

# Apetito

Hotels y restaurantes

Websites para  
restaurantes

Pág 30

Secretos del  
Gerente de A&B  
del Sheraton

Pág 32



● Especial  
de Cerveza

Pág 38

● Hotel  
Holiday Inn:  
Tecnosostenible

Pág 18

Four Seasons Resort Costa Rica

## Una sonrisa detrás de cada plato

Mario Alcocer, Chef Ejecutivo | Pág 34



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

Nº. 105  
Abril - Mayo 2014

f /Revista Apetito

**EXPLORE**  
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES  
6 al 8 de Mayo, 2014  
[www.explore.com](http://www.explore.com)

# Siente la suavidad.

Tienes que sentirlo para creerlo

Suave



Resistente



Inteligente



## Visítanos en Exphore

Expo-Hoteles y Restaurantes

Del 6 al 8 de Mayo

Centro de Eventos Pedregal

Stands 906, 908, 1007 y 1009

**TORK**

*Premium*

Suavidad superior  
para una mejor  
experiencia

Materiales  
renovables y  
reciclables que  
contribuyen a un  
mejor planeta

Manos secas más  
rápido gracias a una  
mayor absorbencia y  
desempeño



Toallas de alto  
desempeño significan  
menores costos y  
mayor ahorro

El complemento  
perfecto para el  
diseño de tus baños

Toallas más largas  
y resistentes



**Karl Hempel**  
**Director**  
[karl@ekaconsultores.com](mailto:karl@ekaconsultores.com)

Hay un talento que admiro cada vez más entre los empresarios del sector de hospitalidad y restauración. Se trata de una serie de acciones que terminan en el desarrollo de una experiencia.

He visto a estas personas en acción. Empiezan por observar; se fijan en todo. Se fijan en la gente y en lo que hace, observan cada detalle de su comportamiento en la zona que quieren impactar.

Después se concentran en las áreas donde de alguna forma quieren crear un cambio, quieren desarrollar un punto donde su clientela va a ganar una experiencia.

Y finalmente combinan eso que observaron, con lo que quieren llegar a crear; para imaginar algo totalmente nuevo, totalmente diferente.

Pero lo que más admiro de este talento, es lo que viene en las etapas finales. Una vez imaginado el proyecto, implementan con pasión y sin contemplamientos, para llegar a ver con sus ojos lo que la mente había dibujado. Y finalizan con una experiencia, con un momento que sus clientes valoran.

Y aquí está el secreto que muchos guardan con recelo, la mayoría de ellos le ponen un precio a su creación, un precio que les permita operar y ofrecer al cliente esta experiencia en forma continua, y un precio que les permita a ellos cosechar el fruto de su trabajo y su visión.

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



## Contenido

### 8. Cartas

#### Aperitivos

10. Bellini: El anfitrión de platos ligeros  
Restaurantes aceptan billetera electrónica
12. Diseñados en función del café
13. Hotel del surf
14. Productos nuevos
15. Productos nuevos
16. Especialmente para exteriores
17. Inglés para sector turismo y hotelero  
Maradentro en Distrito 4
18. Estrategias gastronómicas del Hotel Real Intercontinental  
Hotel Holiday Inn, Tecnosostenible
19. Nuevos puestos gerenciales
20. Incorporando carne de conejo en el menú
21. Whisky y el maridaje
22. Cerdo saludable  
¿Dónde conseguir carne de cordero?
23. Muy italianos
24. Vinos para acompañar  
Del grano al empaque
26. "El alma del negocio es la comida"  
El Saprissa incursiona con alimentos y bebidas
28. Capacitación: Los grandes ganadores
30. Websites para restaurantes
31. Expo vino: El vino y sus aromas

#### Hotelería

32. Quiebres de bazar con los proveedores
34. Four Seasons Resort Costa Rica: Una sonrisa detrás de cada plato
38. Especial de cerveza. Maridaje con cerveza: Un matrimonio complejo
40. Cerveza: Un patrón de consumo cambiante
41. Artesanales pasteurizadas
42. Cerveza Volpina  
Cerveza Stella Artois
43. Cerveza Peroni  
Cerveza San Miguel
44. Cerveza Segua  
Cerveza Heineken
45. Cerveza Tumbacalzones  
Cerveza Malinche
46. Cerveza Fercas Browm Ale  
Cerveza Erdinger Pikantus
48. De cultura 100% cervecera  
Las de más consumo en EEUU

#### Turismo

50. Aprobación de ley brinda esperanza a costeros

#### De compras

51. Aplicaciones tecnológicas con buen sabor
52. Soluciones de limpieza
54. Nueva alternativa para ejercitarse al aire libre

# GO&FUN

GREEN ENERGY DRINK

- 4 EXTRACTOS ENERGIZANTES
- 1 EXTRACTO ANTIOXIDANTE



NUEVO

NATURAL  
POWER

GINSENG  
GUARANA  
MATE  
RHODIOLA  
TÉ VERDE

SIN TAURINA  
SIN conservantes  
SIN glucuronolactona

SIN  
GLUTEN

- + VITAMINAS DEL GRUPO B  
VITAMINA C
- CAFEÍNA NATURAL  
EXTRAÍDO DE GUARANÁ,  
MATE Y TÉ VERDE
- UN SABOR QUE  
GUSTA A TODOS

GO  
&FUN

GREEN ENERGY DRINK

Belca

FOODSERVICE

BELCA Costa Rica

Tel: (506) 2509-2000

1 Km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén.

Heredia, Costa Rica

 /Belca CR



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

## Ser auténticos

Confieso que mi paladar fue atrapado y conquistado por sabores únicos de mucha originalidad.

Pero no hablo de vino, cerveza o café. Tampoco de un platillo específico. Es que reconozco y disfruto mucho del buen sabor que deja una excelente atención.

Quizás a nadie le interese cual es mi bebida, comida o lugar favorito, y tampoco lo diré, pero sí me parece importante compartir qué factor me hace sentir atrapada, para volver a probar algo, para regresar a un lugar y hasta para recomendar visitar sitios gastronómicos u hoteleros.

Es lo auténtico de cada cosa. Desde la historia que cuenta cada elemento, hasta el aprender a apreciarlo, tenerlo; acostumbrando ya sea el paladar o hacia abrir todos los sentidos, para hacer de cada cosa un verdadero placer. Eso es en realidad lo que buscamos todos, más aún cuando somos el cliente.

Usted como empresario tiene la oportunidad frente a sus ojos para ser auténtico.

Es fácil. Muéstrese tal cual es. Cuente la historia que posee cada producto o su empresa. Porque definitivamente eso es lo que importa, para determinar si lo necesitamos; el por qué debemos tener algo o ser parte de nosotros.

Le aseguro que así ganará un cliente fiel... En lo personal trato de hacerlo a diario.

**Sale e Pepe... ila Pizzeria**

Contiguo a Heladería Pop's, San Rafael de Escazú-Costa Rica  
Tel. 2289-5750 • Fax: 2289-3296

### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl@ekaconsultores.com

### Directora general

Michelle Goddard  
michelle@ekaconsultores.com

### Editora

Milagro Arias  
milagro@ekaconsultores.com

### Asesor comercial

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

### Directora Arte

Nuria Mesalles J.  
nuria@ekaconsultores.com

### Diseño y diagramación

Irania Salazar Solís  
DO2- Design Outsourcing Solutions S.A.

### Directora eventos

Carolina Martén  
carolina@ekaconsultores.com

### Circulación

Andrea Moodie  
suscripciones@eka.net

### Colaboradores

Susana Guevara  
Alejandro Redondo  
Diego Arguedas  
Mariana Sáenz  
Catalina Blanco

# 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.apetitoonline.com](http://www.apetitoonline.com)

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

- @revistaapetito
- @expovino



Todo lo que  
empieza bien  
**termina bien**

Celebremos tener  
**0 ACCIDENTES**  
EN EL TRABAJO

Seguridad y Salud  
en la manipulación  
de productos alimenticios



**28 de Abril**

Día Mundial de la Seguridad y Salud  
en el Trabajo



Lugares de Trabajo  
**Excepcionales**

Anúnciese en *Apetito* y reserve su stand en *Expohore 2015*



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



**14.153**

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

**Suscríbase a la edición digital gratis**

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

## Cartas

### Leo sus artículos y me gustan

Soy la Gerente General del Restaurante Pizza La Finca. Estamos cumpliendo 20 años de servicio. ¡Visítenos! Me encantará tener su comentario. Abierto: jueves de 4 pm a 10 pm Viernes de 4 pm a 11 pm Sabado de 12 md a 11 pm , Domingo de 12 md a 6 pm. Le esperamos.

Maria Cecilia Corrales Cordero

### ¿Cuándo es Expovino?

Actualmente estoy trabajando en una cadena de Restaurantes y me gustaría saber más información y datos de la próxima Expovino.

Anette Vega Chavez

*R/* Pronto lo estaremos publicando en [expovinoc.com](http://expovinoc.com) y en *Apetito*, saludos.

### Especial de café

Estuve leyendo los artículos del especial de café, todos muy completos e interesantes. Les sugiero para la próxima, visitar cafeterías también fuera del área metropolitana. Los felicito.

Vivian Vargas, barista.

## Encuentre ejemplares de *Apetito* en nuestros puntos de distribución







## EL EQUIPAMIENTO DE SU HOTEL

Brindamos asesoría e implementación para el equipamiento de hoteles. **Tenemos líneas de crédito y planes de financiamiento especiales para su proyecto.**



# El anfitrión de platos ligeros

El cóctel en botella Bellini está llamando la atención de gran cantidad de restaurantes en el mundo entero, porque sus creadores aseguran que genera buena rentabilidad en sus negocios. ¿Por qué?

De acuerdo con Fabio Lunardi, Export Manager de Canella, empresa fabricante de Bellini, la bebida se ofrece en presentaciones de 750ml, que rinde para siete copas, mientras que la de 250ml, alcanza para dos. Siempre se debe servir en la medida de 10cl.

Bellini es un cóctel espumoso hecho a base de la mezcla de jugo de melocotón blanco, prosecco y dos gotas de frambuesa, para el color rosa.

Canella fabrica anualmente 2.5 millones de botellas de Bellini en el mundo, y lo distribuyen en 50 países, principalmente Estados Unidos, Alemania, Japón y Brasil.

Fabio Lunardi visitó Costa Rica a través del distribuidor de Bellini, Grupo Cricefa, para fortalecer el canal de mercadeo. Con él visitaron diversidad de restaurantes, como



Fabio Lunardi, Marcos Torres y Elliot Garita, visitaron diversos restaurantes, como Furca, donde se distribuye el Bellini.

Furca, quien lo ofrece desde inicios del 2014 a sus clientes; así como en algunas cadenas de supermercado.

"El que toma una copa de Bellini toma dos", explicó Fabio Lunardi. De ahí la importancia de servirlo bien. Debe ser frío a una temperatura de 5 grados, en copa flauta. Es importante explicar a los consumidores que es una bebida suave, fresca, afrutada, sin azúcar, de un contenido alcohólico bajo, a un 5%.

Se recomienda previo a una actividad o a las cenas, así como con las entradas. Porque es más suave, no es seco, ni empalagoso. "Es ideal para preparar al comensal hacia los platos fuertes, no para acompañar la cena, aunque algunos la prefieren para toda la noche", comentó Lunardi.

En Europa está considerado el aperitivo con menos calorías.

Distribuye: Grupo Cricefa  
Tel: (506) 6045-7013

# Restaurantes aceptan billetera electrónica

Un sustituto del dinero en efectivo, que no es una tarjeta de crédito ni débito y que facilita pagos y transferencias a terceros, es una propuesta interesante que está atrayendo a muchos negocios, incluyendo alrededor de 100 restaurantes ya afiliados, a una manera dinámica de pago, diseñada para smartphones. Funciona asociando cuentas bancarias.

Antojitos San Pedro lo implementó como modalidad de pago, desde hace tres meses que lo conoció. Ellos comentan que han obtenido grandes beneficios, como el cobro de la mitad de la comisión que comúnmente hace una tarjeta de crédito. Además de recibir los depósitos realizados a Zimp, el mismo día.

"Pagar en Zimp es lo más sencillo que hay. Yo me enamoré del proyecto porque buscamos cosas innovadoras que además de beneficiarnos a nosotros, favorezcan al cliente. Es una excelente idea para evitar el efectivo y me encantaría que todos mis clientes me paguen así, por lo sencillo que también es, en segundos ya está el pago efectuado y me notifica de inmediato", comentó Muni Figueres, Gerente de Antojitos San Pedro.

Los usuarios de Zimp no deben pagar anualidad, además el sistema asegura a los negocios, que quien paga es el dueño real de la billetera electrónica, ya que al afiliarse, deben colocar una fotografía y si quieren pueden transferir de manera sencilla y rápida dinero a otros usuarios.

Carlos Castro, Gerente de Zimp, indicó que los requisitos para el comercio afiliado es tener conexión a internet en el punto de venta, por el momento no funciona para puntos de venta integrados (como supermercados, aunque hacia ahí van). La comisión para el comercio es del 1% al 2% (la mitad de la comisión que

cobran los bancos). La transacción es web así que no requiere instalación de software.

"Actualmente hay 9000 usuarios activos (en 3 meses) la aplicación es gratuita. Está disponible para iOS y Android, mientras que para Windows Phone está en proceso", dijo Castro.

Zimp Tel: (506) 4033-6288



Muni Figueres, Gerente de Antojitos San Pedro comentó que desde que ella asumió la Gerencia del restaurante, desde hace unos meses, iniciaron con cambios importantes para satisfacer más al cliente

klean  kanteen®

Adiós plástico, adiós cartón



En Klean Kanteen creemos firmemente que la mejor forma de reemplazar un producto de un solo uso no es haciendo un reemplazo más duradero, sino creando un producto que hace mucho...mucho más. Todo lo que un papel o un plástico de un solo uso puede hacer, nuestra inoxidable Vacuum Tumbler puede hacerlo mucho mejor.

El aislamiento y el acero electropulido e inoxidable de nuestra **Vacuum Tumbler** se combinan para proteger el sabor y la temperatura de cualquier bebida que tenga adentro.

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

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

yamuni mayoreo

¿Te gustaría conocer más de la  
gastronomía italiana?



**euroalimentos**

Un rincón de Italia en Costa Rica

 Euroalimentos

Teléfono: 2215-2380 • Fax: 2215-2364 • e-mail: [info@euroalimentoscr.com](mailto:info@euroalimentoscr.com)

Dirección: Escazú, del puente de Multiplaza 150 metros noroeste

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

# Diseñados en función del café

Un espacio confortable donde todos los sentidos sean incentivados. En eso se basaron para diseñar el Café del Club Unión. Porque están seguros que al cliente debe provocársele reacciones a través del diseño

Y precisamente es con la suma de varios elementos que se logra que el cliente repita la experiencia de compra y de visitar un lugar; según Susana Guadamuz, arquitecta de interiores. "Es crear clientes fieles, hacia donde ellos se sientan cómodos", comentó.

Por eso, desde que se sube la rampa hacia el Café del Club Unión, se vive toda una experiencia. Iniciando con la vista de las plantas de café sembradas en la entrada, hasta la barrera visual externa implementada a través de la vegetación en la parte frontal, con el objetivo de brindar una sensación de



La barrera visual creada, en medio de la vegetación de caña y bambú, invita a compartir de un ambiente fresco y cómodo en un espacio creado en medio de dos edificios emblema de la arquitectura en Costa Rica, que buscó integrarse sin obstaculizarlos.

frescura.

