

# *Apetito*

La revista para hoteles y restaurantes

## ADN del Consumidor del Vino

Un estudio que revela los diferentes tipos de consumidor, desde los que saben exactamente lo que quieren hasta los que buscan consejos para tomar una decisión, los tradicionalistas, los escépticos, los confundidos, los indecisos, los abrumados y los que dejan la compra para después... Conózcalos.

Además...

**P.26** ¿Quién llegó a Expovino?

**P.37** Directorio de Expovino

**P.28** Paladar Viajero: Bélgica deja mal sabor de boca...



7 441025 500879

Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130





**Fabricación de  
Carrocerías y  
equipos de  
refrigeración  
para transporte**



**Alquiler de camiones  
secos y refrigerados**

**Alquiler de contenedores refrigerados**

**Distribuidor exclusivo de la marca  
HWA SUNG THERMO para Centroamérica**

Tel: (506) 2439-7195 / 2439-2104  
info@myr.com  
www.equiposmyr.com

Taller de servicio especializado con más de 18 años en el mercado

Venta de repuestos de las marcas más reconocidas en el mercado de transporte refrigerado.



# NAVIDAD

## ES ÉPOCA DE DAR Y RECIBIR

Durante este año, nosotros hemos recibido mucho de Ustedes y queremos aprovechar estas fechas tan especiales para agradecerles por su preferencia y su confianza.

¡Feliz Navidad y Venturoso Año Nuevo!



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

#### **BELCA Costa Rica**

Tel: (506) 2509.2000 • Fax: (506) 2239.0147  
1 km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén.  
Heredia, Costa Rica

#### **BELCA Honduras S.A. de C.V.**

Tel: (504) 551.1858 • Fax: (504) 551.1859  
Boulevard a Puerto Cortés,  
Zona Río Blanco

#### **BELCA Guatemala S.A.**

Tel: (502) 6628.7000 • Fax: (502) 6628.7010  
Villanueva, Guatemala



Shirley Ugalde  
shirley.ugalde@eka.net

## Programados para triunfar

En el reciente congreso de recursos humanos, Congente, organizado por la revista Eka, tuve oportunidad de escuchar a una conferencista hablar sobre la Programación Neurolingüística o PNL. Según explicaba Marilis Llobeth, la mayoría de eventos que ocurren en nuestra vida responden a programaciones o creencias que tenemos, y lo mejor del caso es que si no estamos conformes, estas creencias pueden cambiarse y programarnos para obtener resultados diferentes.

Tiene mucho sentido, entonces por qué en situaciones similares vemos personas que encuentran siempre un lado positivo, mientras que otras nunca logran verlo, y esto sucede tanto en el campo laboral como personal.

La PNL tiene métodos bastante desarrollados para lograr hacer esos cambios, pero una buena forma de comenzar es definir qué es lo que queremos. En muchos casos vamos por la vida sin cuestionarnos si nos gusta lo que hacemos, o si esto nos está llevando a lograr nuestras metas, decía Llobeth que nos pasa como a Alicia en el país de las maravillas, que nunca supo si llegó porque tampoco sabía a dónde iba.

Las metas no tienen que ser todas loables, no siempre tenemos que salvar el mundo. Pueden venir en forma de pequeños propósitos, y el fin de un año, es una excelente oportunidad para sentarnos a reflexionar sobre lo que queremos. Bajar de peso, mejorar la relación de pareja o conseguir una, encontrar empleo, ahorrar, cambiar de carro, pasar tiempo con los hijos... no importa lo que tenga en su lista, lo cierto es que se trata de una costumbre que nos ayuda a reflexionar sobre lo que estamos haciendo: si tenemos claro lo que queremos y mejor aún, si lo escribimos, hay más probabilidad de conseguirlo. Algunos consejos es tomarse el tiempo para escribir la lista, hacerla lo más realista posible, premiarse por los logros alcanzados y no castigarse cuando se "flaquea". Otro método es comentar los propósitos con alguien de confianza, esto genera presión para mantenerse constante.

Algunos recomiendan hacer una lista corta, no más de dos propósitos por año, uno que conlleve un cambio importante y otro más superficial, si hacemos una lista muy difícil de alcanzar fácilmente nos venceremos de que no lo haremos, y nuestro cerebro estará programado para ello.

Les deseo el mayor de los éxitos en este 2012, presten atención a sus programaciones e incluyan en su lista hacer algo divertido, además de trabajar.



### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl.hempel@eka.net

### directora general

Michelle Goddard  
michelle.goddard@eka.net

### editora

Shirley Ugalde  
shirley.ugalde@eka.net

### asesor comercial

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

### directora arte

Nuria Mesalles J.  
nuria.mesalles@eka.net

### diseño y diagramación

Iranía Salazar Solís

### directora eventos

Carolina Martén  
carolina.marten@eka.net

### circulación

Andrea Moodie ext. 152  
suscripciones@eka.net

### colaboradores

Yajaira Chung  
Irina Herrera

Hágase fan de  
**Apetito** en:

**facebook**

**(Revista Apetito)**

*Apetito*  
La revista para hoteles y restaurantes

Tel.: 2231-6722 Fax: 2296-1876  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica

**www.apetitoenlinea.com**

**Suscríbese**

Ingrese sus datos en  
**www.apetitoenlinea.com** ó  
llámenos al Tel.: 2231-6722 ext 152



# Los maestros queseros



## Quesos frescos:

Montino Fresco  
Montino Semiduro  
Montino Cremoso  
Montino con especias  
Yogurt, Helados,  
Productos Cárnicos

## Quesos semimaduros:

Mozzarella  
Monte Rico  
Monte Rico Light  
Monte Rico con jalapeño

## Quesos maduros:

Gouda  
Edam  
Cheddar  
Emmental  
Baby Swiss  
Parmesano

## Quesos crema:

Tradicional  
Light  
Light con albahaca  
Con jaleas (fresa,  
guayaba, mora)  
Quesos Procesados

Productores de Monteverde S.A., TEL (506) 2589 5858 / Distribuye Caroma S.A., TEL (506) 2240 4242

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



Karl Hempel  
karl.hempel@eka.net

### La Ciudad

La ciudad ofrece tantas ventajas, podríamos considerarla uno de los grandes inventos de la humanidad.

Camina uno por sus calles y encuentra restaurantes que cuesta imaginar que florezcan en un escenario menos poblado.

Coincide uno con gente tan diversa en la ciudad, cada uno aportando su parte, cada quien en lo suyo, pero dispuestos a ayudar, compartir y muchas veces a regalar una idea. Si, la ciudad nos une, nos permite alcanzar nuevas dimensiones.

Ahora, todo lo bueno viene con sus retos. Organizar una ciudad se logra con buena comunicación, atentos a lo que pasa y dispuestos a cumplir y hacer cumplir reglas que en otro escenario se considerarían absurdas.

Aquí estamos, por lo menos la mayoría, así que disfrutemos nuestra ciudad y compartamos nuestras ideas, para que sea mejor cada día.

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

*Karl Hempel*  
Director

P.S. Felicidades a todos los que asistieron a ExpoVino Costa Rica, espero que disfrutaran cada descubrimiento en el mundo y la cultura del vino. De nuestra parte, seguiremos trabajando en nuevos proyectos y experiencias para ustedes, salud.

### Cartas

9. Aperitivos

26. Feria de Miami

28. Paladar Viajero: Bélgica dejó mal sabor de boca

### Especial de Expovino:

30. Visitantes: En sus tres días Expovino recibió a casi tres mil personas, entre invitados del Trade y amantes del vino.

34. ADN del Consumidor del Vino: Un estudio que revela las características del consumidor de esta bebida.

### 37. Directorio de Expositores de Expovino

### De Compras:

48 Euroalimentos: Vinos de Italia para gustos variados

49 Cambro: Presenta el novedoso sistema de almacenamiento

50 Ancyfer: El Aloe Vera refresca el menú

---

## Próxima Edición

Próxima edición: Febrero - Marzo

*Especial de Panadería y Pastelería*

*Especial de Cerveza*

Cierre Comercial:

*30 de Enero, 2012*



**Anúnciese en *Apetito*  
y reserve su stand en  
Expohore 2012**

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



El mejor regalo que puedes dar esta navidad a los tuyos es **Salud, Higiene y Protección.**



**KIMBERLY-CLARK PROFESSIONAL\* te desea una feliz navidad y un año nuevo lleno de éxitos**

Guatemala: (502) 2412-3700, El Salvador: (503) 2319-4500, Honduras: (504) 2545-1600, Nicaragua: (505) 2276-8770, Costa Rica: (506) 2298-3183, Panamá: (507) 366-1700, República Dominicana: (809) 472-7676.

©/\* Marcas Registradas de Kimberly-Clark Worldwide, Inc. o de sus afiliados. © 2011 KCWW KCP-LAO



## Cartas

**Expovino también en Facebook:  
Nuestros fans nos siguieron  
también desde Facebook:**

"Gracias a Dios, me alegro montones que todo fuera un éxito" **Alice Mendoza Mendoza.**

"Debería de ser todos los años!!! Educación al Paladar 100%" **Karen Nuñez**

"El año entrante toca hacerlo en un lugar más grande, mucho tumulto hubo, pero como siempre muy bueno!" **Carlos Orozco Vidaorreta.**

"Estuvo excelente, felicidades!!!!" **Lebinia Monge.**

"La situación se volvió fuera de control. Deberían controlar más la venta de entradas para evitar tanta gente a la misma vez." **Doreen Hughes.**

"Un gusto haber atendido tanta gente amante del vino en nuestro stand!" **Delika Costa Rica.**

"Excelente, demasiado bueno" **Lilliana Romero Fallas.**

"Excelente, deberían hacerla todos los años!!!!"

**Ricardo Mata Brenes.**

"Muy interesante esta feria" **Juan Pablo Garcia Cornejo.**



### Sea parte de nuestro Facebook

Te invitamos a unirse a nuestra comunidad de Facebook. Aquí encontrarás noticias, actualizaciones, comentarios y más de nuestra revista, así como también de Explore y Expovino.

