que permite crear muchos maridajes diferentes.

JP Chenet es una marca dinámica, muy amplia, que cada año incorpora novedades, y para este año presentan el nuevo concepto de tomar vino con hielo, con las botellas blancas de espumante Ice. "Pero se debe romper con ese protocolo de que este vino es para ocasiones especiales", comentó Suire.

Estos espumantes vienen en formatos diferentes. Es una marca que siempre busca innovar. Está disponible además en botellas de 750ml, ya que aseguran, llegaron con el objetivo de reemplazar a la cerveza porque se desarrolló como una bebida fácil de beber.

"Se debe quitar el concepto de que los vinos franceses son costosos, porque JP Chenet es un apoyo para guiar al restaurante a marcar su éxito en bebidas alternativas y más que de moda", indicó Suire.

Marine Suire, Area manager México & Centroamérica, comentó que este nuevo concepto del espumante Ice ha gustado mucho a los consumidores

Novillo Alegre
Con promociones agresivas

Precisamente ese puede ser el factor principal del consumo tan alto de vino en el restaurante Novillo Alegre de Escazú, porque ellos mantienen promociones y descuentos hasta de un 50% en botellas seleccionadas, como una regla a seguir, casi que siempre.

De acuerdo con Leandro Aldaburu, propietario del Novillo de Escazú, su cliente es un conocedor muy bueno de vinos, hasta más que los habitantes de países productores, por lo que vio el crecimiento del consumo en el país y se decidió en abrir, integrado dentro del Novillo el nuevo concepto para ofrecer vinos de alta gama "El Wine market".

Ahí brindan la oportunidad al consumidor de comprar vinos por onza, de esos que cuestan hasta $200, a través de máquinas dispensadoras de estas bebidas, con capacidad para mostrar 16, los cuales van rotando, porque ahí disponen de 160 etiquetas.

Mientras que en el restaurante la carta se compone de 40 vinos, pero muy selectos y a precios accesibles.

El consumo del vino en el Novillo es muy alto, aquí nadie teme pedir una botella porque los precios lo permiten, al igual que el menú que acompaña. Por copa se mueve mucho entre semana, en el día, mientras que por botella la venta destaca más por las noches y los fines de semana.

"Yo vendo un alrededor de 10 botellas en el dia, y 15 en la noche, pero los fines de semana son mucho más que 40 por noche, eso sin tomar en cuenta las ventas de sangría que según calculo pueden ser más de 45 copas por semana ", contó Aldaburu.

Leandro Aldaburu dice que el Novillo es el comprador número uno de Navarro Correas para América Latina, ese dato se lo brindó el proveedor.

La capacitación al consumidor también es importante a través de los Wine Dinner que realizan mensualmente. "El que sabe de vinos toma bueno y barato, no caro y bueno", dijo Leandro.

Sus principales proveedores son: Holterman, Florida Vinos & Destilados, Alpiste, Distribuidora Isleña, Grupo Pampa y Sabores Argentinos.

Los más consumidos en el restaurante

Navarro Correas Malbec, Lan , Trivento, Marqués de cáceres y Don Melchor de Concha y Toro, Luigi Bosca.

Tips

Tenemos lo mejor en implementos para el vino

Hotelería · Gastronomía · Hogar

Cod. 1015034

Mantenga la temperatura óptima para su colección de vinos con el refrigerador VT-34 TS de vino de 34 botellas.
Dimensiones: 19" W x 18.5" D x 32.7" H.

Temperatura 39°-65°F

Cod. 4612400

EL abridor y preservador profesional de vinos electrico de **Waring Pro** es la forma más conveniente de abrir un vino y preservarlo.Base elegante que funciona como unidad de carga y centro de almacenamiento. El abridor elimina hasta 50 corchos naturales o sintéticos en una carga completa y el conservador retira el aire de las botellas con sólo pulsar un boton para mantener fresco el vino.

Cod. 8122811

Innovador botellero modular, sostiene cuatro botellas con un alambre de alta resistencia y plástico resitente para dar estabilidad, puede conectar varios rack o bastidores con los clips incluidos y almacenar grandes colecciones de vinos, diseño que ahorra espacio.