"Más en un espacio tan pequeño, se tomaron en cuenta circulaciones, distancias, pasillos, medidas de mesas, etc", comenta Susana.

De ahí que, en medio de columnas originales de mármol, diseñaron el lugar con elementos

que asimilan metal, vidrio y accesorios cromados. Con un piso que asimila teja, en PVC.

De acuerdo con Susana, ellos conceptualizaron el espacio para pasar desapercibidos, en medio de dos elementos importantes: Los Edificios patrimoniales, del Correo y el Club.

"El arquitecto Abel Laurito creó un contraste para integrar este café buscando hacerlo transparente. Por eso, nosotros buscamos el diseño interno hacia la iluminación, para dar una sensación de un ambiente fresco y amplio en 60 metros cuadrados", explicó Guadamuz.

Susana señaló como importante la selección del color para crear ambientes. En este caso, lo gris, lo blanco y lo café imperan, para que así el elemento central que es en madera, lograra incorporar una iluminación interesante que enfatiza a la máquina de café.

La diseñadora explicó que, con respecto a las paredes se seleccionó una colección de fotografías profesionales, para que contaran toda la historia del café a través de las imágenes que plasman, desde la flor, hasta el crecimiento y la recolección del grano de oro.

"Cuando se seleccionan imágenes, se hace dependiendo de la proporción de espacio y así también se determina la cantidad de fotos a decorar", indicó

Diseño del Club, Mariposa Design  
Tel: (506) 2244-6332

**TELAS Y PISOS  
CON LA MEJOR CALIDAD**

*Productos hechos por Proquinal S. A. en Bogotá, Colombia.*

**PELETERÍA Y VINILES LOS ÁNGELES S.A.**  
**Ana Maythé Oviedo**  
[506] 2233 0709 • 8383 1991  
vinilsmajoma@hotmail.com

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

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO  
**PROQUINAL**

# Hotel del surf

La experiencia de Kalon Surf, nuevo hotel estilo boutique, inicia desde el primer contacto con el cliente, donde se comparten las inquietudes. Una vez confirmada la reservación, a través de un sitio web privado los clientes pueden conocer desde el itinerario para su semana, así como el definir sus gustos y preferencias en lo que a comida se refiere.

Ahí, el huésped puede solicitar el todo incluido, que es un paquete de siete noches de estadía en la nueva mansión, con cinco sesiones de surf que duran de tres a cuatro horas, contando con instructores certificados que trabajan en un radio de 3:1 (tres clientes - 1 instructor).

Incluye sesiones diarias de vídeo análisis donde se repasan los videos y fotos que el camarógrafo del hotel toma durante la sesión de surf, explicando a los clientes cuales son los puntos donde se debe mejorar y los aciertos de cada clase para su enfoque y mejoras el siguiente día.

Después de tres sesiones de surf, los visitantes tienen un día libre donde se programa para



La inversión de este lugar es aproximada a los \$1.4 millones.

cada uno un masaje relajante de una hora y dos clases de pilates, que se imparten al principio y al fin de la semana, también pueden disfrutar del mar o de la piscina infinita, además de los senderos para caminar debidamente demarcados en la zona.

Este hotel se ubica en Dominical, en una propiedad de 25,500 metros cuadrados, donde se conserva bosque primario, hogar de muchas especies de la zona como los tucanes, monos cara blanca, pizotes, y congos, entre otros.

El lugar posee seis habitaciones, y está

diseñado para brindar una atención personalizada a sus huéspedes, por medio de sus propietarios Kjeld Shnigt y Silene Vega, quienes reciben un máximo de 10 huéspedes por semana, principalmente visitantes extranjeros amantes del surf y la naturaleza.

"Tenemos como resultado una mansión con un estilo Bali que cuenta con una interpretación muy tica, donde elementos cálidos como la madera y muchos ventanales están presentes y la utilización de otros factores, propios de las nuevas tendencias del diseño", explica Silene. Kalon Surf Tel: (506) 8334-9856

## Los mejores equipos de panadería y pastelería AHORA A SU ALCANCE

# G.PANIZ

Equipos destinados para su uso en panaderías, pastelerías y diferentes negocios de la industria alimentaria.

Realizan funciones básicas y complejas de forma rápida, higiénica y eficiente.

Excelente homogeneidad en cada proceso.



Cod. 6170080

Molino de pan construido en acero inoxidable.  
Voltaje 110 V/60 Hz  
Potencia 1.0 Cv  
Velocidad de producción 3450 RPM

Dimensiones:  
665 x 355 x 275 mm



Cod. 6170110

Estrusora multifuncional para preparar, amasar, laminar y formar masas.  
Voltaje 110 V/60 Hz  
Capacidad 10 Kg  
Potencia ½ Cv

Dimensiones:  
340 x 195 x 410 mm



Cod. 6170010

Desmechador de carnes, cubeta de acero inoxidable.  
Capacidad de 10 Kg  
Potencia de ¼ Cv  
Voltaje de 110V /60 Hz

Dimensiones:  
445 x 340 x 670 mm



Cod. 6170450

Horno pizza a gas, fabricado en acero SAE1020 y revestido con pintura epoxi blanca.  
Sistema de apertura de la puerta estilo guillotina, sistema de gaveta móvil que facilita el acondicionamiento de los quemadores.

Dimensiones del horno  
1450 x 615 x 880 mm



Cod. 6170500

Cámara fermentadora de 20 bandejas, estructura externa en acero pre-pintado e interna de acero inoxidable 430.  
Bajo nivel de ruido potencia 500 Watts

Dimensiones:  
2140 x 870 x 920 mm.

**Tips**

Hotelería • Gastronomía • Hogar

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

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

# Productos Nuevos



## Muy seguras

*Puertas de seguridad cubiertas contra ballística*, fuego, comercial y domiciliar, con tecnología israelí, son diseñadas en variedad de estilos.

**Distribuye: Corporación A.S.I (506) 7029-5548**

## Aromatizante poderoso

*Servicio AromaSpace* permite aromatizar hasta 1000 m2, a través de fragancias de alta gama para marcar una diferencia, aumentando la lealtad de los clientes

**Distribuye: Sanor Costa Rica S.A**  
[www.sanor.cr](http://www.sanor.cr)



Aurelia II - Máquina oficial del World Barista Championship 2012-2014

Desempeño garantizado para los baristas más exigentes.



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





## Especiales para enfriar cerveza

*Dispensadores refrigerados para cerveza de barril.* Con un Stock disponible en equipos de 1 y 2 puertas, capacidad de 1 y 3 disparos. Marca: Fagor

**Distribuye Jopco: (506) 2215-3545**

## Muy frescos

*Aceites de oliva O-live & Co,* son producidos y envasados dentro de las dos primeras horas a partir de la cosecha ayudando a mantener el sabor fresco.

**Distribuye Delika: (506) 2239-10-19**



## Tyson Foodservice llega a Costa Rica

*Ahora una nueva variedad de productos estarán disponibles en presentación*

*Foodservice,* desde alitas hasta filetes de pollo. Visítelos en Exphore y conozca la nueva línea de productos de la familia Tyson Foods disponibles para su negocio.

**Distribuye Global Partners: (506) 2293-3896**



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



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

# Especialmente para exteriores

Cuando de arquitectura textil se trata, la creatividad, los colores y lo que permite el ambiente, sobre todo cuando es exterior; obliga a buscar un factor indispensable: La resistencia al agua y rayos UV. Y eso precisamente, es lo que ofrece la empresa Decoral del Este. Expertos desde hace 25 años en la comercialización de productos importados para uso marino como telas, lonas y viniles.

Ellos no se limitaron a la venta. La elaboración de toldos y sombrillas. La tapicería de muebles náuticos como yates, botes y hacia diversas áreas exteriores de hoteles, restaurantes, cabinas, casas de playa y diversos negocios turísticos, los obligó a iniciar en la manufactura de diversas confecciones, por una necesidad del cliente. Caracterizados por el uso de hilos marinos resistentes a la humedad, a los rayos UV y al agua.

De acuerdo con Juan Manuel Alonso, Director Comercial de la empresa, ellos se preocuparon por cubrir las necesidades de los negocios turísticos, desde brindar una asesoría, diseñar, recomendar, confeccionar. "Es un servicio completo, porque hasta realizamos la instalación", indicó.

En Decoral del Este, todo lo hacen a la medida, y hasta incursionaron en la importación, venta e instalación de piso vinílico, imitación mosaico y madera, 100% PVC, lo que los hace impermeables.

"¿Qué más podemos hacer? Desde marquesinas para restaurantes o terrazas, hasta toldos con ventanas y paredes, así como plásticos marinos para carros de golf. Decoral del Este Tel.: (506) 2256-0410

En Decoral del Este además de confeccionar cualquier necesidad textil, también venden los materiales para la elaboración.



**Nuevos  
Productos  
Orientales**



**ANCYFER**  
Producción Oriental  
Edamame trijol de soya - Tacos chinos - Salsa Tailandesa  
y muchos más productos orientales...



**Alimentos  
y utensilios  
para  
Food Service**

Tel: 2256-8106 • Fax: 2223-3082 • [www.ancyfer.com](http://www.ancyfer.com) • E-mail: [ancyfer@ice.co.cr](mailto:ancyfer@ice.co.cr)  
100m este y 50m sur del AYA, Paseo de los Estudiantes



# Inglés para sector turismo y hotelero

Cursos de inglés. Básicos, intermedios o avanzados. Especializados para el sector turismo y hotelero, ya sea a través de módulos cortos o programas completos, se ofrecen para camareras, bartender, salones, recepcionistas, oficiales de seguridad y el personal que trabaje directamente con turistas.

El Instituto Nacional de Aprendizaje INA, por medio del subsector de idiomas, dispone de una oferta muy variada, hacia todas las regiones del país que lo necesiten. Ya sea a brindarse en las sedes, en municipalidades o en los hoteles que lo requieran.

Virginia Garita Sánchez, encargada del subsector de idiomas del INA, explicó que los

programas están diseñados hacia el profesional que necesite comunicarse con el cliente, desde un nivel no tan avanzado, más bien básico, hasta el conversacional de 720 horas, denominado programa para la comunicación con turistas de habla inglesa.

Lo que debe hacer el hotel interesado en los cursos es dirigirse a la sede del INA más cercana y solicitar el servicio. De acuerdo con Virginia ellos desarrollan las cuatro habilidades con más énfasis en la parte comunicativa.

Es importante señalar que el subsector de idiomas, desde hace tres años, brinda el curso de francés para chef, a un nivel de atención al cliente.

Actualmente el INA está diseñando incursionar en la enseñanza del mandarín básico, para que las personas puedan comunicarse con los clientes de cualquier sector.

"Nosotros, cuando diseñamos un curso, lo validamos con el sector respectivo. Cuando



elaboramos el programa para la comunicación con turistas de habla inglesa lo validamos con CANATUR", contó Virginia.

El INA gradúa por año de tres mil a cinco mil personas que se capacitan en el idioma inglés. Según datos proporcionados por Virginia Garita.

INA Tel.: (506) 2210-6000

# Creado para vender experiencias

"La oferta de los restaurantes crece en cantidad, pero no en calidad. Digamos que el mercado engorda, pero no evoluciona, cuando el crecimiento del mercado debe ser tridimensional, no hacia los lados, porque así siempre va a crecer. Por eso Yo me proyecto a crecer hacia arriba", explica Gabriel Rafaelli, reconocido Chef propietario del restaurante Maradentro.

Precisamente con esa visión, Gabriel se asoció con Cristina Jones, Directora de CJones&Co, empresa dedicada a la representación de productos de hospitalidad y desarrollo de mercados.

Juntos decidieron abrieron un segundo restaurante Maradentro, ubicado en el Complejo Distrito 4, Escazú.

Visualizados a vender experiencias culinarias, a través de todo un concepto gastronómico, que invita a disfrutar de momentos, con el buen comer y una atención personalizada, en un negocio con diseño modernista, elegante decoración, de iluminación suave y sabor mediterráneo.

Maradentro Tel.: (506) 40336461



Cristina Jones y Gabriel Rafaelli son amigos desde hace muchos años y se visualizan a seguir creciendo más.



Equipos para la Industria Gastronómica

Barreal de Heredia 2239.5516 San Joaquín de Flores 2265.2729

ventas@equiposab.com

Agradecemos a nuestros clientes que han depositado su confianza en nuestra empresa, también al equipo de trabajo sin el cual no hubiera sido posible el éxito y crecimiento logrado en estos quince años.

Seguiremos comprometidos en brindar calidad en todos los productos y servicios, manteniéndonos en continua evolución.



www.equiposab.com

## Estrategias gastronómicas del Hotel Real Intercontinental

En el Hotel Real Intercontinental están concentrados en reforzar la gastronomía de sus cuatro restaurantes. Su filosofía es realizar cambios en todos los menús, cada seis meses, para renovarse. Actualmente están desarrollando festivales gastronómicos, rotando cada dos meses, en cada restaurante, durante todo el 2014.

Manuel Sierra, Gerente de Alimentos y Bebidas del Intercontinental, explicó que la política de ellos es integrar nuevos platillos para que los clientes tengan la oportunidad de probar cosas diferentes.

El chef Ejecutivo Marcial Cañas y el Sous Chef Pravesh Kumar, originario de la India, se reúnen cada mes junto con los demás chefs de cada restaurante, y el equipo de 10 jefes de cocina, quienes analizan la evolución o no, que



La barreta es una opción que atrae muchos clientes al almuerzo.

tiene cada platillo, así como el movimiento y la aceptación de los clientes. De ahí es que obtienen la referencia hacia donde deben inclinarse con los cambios de menú.

Intercontinental se propuso captar más clientes nacionales para que visiten sus restaurantes, están incorporando también una nueva carta de tapas en Zambra Lobby Bar. Igualmente se concentraron en darle un impulso importante a la evolución de platos al momento y del día, a través de "la barreta" en el Restaurante Alfredo italiano.

"Nosotros nos interesamos en darle al cliente buena gastronomía, práctica, fácil, rápida o más gourmet, para eso tenemos opciones", indicó Sierra.

Actualmente el equipo de AyB del Intercontinental realiza un estudio de lo que les ha funcionado en cuanto a vinos, de las nuevas uvas que han salido, así como de las introducciones vinícolas que están llegando al país, para incorporar en una nueva carta de vinos que preparan.

## Hotel Holiday Inn Tecnosostenible

El Hotel Holiday Inn se propuso adecuar de forma automática las condiciones internas de sus instalaciones para generar confort a sus clientes. Esto les generó un 35% de ahorro en agua, un 17% en electricidad y un 15% en gas ¿Cómo lo hicieron?

Holiday Inn Escazú, posee un sistema para aislar el ruido en las habitaciones. Además un sistema de control centralizado llamado BMS, por sus siglas en inglés Building Monitor System, software manejado por una computadora central que gobierna cargas a través de pequeñas señales de control amplificadas para monitorear el manejo eficiente de bombas de agua, calentadores, equipos de aire acondicionado, extractores, luces, ascensores, inyectores de aire y otros.

Esto es posible porque las señales inician y detienen los equipos, restringiendo la



Un sistema inteligente maneja automáticamente la intensidad de las luces en función de la luz externa.

manipulación por el usuario, evitando así el error humano y los desperdicios energéticos.