Visitamos en: Facebook.com/Revista-Apetito,  
Facebook.com /Expo-Hoteles-Restaurantes-EXPLORE y  
facebook.com/ExpoVino

## Suscríbase por 1 año: Reciba 2 años

Suscríbase por 1 año (\$30) y reciba el segundo año gratis. ¿Desea tener acceso a la Revista *Apetito*, una valiosa fuente de consulta al presentar las principales novedades en productos y servicios, estrategias, tendencias y consejos para el sector de Gastronomía & Hotelería? Si desea recibir 3 ejemplares gratuitos de prueba complete el formulario en [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)

**Para más información:**

**Tel.: (506) 2231-6722 ext152**

**suscripciones@eka.net**

**www.apetitoenlinea.com**



## Nuestros puntos de distribución:

Encuentre ejemplares de *Apetito* en:

**7,249 views**



# Equipos de Calidad a su alcance!

Las marcas más confiables del mercado



**Hornos de microondas**  
**Amana**  
Commercial

- Modelos que se ajustan a sus usos y necesidades.
- Equipos de alta calidad y rendimiento industrial.
- De fácil operación y mantenimiento.
- Programación preestablecida de cocción.
- Garantía y servicio de taller.



**Batidoras industriales**  
SPAR MIXER  
**SPAR**

Le ofrecemos en sus compras hasta **12** cuotas iguales cero interés

Con su tarjeta **TIPS-CREDIX\***

\* Aplican restricciones / Sujeto a aprobación de crédito

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

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

## Norpac: El nuevo ingrediente de Global Partners

Enrique Zamora, gerente de ventas y mercadeo de Global Partners, explica que el enfoque de la compañía ha sido incluir en su portafolio productos innovadores que se ajusten a las demandas y necesidades de los clientes.

Este compromiso los llevo a identificar una creciente demanda por alimentos sanos en un mercado que pide estabilidad en precio y calidad, así como facilidad en el control de inventarios, reducción de costos operativos (preparación y mermas), donde el producto terminado tenga una excelente presentación en todos los platillos. En ésta búsqueda, Global Partners identificó a Norpac Foods Inc, proveedor que se ajusta a estos requerimientos, por lo que ahora distribuye de forma exclusiva la línea completa de productos Norpac bajo la marca FLAVOR PAC, ofreciendo vegetales congelados que cumplen con las certificaciones internacionales de calidad, "Por ejemplo, esto garantiza a los clientes que la coliflor o el brócoli van a estar 100% limpios desde la apertura del empaque, preparación en minutos y valores nutricionales más altos que los del producto fresco sin necesidad de tener personal dedicado a la limpieza y preparación de los mismos". Entre los productos disponibles se encuentran: Maíz dulce, Elote de Maíz super dulce, Mezcla de Vegetales, Brócoli, Coliflor, Zanahoria, entre otros.

Próximamente contarán con la línea completa de sopas congeladas.

Más información al 2293-3896 o al correo electrónico: [info@gpartners.com](mailto:info@gpartners.com)



NORPAC Foods, Inc. Es una cooperativa dedicada al cultivo, proceso, venta y distribución de sus productos a nivel mundial desde 1924. Cuenta con 240 miembros y 45,000 acres de terreno donde se producen 600,000,000 Lbs. de producto anual, y esto la convierte en la empresa productora de vegetales privada más grande de Estados Unidos.

**GP** **GLOBAL PARTNERS**

## Vegetales Congelados

**¡Frescura en su mesa!**

**NORPAC**

Tel: (506) 2293-3896

[www.gpartners.com](http://www.gpartners.com) • [info@gpartners.com](mailto:info@gpartners.com)



## Amasando nuevos negocios

“Ellos cuentan con el ingrediente principal, pero no lo explotan al máximo”, dice Rafael Servián, gerente general de Puratos Costa Rica. Servián habla de los panaderos tradicionales, quienes según dice tienen en manos un negocio de gran potencial, y precisamente generar nuevas ideas para reinventar las panaderías fue el objetivo de la reciente feria de los Rincones, organizada por Puratos. “Para seguir vigentes en sus negocios, los panaderos tienen que ofrecer más a sus clientes, tanto en recetas como en nuevas alternativas, el sándwich es algo que pueden ofrecer sin necesidad de realizar una inversión, tienen lo más importante que es una materia prima fresca, hecha en casa, agregan algunos ingredientes sencillos, y tienen un negocio nuevo, una alternativa de almuerzos para llevar o bien consumir en la panadería”, comentó Servián. Durante la feria de los Rincones, Puratos se enfocó en las categorías de chocolatería, panadería y pastelería, con exhibición de productos, degustación y técnicas de preparación de chocolate, panettones y sándwiches.

Más de 400 panaderos asistieron a la feria de los Rincones organizada por Puratos, en la que recibieron información sobre productos y actualización de técnicas de preparación.



Rafael Servián, Gerente General y Arturo Caballer Casas Gerente Comercial de Puratos Costa Rica.