Cod. 5211946

Bolsa Pic-Nic para botellas de vino y copas.

Incluye: 2 Copas de vino plásticas, 2 paños de algodón, un abridor de botellas

Cod. 3119693

Set de copas para Vino Vineyard Reserve surtido, incluye: 1 Copa vino Oporto 8.5Oz, copa Riesling 12.2Oz, copa Pinot Grigio 16Oz, copa Chardonnay 18OZ, copa Merlot 19.7Oz, Copa Cabernet 22Oz.

125 mts Oeste de Alimentos Jacks - Zona Industrial - Pavas / Tel: 2543-2100 www.tipscr.com

StampKey

Tarjetas de clientes frecuentes para Smartphones

Intensificar las relaciones con sus clientes

Ayudamos a los restaurantes, bares y tiendas a intensificar la relación con sus clientes y atraer nuevos clientes

Get it on Google play | Available on the App Store

- ✓ No gastos de configuración
- ✓ Rápido y fácil
- ✓ Emisión de sellos por 12h sin conexión a Internet

La aplicación *Stamp*Key

- Premiar a los clientes leales a través de tarjetas de estampillas personalizadas (por ejemplo, por cada 9 cafès, lleva el dècimo gratis)
- Beneficios para sus clientes:
  - Código QR único para cada usuario (a través de la aplicación o tarjeta de visita)
  - La aplicación también guarda las tarjetas de fidelidad de otras tiendas
  - El cliente puede enviar sus sellos a sus amigos y compañeros por email
  - Promociones que atraen nuevos clientes
- Necesita 1 smartphone por sitio mínimo para escanear los códigos QR
- Suscripciones a partir de USD 22.- mensuales

Suscripción de prueba disponible - 1 mes gratis

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

www.stampkey.com

Curso | SOMMELIER Profesional

Cupo limitado

Inicio: 20 de enero 2015
ZAMORA STATE (Santa Ana)

Cursos Libres:
Inicio el 21 de enero 2015
Studio Hotel (Santa Ana)

LA ESCUELA DEL VINO
CENTROAMERICA

Para mayor información
Tel: 2215-3211 / 8861-7461 / info@escueladelvino.com

WWW.ESCUELADELVINO.COM

"No hace falta tener tantas etiquetas"

Gabriel Raffaelli, lideró diversos restaurantes en Costa Rica donde tener más de 150 etiquetas de vino era lo común, sin embargo, desde que tiene su propio restaurante Maradentro, descubrió que más no es mejor, porque aunque no maneja un número exacto de cuántas variedades de vino conforman su carta, reconoce que son pocas, asi como dice que nunca antes había vendido tanto vino como ahora, y sobre todo del blanco.

El 25% de la facturación de este restaurante es en vino. "Ahora el cliente es más conocedor, así que no siento que haga falta tener tantas etiquetas", comentó

Tampoco tiene un estimado exacto de cuánto vende, pero considera que es un alrededor de 60 botellas semanales en vinos por copa, por ejemplo el mes pasado vendió un alrededor de 1200 sangrías, en copones de medio litro.

Gabriel selecciona el vino pensando en su propio gusto, y así lo coloca en mesa. Como su menú gastronómico es muy mediterráneo eso le permite vender mucho vino por copa, sobre todo del español, por el tipo de comida.

"Yo no tengo estrategias de ventas, no tengo alianzas con proveedores ni exclusividad con ninguno. hasta llegué a importar mis propios vinos", dijo.

De acuerdo con Gabriel los más vendidos en su restaurante son: Bodega del fin del mundo reserva malbec y Paco & Lola Albariño blanco novio de la paella mariscos y pescados

Tener tiempos de mesa muy largos, considera Raffaelli que eso se presta para abrir una botella de vino y disfrutarla, "porque cuando la gente está cómoda se toma hasta una botella"

"Aquí por lo menos una vez al mes hacemos winne dinner pero muy dinámicos, porque algo académico es aburrido y eso ayuda en las ventas", señaló

Sus proveedores son: Alpiste, Distribuidora Isleña, Florida Vinos & Destilados, Sabores Argentinos y Grupo Pampa.