El hotel cuenta con el sistema de iluminación Lutron, con tecnología de última generación en atenuación de luminarias fluorescentes. Los sistemas convencionales utilizan luminarias por filamentos incandescentes, que duran pocas horas y tienen un consumo excesivo de potencia. Sin embargo el hotel cuenta con balastos electrónicos que atenúan tubos de neón los cuales tienen una mayor vida útil y su consumo de potencia es menor.

El control de estos tubos atenuables se hace a través de un software central llamado Quantum, el cual integra sensores de luz día, de movimiento, ultrasónicos y de programación horario los cuales encienden las luminarias en la hora adecuada y con la intensidad apropiada.

Oliver Schüschner, Gerente General, dice que el haber implementado este sistema es todo un reto porque van a venir muchos hoteles, "el tamaño del pastel está creciendo y no tiene sentido ser igual", indicó.

# Nuevos puestos gerenciales

## Gerente Suizo

Michael Schmid, es el Gerente General del Hotel Andaz Peninsula Papagayo.

Es de nacionalidad Suiza, reconocido como pieza clave en la definición y el establecimiento del concepto Andaz en el mundo, jugando un papel integral en la instalación del primer hotel de la marca en Andaz en Liverpool Street, Londres.

Su trayectoria en la industria hotelera internacional es de 13 años. El Sr. Schmid ha sido el responsable de supervisar la dirección y el funcionamiento de algunas de las propiedades más conocidas de Hyatt. Michael ha trabajado en el Hotel Grand Hyatt São Paulo, en el Park Hyatt Moscow y en el Park Hyatt Zurich.



## De trayectoria hotelera

Ricardo Menéndez es el nuevo Gerente del Hotel Intercontinental Costa Rica. Posee una amplia trayectoria en hotelería. Desde el año 1995 al 2000 fue el Gerente de División del Hotel Mesón del Ángel, Puebla (Ahora Marriott Puebla) Real Hotels & Resorts. Posteriormente tuvo el cargo de Gerente de División de Intercontinental Costa Rica, así como la Gerencia General del Real Quality San José, también del Quality Santo Domingo. Trabajó para el Real Intercontinental Tegucigalpa Real Hotels and Resorts, al igual que para el Hotel Marriott Bogotá Real Hotels and Resorts.



## Estadounidense a cargo en el 8tavo

Andrew Graves es el nuevo Chef ejecutivo de Octavo. Ha desarrollado gran parte de su experiencia en Estados Unidos, en ciudades como Nueva York, Miami y Chicago.

A los 19 años se trasladó a Burlington, asistió a New England Culinary Institute. Obtuvo una licenciatura en Artes Culinarias. Se mudó a Nueva York para trabajar para Chef Don Pintabona en Tribeca Grill en Manhattan. Luego se trasladó a Sheboygan WI a trabajar en el Club Americano. Establecimiento de 5 diamantes. En 2003 se trasladó a Miami FL a trabajar para el Chef Norman Van Aken y en 2006 se trasladó a Chicago IL, a trabajar para el chef Grant Achatz en Alinea (más tarde como un restaurante número uno en los EE.UU.) Ahí fue el Sous Chef. En 2013 se trasladó a Costa Rica para abrir 8vo con Mike Katz.



# infrico

Vitrinas Europeas diseñadas para la pastelería, cafetería y panadería.  
Gran variedad de modelos para complementar el estilo de su negocio.

**KEITH & RAMIREZ**  
BUSINESS

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



# Incorporando carne de conejo en el menú

A la carne de conejo se le considera como una alternativa gastronómica sana, fácil de preparar y de calidad, quizás por eso es que diversidad de restaurantes costarricenses la están incorporando a sus menús.

Por lo general esta carne se comercializa en una sola pieza (en canal), pero si el cliente lo solicita, realizan los cortes según lo conveniente. Esta se puede dividir en 7 piezas: las patas delanteras, costillas, lomo y el perril o piernas traseras.

Conejos del Alto lo trabaja así. Esta empresa opera de forma artesanal en el sector de Santa Ana, desde hace tres años.

Ellos empaican el producto de manera independiente y entregada en hieleras o contenedores fresco, en el Gran Área Metropolitana o congelado para otros sectores. Roberto Carvajal, Gerente General de Conejos del Alto, dice que el consumo de la carne de conejo en Costa Rica va en aumento, dada la influencia de diversas culturas que se están integrando a nuestra sociedad.

"Además poco a poco la población se inclina a probar nuevos sabores descubriendo que es una carne sana, magra y con un alto contenido en fibra aportando muy poco colesterol al



Luis Mathieu, Chef de Ay Que Rico Catering Service preparando conejo asado en el BBQ Fest.

cuerpo humano", comentó Carvajal. Conejos del Alto cuenta con una clientela muy diversa que va desde restaurantes Gourmet, Bares hasta en Catering Service. Algunos clientes de ellos son: La Luna de Valencia y el Restaurante Colvet del Poas y el Instituto Politécnico Internacional con su Restaurante Le Chateau 1525.

## Receta de Conejo a la parrilla

Por Luis Mathieu M.

Chef Ejecutivo

ay que rico Gourmet & Catering Service

### Ingredientes:

1 conejo

Sal / Pimienta

Jugo de 1 limón

Vinagre

2 o 3 dientes de ajo picados

2 cucharadas de perejil picado  
½ taza de apio picado  
2 tazas de arroz hervido  
Manteca, cantidad necesaria  
Aceite  
Queso rallado

### Preparación:

Preparar un aliño con la sal, la pimienta, el perejil, el apio, el ajo, el aceite, el jugo de limón y el vinagre. Abrir el conejo y rasgar los muslos. Condimentar con el aliño y salar nuevamente sobre el mismo (un poco). Cocinar a la parrilla con carbón o a la leña. Cuando lo damos vuelta, volver a agregarle un poco del aliño. Aparte preparar un arroz hervido y agregarle manteca, queso rallado y gratinarlo. Servir el conejo acompañado del arroz.

Conejos del Alto Tel.: (506) 2282-6465

 **Manitowoc**  
MAQUINAS PARA HIELO



**ARTICA**



Gourmet

Cubos

Escamas

Hielo en todas sus formas

- Capacidades desde 25 hasta 1,500kg por día
- Servicio técnico, repuestos, soporte y mantenimiento

Visitenos 50metros norte de la agencia Bosch, La Uruca, San José

Tel.: 2257-9211 Correo: [ventas@artica.cr](mailto:ventas@artica.cr)

# Whisky y el maridaje

Arturo Savage embajador de la marca Johnnie Walker visitó Costa Rica para compartir sus conocimientos. El señaló a este siglo como maravilloso, porque se han roto muchos paradigmas a beneficio del maridaje y la gastronomía.

"Todo es como la moda, si funciona bien se hace. Ya no existe esa regla de que el vino blanco con mariscos y el tinto con carnes", indicó Savage.

Igualmente con el whisky. El consumidor debe decidir cómo tomarlo, y por esa razón World Class como iniciativa global en la búsqueda del mejor bartender del mundo, impulsa a través de la coctelería con whisky un reto.

"Se busca que el bartender no se limite a estar en la barra, que sea una estrella, como un chef del líquido, que sean asesores, consultores, y la importancia de hacerlo con whisky resalta, porque es uno de los destilados más complejos, de ahí el desafío", explicó Arturo.

El consumidor busca probar, y la idea, es sacar de la regla eso de los whiskys puros, aunque sea para una ocasión de consumo.

El whisky tiene mucho, según Savage. Con él se puede ampliar las posibilidades de combinación. Por medio de cócteles de pocos ingredientes, eso sí, señala, es enriquecer la experiencia sin



"A mí me gusta la combinación donde intervienen las cremas. Sin embargo, las posibilidades de mezclar con whisky son amplias", comentó Arturo Savage embajador de la marca Johnnie Walker.

desvirtuar el líquido.

El jengibre con whisky es ideal para refrescar; igualmente va muy bien con ginger ale, o el famoso whisky sour (limón, azúcar y clara de huevo). Los cítricos van muy bien, así como el tamarindo.

"A mí me gusta la combinación donde intervienen las cremas. Sin embargo, las posibilidades de mezclar con whisky son amplias", comentó Savage.

Vinum Tel: (506)2437-7301



## TENGA EL CONTROL TOTAL DE SU NEGOCIO



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

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



**Tel: (506) 2296-2345 | frojas@pospan.com | www.pospan.com | www.micros.com**

# Cerdo saludable

Si bien son muchas las formas de cocinar y consumir el cerdo, su sabor puede variar dependiendo de algunos factores que no son tomados en cuenta.

El problema empieza cuando los cerdos se crían en instalaciones generadoras de estrés y maltrato, producen otro sabor en su carne, así como el color y el ph. Es un hecho que, del bienestar animal y del no maltrato depende una carne buena y magra.

Precisamente, eso fue lo que tomó en cuenta Carnes Don Melchor, una unidad más del Grupo RZ, al preocuparse por el tipo de crianza que se le da al animal, para poder ofrecer un producto bueno y saludable a su cliente. Ellos lo hacen, a través de una integración vertical. Compran las materias primas en Chicago y producen su propio concentrado para alimentar a sus cerdos, por medio de un control absoluto, totalmente

certificado, para garantizar una trazabilidad completa de la inocuidad, desde que crían los cerdos hasta que entregan la carne.

Generan además carne amigable con el ambiente, porque en sus fincas trabajan por la certificación carbono neutro, con biodigestores donde por medio de plantas producen electricidad para el propio consumo.

“Los demás dan trazabilidad desde que el animal llega al matadero, nosotros desde la crianza”, dijo Johanna Rodríguez Gerente General de RZ.

Don Melchor cuenta con la certificación HACCP, que garantiza parámetros grandes de inocuidad, la planta procesa en fresco, y las entregas las hacen directamente.

Sus principales clientes son los restaurantes chinos, quienes compran mucho la posta, a granel en una sola pieza. Pero igualmente comercializan en carnicerías el cerdo en canal, de dos piezas entero o en instituciones y comedores, con cortes especiales como en chuleta porcionada, fajitas, costilla tipo San Luis o baby back, dependiendo de los requerimientos del cliente.

Don Melchor Tel.: (506) 2438-9800



Don Melchor cuenta con una planta especial para procesar piezas, como estos cortes de lomo, los cuales pueden porcionarlos.



## ¿Dónde conseguir carne de cordero?

Muchas veces nos preguntan ¿Dónde conseguimos cordero? Aquí les damos una opción: Agro Ovina Montana. Nos encontramos con el propietario: “La carne de cordero es cara y estamos trabajando para que la gente le pierda el miedo, por ejemplo

con cortes ahumados. El cordero es una carne muy noble. El secreto está en conseguir carne premium, en las especias: tomillo, romero, aceite de oliva y mucho rato en cocción”. “Tenemos un producto innovador: El chorizo parrillero. Uno de nuestros clientes es el Restaurante Fogo Brasil”. Andrés Torres García, Propietario de Agro Ovina Montana, empresa agrícola y carne de oveja. Tel.: (506) 2241-2350 / 8383-7223 [agrovinamontana@gmail.com](mailto:agrovinamontana@gmail.com)



### El respaldo de sus equipos hace toda la diferencia.

Taller de servicio más grande y especializado del país. #1 en contratos de mantenimiento.

Contamos con el apoyo directo de los fabricantes más reconocidos de la industria.



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

# Muy italianos

Un lugar tipo lounge, que invita a transportar los paladares hacia diversos rincones italianos, abrió sus puertas en Escazú. Un chef reconocido renueva su negocio y se asocia con dos médicos que quisieron meterse a restauranteros.

¿Cómo le suena degustar platillos minuciosamente elaborados? Como un risotto alla pescatora (arroz con mariscos). Gnocchi alla Norma (pasta de papas con tomates frescos). Crostini Di Pane (Crotones de pan con paté de pollo y crema de

berenjena, queso ricotta y chile dulce con queso). Bacio di Susanna (pasta de pizza frita, rellena de panacotta).

Ese es parte del menú, creado por la chef italiana Mimma Agueci, quien llega al Restaurante italiano Trilogía Lounge & Pesto Experience, ubicado en Plaza Natura, 200 metros del centro comercial La Paco, carretera a Santa Ana. Anteriormente William Steak and Grill.

William Ortiz, chef reconocido por formar parte del Doubletree Puntarenas, por más de 16 años, se asocia con dos médicos, Josías Juantá Castro y Carlos Chávez, ahora también

restauranteros.

Ellos remodelaron totalmente el lugar; el diseño, los muebles, el menú y la gastronomía, para ofrecer una cocina exclusiva y diferente. Con ayuda de la chef oriunda de Sicilia, especializada en cocina internacional, china, macrobiótica, española, quien ha trabajado en países como España, Nicaragua, Tunes, Italia y recientemente Costa Rica.

Mimma solamente trabaja con un menú propio en los restaurantes que llega. Se caracteriza por brindar una atención personalizada y auténtica italiana.

Trilogía Tel.: (506) 2288-7121



Mimma, Josías y William, comentan que disponen de una sala privada en el segundo piso del restaurante, especial para reuniones, almuerzos empresariales o sociales.

## KION



**DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES**

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

## Vinos para acompañar

Estos son vinos creados especialmente para acompañar la comida y caracterizados por comercializarse únicamente en restaurantes y hoteles. Recién llegan a Costa Rica, definidos como vinos fáciles pero complejos. Son riojanos para el buen comer:

Alejandro Redondo, Socio Co Propietario de la empresa Ensamble Food & Wine, distribuidora para Costa Rica de estos vinos, recomendó como combinarlos para lograr un buen equilibrio con la gastronomía.

**Loa:** "LOA, un vino icono, complejo, es a su vez fácil para disfrutar la mesa. Merece gastronomía de alto nivel, sutil pero con carácter. Algunas propuestas para comer con un LOA son chuletas de cordero al horno en salsa de moras silvestres, boeuf bourguignon –estofado de res cocinado al vino-, risotto de estofado con ossobuco", indicó Redondo.

**Spes:** Vino de vanguardia, versátil gastronómicamente hablando. Una personalidad adaptable al momento. Algunos platos para acompañarlo sería por ejemplo: Pechuga de pollo al grill con salsa de champiñones, costillas de cerdo con salsa ciruela y oporto, puntas de solomillo en salsa



**"Loa solo está autorizado para estar presente en 127 restaurantes en España. A partir de este año se está comercializando hacia otras regiones". Pablo Mora-Figueroa, Presidente de la Bodega Casalbor junto con el Representante Regional de Casalbor para Latinoamérica.**

**marsala.**

**Picardo:** Un Rioja muy moderno, vistoso, juguetón, elegante, fácil de tratar y muy amigable con el menú. Es un vino para completar grandes momentos, con comidas sofisticadas o más sencillas.

Se acompaña muy bien para empezar con pan, alioli y un plato de ibéricos –jamón, chorizo, lomo embuchado, queso manchego-, seguido puede disfrutarse con una corvina a la plancha en salsa española, unas gambas a la plancha con una salsita de tomillo y culantro,

ravioles de ricota con espinaca con salsa de mantequilla trufada y lluvia de pistachos, un trozo de carne roja al grill con sal gruesa de jamón serrano y salsa de morrón.

**Hizan:** El vino Hizan blanco es un verdejo. Es pura fruta, fresco y joven. Es muy versátil con la gastronomía, ideal para acompañar frituras, pescados blancos y grasos, mariscos y quesos. Son vinos con mucha personalidad, elaborados para acompañar la mesa y seguir y seguir.