 M.R.

garantía de calidad



**ELITE CERAMICA**  
Nari®  
mod. MOP-01



**ELITE CERAMICA**  
Laila®  
mod. MOP-03



**Taza tanque**

Drakar1®  
Descarga 4.8 lts  
mod. TT-1



**Taza para Fluxómetro**

Nao®  
mod. TZF-1



**Mingitorios**

Ferry®  
Tipo Cascada  
mod. MG-1



**Travis®**  
Tipo Cascada  
mod. MG-2

tecnología al cuidado de la naturaleza



















**Santa Ana:** 1.5 km oeste de Forum 1, Complejo Industrial Condopark, Bodega 4  
(506) 2203-2955 • [costarica@helvexinternacional.com](mailto:costarica@helvexinternacional.com)

Estados Unidos México República Dominicana Puerto Rico Guatemala El Salvador Honduras Nicaragua  
Costa Rica Panamá Colombia Venezuela Perú Bolivia Chile Arabia Saudita Emiratos Árabes Unidos Kuwait

## Cuando el postre es la estrella

Unas cuantas recetas de su abuela, la insistencia de algunos amigos y muchas ganas de hornear, fue lo que se necesitó para que esta empresaria de raíces italianas, dejara su trabajo formal como arquitecta e ingeniera en sistemas de información, para iniciar un negocio propio. La costumbre de hornear galletas navideñas para compartir con los compañeros de trabajo, fue el detonante. Una cosa llevó a otra, y sería cuestión de tiempo para que sus galletas estuvieran a la venta en el Automercado. En febrero del 2006 colocó los primeros pedidos en esa cadena, con dos tipos de galletas, con una producción de 200 a 300 paquetes mensuales, actualmente sólo de esa línea entrega 2 mil paquetes al mes.

Empresas como Belca, Walmart, restaurantes y cafeterías recibieron sus productos, y con sus solicitudes su catálogo también fue creciendo. "Los clientes me pedían nuevos productos, recuerdo que en Belca me pidieron que les fabricara English Muffins para el Four Seasons y dimos la talla", dice su fundadora Lyda Feoli.

Con varios años realizando productos "sin marca" para otras empresas, Feoli decide que es momento de dar una identidad a sus creaciones, es así como nace el nombre Scatola Rossa, que significa Caja Roja, "es una caja de sorpresas, siempre es bonito abrir un regalo, Scatola Rossa tiene la apariencia de un regalo muy especial por dentro y por fuera".



**Scatola Rossa... Con este nombre que en italiano significa "Caja Roja", Lyda Feoli dio identidad de marca a un producto que llevaba varios años maquilando. Recientemente firmó un contrato con Walmart, con lo que su caja roja también llegará a El Salvador, Guatemala y Nicaragua.**

Feoli asegura que el crecimiento no la hace perder de vista que sus productos son gourmet, preparados artesanalmente con ingredientes de alta calidad, "son productos congelados para retail y foodservice, con una vida útil de un año, sin preservantes, ni químicos, esto le permite a una cafetería lucirse con los postres, sin necesidad de invertir en equipos ni ingredientes para su preparación, y con la ventaja de que tienen un alto margen de utilidad", enfatizó.

**HIELO,  
su mejor socio**

No permita que la falta de un repuesto afecte su negocio!

Repuestos, filtros y accesorios para:	SCOTSMAN MANITOWOC ICE-O-MATIC CORNELIUS	FOLLETT HOSHIZAKI VOGT HOWE
---------------------------------------	---	--------------------------------------

**PROREPUESTOS** Bajo el respaldo de:  
KEITH & RAMIREZ

T. 2223-0111 | inforep@kr.co.cr | www.kr.co.cr

**TRAMONTINA**

**Para las mesas más exigentes**

Utensilios de la más alta calidad. Resistencia, durabilidad e innovación en cada producto.

Línea Institucional hoteles y restaurantes **yamuni mayoreo**

www.yamuni.com Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066  
De Mc Donaldr Jabana 200 mtr. al este



# En limpieza también se ahorra

El restaurante Outback Steak House en Costa Rica tiene capacidad para 230 personas y recibe en promedio unos 12 mil clientes al mes. Ofrece un menú con el 89% de los ingredientes importados, por lo tanto requiere un administrador con ojo de águila para lograr el adecuado balance entre ingresos y gastos. Alfonso Chavarría ha manejado este restaurante desde su apertura y no pierde oportunidad buscando proveedores que le ayuden a ofrecer la calidad que esperan sus clientes, sin pasarse con los gastos. Por eso, no lo pensó dos veces cuando los representantes de Sistemas de Higiene Tork, le ofrecieron probar una alternativa que no sólo prometía más calidad sino también bajar sus costos.

Chavarría asegura que con los productos Tork, el restaurante pasó de gastar 6,9 millones a 3,8 millones de colones al mes en el rubro de limpieza: jabones, toallas para secado de manos, toallas para cocina, papel higiénico, alcohol gel, servilletas, dispensadores.

El administrador asegura que no se trata de productos más baratos, entonces ¿cómo hizo para bajar esta cifra? Al parecer no hay grandes secretos, la diferencia radica en la forma de utilizarlos.

“La clave está en buscar un proveedor que más allá de una venta te asesore con un producto acorde a las necesidades. Lo que hizo Tork fue ofrecerme un producto de más calidad y al mismo tiempo me apoyó con la capacitación de los empleados para su uso adecuado, y esto al final se

traduce en ahorro y eficiencia. Nada gano con buscar un producto más barato, si al final gasto más”.