Real Intercontinental Ipads sustituyen cartas

En el Hotel Real Intercontinental se encuentran en pleno proceso de cambio de la carta de vino. Ellos van de lleno hacia las nuevas tecnologías, porque están por sustituir las cartas tradicionales por los Ipads. De esta manera, de acuerdo con Manuel Sierra, Gerente de Alimentos y bebidas del Intercontinental, ellos buscan que el cliente pueda interactuar y tener una información más detalla de cada caldo, pero en una sola carta, muy completa para abarcar la diversidad de sabores de los cuatro restaurantes: The Market, Alfredo, Factory y Nau.

Porque para vender más y motivar al consumo del vino, el cliente tendrá en sus manos la posibilidad de ver la presentación de cada botella, las características e información de cada vino en un formato mucho más divertido.

"La carta ha sido seleccionada dentro de las variedades que nos ofrecen nuestro principales proveedores, como son Delika, Canachil, Alpiste, French Paradox, Grupo Pampa y Florida Vinos & Destilados", comentó Sierra.

Tendremos 100 referencias que incluirán vinos de Chile , Argentina , España , Italia , Francia ,Estados Unidos y Sudáfrica, además de una pequeña selección también de vinos kosher de Israel. "Con esta variedad consideramos que es suficiente para ofrecerle a nuestros clientes variedad y calidad al mismo tiempo sin caer en un número desproporcionado de referencias"

Manuel Sierra, Gerente de Alimentos y bebidas del Intercontinental dice que el consumo de vino en los restaurantes es muy alto por lo que no puede cuantificarlo.

Manuel señala como importante que la casas distribuidoras de vino hacen catas especiales en sus instalaciones donde les enseñan a los saloneros como catar , presentar y vender un vino dependiendo del tipo de clientela que se está atendiendo en el momento, ya que el mercado que ellos atienden es muy variado

Lo más vendido en los restaurantes del Intercontinental son los vinos Malbec , Merlot , Cabernet Sauvignon , Chardonnay y Chianti.

FAMILY OWNED SINCE 1935

Viu Manent es una Bodega chilena de propiedad Familiar, ubicada en el corazón del Valle de Colchagua. Pionera en el Enoturismo de Chile, produce vinos finos con identidad.

COMPROIM

Viu Manent Winery / www.viumanent.cl "El Abuso de licor es nocivo para la salud" www.comproim.net / Tel.: 2213 4344

Apetito presente en Miami

El Centro de Convenciones de Miami Beach fue el lugar de encuentro de miles de visitantes que llegaron en busca de productos nuevos y creativos para el sector hotelero y gastronómico. Por dos días, entre el 27 y 28 de octubre de 2014, Apetito se hizo presente a la 18th Americas Food & Beverage Show and Conference y aquí les presentamos a quienes nos encontramos en medio de los 11 pabellones internacionales.

Sandra Mormels Gerente General de Restaurante Jürgens y Jurgen Mormels Presidente de Delika by Gourmet Imports.

James Tancrell, Pablo Chaves y Joseph Porta de Jimmy T´S Provisions & Gourmet Foods

Claire Scheidemann International Marketing Manager de Imex Management

Jose L. Castillo Director General de Provisions International junto a Miguel Hernández Presidente de Idisa.

Ingra Moon Director / Oversea Sales División de las bebidas de OKF

Andrey Calderón Gerente de Operaciones y Johnny Calvo Gerente General de Agro Verde.

Guillermo Rodríguez de la Revista Apetito, Exphore y Expovino Costa Rica con Miguel Hernández Presidente de Idisa

Olaya Macías Propietaria y Eugenia Fernández, Gerente General de Rancho y Restaurante Olaris.

Doan Pico Gerente General de Gaia Foods

Carla Artiñano y José Moreira de Vinos Travesía en Ecuador.