Ensamble Food & Wine Tel: (506) 8810-0262

## Del grano al empaque

Cafetalera el Patalillo que existe desde 1888, decidió aventurarse a partir del 2014, a la comercialización del café debidamente molido y empaquetado. Ya no sólo exportan hacia mercados internacionales, en verde, es decir sin procesar. Ahora, están involucrados en todo el proceso, desde el grano, hasta el empaque. Elaboran el café en un tueste medio, porque señalan que así garantizan el equilibrio entre la acidez y el aroma

Con la marca, Café 100 al Norte, inician la venta en bolsas de 500 gramos, caracterizadas por un empaque con un cierre a presión, tipo zipper, que permite una vez abierto, conservar por más tiempo la frescura del producto.

Café 100 al norte está a la venta en Pricemart. Ellos esperan colocarlo en los diferentes supermercados del país. Igualmente en hoteles y restaurantes, a los que se les

puede ofrecer otro tamaño más industrial del empaque.

100 al Norte Tel: (506)2279-5253





## Dos Pinos, siempre con algo mejor

Con el respaldo de una larga trayectoria en el mercado nacional de consumo masivo de productos lácteos y derivados, hace más de 65 años **Dos Pinos** ha querido verse más allá de la mesa del consumidor. Más recientemente la **Cooperativa de Productos Dos Pinos R.L.**, se ha dado la tarea de entender y satisfacer las necesidades de clientes más especializados, cuyos requerimientos están orientados al sector de **Food Service**.

Como proveedor de materias primas **Dos Pinos** ha modernizado su Línea de Producción Industrial e institucional, lo que ha permitido desarrollar productos en presentaciones mucho más prácticas y flexibles, cubriendo así un mercado culinario y gastronómico creciente, exigente y muy variado; estos esfuerzos se traducen en una diversificación en el mercado que hoy permiten ofrecer a sus clientes una amplia gama de productos con ventajas competitivas, que suplen sus necesidades y hacen la diferencia en sus productos.

Nuestros productos son elaborados con leches procedentes de las mejores zonas de producción lechera del país, la confianza de nuestros clientes nos ha permitido alcanzar un amplio conocimiento técnico y contar con las mejores prácticas desde la producción primaria hasta la distribución final, así procuramos excelentes productos pasteurizados y homogenizados. Por su diseño son más económicos, tienen un alto rendimiento gracias a sus presentaciones de mayor volumen, sin abandonar las



propiedades nutricionales que los caracterizan, sin duda será un excelente componente en la elaboración de todo tipo de platillos como: salsas, batidos, café, arte latte, pizzas, postres, emparedados, reposterías, panes y bocadillos.

Con la calidad y el sabor de siempre **Dos Pinos** desea ser un aliado comercial para su negocio, les presentamos a continuación algunos de nuestros productos:

- Leche 3.5%, bolsa 10 lts
- Pastarella 2 kg
- Rebanadas tipo americano 1 kg

Servicio al Cliente 2222-3333 ó 2222-3344 | [contacto@dospinos.com](mailto:contacto@dospinos.com)  
[www.dospinos.com](http://www.dospinos.com)



**Britt**



Arts

Jugando con  
**Mariposas**

FERNANDO CARBALLO

**Creamos**

una colección de tazas para que sus  
clientes disfruten de una manera única:  
**llena de arte.**



**Café con arte**

**EDICIÓN LIMITADA**  
Colección exclusiva para Britt

No hay mayor placer que tomar un excelente café y más aún hacerlo en una taza con historia. **Britt** se complace en presentar esta exclusiva colección llena de arte para que sus clientes disfruten cada sorbo de nuestro exquisito café.

Entre el alegre vuelo de las mariposas y las risas juguetonas de sus nietas, Fernando Carballo plasmó sus emociones e imaginación en esta colección.



**Artista Nacional**  
FERNANDO CARBALLO

1978 Premio Nacional "Aquileo J. Echeverría", Dibujo  
1982 Premio Nacional "Aquileo J. Echeverría", Pintura



Para pedidos comuníquese al 2277-1620 o escribanos a [ventas@britt.com](mailto:ventas@britt.com)

## "El alma del negocio es la comida"

Modernizar los platillos, con nuevas técnicas y únicamente con ingredientes locales, es la receta de Andrew Graves, nuevo chef del Restaurante Octavo, ubicado en el Hotel Sheraton.

Al estadounidense Graves lo descubrió Mike Katz, propietario de Octavo, y apasionado del buen comer, en uno de sus viajes destinados a buscar buena gastronomía. Un amigo los presentó y Mike lo contrató por dos meses previo a la apertura del restaurante, como un consultor.

Ellos recorrieron todo el territorio nacional para seleccionar a sus proveedores, buscando nuevos productos, a través de productores pequeños, para destacar el menú del 8tavo. Posteriormente Mike abre, y capacitan a un Chef, al que reconocen como muy bueno, sin embargo sentían que les faltaba Andrew y lo convencen de mudarse a Costa Rica para dirigir 8tavo permanentemente, y así lograr los objetivos del lugar.

En el mes de Marzo se incorpora como Chef Ejecutivo. Y como su pasión es trabajar con ingredientes locales y presentarlos de forma diferente, al estilo gourmet, se dan a la tarea de crear novedades, integrar platos más fuertes y modernizar. Mike señala como ejemplo la entrada que



Mike Katz, propietario de Octavo, convenció al chef Andrew Graves de hacerse cargo del restaurante.

ofrecen de unos dedos de yuca, servidos con un queso de Santa María de Dota, llamado "Queso Pacheco". Los que muestran un fuerte movimiento, prueba de ello los 50 kilos de yuca que deben comprar por semana para abastecer a sus comensales.

De acuerdo con Mike, ellos también pasaron 10 días haciendo pruebas para lograr una hamburguesa exclusiva. Parte de su secreto, mezclar la carne, delmonico, con costilla y pierna, con una jalea de tocineta y compota de manzana y cebolla. El pan, ellos mismos lo hacen artesanalmente. Y el sabor es diferente a lo tradicional.

La pasión por el buen comer del propietario, amante de los tour gastronómicos, y quien ha viajado mucho atraído por conocer sabores diversos, asegura quiso compartir, plasmando lo que más le ha gustado. "En una visión diferente de lo que puede ser la comida", indicó Mike.

Mike siempre quiso tener un restaurante y pronto tendrá más negocios gastronómicos. A muy corto plazo, diseña un lugar exclusivo de panes rústicos y repostería, así como un restaurante de bocas, para rescatar la comida "de la abuela", en la zona de Escazú. Ya hasta la marca está registrada, "Chinchorro". Ese era su plan de un primer restaurante.

## Estadio Saprissa controlará alimentos y bebidas

Igual que en los grandes estadios del mundo. El Saprissa comenzó a realizar alianzas con

proveedores para tener el control total de la comercialización de alimentos y bebidas. Con una inversión de más de 500 mil dólares, en el Saprissa se preparan desde ya, por lo que iniciaron con la compra de equipos de refrigeración, de cocina, expendios de bebidas, entre otros.

Ellos están reacondicionando por completo el sector oeste para controlar y operar toda la venta de comida. De acuerdo con Juan Carlos Rojas, Presidente del Saprissa, lo hacen a través de una empresa paralela.

"En algunos casos pensamos comprar

alimentos ya casi preparados, además de mantener la alternativa de hacer algunos aquí, como hot dog, hamburguesas o algo así. Vamos a tener una cocina de calentamiento y otra de preparación. Mucho será como en los cines, con cosas ya listas, como en el caso de los nachos", comentó.

De acuerdo con Rojas, ellos ya tienen una alianza con una marca de pizza, sin embargo señala que pueden variar los proveedores y el tipo de comida. "Porque el mix de alimentos no puede ser el mismo con un concierto de Pavarotti por ejemplo a un partido de fútbol", puntualizó.



**¡Buenos resultados SIEMPRE!**

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



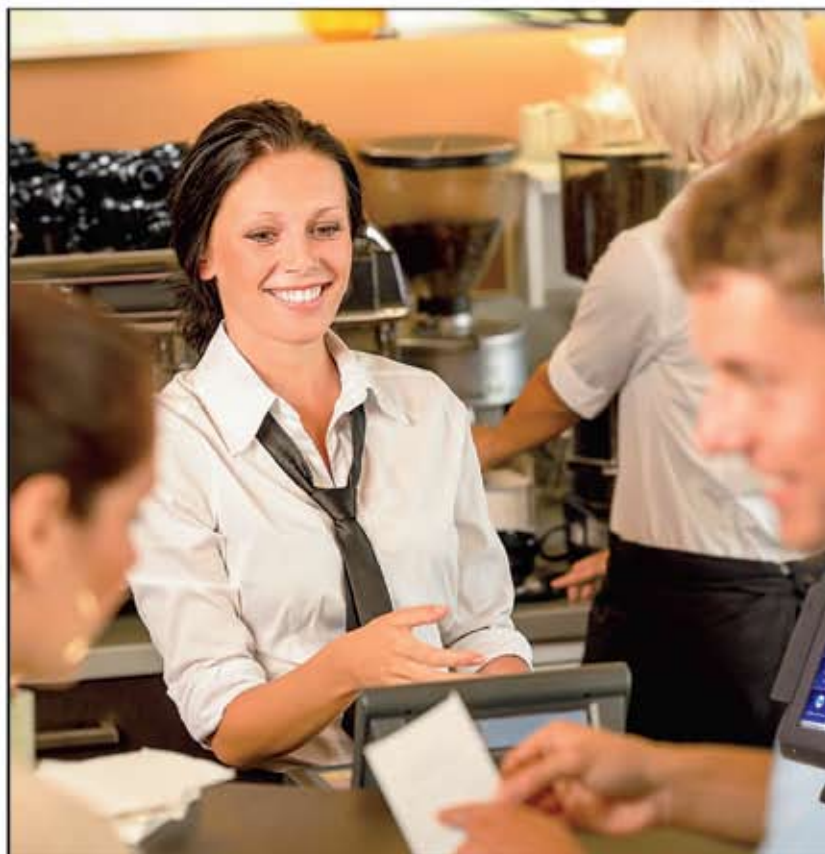
Ofrecemos equipos de tecnología de punta que permiten a nuestros clientes optimizar sus procesos de limpieza.



Protegemos la salud,  
higiene y bienestar  
de las personas

Tel: (506) 2438-4218 / Fax: (506) 2439-0322

E mail: [servicioalcliente@kemical.net](mailto:servicioalcliente@kemical.net) • [info@kemical.net](mailto:info@kemical.net)  
[www.kemical.net](http://www.kemical.net)



## Un negocio ágil con **ALDELO** POS

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

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



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

Internet, Redes Sociales, OTAS, Apps,  
Website, Tripadvisor:

# Los grandes ganadores

*La globalización del internet nos deja grandes ganadores y también unos cuantos perdedores o perdedores relativos; cuando hablamos de la industria de la hostelería\*.*



Por: Susana Guevara, MBA.  
Consuhotel  
info@consuhotel.com  
www.consuhotel.com

Sin duda los establecimientos turísticos oferentes de servicios somos los grandes ganadores: restaurantes, hoteles, arrendadoras de autos, tour operadores, pequeños hoteles boutique u hostales. Una de las grandes razones es la inmensa exposición a miles y literalmente millones de clientes potenciales a través del internet que de otra manera hubiera sido simplemente imposible de alcanzar.

Ni siquiera la cadena hotelera internacional más grande del mundo hoy por hoy IHG con toda su extraordinaria fuerza comercial, o la gigante de comida rápida Starbucks puede alcanzar a través de su propio web brand site la exposición que una sola OTA por ejemplo Expedia o el sitio de opiniones de viajeros Trip Advisor con más de 260 millones de visitantes mensuales puede ofrecernos.

Parece apropiado usar para este artículo la referencia a una mesa. Hay varios elementos que hacen la diferencia para el comensal, tan obvios como la cubertería, mantelería, cristalería, iluminación, hasta un detalle sumamente importante al que muchas veces no se le da la importancia que merece como es la estabilidad de la mesa. Partamos de esta imagen y esta metáfora cuando de preparar y maximizar nuestra participación y comercialización a través de internet y sus segmentos nos referimos.

Efectivamente la mesa al igual que nuestra comercialización exitosa en internet no tiene una sola pata, si descuidamos una de las 4 bases fundamentales, nuestra participación en este segmento no será exitosa, estaremos "dejando dinero", mucho dinero sobre la mesa, que sin duda sabrá tomar mi

competencia.

Es decir no basta tener por ejemplo tener una página web o hasta una con un atractivo, profesional y completo diseño si no está en el servidor adecuado, en el programa correcto y con la optimización y actualización necesarias. Errores muy comunes que pueden ser parte del porque no está logrando su máximo potencial de ventas en este segmento. Pero por supuesto, hay otros importantes aspectos más, para comercializarse exitosamente por internet, así que tratemos de repasar las bases en estas líneas.

Empecemos con esta "pata de la mesa": nuestra página web. El Sitio web no solo debe verse bien, sea de un hotel o un restaurante, sino que debe ser procesado por Google adecuadamente y debe aparecer en las búsquedas que sean relevantes para nuestra línea de negocios y para nuestro contexto de acción. No es únicamente la cantidad de tráfico la que cuenta, sino la calidad de ese tráfico.

En cuanto **al hosting** ¿ha estudiado en cual servidor está alojada su página? ¿Hay desde blogs de amas de casa hasta pornografía? Lo más posible es que así sea, no seleccione su proveedor de hosting en función del precio, si quiere resultados una empresa profesional es la única opción.

El servicio de hosting debe proveerse en un servidor especializado, sin sobre-población de otros sitios, y con tiempo de respuesta adecuados para Google. La empresa no solo debe proveer de tecnología de punta sino también de mercadeo y de las variables de cada entorno del negocio. Un hotel no se

vende de la misma forma en Las Vegas, en New York o en Manuel Antonio, ni siquiera se vende de la misma forma entre áreas geográficas cercanas como el Valle Central en San José y Playas del Coco en Guanacaste. Para cada lugar se debe identificar sus puntos únicos de venta dentro del entorno en que opera.

### Unique Selling Points

Si usted cuenta con una Agencia o proveedor de Servicios de Web Marketing, este le podrá asesorar en sus "unique selling points" o "USP", y esto es válido desde hace más de 30 años y lo sigue siendo, hay que saber claramente que nos hace diferente y como vender y comunicar eso a nuestro mercado o segmentos meta y con esto estamos entrando en la optimización que analizaremos más adelante.

**El servicio de "Search Engine Optimization" (SEO)** debe ser parte integral del diseño desde el inicio de otra manera Google no indexara su sitio adecuadamente.

**El servicio de "Search Engine Marketing"** es una opción junto con "Adwords" de Google, pero puede y debe realizarse en forma adecuada, de otra manera es un desperdicio de recursos.

**Los "motores de reservaciones"** o sistemas de reservación en línea no generan ventas, ni son una forma de mercadeo, son la mejor de las veces simplemente mecanismos para manejar disponibilidad ya cuando el cliente llega a nuestra página, y en otras, sistemas administrativos de control de la disponibilidad y de facturación. Ningún "motor de reservaciones" genera más clientes o ayuda en el mercadeo y la promoción del negocio. No le recomendamos que coloque un "motor de reservas" para sustituir a su encargado de reservas, puesto que usualmente estos mecanismos se llevan un buen porcentaje de las reservas que "usted mismo" género por otros medios. No es frecuente que las habitaciones de hoteles se compren por impulso excepto en condiciones muy particulares y el encargado de reservas puede ser el vendedor más importante de su equipo de ventas.