Alfonso Chavarría, gerente general del restaurante Outback Steak House, Costa Rica, dice que en su restaurante logró un ahorro de un 47% mensual con el uso de productos de limpieza Tork.



## Alto estándar en cada detalle

Desde un banquete hasta un brindis. Utensilios resistentes y duraderos para cada ocasión.

Línea Institucional hoteles y restaurantes

**yamuni mayoreo**

www.yamuni.com

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066  
De Mc Donald's Jabana 200 mtr. al este

**REFRIGERACION**

**OMEGA**

28 años

**TECNOLOGIA MUNDIAL  
CON TALENTO LOCAL**

- EQUIPOS EN FRIO
- EQUIPOS DE CALOR

- REPUESTOS
- SOPORTE TECNICO

<p><b>SUCURSAL SANTA ANA</b></p> <p>Telefono: (506) 2203-3191</p> <p>Fax: (506) 2203-0506</p>	<p><b>SUCURSAL SAN JOSÉ</b></p> <p>Telefono: (506) 2248-3505</p> <p>Fax: (506) 2233-5855</p>
<p><b>SUCURSAL ALAJUELA</b></p> <p>Telefono: (506) 2430-7110</p> <p>Fax: (506) 2430-7113</p>	<p><b>FÁBRICA EN SANTA ANA</b></p> <p>Telefono: (506) 2282-9086</p> <p>Fax: (506) 2282-7770</p>

[www.refrigeracionomega.com](http://www.refrigeracionomega.com) / [info@refrigeracionomega.com](mailto:info@refrigeracionomega.com)

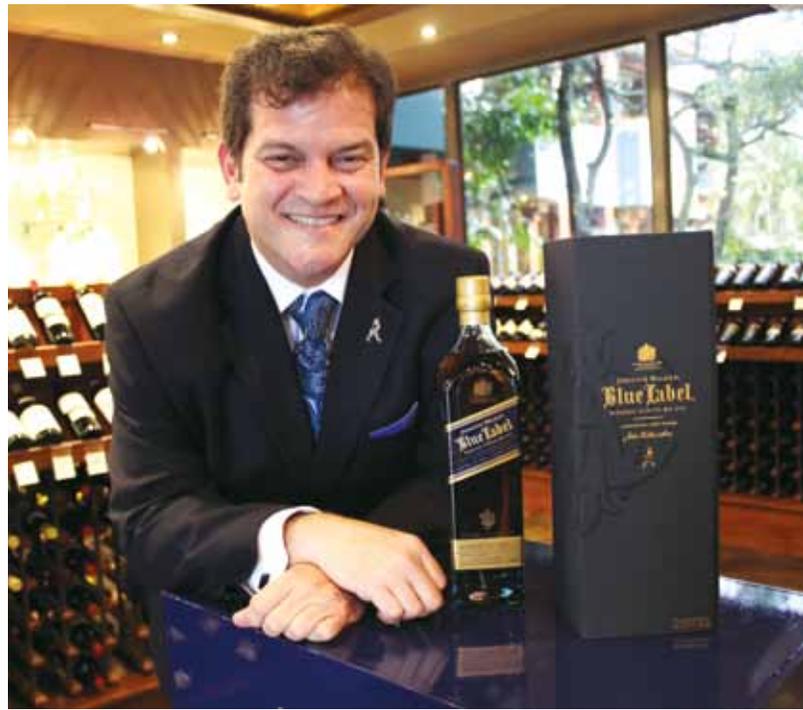
# El mensajero de Walker

Un Embajador es la persona que “representa un país o su gobierno en el exterior”, es un enviado, pero también es un mensajero. En el caso del Embajador de la marca Johnnie Walker para Latinoamérica, qué mejor enviado que uno que habla nuestro idioma, que entiende nuestros gustos y además conoce de sabores.

Arturo Savage es un venezolano, ingeniero industrial de profesión y chef por elección, y se convirtió en el primer latino en representar esta marca escocesa, y es la persona indicada para recomendar el correcto maridaje entre whiskey y comida.

“No existen reglas en el maridaje, pero una recomendación es que lo que crece junto se lleva bien, un whiskey con un salmón escosés es un matrimonio perfecto”, asegura con una expresión que casi parece saborear un trago en su paladar.

Dice que existen dos recetas infalibles para un maridaje y son la analogía y el contraste. El whiskey tiene una mezcla de sabores ahumados y sabores dulces, por lo que en la cocina se buscan estos ingredientes que complementen con los sabores. “Un consejo que siempre doy a los chef es utilizar el whiskey en las recetas, como un elemento para unir los sabores, y esto hace más fácil el maridaje. Siempre digo que los chef y los master Blenders somos una suerte de consultores matrimoniales, donde los ingredientes son las parejas a reconciliar y la cocina el consultorio”.



1+1=3

“Un ingrediente, más un líquido, crean una experiencia nueva en términos de sabores y aromas, eso es el maridaje”, Arturo Savage, Embajador de la marca Johnnie Walker en Latinoamérica.