Guillermo Rodríguez de la Revista Apetito, Exphore y Expovino Costa Rica, junto a Rodolfo Rodríguez Consul General del Consulado de Costa Rica en Florida, USA.

Este es el nuevo equipo instalado en el Hotel Westin Golf Resort & Spa Playa Conchal.

Keith & Ramírez Industrial

Previendo un rendimiento asegurado

Trabajo en equipo, con compromiso, conocimiento, comunicación y constancia, son algunos de los factores que marcaron la receta clave para el proceso de modernización del área de lavandería que iniciaron Keith & Ramírez y el hotel Westin Golf Resort & Spa Playa Conchal.

El líder de todo el proceso, Michael Gamboa, asesor de Keith & Ramírez, fue quien dirigió el equipo durante tres años, pues era un proyecto por etapas y con la inter coordinación de muchos funcionarios, para dar como resultado un megaproyecto exento de cualquier pérdida y con tiempo récord en entrega final completa.

El Hotel Westin requería de sustituir su planchador Girbau de aproximadamente 18 años de uso por un equipo nuevo con tecnología de punta, que le ofreciera el mejor precio-calidad del mercado, sistemas de seguridad para el personal, procesos eficientes, amigable con políticas ambientales y que a su vez le permitiera al personal una capacitación simple para la puesta en marcha lo más oportuna posible. Su capacidad para la óptima productividad en el área de lavandería funciona gracias a lavado, secado y tren de planchado en línea con una eficiencia y ahorro energético impresionante, pues cuenta con un reporte de cerca del 93% de rendimiento.

En este caso, para el hotel se colocó un equipo con aceite térmico, sin embargo, la versatilidad de Girbau contempla equipos con versiones a vapor y gas, así como tamaños que se adecuan a las exigencias de cada cliente. Del mismo modo, la seguridad pasa a ser vital, y en hoteles donde la salud ocupacional son pilares, este equipo refuerza las buenas prácticas pues cuentan con controles y exigencias máximas.

Al iniciar el proceso, el involucramiento por parte de Keith & Ramírez y del fabricante es completo, tal como en este caso, desde la aceptación de la oferta, se incluye la asesoría, la instalación, todo el proceso logístico, la capacitación, la puesta en marcha, el soporte y el mantenimiento. "Lo encomiable del proyecto radicó en que fue un desarrollo llave en mano, esto implica que Keith & Ramírez asume completamente la responsabilidad del proyecto, por parte del hotel sólo deseaban la entrega del tren de planchado", explica Gamboa.

La tecnología de los equipos va muy de la mano con un programa de soporte y mantenimientos que funcionan día y noche, garantizando además un stock de repuestos que constantemente se renueva. Así los hoteles tienen la garantía de que su área de lavandería estará en el mejor funcionamiento y sin atrasos que pongan en riesgo sus operaciones.

Luego de este largo proceso y una esmerada asesoría, Keith & Ramírez pone a disposición el servicio completo e integral de asesoría en la instalación de los equipos Girbau.

Para mayor información visite www.kr.co.cr, puede escribir a info@kr.co.cr.
Tel +506 2223 0111

Navidad, una época para regalar y celebrar con los mejores destilados

Johnnie Walker Blue Label: 190 años de ininterrumpida herencia mezcladora, personificada en Jim Beveridge, Master Blender de Casa Walker quien elige cada barrica en su estado perfecto de maduración para crear Johnnie Walker Blue Label. Las excepcionales barricas utilizadas para la mezcla de Johnnie Walker Blue Label son ciertamente especiales; solo 1 de cada 10.000 contiene whisky del suficiente carácter como para proporcionar su característico y notable sabor suave.

Johnnie Walker Platinum Label: Este whisky está inspirado en las mezclas creadas por John Walker en sus reuniones y fiestas privadas, a las cuales solo se podía acceder si se pertenecía al círculo íntimo de la familia Walker. Johnnie Walker Platinum Label es un whisky de 18 años de añejamiento sofisticado, contemporáneo y refinado, ideal para disfrutarlo en momentos exclusivos.