Debe dársele seguimiento al sitio web en forma adecuada, monitorear estadísticas de tráfico, origen del tráfico, como llegó el visitante, cuánto tiempo de quedó en su sitio,

cuáles páginas internas captaron su atención, la conversión de ventas etc. **Google Analytics** es una herramienta imprescindible y además gratuita, pero también su propio proveedor de servicios de hosting puede proveer programas alternos si su sitio le genera 50-60 visitas diarias o más como mínimo.

Su sitio web debe contar con Links externos en otros sitios relevantes para su negocio, estos Links externos se llaman "incoming links", y este tipo de Link son considerados por Google para calificar cada uno de los sitios que indexa. Tome en cuenta que únicamente links de lugares con negocios complementarios cuentan, por ejemplo entre hoteles en el mismo país de ciudad y playa en paquetes.

El principal factor que considera Google para listar su sitio en los primeros 10 lugares cuando hay una búsqueda relacionada con su hotel o restaurante es la cantidad de contenido que tenga su sitio y que tanto está relacionado con su servicio. Así que un sitio con 60 páginas de contenido tiene más posibilidades de salir entre los 10 primeros que un sitio que solo cuenta con 12 páginas internas. Sitios pequeños solo aparecen entre los 10 primeros en las búsquedas con 4-6 combinaciones de palabras claves en Google, sitios con 100 páginas internas pueden aparecer con 6-8 combinaciones. Sitios con 500-1000 páginas aparecerán con muchas combinaciones.

Tome en cuenta que su sitio puede moverse entre los 10 primeros arriba o abajo dependiendo de que browser se usa y como está conectado el usuario a Internet al momento de hacer la búsqueda.

\*1 Según el Diccionario de la Lengua Española: Conjunto de hoteles, restaurantes y otros servicios que se dedican a dar alojamiento y servicio a los clientes (S.f)

Si desea el artículo completo escribanos a [info@consohotel.com](mailto:info@consohotel.com)

Vea otros artículos de Susana Guevara en [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)



# Websites para restaurantes

*En un mundo conectado donde alrededor de 2.500 millones de personas utilizan internet, contar con un sitio web es necesario para todo negocio moderno. Y si hablamos de restaurantes, esta cualidad se hace indispensable, pues los seres humanos asociamos experiencias positivas y negativas de la vida con su razón de ser: la comida.*

## Por 77 digital para Apetito.

Es por ello que se deben tomar en cuenta los factores que hacen que una página de internet para restaurantes sea exitosa, comenzando por pensar de la misma manera en que los clientes lo harían: eligen un restaurante por su comida y ambiente para pasar un buen rato con amigos o seres queridos, siendo éste un buen punto de partida sobre la información que debe incluir, sin dejar de lado aquello que lo destaque.

Algunos puntos a considerar:

**El menú:** esta sección representa el corazón de la página, donde se incluyen tanto los platos como sus precios, recordando la importancia de una inversión en fotografía que resalte calidad y variedad. Tomar las fotos con porciones un poco más pequeñas hará que cada plato se perciba más apetitoso, también es buena idea producirlas sobre fondo blanco para que puedan reutilizarse. El menú debe ser una sección específica y no incluirse como archivo descargable, ya que afecta la velocidad del website, influye en los resultados de buscadores y resulta molesto para el usuario.

**Fotografías:** además de los platos, se deben contemplar las imágenes de amenidades, diferentes ambientes y otros aspectos diferenciadores del servicio que se brinda.

**Dirección:** implementación de herramientas como Google Maps, que ayuden al usuario a encontrar la localización del establecimiento más fácilmente.

**Reserva y orden en línea:** ofrece una solución efectiva y funciona para la captura de base de datos.

**Contacto:** correo electrónico y número telefónico con enlace -para llamar desde un celular con un clic- son de los datos más buscados y efectivos.

**Mercadeo:** una estrategia que ubique a nuestro sitio web "en el mapa", lo exponga y fortalezca es fundamental. Aspectos relacionados con el SEO (posicionamiento en buscadores), anuncios, redes sociales, e-mailing, etc., son algunos de los esfuerzos que se pueden realizar ya sea por un equipo interno o una empresa especializada.

Otros puntos relevantes son la versatilidad para que el website se adapte a varios dispositivos, los colores (cálidos que aumentan el apetito y fondos oscuros que concentran la atención en cada plato) información de valor que genere visitas recurrentes como promociones, cupones descargables con descuentos e incluso testimoniales, con experiencias de clientes satisfechos.

En resumen, definir nuestro mercado y establecer metas llevará a una página web por mejor camino, sin dejar de lado la actualización y monitoreo de resultados que realicemos no solo pensando en las mejoras de la misma, sino también en las nuevas exigencias de nuestros clientes.



Por Alejandro Redondo, MBA  
Director

Consultoría Enogastronómica de  
Costa Rica S.A.

aredondo  
@intergourmetcostarica.com

# El vino y sus aromas

*En ocasiones el color de los vinos, principalmente los vinos tintos es motivo de confusión, así como sus aromas. Sin embargo, partamos de una máxima. Los vinos blancos con el tiempo ganan color, los rosados y tintos, lo pierden. La gama de los blancos parte del amarillo en algunos casos, casi incoloro en su juventud, los tintos de tonalidades rojas, en su mayoría de los tonos púrpuras.*

Bien. Con respecto a los aromas, lo importante es tomarlo con calma y disfrutarlo. Sin olvidar que el vino proviene de la uva, por lo tanto será la base para partir en la descripción de los perfumes. Importante. Aromas es una característica positiva del vino, en palabras sencillas. Huele rico. Los olores por su parte, son todo lo contrario.

No hay que tener una nariz privilegiada para percibir los aromas. Pero sí, la perseverancia. Importante. Trabajar la memoria olfativa, lo demás vendrá por añadidura. ¿Pero cómo se logra esto? Personalidades en el mundo del vino dicen que con la práctica se hace al maestro. Motivo suficiente para descorchar una botella de vino... ¿no lo cree?

Todos nos hemos preguntado en algún momento, ¿A qué huele el vino? Cuando disfrutamos un vino, en la segunda fase de la cata, nos concentramos en la nariz. La atención está puesta en el sentido del olfato. Pero no nos confundamos. El vino es para disfrutar, para pasarla bien. Así que no presione sus sentidos. Poco a poco. Disfrute de lo que percibe y lograr definir. Lo que no, igual disfrútelo. Ya llegará el momento, que con más facilidad logre definir los aromas. Alexandre Smith famoso perfumista francés,

ha dedicado en los últimos años sus conocimientos y habilidades, a entrenar las narices de enólogos y sommeliers alrededor del mundo. Se dice que en una copa de vino es posible encontrar centenares de aromas. Lo cierto es que el vino huele a vino, al menos, en el mejor de los casos. ¿Pero Cómo identificar los aromas y sus orígenes?

Los aromas se agrupan en tres categorías, primarios, secundarios y terciarios. Los primarios pertenecen al origen del vino, nos hablan de la variedad de la uva, de donde proviene, del viñedo, del clima, del suelo. Los aromas primarios son el reflejo de la fruta. Me refiero a los aromas de la fruta fresca o madura. Ello depende del grado de madurez. Y del clima. Los vinos de clima frío serán más frescos, con fruta más ácida que los que provienen de los climas cálidos, que muestran una fruta más madura. Los vinos blancos muestran una paleta tan amplia de aromas, como los rosados o los tintos. Los espumantes dependen mucho de su procedencia, variedades de uva, métodos de elaboración y crianza. Así como puede mostrar una cara cítrica y fresca, puede aumentar su complejidad y darnos notas tostadas como frutos secos o aromas de levadura y panadería que pertenecen a las

siguientes categorías aromáticas. Los fortificados por su parte, ofrecen aromas diversos, en su mayoría fruta madura, dulce, considerando por supuesto, que estos son encabezados con alcohol vínico y que esto les da un carácter único.

Los aromas primarios en el caso de los vinos blancos nos ofrecen fruta fresca ácida o bien madura. Ejemplo cítricos como el limón o la toronja, u maduros como el mango o la piña. Los rosados por su parte puede expresar una fruta roja como la cereza o fresas. Los tintos por su parte, se lucen con aromas de frutas rojas como la mora silvestre o madura como una ciruela. Son estilos. Simplemente eso. Pero no olvidemos que estos compuestos aromáticos son propios de la variedad de su uva. Son genéticos. Y eso produce una alquimia. Por eso es que nos referimos a otras frutas para definir los aromas y las sensaciones que provienen de una uva para hacer vino. Las flores tienen su lugar; ejemplo rosas. Blancas o rojas. O el jasmín por ejemplo. O algo de notas herbarias, como por ejemplo el tomillo, el romero o la menta. Eso no es todo. Aún queda muchísimo más, pero no quiero dejar fuera la expresión del terruño. De la tierra. Ejemplo los aromas minerales. Tiza, piedra, sales, grafito -mina de lápiz-.

# Quiebres de bazar con los proveedores

*Tras coordinar compras de alimentos en media docena de países, Marcel Stittner tiene un solo secreto para reducir sus costos: contacto directo y constante con los proveedores.*

por **Diego Arguedas Ortiz**

Hace sólo cinco semanas que Marcel Stittner asumió como Gerente de Alimentos y Bebidas del Hotel Sheraton San José y ya quiere comerse el mundo. Desde el restaurante del hotel, el ejecutivo explicó los secretos de un oficio que lo ha llevado a cuatro continentes.

Stittner llegó al Sheraton con una ambición que comparten todos los gerentes de compras de todos los hoteles del mundo; es decir, bajar los costos y mantener la calidad. Él incluso se cifró una meta cuantificable: reducir los gastos en un 20%.

“Vamos a analizar línea por línea para ver cuál proveedor tiene el mejor producto por el mejor precio, buscando un producto que mantenga la calidad pero con mejor precio o, en caso que no haya, presionar un poco a los proveedores”, asegura Stittner, quien en Costa Rica trabajó en el Intercontinental y en el Westin Playa Conchal.

Habrán quienes consideren el puesto un espacio menor en la jerarquía hotelera, pero con 13 años de experiencia en media docena de países, el alemán comprende la importancia de cada ingrediente.

Su oficio conserva todavía la esencia del bazar medieval donde se intercambiaban legumbres, filetes y albaricoques al ritmo de chismes y apuestas. Así como en la antigüedad el mercado sobrevivía por el parloteo entre dependientes y clientela, así maneja Stittner su inventario y asegura que el secreto es negociar con los proveedores.

## **Gestión micro**

Con 140 habitaciones y solo un restaurante, el Sheraton es más pequeño que otros proyectos que manejó el

alemán (algunos con más de 400 cuartos y hasta 9 restaurantes), pero seguro es más grande que el hotel promedio en Costa Rica. Ante esto, ¿cómo pueden los pequeños hoteleros aspirar a precios de primer nivel?

“Los hoteles grandes siempre van a tener un mejor precio. En hoteles pequeños, la clave está en la negociación, en tener contacto directo con el proveedor y en presionar para tener mejores precios”, explica Stittner, de 36 años.

El alemán reconoce limitaciones en el mercado nacional, que en su criterio tiene costos de operación más altos que el resto de la región. Stittner asegura que muchos de los productos aparecen 40% más baratos en México.

Aun así, no aljoja. La primera tarea en el Sheraton fue evaluar “línea por línea” y hablar con los grandes proveedores para determinar cuáles costos podría bajar. Eso sí, nunca casándose totalmente con uno de ellos.


“Nosotros tenemos dos proveedores para verduras. La ventaja de eso es que sí me peleó con uno de ellos, la cocina no queda desabastecida”, apuntó el gerente.

La calidad debe mantenerse en el tiempo, por lo que no basta con una primera bamida sobre productos y costos. Una de las pollicas que Stittner espera integrar es controles de calidad sobre las líneas cada seis meses, que complementarían los esfuerzos diarios que hace la cocina a la hora de recibir los productos.

En estas evaluaciones -y también en la selección inicial- el gerente prueba personalmente cada producto, en estrecha coordinación con Jorge Raush, chef colombiano que diseñó y dirige la cocina del Sheraton.





A man in a dark blue suit, white shirt, and red tie is sitting on a dark leather chair in a bar setting. Behind him are shelves with various bottles of alcohol, including whiskey and green bottles. The lighting is warm and focused on the man.

Marcel Sttiner, gerente de Bebidas y Alimentos del hotel Sheraton San José enfatiza que la clave está en negociar siempre directamente con el proveedor.

## Four Seasons Resort Costa Rica

# Una sonrisa detrás de cada plato

*Me intrigaba mucho su conocida cultura de "servicio con una sonrisa". He de confesar que me imaginaba el recibimiento estilo la serie aquella de la Isla de Fantasía. Esperaba sonrisas forzadas de empleados entrenados. Me equivoqué.*

Por Nuria Mesalles | [nuria@ekaconsultores.com](mailto:nuria@ekaconsultores.com)



Mario y su equipo, en una reunión afinando detalles antes de la cena.



Restaurante DiMare

Había escuchado mucho sobre el Four Seasons y nunca había tenido la oportunidad de ir. Pues bien, aquí estoy, viendo las famosas esculturas de Jiménez Deredia, dándome la bienvenida.

Lo que encontré fue un personal que realmente estaba feliz. Carlos el saloner me confesó: "Es una bendición trabajar aquí. Para mí estos son vacaciones pagadas". Pues déjeme decirle Carlos, que se nota.

Todo esto me recuerda a la filosofía del vegetarianismo, que sostiene que consumiendo alimentos con un origen feliz, provoca consecuencias felices en el cuerpo.

Siempre he pensado que "el ingrediente más importante en la comida es el amor. Nunca hay que

cocinar cuando se está enojado, porque eso se transmite a la comida"...

Esto parece saberlo Mario Alcocer, el Chef Ejecutivo del Hotel quien maneja los seis restaurantes del hotel y tiene a su cargo directo a 79 personas (entre ellos 14 chef).

Mario emigró a Estados Unidos bastante joven. Su primera experiencia en cocina fue a los 15 años. Su jefe le dijo: "Te vamos a dar 4 horas para que trabajés como cocinero y 4 horas lavando todo lo que vas a ensuciar". Pasó 4 años en restaurantes y entró a los 19 años al Four Seasons.

**¿Qué desafíos ha tenido que afrontar, luego de**



**En números**  
**Restaurante Papagayo:**  
 Desayuno servido en menos de 10 minutos  
 Almuerzos en 15 a 17 minutos  
 Reciben 4 o 5 órdenes por minuto  
 A cargo: 8 cocineros y 2 souschef



**The taste of the stars**  
 Menú elaborado con Frankling Chang  
 \$150 por persona  
 Reservación 72 horas antes



**venir de una ciudad como Los Angeles a Guanacaste?**

Vivir en un área tan remota. Tener productos disponibles. Debo tener un muy buen sentido de planeación. No puedo darme el lujo de decir 'no tengo'. Por ejemplo, aquí no venden hielo seco o líquido de nitrógeno y tardan 2 o 3 días en traerlo de San José.

**¿Le ha costado conseguir gente calificada?**

Cuando llegué a esta propiedad me asombré de el nivel de profesionalismo que me encontré. Es elevadísimo. Muchos trabajan aquí desde que el hotel abrió.