Haz de cada receta una dulce sensación  
con SLENDA® Endulzante Granulado  
Sorpréndelos con recetas saludables y con el dulce sabor de SLENDA®



# Escuela del Vino



Carmen de Aguirre Márquez de Prado, una bióloga y enóloga española es la directora de la Escuela del Vino, ella estudió en Francia, Italia y España. Seleccionar uva tinta para Dom Perignon Rosado, fue una de sus responsabilidades mientras trabajó para Moët & Chandon.

Para asistir a estas lecciones, será necesario llevar papel y lápiz, pero sobre todo un paladar ansioso de nuevos sabores.

Términos como terroir, copas adecuadas para cada tipo de vino, saber elegir el vino para cada ocasión, lo mismo que su maridaje con las diferentes comidas, son sólo algunos de los temas que se desarrollarán en estas aulas. La teoría será una parte importante en esta escuela, aunque la práctica lo será aún más. En la Escuela del Vino que iniciará sus lecciones en febrero del 2012, los estudiantes aprenderán tanto de historia como de tendencias y sabores.

El proyecto está a cargo de Carmen de Aguirre Márquez de Prado, una licenciada en biología y enología, que asume el reto con la seguridad de que en Costa Rica será bien recibido. Esta española asegura que ha encontrado un país con alto potencial y un marcado interés en todo lo relacionado con vino y maridaje, tanto a nivel personal como profesional. "Es por ello que en este proyecto de la Escuela del Vino queremos incluir una oferta tanto para el que quiere estudiar la carrera de sommelier; como para aquellas personas que tienen un interés por la cultura general, para ello tendremos cursos libres que abarcan temas como el correcto servicio, vinos adecuados para diferentes ocasiones, vino y salud, maridaje, entre otros".

De Aguirre enfatizó en que la línea de la Escuela del Vino será marcada por una visión educativa, "nos proponemos enseñar alejados de la parte comercial, decir que una marca es mejor que otra es un error frecuente, nosotros queremos dar las herramientas para que cada persona realice sus propios juicios y estamos seguros que será un aporte para la industria en general".



**LA ESCUELA DEL VINO EN CENTROAMÉRICA**

*Conozca cómo se elabora un vino, las herramientas y su correcto servicio, la conservación idónea de estos, variedades de uva, su importancia en nuestra salud...etc.*



**LA ESCUELA DEL VINO**  
CENTROAMÉRICA

**Costa Rica, Escazú**  
**Inicio Febrero 2012**

**Precios Competitivos**

**Educadores profesionales reconocidos nacional e internacionalmente.**

**Dirigida por la enóloga española Carmen de Aguirre**

- Carrera de Sommelier con Certificación Europea
- Cursos Libres

**Para más información:**  
**Tels: 2215 3211 • 8861 7663**  
**8730 6312 • 8941 8967**  
**[www.escueladelvino.com](http://www.escueladelvino.com)**

## Helado navideño



Dos Pinos presentó un helado Premium especial para la época navideña, con avellanas, queque brownie de chocolate, nueces acarameladas y topping de caramelo.

El nuevo helado estará disponible en los principales puntos de venta del país a partir del mes de diciembre y es una edición limitada.

## Amigable con la salud y el ambiente

El Kit completo de Lavandería Industrial de Florex tiene todo lo necesario para realizar un excelente trabajo en lavanderías de hoteles y restaurantes, sin dejar huella en el medio ambiente: detergente, quitamanchas, suavizante, etc. Con este Kit no necesitará más productos. Además de ser amigable, rendidor, económico, estos productos de Florex son desarrollados pensando en la salud de los operarios, disminuyendo el gasto por concepto de incapacidades en el departamento de limpieza.



Solicite su kit al teléfono: 2447-2323, o al correo [julio.rodriguez@florexcr.com](mailto:julio.rodriguez@florexcr.com)



Productos para panadería, cafeterías, restaurantes y hoteles



Tels.: (506) 2234-9821 • 2234-9558 • Fax (506) 2225-7873  
[www.lastorrescr.com](http://www.lastorrescr.com) • e-mail: [info@lastorrescr.com](mailto:info@lastorrescr.com)

# JOPCO

Artículos para hoteles y restaurantes

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

Tels. [506] 2215-3545 • Fax: [506] 2213-7583  
 Guachipelin, Escazú. • [jopco@raesa.co.cr](mailto:jopco@raesa.co.cr)



aperitivos



## ¿Cómo elegir el vino de la casa?

Aunque en la mayoría de las veces el vino de la casa se elige con un único criterio, que es el precio, lo cierto es que existen otras variables que pueden tomarse en cuenta para lograr una combinación interesante. Según nos explicó Gabriel Martínez, Gerente de Exportaciones del Grupo Yllera de España, el vino de la casa debe tener cierta personalidad que identifique al restaurante. "Se debe buscar un balance entre calidad y precio. Debe ser un vino que le guste a la mayoría, tanto al tomador habitual como al que apenas inicia, por lo que se recomienda que sea un vino de unos seis meses de guarda en bodega americana, esto le dará tonalidades de madera, que sin duda satisfacen el paladar más experto, pero conservará el sabor de la fruta y la frescura que buscan los tomadores más inexpertos", comentó.