Johnnie Walker Gold Label Reserve: Diseñado para ser el ícono de celebración, Johnnie Walker Gold Label Reserve, es el resultado de la mezcla de los mejores whiskies, que incluyen barricas de Clynelish, un Single Malt cuya fuente de agua brota en Kildonan Hills, donde se encontraron pepitas de oro en 1868. Este exclusivo whisky dorado, indulgente, lujoso y con múltiples capas de sabor, es; como su nombre sugiere; perfecto para compartir en los momentos de celebración.

Adquiéralos aquí

Para esta temporada se creó la tienda "Pop up Store", ahí se encuentran beneficios únicos como el grabado y la personalización de las botellas Johnnie Walker Blue Label, sin costo adicional. Además por cada compra se obsequia un libro de coctelería.

El lugar: Multiplaza Escazú, 5ta etapa, tercer nivel frente a Daoro, en un horario de 10:00 a.m. a 9:00 p.m. y hasta el 25 de diciembre.

Además estos y otros productos se encuentran en las tiendas Vinum en Tibás, Centro Comercial Plaza Los Laureles y Centro Comercial Vía Lindora o en los principales supermercados del país.

La empresa está a cargo de las Chef Roxana Mesalles y Giuliana Capra, quien hace más de 20 se encargan de elaborar algunos de los postres del Restaurante Los Anonos. Distribuyen a restaurantes, hoteles y para todo tipo de eventos.

Postres de alta cocina

Para la elaboración de postres de un restaurante se requiere de un espacio físico acondicionado para la producción, espacio de almacenamiento de la materia prima, así como del equipo y del personal calificado. Contar con esto se puede convertir en un problema diario para el restaurante, ya que esto implica un gran costo, tiempo y cocinar diariamente para preparar postres a la altura.

En restaurantes de prestigio, es difícil disponer del tiempo para investigar platos a la carta, cocinar diariamente y preparar postres a la altura. Un postre que combine con los platos de alta cocina debe ser elaborado y ofrecer las mismas sorpresas que el resto de la comida, por lo que es sumamente importante cuidar ese último detalle.

Bó se puede convertir en la mano derecha de la persona encargada de la cocina, facilitando postres a la altura que combinen con los platos que ofrece el restaurante, ya que es sumamente importante cuidar ese último detalle a la carta.

¿Quién es Bó?

Bó es una empresa que ofrece postres con una gama de diseños exóticos y sabores exquisitos, garantizando su calidad al no añadir químicos, en busca de durabilidad y rentabilidad.

Ofrece postres en porciones individuales, minis, mini bites, en bandejas, con un amplio abanico de formas y sabores para satisfacer los paladares más exigentes, con recetas atractivas tanto a la vista como gustosas al paladar. Estos postres se pueden congelar, la ventaja es que el cliente puede sacar del congelador cada postre, según su necesidad.

Estos postres han tenido una gran aceptación en eventos como bodas, primeras comuniones, eventos familiares y menús ejecutivos. Actualmente agregaron variedad de bocadillos dulces a su lista de productos.

bó
Petite Dessert Station
Chef Giuliana & Roxana

Pedidos:
Bó Postres
Tel: 7196-0274
info@bochefs.com
Facebook: bocostarica

Pollo reduce costos y aumenta ventas

Si le interesa trabajar con una línea de productos que promete ayudar a fortalecer las ventas, esta información es especialmente para Usted

Tyson Foodservice se dio a la tarea de identificar los perfiles de productos de pollo más vendidos utilizando sus conocimientos sobre el comportamiento del consumidor. Se llevó a cabo una fina sintonía en la selección de productos para hacerle llegar al consumidor exactamente lo que busca, un balance entre la textura adecuada y el mejor perfil de sabor para que sea perfecto en cada categoría.

Ellos le apuntan a satisfacer la creciente demanda de los consumidores de productos de pollo de valor agregado totalmente pre-cocinados para la seguridad alimentaria. Se incluyen los sabores más populares de productos (como Strips de pechuga de pollo, Alitas BBQ y Alitas Hot, entre otros) a precios competitivos brindándole al cliente una asesoría de cómo reducir el costo de los artículos de menús de pollo, aumentando ventas por su perfil de sabor y calidad sin comprometer la satisfacción del cliente.