**¿Cómo toma decisiones a la hora de diseñar el menú?**

Hace una semana cambiamos 3 platillos, y muchas veces cambiamos la presentación. Siempre estamos innovando. Hacemos un reporte mensual, y analizamos cual es el platillo menos vendido, ese sale del menú. Va a depender también de la disponibilidad de los ingredientes.

Si los chef inventan algo, lo ponen como especial del día, si tiene éxito lo ponemos en el menú. Por ejemplo, en el Restaurante Caracol, Jorge Martínez y Santiago Lanza se encargan de la operación. Me ayudan a hacer el menú y yo doy la aprobación final.

Para mí la clave de un menú exitoso es aquel que tiene unas 6 ensaladas, 6 o 7 entradas, 6 platos bien ejecutados y 6 o 7 postres. Cuando llegué habían 54 platos y yo he ido reduciendo la cantidad. De esta manera, el producto

tiene más rotación, y si tiene más rotación, el platillo va a ser más fresco. Tener una producción grande confunde al comensal y afecta el servicio.

**¿Escuché que tiene un proyecto con Franklin Chang?**

En un cielo tan despejado como es el de Guanacaste, donde podemos apreciar las estrellas con tanta facilidad y teniendo a un tico astronauta, se nos ocurrió hacer un menú inspirado en el espacio.

Con las ideas que nuestro equipo presentó y en reuniones con Chang, logramos crear una experiencia gastronómica, basada no solo en la comida. Tenemos un telescopio donde les enseñamos a los comensales todo lo relacionado con las estrellas. A la vez, van a ligarlo con lo que se están comiendo. En un menú siempre tenemos que asociar. La mesa está iluminada con luz negra. Ciertos productos comestibles van a brillar. Por ejemplo el coco y la langosta resaltan más. Una de las salsas del menú es elaborada con un vino que es de un viñedo en Chile que tienen propiedades muy particulares, ya que han caído muchos meteoritos.

Terminamos la entrevista con Mario. Y luego de darnos un tour por la cocina y de prepararnos varios platillos, nos sentamos en el Restaurante Caracol a esperar nuestra comida. Mi teoría ha sido confirmada. En cada bocado se veía reflejada cada sonrisa, de cada uno de esas personas que vimos detrás del telón cocinando con pasión.

**¿Proveedores claves con los que trabajan?**

Tratamos de trabajar compañías nacionales para abastecernos. Algunos de nuestros proveedores son: PMT, Oceanica, Calimar, Belca, Agroverduras, y Café Britt. Y en equipo Tips, Keith y Ramírez...

Vea mas fotografías de la cocina y los platillos en [www.apetitoonline.com/fourseasons](http://www.apetitoonline.com/fourseasons)

“Detrás de las sonrisas hay demasiada presión, pero igual lo hacemos con pasión e igual lo disfrutamos”.

Robert Graney,  
Director de Alimentos y  
bebidas  
del Four Seasons



# "You have to make food and beverage fun"

Robert Graney, Director de Alimentos y Bebidas del Four Seasons

Para ser sinceros, nuestra primera parte de la entrevista con Robert pintaba un poco aburrida. Empecé preguntándole sobre los proveedores, sobre los menús y recibí esta respuesta: "Sobre proveedores pregúntele a nuestro Chef Ejecutivo. Yo me encargo de aumentar las ventas de los restaurantes del hotel". Ahora sí se está poniendo interesante. ...

## Algunos de los proyectos que ha implementado:

### Las Cabañas:

Cuando yo vine, al lado de la piscina de adultos habian 2 hamacas. Pensé que era un espacio desperdiciado ("Aunque me encantan las hamacas", aclaró).

Invertí \$40,000 en hacer estas cabañas y recuperé la inversión en los primeros 4 meses.

Cada cabaña se alquila a los huéspedes e incluyen:

- Privacidad
- Masaje y clase de mixología
- Servicio de salonero
- Refrigeradora con bebidas no alcohólicas
- Amenidades como bloqueador solar

### Burger Shak

Teníamos este restaurante para almuerzos para la gente que juega golf. Lo teníamos dentro del restaurante Caracol. Teníamos que tener mucho staff atendiendo, cocina abierta y aire acondicionado prendido. Decidimos sacarlo afuera y hacer un concepto más informal. El restaurante es una ventana con dos personas vendiendo los almuerzos y los comensales se sirven. Ahorramos

mucho en costos y pasamos de atender 5 personas diarias a 25.

### Chefs Table in Di Mare

Es una mesa para cuatro personas dentro de la cocina de uno de nuestros restaurantes.

El comensal no escoge el menú, el chef lo hace. Esto hace que el equipo culinario desarrolle más su creatividad.

El cliente puede sentir la pasión y la energía de los chef y escuchar las conversaciones en la cocina. Ellos también pueden ayudar y cocinar.

El valor de la cena es de \$165 por persona, incluye 5 platos y vino.

### Garden Table

Rodeada de hierbas comestibles y vegetales de temporada, esta mesa está en el jardín del Restaurante Caracol y es una experiencia muy interactiva. El chef escoge las hierbas que va a utilizar para la cena, explica lo que se va a servir y como se ha inspirado.

### En números:

200 personas a su cargo.

Por cada 100 huéspedes en el hotel tienen un restaurante grande abierto

Solo el Restaurante Di Mare tiene 155 sillas

En estas dos semanas de "Spring Break" tuvieron:

100% ocupacion

600 huéspedes

Entre ellos 200 niños.

85% de los huéspedes son de USA y Canada.



# Maridaje con cerveza

## Un matrimonio complejo

*Quando se trata de maridaje entre cerveza y comida, por lo general, no todos sabemos las reglas a seguir para lograr la mejor combinación. Por ello, en Apetito nos proponemos acercarle estas sugerencias de maridaje de cerveza y comida para que tenga una guía básica.*

"La cerveza marida muy bien a platos que el vino no le llega", asegura la Sommelier y encargada de mercadeo de la empresa Isleña Karen Gutiérrez.

Complementar, balancear, contrastar sabores y cortar grasas. Son factores clave que deben ser tomados en cuenta para maridar con cerveza, señala el experto cervecero Alfredo Echeverría, como la pauta a seguir para crear una unión armónica entre la bebida y la comida.

Y cómo no existen reglas específicas y científicas en este tema, según los expertos consultados. Sí hay estudios que respaldan cómo crear una buena empatía entre combinación, gusto y paladar.

Podemos ver que no hay recetas mágicas, pero sí es indispensable identificar las características que presenta un plato, explicó Mónica Mendoza, Co propietaria del Restaurante Beer Factory.

"La mayoría de las veces lo dulce, lo muy especiado o graso, son ingredientes que sobrepasan a la cerveza y generan cambios en el paladar. Pero de esos que bajan la intensidad hasta del sabor", señaló Mendoza.

De acuerdo con Monica, estos hacen que la maltosidad de un estilo de cerveza se opaque por un componente tal vez ácido o más amargo de un plato. Y ahí es donde debe tenerse cuidado.

Es importante tomar en cuenta todos los factores indicados anteriormente, porque la intensidad de las comidas la establece el contenido graso, según Alfredo Echeverría, mientras que la de una cerveza se determina por el



contenido alcohólico y eso obliga a ser minuciosos en el momento de elegir los factores claves de ¿Que acompaña mejor?

La cerveza es, sin discusión, la reina de las bebidas de entrada (tipo aperitivo), pero también es apetecida en la mesa por su flexibilidad, aromas, ligereza y poder de refrescar y dar variados sabores y matices a las bocas, almuerzos y cenas formales o no.

De acuerdo con datos proporcionados por la Cervecería Costa Rica, también la versatilidad de esta bebida es tal, que se puede maridar con platillos modernos, exóticos como nacionales, sencillos como sofisticados.

### En balance

En el tema de la cerveza todo influye, de acuerdo con

Alfredo Echeverría, altas fermentaciones (estilo Ale), bajas fermentaciones (estilos lager). Algunas combinaciones funcionan más que otras, porque los sabores de la bebida no deben sobresalir tapando a los de la comida y viceversa. Aquí es donde se debe complementar.

Se debe tomar en cuenta que, las cervezas ligeras, esas de color amarillo pálido y brillantes, con un amargor suave, son ideales para refrescar, es decir se toman solas y acompañan bien alimentos con ingredientes cítricos.

Mientras que si el color es de dorado a oscuro, acompañan muy bien platos sofisticados.

Y es que, una cerveza puede neutralizar un sabor; según Jaime Zuluaga, Co propietario de Beer Factory, una hamburguesa no sabe a nada si es acompañada de una cerveza más dulce con aroma o sabor frutal, mientras que si es más fuerte, se balancean los sabores.

### Sabores y complementos

Datos proporcionados por la Cervecería Costa Rica señalan que: Para carnes frías, jamones ahumados y embutidos, se recomienda una cerveza ligera y fresca. Lo mismo sucede con los pescados.

Las verduras de gustos amargos, como las legumbres, rúcula, alcachofas o espárragos, también se degustan perfectamente con cerveza de mayor cuerpo u oscuras.

En el caso de los pescados enlatados (atunes, sardinas, salmones, etc.) o mariscos que pueden estar conservados en aceites, en escabeche o al natural, la mejor combinación será una cerveza espumosa que puede ser ligera y suave.

Los postres se pueden disfrutar con una refrescante cerveza. Por ejemplo, una cerveza negra combina perfectamente con el sabor intenso del chocolate amargo (brownie, mousse de chocolate, etc.).

Acompañar comidas ligeras con cervezas ligeras y comidas pesadas con cervezas oscuras es una buena pauta.

Igualmente la complejidad lleva al contraste y desarrolla sabores tanto de la comida como de la cerveza, los acentúa, los corta, los esconde o los elimina.

De ahí que, las cervezas con lúpulos como las pilseners o American Pale ale (la mayoría de artesanales), acompañan muy bien a las comidas suculentas y grasosas, hasta ayudar a cortar un poco la grasa, potenciando su sabor; de acuerdo con Peter Gilman Co Propietario de Costa Rica Craft Brewing.

Mientras que las cervezas más dulces van más con platillos mexicanos o picantes, porque resaltan los ingredientes.

Una regla de oro, recomendada unánimemente por la mayoría de los expertos es seleccionar las cervezas internacionales de la misma región de la comida que se elabore.

Las lager japonesas y filipinas van muy bien con el sushi, recomienda Tomás Batalla, Presidente de la empresa Joy Trading, importador de cervezas Filipinas.

*Implemente una regla general para servir una cerveza con comida, siguiendo la pauta del maridaje con vinos: Una lager va en vez de un vino blanco. La ale va en vez de un tinto y cervezas frutales u oscuras con postres.*

Fuentes:

Karen Gutierrez, Gerente de mercadeo Isleña  
Alfredo Echeverría, Director ejecutivo Grupo hrs  
Mónica Mendoza, Co Propietaria Beer Factory  
Jaime Zuluaga, Co propietario de Beer Factory  
Peter Gilman Co Propietario de Costa Rica Craft brewing,  
Tomás Batalla, Presidente de la empresa Joy Trading  
importador de cervezas Filipinas.  
Cervecería Costa Rica

## Salchicha

original, maple, italiana, jalapeño, desayuno, cerveza, ahumada, cheddar, y más...



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

# Un patrón de consumo cambiante

*El consumidor busca conocimiento en lo que es la cultura cervecera. De acuerdo con Mónica Mendoza, Co Propietaria de Costa Rica Beer Factory, restaurante que suma un alrededor de 128 cervezas de diversas regiones del mundo y de diferente estilo, entre artesanales, importadas y nacionales, el cliente se inclina más hacia lo artesanal y lo novedoso.*

"Eso es lo que más predomina, sin embargo el consumidor es muy cambiante. Los extranjeros buscan más lo artesanal y lo nacional como Imperial, mientras que los costarricenses a pesar que no dejan de consumir lo nacional, tienden hacia lo importado", indica Mendoza.

En Beer factory todo tiene movimiento, pero las belgas son las estrellas del lugar, así como las artesanales, mientras que las nacionales son las reinas del fin de semana. "Quizás porque presentan un precio más accesible", comenta Mónica.

Por su parte, empresarios dedicados a la elaboración de cerveza artesanal en Costa Rica, coinciden en un factor interesante: llegaron al tope de abastecimiento, y se están viendo obligados a crecer.

Tanto Costa Rica Craft Brewing como Cervecería 35, aseguran tener una lista de espera, de clientes que les hacen pedido y no han podido abastecerles.

Igualmente es importante analizar, el consumo de cerveza en Costa Rica. Este se encuentra alrededor de los 33 litros per cápita, lo que sitúa al país en el rango medio bajo del continente. De acuerdo con datos proporcionados por la Cervecería Costa Rica, el promedio de Latinoamérica anda alrededor de 37 litros, con países como México con 60 litros, Panamá 62 y Venezuela con 81 litros per cápita.

## La tendencia

TOP 15 De acuerdo a las ventas. Restaurante Beer Factory

1. Escalante (artesanal)
2. Stella (Belga)
3. Libertas (artesanal)
4. Segua (artesanal)
5. Erdinger (Alemania)
6. Menabrea (Italia)
7. Trappe (Holanda)
8. Guinness (Irlanda)
9. Leffe (Belga)
10. Imperial
11. Mc Chouffe (Belga)
12. Quilmes (Argentina)
13. Carlsberg (Dinamarca)
14. Groslh (Holanda)
15. Peroni N.A (Italia)



# Artesanales pasteurizadas

*El estilo de cerveza alemán Märzenbier, una cerveza tipo lager de baja fermentación, fuerte carácter y excelente balance. Ya se está empezando a elaborar de manera artesanal, en Costa Rica.*

La empresa nacional Cervecería del Centro ha iniciado sus operaciones con este tipo de cerveza, respetando la tradición cervecera alemana, utilizando únicamente los cuatro ingredientes que debe tener una cerveza. (agua, lúpulo, malta y levadura)

Es una cerveza en materia de gusto transicional, de acuerdo con los propietarios Juan Felipe Lara y Carlos Berrocal, está hecha además para agradar en materia de cerveza refrescante, para ser disfrutada sola o con comida, lo más cercano al gusto de los costarricenses.

"Es pura, 100% malta, nos definen nuestros equipos, las materias primas, la tecnología, importado todo de Alemania y por supuesto nuestro maestro cervecero", comenta Berrocal.

La elaboración artesanal resalta con el pasteurizado, que se efectúa para garantizar el sabor y dar una vida útil más larga. Esto permite transportar en seco, no en refrigeración. Y brinda mayor estabilidad al producto.

Ellos están iniciando con la cerveza Ambar; estilo Märzenbier; de 5.5% de alcohol. En botellas de 350ml. Comenzando con un nivel de producción de 25 mil unidades mensuales, pero cuentan con capacidad de crecimiento.

Posteriormente van a elaborar la cerveza de tipo Ale Weissbier; de la que aseguran no se produce en Costa Rica.

**Distribuye Delika: (506) 2234-1019**



Carlos Berrocal y Juan Felipe Lara, propietarios de Cervecería del Centro, junto al maestro cervecero, muestran el equipo importado desde Alemania.