La próxima vez que elija el vino de la casa, recuerde que al igual que los demás elementos de su restaurante, este también dice mucho de su personalidad.

Gabriel Martínez, Gerente de Exportaciones del Grupo Yllera de España "El vino de la casa se elige pensando en satisfacer a la mayor cantidad de gustos".



**Arcoroc**  
Serving solutions

Implecable  
día tras día

Vajillas resistentes a golpes, rayones y altas temperaturas.  
Hasta 50 veces más duraderas.

Línea Institucional hoteles y restaurantes **yamuni mayoreo**

[www.yamuni.com](http://www.yamuni.com) Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066  
De Mc Donald's Jabana 200 mtr. al este

**Productos de limpieza  
para hoteles y restaurantes**

**Productos amigos  
del ambiente**

Costa Rica: 506.2545.2545 • El Salvador: 503.2510.1600  
Guatemala: 502.2427.0444 • Honduras: 504.561.8400  
Nicaragua: 505.2240.1248 • Panamá: 507.261-8331

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

## ¡Salud por el agua!

En una de las catas escuché a una participante decir que tomar vino era parte de su vocación ecológica, los demás asistentes no estábamos seguros si se trataba de una broma, pero seguidamente ella dijo "¡claro!, si tomas vino en vez de agua estás ayudando a ahorrar agua". Si esta enófila, respetuosa ferviente del agua, se entera lo que está haciendo la bodega Emilio Moro, probablemente reservará estos vinos españoles entre sus favoritos.

José Ignacio Andrés, Director de Exportaciones de las Bodegas Emilio Moro y Cepa 21, nos contó que esta bodega de la Ribera del Duero cuenta con una fundación, que tiene como objetivo desarrollar proyectos solidarios en países en vías de desarrollo. Uno de los proyectos más recientes es el llamado "el vino ayuda al agua", y consiste en financiar proyectos de potabilización de agua en Sri Lanka y Nicaragua.

José Ignacio Andrés, Director de Exportaciones de las Bodegas Emilio Moro y Cepa 21 explicó que la educación es un pilar de la fundación Emilio Moro, por lo que el siguiente proyecto es abrir una escuela de Sommeliers para estudiantes de escasos recursos en Perú.



## PARA ROPA LIMPIA COMO EN CASA...



Equipos Nieto tiene la mejor respuesta para la industria del lavado y por eso sus máquinas cuentan con respaldo, garantía y el prestigio mundial de



la marca experta en la industria de lavado.



tel: (506) 2222 6555 / [www.equiposnieto.com](http://www.equiposnieto.com)  
fax: (506) 2257 0570



# Todo para una Limpieza Profesional **SWIPE**

- PRODUCTOS BIODEGRADABLES
- CALIDAD CERTIFICADA ISO 9001
- ALTO RENDIMIENTO
- GRAN VERSATILIDAD
- GRADO ALIMENTICIO



Distribuye: Homecare de Costa Rica S.A.  
Tel. (506) 2215-2381 • Fax (506) 2215-2382 • info@swipecr.com • www.swipecr.com



## aperitivos



Josep y Mireia Tetas, nietos de José M Tetas, quien fundó la bodega Pinord, en 1942, ambos están involucrados en el proceso de elaboración y en la comercialización de los vinos de la familia.

## El vino en la sangre

Si le hicieran una alcoholemia a estos dos muchachos, probablemente saldría muy alta. Y es que ambos han respirado vino desde que nacieron. Su abuelo fundó la bodega Pinord en la región del Penedés en 1942, y desde mucho antes su familia estuvo involucrada en la producción de esta bebida.

La bodega Pinord está en manos de la tercera generación de la familia Tetas. Como lo explican Josep y Mireia Tetas, ellos buscan mantener la tradición en cuanto a cultivo y proceso, pero no escapan del uso de tecnología. Entre toda la oferta de vinos disponible en el mercado, ellos aseguran diferenciarse por la personalidad en sus vinos. Y es que desde los nombres ya se puede sospechar que el contenido será diferente. Por ejemplo tienen uno que se llama Más 7, esto porque según dice Tetas, las plantas están ubicadas de manera que reciben siete exposiciones solares durante el día. Otro fue bautizado como el Clos del Music, porque en este viñedo hay tanta variedad de pájaros y otros animales, que cuando se entra parece que hay un concierto.

Pero la oferta va más allá de nombres curiosos, la bodega Prioratos cuenta con la certificación ecológica y biodinámica, otorgada por Demeter, un reconocimiento que sólo unas 370 bodegas ostentan en todo el mundo.



## Líderes en distribución de Productos Orientales



Especiales para la cocina: china, japonesa y demás países orientales, con una cobertura en hoteles, restaurantes y supermercados en todo el país.

Marcas y diseños Registrados.