Estos productos están inspeccionados por el USDA y son de primera calidad. Los beneficios que estos productos brindan son variados: le permite administrar los costos de alimentos y garantizar la calidad del menú con un estándar en la textura y apariencia que va de la mano con el entendimiento del consumidor. También, le permite reducir los desperdicios y mermas en las preparaciones controlando las porciones de una manera más eficiente. Su rendimiento y consistencia es garantizada cocinando los productos en hornos o freidoras de acuerdo a la instrucción de cada producto.

Usted puede proporcionar una gran experiencia gastronómica con cada porción, utilizando el método que mejor se adapte a su operación para garantizar un sabor y apariencia excepcional.

Distribuye Global Partners: Tel: (506) 4000-5700

La popularidad del pollo empanizado sin hueso creció fuertemente. En 2013, los estadounidenses comieron 1.4 millones de sándwiches de pollo a la parrilla. Estos representan el 34% del total de pollo que se consume en los restaurantes.

Tyson Foodservice presenta una nueva gama de productos como alitas de pollo BBQ, hot y empanizadas, así como aperitivos de pollo, fajitas y filete de pechuga.

Dos camas en una

¿Cómo combinar cómodamente dos camas individuales cuando se necesita una cama más grande?

Ese es el producto estrella, el Bed Doubler Systems®, inventado por Sam Montross, una mujer empresaria, quien vio que dos camas individuales crean una cama king size. Eso la hizo patentar este producto y comenzar la comercialización del "Instant King" para la industria de la hospitalidad.

Esa cama cuenta con una suave piel de oveja que rellena la zona media donde las dos camas se unen, mientras un ancho cinturón de nylon de 2 pulgadas, con una hebilla de cierre a presión se envuelve alrededor de los lados del colchón y asegura los dos colchones hasta formar una cama King.

Cadence Keen Innovaciones (CKI), empresa estadounidense enfocada en productos novedosos para el sector de hospitalidad, originalmente conocida como China Horse, Inc., tiene 18 años en el mercado resolviendo ese viejo problema de cómo combinar dos camas individuales.

Sin embargo, Cadence Keen Innovaciones ahora cuenta con cuatro productos Doubler: Create-A-King ™, Doble Doubler®, Hospitality Plush ™, y Doubler® felpa.

Años y varios diseños después, Montross presenta su propia línea de productos para el cuidado del colchón sobre la base de nuevos tejidos y sistemas de tecnología. La última innovación, el colchón elevador MadeEZ® bed, levanta sin esfuerzo un colchón de la caja sin precisar el levantamiento manual. El dispositivo fue creado para reducir el alarmante incremento de lesiones en amas de llaves durante su rutina de trabajo.

Actualmente la empresa se encuentra buscando distribuidor en Costa Rica. Si usted se encuentra interesado puede contáctarlos a los correos electrónicos:

rolando.campos@swisstravelcr.com o
steven@cadencekeen.com
www.ckisolutions.us

Luis Arce comentó que ellos ofrecen alrededor de 3 cursos por mes, y en ciertos casos se desplazan a las empresas a brindarlos, sobre todo cuando son hoteles.

Tico Birra en Exphore

¿Qué le parece elaborar en su hotel o restaurante su propia cerveza de la casa? Está comprobado que ofrecer un producto diferenciador es un factor importante para hacer crecer un negocio

Con mucha fuerza, este concepto crece como la espuma en el mercado estadounidense y ya empieza a popularizarse en Costa Rica, con la elaboración de la cerveza artesanal, que según, Luis Arce, Co Propietario de la empresa Tico Birra, es muy fácil que cada negocio las fabrique en sus propias instalaciones.

Esta empresa, desde hace dos años y medio, implementó en el país cursos personalizados para elaborar cerveza artesanal, al gusto de cada cliente. Ellos además venden los insumos necesarios para la preparación, como las maltas y los lúpulos, de diferentes tipos, y los kits para elaborarlas, según sea la conveniencia del interesado.