**Será como la primera vez que tomás cerveza.**

**AMBAR**  
Premium Märzenbier



**Nombre de la Cerveza:**

# Volpina

**Descripción:** Es una cerveza artesanal de alta calidad de origen italiano. La pelirroja de carácter fuerte, es una cerveza tipo "Ale", de alta fermentación, doble malta roja, con aroma a especias y caramelo, de color rojo rubí, presenta un cuerpo persistente y redondeado

**Alcohol:** 6,5%

**Servido:** 6 - 7° C

**Maridaje:** Se acopla bien con entradas y quesos de madurado medio, incluyendo quesos blandos como Brie y Camembert. También recomendada para carnes rojas asadas.

**Empresa que la distribuye:** Altamira

**Otras cervezas:** Birra Italia, Amarcord, Outweiler, Karpackie, Edelmeister

Tel: (506) 2256-1910



**Nombre de la Cerveza:**

# Stella Artois

**Descripción:** sabor ligeramente amargo y elaborada con un lúpulo refinado. Color amarillo paja.

**Alcohol:** 5,2%

**Servido:** 3-5 grados

**Maridaje:** Marida muy bien con mariscos, pescado, langosta, cordero, cocina mediterránea y asiática

**Empresa que la distribuye:** Isleña

**Otras cervezas:** Cervezas Bélgica: Stella, Duvel, Leffe, Hoegaarden, kriel, La chouffe rubia, MC chouffe oscura, De Koninck, Triple de Anvers. Maredsous rubia y triple. Dinamarca: Carlsberg, Tuborg. Alemania: Oettinger, Becks Blue sin alcohol

Tel: (506) 2293-0609



Nombre de la Cerveza:

# Peroni

**Descripción:** Peroni es la cerveza "Lager" más vendida en Italia y es una de las cervezas líderes en toda Europa. Nace en 1846 y es sinónimo de calidad y tradición cervecera italiana. La Peroni propone en vista un color amarillo dorado. Sus aromas proponen recuerdos cítricos a malta y florales. En boca se muestra muy suave y refrescante, bien equilibrada y balanceada.

**Alcohol:** 5,1%

**Servido:** 4 y 6°C.

**Maridaje:** es ideal disfrutarla como aperitivo o para refrescarse. También acompañando ceviches, chifrijos, papas fritas, alitas de pollo, pescado al ajillo, entre otros

**Empresa que la distribuye:** Alpiste

**Otras cervezas:** Ginger Beer (USA), Bear Beer (Europea), San Miguel (Asia)

Tel: (506) 2587-0600



Nombre de la Cerveza:

# San Miguel Pale Pilsen

**Descripción:** Es Filipina, pero de formulación europea. De un sabor afrutado. Con un marcado sabor a cereales.

**Alcohol:** 5%

**Servido:** 3-5 grados

**Maridaje:** Acompaña muy bien las carnes y los mariscos

**Empresa que la distribuye:** Joy Trading

**Otras cervezas:** San Miguel Light, San Miguel Red Horse

Tel: (506) 2253-65-14.



**Nombre de la Cerveza:**

# Tumbacalzones

**Descripción:** Este estilo de cerveza se caracteriza por mostrarse como una "Ale" refrescante, de frutalidad y especiado medio a fuerte, con un distintivo color naranja amarillento, altamente carbonatada, bien lupulada y seca. Suele ser de un cuerpo ligero a medio. La tumbacalzones es Rosé, producto de la utilización de flores de Jamaica en su preparación. Se trata de una cerveza refrescante, cuya acidez queda aplacada y perfectamente balanceada por la mezcla de mieles orgánicas utilizadas.

**Alcohol:** 5%

**Servido:** 3 grados

**Maridaje:** Se recomienda acompañar para el postre. Con cualquier producto de chocolate.

**Producción:** 2500 litros mensuales

**Empresa que la distribuye:** Treinta y cinco

**Otras cervezas:** Treinta y C, Mamacandela, Lora, Maldita Vida, Majadera, Malportada, La Pelona, y de manera exclusiva para un restaurante La Doris.

Tel: (506) 2215-3626



**Nombre de la Cerveza:**

# Heineken

**Descripción:** Es una lager paler. Posee diferentes notas acentuadas. Elaborada con ingredientes especiales y finos 100% naturales, agua pura de manantial, malta y lúpulos aromáticos seleccionados minuciosamente, que le dan un amargor balanceado, el cual se puede notar en la estabilidad de la espuma.

**Alcohol:** 5,0%

**Servido:** 3-5 grados

**Maridaje:** Es especial para platos lo suficientemente robustos, tales como: salmón ahumado con aceite de oliva, pinchos de pollo en salsa mostaza, lomito de res y hasta un chifrijo. Acompaña muy bien a los postres con chocolate amargo y fresas.

**Empresa que la distribuye:** Cervecería Costa Rica

**Otras cervezas:** Pilsen, Imperial, Bavaria, Rock Limón, Kaiser, Corona, Toña y Gallo.

Tel.: (506) 2437-7770



Nombre de la Cerveza:

# Segua

**Descripción:** Los aromas frutales y especiados son los encargados de invitar a dar el primer trago de esta bebida. Una combinación de maltas pálidas y caramelo dan a Segua Red Ale su color rojo único. Contiene gran cantidad de Lúpulo "Cascade" lo que le da a Segua Red Ale su sabor amargo finamente balanceado con un sutil sabor Malteado. Segua es una cerveza más robusta y amarga

**Alcohol:** 5.0%

**Servido:** 7 grados

**Maridaje:** Se puede maridar con mariscos fritos ya que el sabor amargo del lúpulo y el alcohol pueden cortar el sabor de la grasa y evidenciar otros sabores del platillo. Pueden resaltar la comida picante de manera que acompañan muy bien platos altamente condimentados. Cualquier comida picante será resaltada por el lúpulo. Comida mexicana, Tex Mex, platillos de cocina Thai y Vietnamita, carnes rojas entre otros, son el acompañamiento ideal.

**Producción:** De 6 a 7 mil litros mensuales

**Empresa que la distribuye:** Costa Rica's Craft Brewing Co

**Otras cervezas:** Libertas y cervezas de temporada, con ingredientes como café, miel, cas, maracuyá, jengibre

Tel: (506) 2573-3724



Creados para acompañar  
tus mejores momentos





**Nombre de la Cerveza:**

# Malinche

**Descripción:** Es una cerveza artesanal, inspirada en la explosión de miles de flores brillantes del árbol Malinche, para que al tomar esta cerveza el cliente quede asombrado por su explosión de sabor. Ideal para personas que buscan algo verdaderamente diferente. Adornada con frutas y especias crecidas orgánicamente en nuestro país. Estos ingredientes combinados con una especial selección de lúpulos, crean una cerveza noble ligeramente frutal y muy refrescante.

**Alcohol:** 5%

**Servido:** 5-7 grados

**Maridaje:** Se acompaña muy bien con ensaladas, sushi, mariscos, pescados y pollo. También, se degusta con quesos frescos, como los nacionales Turrialba y Palmito, o bien con los internacionales Mozzarella y Feta. Combina con postres livianos que tengan frutas como pie de limón.

**Producción:** 400 litros mensuales (con capacidad de duplicar)

**Empresa que la distribuye:** Calle Cimarrona

**Otras cervezas:** Roosevelt IPA, Malinche Wheat beer, Farachin Summer Ale y Drusila Dunkelweissen.

Tel: (506) 8714-3365

**Nombre de la Cerveza:**

# Erdinger Pikantus



**Descripción:** Erdinger Pikantus es una cerveza de trigo de graduación alcohólica elevada. Posee un color marrón oscuro, totalmente opaca y una excelente carbonatación. Tiene buena espuma de un color blanco mate. El aroma, intenso, es dulce con notas de pan recién elaborado, de caramelo, chocolate, plátano y especias. Su sabor es bastante interesante a vainilla y también un amargor muy equilibrado.

**Alcohol:** 7.3%

**Maridaje:** Puede acompañar pasta, pescado, carne blanca o roja a la parrilla, chorizo a la parrilla, quesos.

**Empresa que la distribuye:** Comproim

**Otras cervezas:** Cerveza Erdinger Weibbier de 330ml y 500ml, Cerveza Erdinger negra tipo Dunkel de 500ml, Cerveza Erdinger Pikantus de 500ml, Cerveza Erdinger sin alcohol de 330ml, Cerveza Eku 28 de 330ml, Cerveza Eku Export 500ml, Cerveza Eku Pils de 330ml y 500ml

Tel: (506) 2213-4344

Líderes en Informática para Bares y Restaurantes

# RestBar

Touchscreen Restaurant Point of Sale

- Facture Ágilmente.
- Controle las Operaciones de su Negocio.
- Administre sus compras e inventarios.
- Disponga de los Reportes y la Información que necesita.

**SOFTWARE DISEÑADO PARA**



RESTAURANTE



CAFETERÍA



BAR & LOUNGE



RESTAURANTE COMIDA RÁPIDA









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

Su Catering se merece lo mejor



**BLAZE**

Quemadores en gel marca Blaze, con garantía de dos horas de duración.

Líderes con más de 25 años de experiencia. Certificados con el ISO 9000 y estrictas pruebas de calidad.



Yamuni Mayoreo Tel. 2256-2066 De Monday a Jueves 200 hrs. a esta. [www.yamuni.com](http://www.yamuni.com) [ventas@yamuni.com](mailto:ventas@yamuni.com) **yamuni mayoreo**

El evento donde encuentra todo lo que necesita para su oficina



**EXPO OFICINA**

**Martes 3 y Miércoles 4 Febrero 2015**  
Wyndham San José Herradura • Horario: 11:00 a.m. - 8:00 p.m.

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

Adquiera su entrada en [www.expooficina.net](http://www.expooficina.net)

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

**FAGOR**



Sartenes Volcables y Marmitas

Hornos y Abalidores

Lavado de Vajillas

Equipos de Refrigeración

**JOPCO** ASESORIA PARA HOTELS Y RESTAURANTES [www.jopco.net](http://www.jopco.net)

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

## De cultura 100% cervecera

Si de cerveza se trata. Este lugar encierra toda una historia. Porque disponen de un alrededor de 120 tipos de cerveza, de diferentes regiones del mundo. Con alto, bajo o libre contenido de alcohol. Unas muy amargas, otras muy bajas de amargor o con sabores frutales. Quién llega aquí es conquistado en lo que a cultura cervecera respecta.

-No estoy muy acostumbrada a tomar cerveza, prefiero otros licores- indiqué. Pero en Costa Rica Beer Factory son expertos en conquistar un nuevo paladar hacia lo cervecero. La cerveza Kriek, belga, fue la seleccionada. Definitivamente ellos saben enamorar "sobre todo a las mujeres no acostumbradas a estas bebidas", por sus suaves notas, aroma y sabor a cereza.

Y a partir de ahí, saben que el cliente, poco a poco se va animando a probar más, o como dice Mónica Mendoza, Co Propietaria del lugar, es cuestión de acostumbrar el paladar.

En medio de diversidad de botellas, algunas tradicionales, otras con diseños novedosos, agrupadas por país de producción, es posible conocer desde la

cerveza más fina, hasta la más común. Las de elaboración más remota, artesanales nacionales, importadas y comerciales de regiones recónditas y populares.

Ellos brindan una introducción de bienvenida sobre historia de la cerveza. Beer Factory recibe al cliente que los visita por primera vez, señalando tres reglas básicas para tomar adecuadamente la cerveza: No se toma en botella. No se toma con hielo. No se toma en jarra fría.

Después llega la tarea de recomendar que va mejor con cada plato. "Pero eso igualmente va a depender de cada selección cervecera, si así es requerido", indica Mendoza.

Y el cliente se anima a probar y probar en cada visita. En mi caso inicié con una suave belga y terminé con una fuerte alemana: Erdinger.



Actualmente los propietarios trabajan en incorporar una tienda con elementos alusivos exclusivamente a la cerveza y se proyectan a ser una franquicia.



## Las de más consumo en EEUU

A nivel mundial las cervezas Miller y Coors son muy populares. En los Estados Unidos, de acuerdo con múltiples estudios realizados son las segundas más consumidas. Mientras que en Costa Rica presentan un crecimiento alto en ventas.

Las Coors son de bajas calorías, precio accesible, y se crearon enfocadas hacia un mercado joven y dinámico, interesado en la tecnología, en la que invierte fuertemente el fabricante.

La lata cambia de color dependiendo de la temperatura. "Es un indicador", comentó Krizia Gómez, Gerente de mercadeo de Coors.

Mientras que Miller es la única cerveza cruda embotellada, cuatro veces filtrada. En el caso de Miller Lite, esta no crea tanta espuma. Es especial para sport bar y playa.

Estas cervezas se toman por sí solas. No fueron creadas para maridar; según Evelyn Solano y Krizia Gómez Gerentes de mercadeo de la cuenta de Miller y Coors, de Agencias Feduro.

Agencias Feduro: (506) 2251-22-22



Nombre de la Cerveza:

# Fercas Browm Ale

**Descripción:** Color café cobrizo. De una receta a base de malts de grano entero y una mezcla de lúpulos de distintas regiones. Una cerveza de cuerpo moderado. Produce una espuma cremosa con una sensación leve a frutas, con un sabor final seco en el paladar; tiene un sabor rico y complejo, se recomienda tomarla fresca.

**Alcohol:** 4.5%

**Maridaje:** Perfecta para ser acompañada de carnes a la parrilla bien saborizadas con especias y olores fuertes.

**Empresa que la distribuye:** Fercas Brew House

**Otras cervezas:** Dengue, Ambar Ale, Golden Ale, Spice Emanuelle  
Tel: (506) 8309-5451

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



Enlace entre empresas y talentos

Del 5 al 7  
de Setiembre  
Antigua Aduana  
[www.expoempleo.net](http://www.expoempleo.net)

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



## ¡Reserve su stand!

**Sergio Murillo**  
Asesor Comercial  
Tel.: 4001-6747  
Cel: 7014-3610  
[sergio@ekaconsultores.com](mailto:sergio@ekaconsultores.com)

**Mariela Smith**  
Asesora Comercial  
Tel.: 4001-6739  
Cel: 7014-3608  
[mariela@ekaconsultores.com](mailto:mariela@ekaconsultores.com)

Organizan:



Patrocinan:





# Aprobación de ley brinda esperanza a costeros

*Hoteleros de zonas costeras ven más cerca la posibilidad de adquirir los derechos sobre sus tierras tras la aprobación de ley.*  
por Catalina Blanco

Un proyecto de ley que establece el marco regulatorio para declarar las zonas urbanas litorales, fue aprobado el pasado jueves 6 de marzo por la Asamblea Legislativa.

Con esta ley se establece el procedimiento para que tanto familias como propietarios de negocios establecidos desde hace décadas en zonas cercanas al mar, puedan hacer uso de sus tierras sin temor a sufrir desalojos; esto tanto en zonas del Pacífico como del Caribe.

Otros tres proyectos de ley pretenden regular la situación de pobladores de zonas costeras.

Se trata de dos proyectos para el reconocimiento de los derechos de los pobladores en el Caribe Sur, y el tercer proyecto de ley que no solo beneficia a esa zona, sino también a los habitantes de otras costas de todo el país.

Según declaró Carolina Delgado, diputada del Partido de Liberación Nacional e impulsora de esta iniciativa, este es un primer paso en defensa de los pobladores del litoral.

Recalcó que es un instrumento para reconocer a los que han estado ahí durante décadas pero no aplica para grandes desarrollos nuevos.

Además, siguiendo la línea de los tres proyectos de ley, explicó que las propiedades siguen siendo del Estado, pero la ley permitirá la emisión de concesiones para su uso.