"Tenemos a disposición un alrededor de 15 variedades de maltas y 10 de lúpulos porque dependiendo del ingrediente seleccionado el resultado va a ser diferente, es muy fácil, mucho es como cocinar", explicó Arce.

Tico Birra además de proveer con los ingredientes para fabricar cerveza, se dio a la tarea de capacitar a varios hoteles, quienes decidieron arriesgarse a ofrecer su propia cerveza "de la casa" a sus clientes.

Luis Arce, Copropietario de Tico Birra comentó además que en este corto período de tiempo que tienen de existir comenzaron a importar desde Estados unidos sidras artesanales, la cual en el mercado de la sidras de ese país es la marca número uno. " Nosotros iniciaremos con tres presentaciones, una que es más dulce, otra más seca y la más ligera con un gusto ácido. En estas bebidas la diferencia está en el sabor", indicó

Tico Birra, además iniciará con la importación de algunas cervezas artesanales. Ellos llegarán este 2015 a Expo Hoteles y Restaurantes EXPHORE, para mostrar todo lo que con negocio emprendedor puede lograr, a través de una receta muy original. ¿Usted se atreve?

Tico Birra Tel: (506) 2296-3486

Yo hago mi Cerveza con TicoBirra.com

PRODUCTOS NUEVOS

NEGOCIOS

COPA CULINARIA

Fotografías tomadas en Exphore 2014

EXPHORE

EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

16, 17 y 18 de Junio, 2015

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

Organiza:

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Revista Apetito
@revistaapetito

/Exphore

Reserve su Stand:

Guillermo Rodríguez • guillermo.rodriguez@eka.net

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

Adquiera su entrada gratis en:

www.exphore.com

CAPACITACIÓN

PROVEEDORES

Expositores: Confirmados al 5 de Diciembre, 2014

DIMMSA · SCA · Britt · Soluciones integrales · IEG Software · IBERICO · S&G Sistemas · Acuarium Piscinas & Spas · SALTO inspiredaccess · Refrigeración Omega · Tips · Nestlé Professional

Global Partners · ARTICA Máquinas de hielo · TicoBirra.com · Aceros Especiales s.a. · Mundo... · Dimpack empaques desechables · FARO Professional Supplies · OJEDA Centroamérica · Kimberly-Clark Professional

AB Acero Total · JOPCO · FAGOR · Spanish Royal Teak Fine Teak Furniture · Electrolux · Keith & Ramirez Industrial · AM Comercial S.A. para servir! · gns Alimentos y Bebidas

Importaciones Campos Rodin S.A. · yamuni mayoreo · Multivac Better Packaging · STS Security · micros POSPAN · Ciamesa · Distribuidora Universal de Alimentos

SJ Hand Crafted Leathers · VOLF · Pura Vida Co2 · HD Hellenic Designs · Café Sánchez · GERMAN-TEC · CKI Solutions · THARO saludable · Ferva del norte · Gaia foods

Compañía Nacional de Chocolates · Clea&Plae Kitchen accessories · IDISA · Diluca Internacional · El Angel · Panal S.A. · Superior Hotel Bed · florex · Banco Promerica · Florensa S.A. División Empaques

Reto Barista 2015

RETO barista

Patrocinadores: Dos Pinos ...siempre con algo mejor. · Britt

Con el apoyo de: Icafe Instituto del Café de Costa Rica · Café del Barista · Café de Costa Rica · INDICACIÓN GEOGRÁFICA® · Asociación Cafés Finos de Costa Rica

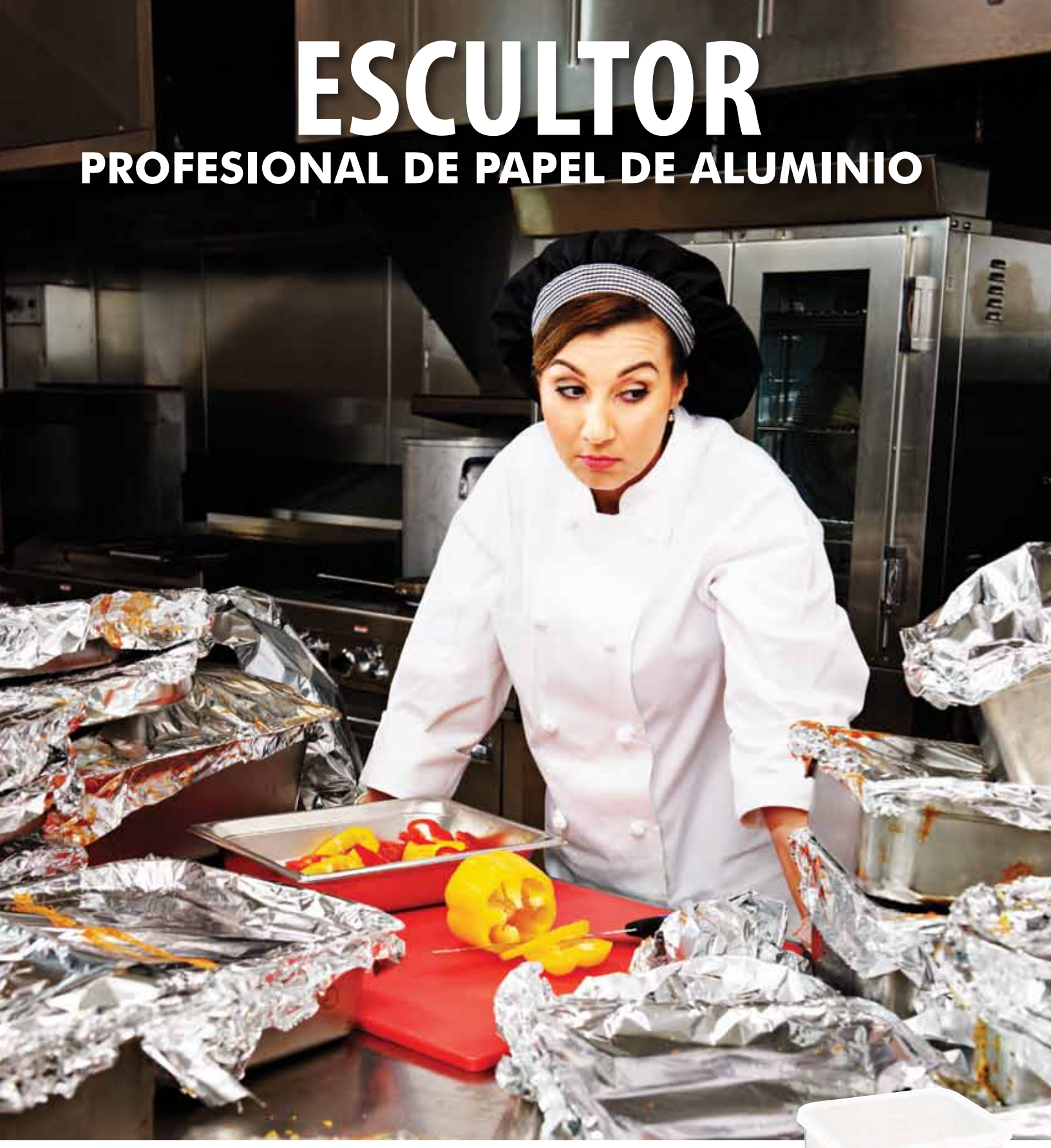
Copa culinaria 2015

Organizan: Apetito · ANCH

Avalado por: UNESCO · Para Panamericano de Asociaciones Gastronómicas Profesionales · Academia Culinaria

Patrocinadores: Nestlé Professional · TORK

ESCULTOR
PROFESIONAL DE PAPEL DE ALUMINIO



CAMBRO®

LIBÉRESE. SEA PROFESIONAL

CAMBRO.COM/PRO

Usted es un artista culinario profesional, no un escultor de tapas, su tiempo y talentos son mucho más valiosos que eso. Con **Cambro Food Storage Containers and Lids**, su cocina se mantiene ordenada y su comida fresca, segura y organizada.