## **Hoteleros afectados**

¿Se imagina que su hotel ya no sea de su propiedad porque ahora la zona donde se ubica fue declarada zona protegida? Como si se tratara de un chiste o de una broma pesada, lamentablemente esa es la realidad que enfrentan muchos hoteles de las zonas costeras de todo el país.

La problemática no es de unos pocos, más bien es de toda una región conformada por propiedades cuyos derechos se adquirieron hace muchos años cuando no existían regulaciones. Edificaciones construidas en los 50 metros inalienables de la zona marítimo terrestre, en la zona de protección de ríos y quebradas o áreas de conservación, son el factor común en la mayoría de los casos.

Es el caso del Hotel Villas del Caribe y el de muchas otras propiedades comerciales y residenciales de la zona Caribe Sur.

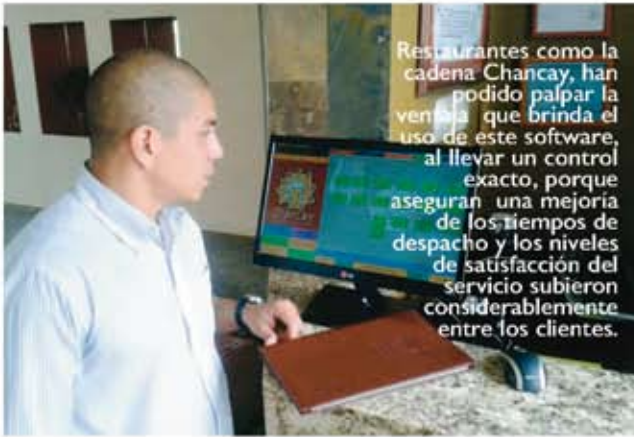
## **Panorama incierto**

Según lo explica Julio García, gerente del Hotel Villas del Caribe, en los años ochenta se emitió un decreto para crear el Refugio de Vida Silvestre Gandoca-Manzanillo donde se establecieron reglas del uso que se le podían dar a esas tierras, y se excluían los asentamientos urbanos de zonas costeras.

"A los años, de manera unilateral se emite otro decreto que amplía la zona del refugio y esos pueblos que quedaban fuera del refugio ahora forman parte de él, convirtiendo esas tierras en propiedad del Estado sin derecho a permisos ni a concesiones", explicó García.

No sólo hoteles, sino también restaurantes, supermercados, locales comerciales y viviendas se ven perjudicadas.

Uno de los casos más sonados de este conflicto y que representa el mayor temor de todos los involucrados, es el de los Hoteles Suerre y Las Palmas, los cuales fueron derribados en el 2011 por determinarse que estaban ubicados ilegalmente en cuatro hectáreas del refugio.



Restaurantes como la cadena Chancay, han podido palpar la ventaja que brinda el uso de este software, al llevar un control exacto, porque aseguran una mejora de los tiempos de despacho y los niveles de satisfacción del servicio subieron considerablemente entre los clientes.



Felix Chavarria, Everth Mendoza, Arlene Barrantes y Carlos Ortiz son parte del equipo de Sinertech, donde el compañerismo y el trabajo en equipo los convierte en verdaderos aliados comerciales de sus clientes

# Aplicaciones tecnológicas con buen sabor

*El concepto de éxito puede ser muy subjetivo, pero cuando nos enfocamos en los clientes y el servicio apropiado solo existe una realidad; el gusto de la excelencia que brinda la tecnología bien desarrollada*

Un restaurante, bar, cafetería o bistró con todas sus mesas ocupadas puede ser una muy buena imagen, llamémosla ideal. Además de contar con un atractivo menú y buen ambiente, detrás de esto existe todo un trasfondo administrativo y logístico, base para que un correcto funcionamiento y la auténtica satisfacción de los comensales.

Sinertech, conoce la formalidad y la flexibilidad, ese lazo vinculante que debe tener el desarrollador del sistema con el día a día de la sinergia entre cocina, salonería y cliente. Para este año, el relanzamiento del software RestBar ofrece actualizaciones, a un sistema operativo especializado que por sí solo, es una herramienta impulsadora que garantiza el ahorro de tiempo y dinero.

Aquí todo va de la mano. El detalle, la asertividad y la eficiencia pueden convertirse en instantes en el bastión de una marca o en su mismo verdugo. Para un negocio donde el dinamismo es imperativo y constante, las herramientas tecnológicas de trabajo son vitales. Pasan a formar parte de esa identidad que hace que una y otra vez un cliente deguste su menú.

"La mayor diferencia que notan los restaurantes que han implementado el sistema, van desde mejores tiempos de respuesta, un real control del inventario propio de restaurantes y aún mejor, la reducción de errores cometidos por los colaboradores", detalla David Quesada, Gerente General de Sinertech. Tanto el propietario del restaurante, como el cliente, perciben el valor agregado de esa agilidad que facilita el programa. Existe trazabilidad entre los pedidos de cada mesa, las preferencias de consumo, hasta detallar promociones, combos, platillos de temporada, happy hour y descuentos.

RestBar incluye facturación, inventario, manejo de restaurante y servicio, en su paquete básico. Y es que no solo pueden adquirir

el sistema, sino que además pueden adquirir el equipo. Cualquier dueño o administrador del negocio no se verá limitado por su volumen de atención. "Sin importar la dimensión del negocio, su flexibilidad permite que se instale con la garantía de soporte verdadero y comprometido cuando el cliente lo requiera", explica Everth Mendoza, técnico en apoyo a clientes.

Y es que, con la generación de respaldos automáticos, la solución del sistema pasa a ser clave en la reducción de tiempos de atención y facturación. Según relata Quesada, restaurantes tan prestigiosos como la cadena Chancay, han podido palpar la ventaja que brinda su uso, al llevar un control exacto, mejora de los tiempos de despacho, los niveles de satisfacción y confianza del servicio subieron considerablemente entre los clientes.

Entonces, este sistema refresca el verdadero trato personalizado para el comprador. Desde el enfoque comercial, esa flexibilidad permite constantemente crear servicios y productos identificados como tragos o bebidas para fechas especiales; convirtiéndose en una articulación de un servicio más especializado por parte del bar o restaurante, reflejo de una cuidadosa atención al cliente.

Pasando ahora a un enfoque más interno, el equipo líder dentro del negocio, podrá de manera más fidedigna, tener a la mano con esta nueva versión, una base de información con los bocadillos y bebidas, en fin; con un reporte que marque más claramente las preferencias de consumo, ya sea en un solo restaurante o por franquicias. Sin lugar a dudas, brindará un mejor desempeño de ventas y manejos de tiempo, agilizando la canalización del mercadeo del local, lo cual se traduce a un mejor posicionamiento de sus platillos en cada paladar.

**Sinertech: Tel.: (506) 2225-8160**



El equipo de trabajo de Global kemical es capacitado constantemente como parte del compromiso que tienen con la seguridad alimentaria.



Gerardo Cambroner, Gerente Comercial Global Kematic Centroamérica, señaló que ellos venden más que higiene, salud.

# Soluciones de limpieza

*Tecnologías de limpieza para evitar contaminantes, son diseñadas como un compromiso con la seguridad alimentaria.*

La empresa Global Kematic comenzó hace 22 años a desarrollar productos especiales para la inocuidad y salud del ser humano, bajo la sombrilla del mercado lechero. Hace 10 años trasladan las mismas tecnologías, hacia las plantas procesadoras de alimentos, para dotar de soluciones al mercado que busca eliminar la contaminación en los servicios de alimentos.

"A nosotros no nos interesa vender producto, es vender higiene y salud", manifestó Gerardo Cambroner, Gerente Comercial de Global Kematic para Centroamérica.

Principalmente ese ha sido el principio de esta empresa, que constantemente desarrolla productos nuevos, de los que destinan un 70% hacia las plantas procesadoras de alimentos.

Y para el área institucional, los restaurantes, los hoteles y la industria, ofrecen un concepto completo basados igualmente en el manejo de los productos químicos, bajo el mismo proceso de evitar contaminación. Una mala limpieza en estos sitios puede generar problemas graves a la salud, según Cambroner, como la salmonella o la listeria.

Global Kematic es proveedor principal de plantas procesadoras de Cargill, Sigma, Walmart Centroamérica, de los ocho mataderos principales del país, como el Arreo y el Matadero del Valle.

"Somos evaluados por control de calidad, producción y auditores externos de cada planta procesadora. Además nuestro personal de ventas son químicos o tecnólogos de alimentos, porque el nivel de exigencia es alto, ya que el cliente busca alguien que le ayude solventar una necesidad", indicó Cambroner.

Global Kematic actualmente provee a más de 85 lavanderías, a 25 hogares de adulto mayor; a hoteles y a la mayoría de lecherías del país, donde mantienen un estándar de salud.

"También, estamos iniciando con la cadena de restaurantes

Rostipollos, quienes realizan un cambio importante, desde el punto de vista de la microbiología y las mejoras al sistema de inocuidad", contó Gerardo.

Todos los productos desarrollados son 100% amigables con el medio ambiente. Las materias primas son importadas de Europa, bajo la normativa ISO 9001 de calidad, y la ISO 14001 de responsabilidad ambiental.

## **Cocinas**

Otra línea vital de Global Kematic es la parte de cocinas, para quienes desarrollan el mismo concepto de inocuidad, según Cambroner, porque una cocina debe estar 100% libre de microorganismos y bacterias.

Gerardo resalta para este gremio al producto xstream, sanitizante de frutas y verduras, libres de compuestos orgánicos, al Swift: limpiador de hornos y parrillas, así como a limpiadores de pisos y desengrasantes. Todo grado alimenticio aprobado por la FDA, ente que regula el control de los productos químicos en contacto con los seres humanos.

"Porque nuestro compromiso es con la seguridad alimentaria y la inocuidad alimentaria, para garantizar que cada uno de los alimentos que se van a consumir estén libres de microorganismos aptos para el ser humano", aseguró Cambroner.

Global Kematic cuenta con un departamento de aseguramiento de la calidad, que se dedica a nuevos desarrollos y mejora de los productos, para generar beneficios.

Actualmente cuentan con más de 150 productos de esta gama. También están presentes desde hace cinco años en Panamá, principalmente en lecherías y plantas procesadoras de alimentos, así como en Guatemala y el Salvador, en compañías transnacionales.

**Global Kematic: (506) 2438-4218**



## Equipos para la Industria Gastronómica



En Equipos AB celebramos nuestro 15 aniversario completando un abanico de servicios especializados pensando en nuestros clientes.

Hemos puesto en marcha nuevas instalaciones debidamente planificadas para así completar 360° de servicios integrados, diseñados para la industria gastronómica nacional.



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

Frente a Cenada, Barreal de Heredia.  
1 km este del Mall Cariari.  
**2239.5516**

Acero Total, San Joaquín de Flores,  
100 m. Oeste de la Casona del Cerdo.  
**2265.2729**



# Nueva alternativa para ejercitarse al aire libre

*¿Qué le parece invitar a sus clientes a realizar ejercicios en un contacto directo con la naturaleza? Ya sea con vistas hacia la playa, piscinas o la montaña y no en una infraestructura cerrada, donde las paredes limitan la vista al exterior.*

Muchos mercados buscan formas diferentes de captar más clientes y este es el caso de los gimnasios al aire libre, que diseñan nuevos formatos ya sea para hoteles, complejos de condominios, club de tipo social o hacia otro tipo de negocio turístico, que quiere brindar la opción al cliente que está marcando la tendencia hacia un concepto de unificar el ejercicios en máquinas con el contacto con la naturaleza.

La empresa costarricense Grupo Cicadex, pionera en el desarrollo de este concepto en Costa Rica, ha instalado varios gimnasios de esta categoría en diversos parques alrededor del país, así como en centros educativos, hoteles y clubes sociales.

Grupo Cicadex se da a la tarea de asesorar y recomendar el diseño y las máquinas para cada lugar en el que se desee instalar este tipo de gimnasios, ya sea con equipos para circuitos o para un solo producto. Las opciones son múltiples, incluso equipo biomecánico para personas con algún tipo de discapacidad física.

## Áreas verdes para exteriores e interiores

De igual manera Grupo Cicadex brinda opciones interesantes para áreas comunes con césped sintético, elemento generador de grandes ventajas tales como: ahorro de agua, mantenimiento básico, antialérgico, fácil de lavar y de instalar, procurando siempre una apariencia

verde.

Esta alternativa puede ser utilizada para jardines, áreas de play ground, canchas sintéticas, de fútbol, tenis o multiuso.

## Zona Cardioprotegida

Bajo el lema "Usted puede salvar una vida" Cicadex incursiona en el proyecto de Zona Cardioprotegida, para dotar a los diferentes lugares, de alto tránsito de personas, un desfibrilador externo automático, para evitar cualquier tipo de emergencia que amerite el uso de este tipo de aparato que le ha salvado la vida a cientos de personas que han sufrido un paro cardiorrespiratorio debido a la fibrilación ventricular.

La desfibrilación consiste en emitir un impulso de corriente continua al corazón, despolarizando simultáneamente todas las células miocárdicas, pudiendo retomar su ritmo eléctrico normal u otro eficaz. La fibrilación ventricular es la causa más frecuente de muerte súbita.

Grupo Cicadex brinda una inducción a la empresa que adquiera este aparato electrónico portátil, con el fin de que así se pueda tener una pronta respuesta en caso de alguna eventual emergencia y salvar vidas, así lo comentó Natalia Sánchez, jefe de mercadeo de Cicadex.

**Cicadex (506) 2240-3600**

ideas,  
contáctos,  
productos y  
servicios  
para  
su hotel o  
restaurante

o bar, cafetería, panadería, catering service...



# EXPHORE

## EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Adquiera su  
Entrada

Adquiera su entrada en  
[www.exphore.com](http://www.exphore.com)

Martes 6 al Jueves 8 Mayo, 2014  
Centro Eventos Pedregal . Costa Rica

Exhibición y venta de productos y servicios para  
el sector gastronómico y hotelero.

**Reserve su Stand:** Guillermo Rodríguez [guillermo.rodriguez@eka.net](mailto:guillermo.rodriguez@eka.net)

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

Actividades: Reto Barista, Copa Culinaria, Premio XHR,  
y mucho más... Horario: 11 a.m. a 8 p.m.

Organiza:

*Apetito*  
La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de EKA  
Consultores Internacional



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



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

Tel.: (506) 4001-6723  
[revistaapetito@ekaconsultores.com](mailto:revistaapetito@ekaconsultores.com)  
[www.exphore.com](http://www.exphore.com)

USTED + CAMBRO  
= **MÁS ESPACIO**



**40% Más espacio para almacenamiento. No se requiere construcción.**



Enfrentemoslo, las renovaciones son costosas e inconvenientes para cualquier operación de foodservice. Con Cambro Camshelving® High Density Floor Track Shelving System usted ya no tiene que "lidiar con" o "adaptarse a" su espacio para almacenamiento existente. Camshelving® High Density Shelving le facilita a los operadores de foodservice almacenar eficientemente más productos sin la necesidad de emplear a un contratista. Por más de 60 años, Equipos de Cambro foodservice y suministros se ha ganado la confianza y lealtad de los clientes alrededor de todo el mundo debido a que sus productos les han permitido maximizar la capacidad de almacenamiento.

*¡Descubra el espacio de almacenamiento que usted no sabía que tenía! Llame para una consulta gratuita de estanterías para que usted pueda incrementar su capacidad de almacenamiento.*