- Whit Rabbit (Caramelos chino)
- Butterfly (Te verde y Jazmin)
- Chy Fu (Salsa, Fideos y Té)
- Ocho Ocho (Confituras)

Importadores y distribuidores exclusivos de:  
Lee Kum Kee (USA) Inc. (Salsa Ostion y Salsa China)

**ADVERTENCIA:** Nos reservamos el DERECHO LEGAL de propiedad intelectual de nuestras marcas registradas pero en caso de violación a este derecho se plicaran los artículos respectivos de acuerdo a la ley lo indique. No garantizamos el consumo de productos no registrados o copias a la venta en el mercado.

Cualquier consulta puede llamar al 2256-8106 de servicio al Cliente.

www.ancyfer.com

TEL: (506) 2256-8106 / 2223-3082, FAX: 2256 5840 • Avs. 10-12, calle 11, SAN JOSE CR. • E-Mail: chikfung@racsa.co.cr

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



**POS Software**  
AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO  
Con más de 40.000 instalaciones alrededor del mundo, reduciendo costos y mejorando el servicio en restaurantes.

**SG & SISTEMAS**

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

**ALDELO**

## Las Mulas: la apuesta orgánica de Miguel Torres

En el viñedo orgánico "San Luis de Alico" habitan animales que contribuyen a fertilizar el suelo, además de ser depredadores naturales de insectos nocivos para la vid, gallinas y gansos caminan libremente por la viña, pero sin lugar a dudas, el animal más destacado es la mula Rufina. Este animal tiene fama de rebelde y en numerosas ocasiones salta lanzando coces, pero Rufina es la más sobria, la más trabajadora y sin duda, el animal más querido por todos.

"Las Mulas es un vino dedicado a esta compañera que nos ayuda a conseguir un mejor equilibrio con la naturaleza y que nos acompaña incansable en caminatas a través de las escarpadas cumbres de los Andes", explica Miguel Torres Maczassek, Presidente Ejecutivo de Miguel Torres Chile.

"Las Mulas" tiene su origen en el viñedo orgánico San Luis de Alico, ubicado en el Valle del Maule y forma parte de una de las últimas iniciativas de la bodega chilena: certificar internacionalmente todos sus viñedos como orgánicos, desarrollando uvas de alta calidad, libres de agentes nocivos que perjudican al medio ambiente.

La familia Torres lleva más de 300 años en contacto directo con las viñas y 140 años produciendo vinos, "Desde que se fundó Miguel Torres Chile en 1979 hemos tratado de trabajar bajo un espíritu innovador; desarrollando ideas y proyectos que tienen como finalidad hacer vinos de más calidad y que respeten el medio ambiente y a las personas", dijo su presidente.



Jahnyy Segura, Gerente General de la Corporación Sueños del Mundo S.A, empresa que representa los vinos Miguel Torres Chile en Costa Rica, aseguró que la nueva línea orgánica refleja la orientación medioambiental de la viña. Lo acompaña su hijo Johnny.

 Más detalles sobre los productos de Corp. Sueños del Mundo, al Tel: (506) 2224-3010



**TURBOCHEF**

¿Cuándo fue la última vez que sus clientes le exigieron un servicio más lento?

**NUNCA.** Imagine los beneficios de un horno 12 veces más rápido y con la capacidad de atender todas sus necesidades de room service o snack bar al alcance de un botón.

**KEITH & RAMIREZ Industrial**

Cotice con nosotros Tel.: 2223-0111 [www.kr.co.cr](http://www.kr.co.cr)





aperitivos

## Déjese conquistar por el Beso de Vino

Es difícil negarse a un beso como también es difícil decir que no a una buena copa de vino, pero ¿qué pasa cuando estas dos cosas se mezclan? El Beso deVino aflora la magia y el misticismo del vino y es imposible no dejarse seducir por una copa.

Beso de Vino busca conquistar el paladar de quienes inician en el mundo del vino, es divertido, suave y delicado como un beso pero conserva la elegancia y tradición característica del vino.

No usa corcho, en lugar de eso tiene una tapa de micro oxidación como parte de sus prácticas en pro del ambiente. Además de ser amigable con el entorno natural, es amigo del bolsillo, pues tiene un precio muy cómodo.



Beso de Vino está compuesto 85% de Syrah y 15% de Garnacha con tonalidades aromáticas de cerezo negro y arándanos y en cada copa enamora a los paladares novatos y conquista los gustos más expertos.



El territorio de Georgia es considerado “la cuna del vino” después de que en el año 2003 un hallazgo arqueológico descubriera en esa región el vino más antiguo del mundo con 8 mil años de antigüedad.

## ¡Adiós a la resaca!

¿Qué le parece tomar un vino que no provoque resaca? La resaca de vino es una de las más temidas, los que ya la han vivido en carne propia aprendieron a tenerle respeto a las copitas de más. Sin embargo existe un vino que además de sus buenas cualidades en cuanto a sabor, acidez y dulzura tiene la cualidad de no provocar molestias posteriores.

Es el vino Georgiano que mediante una combinación de diferentes uvas para lograr buena acidez, dulzura y sabor también logra que la resaca sea algo desconocido para quienes lo toman.

Los vinos de Georgia son hechos con uvas autóctonas de ese país, son orgánicos y poseen un sabor semidulce natural que los convierte en una variedad muy exótica. El proceso de elaboración del vino también es diferente, ya que utilizan un método milenario que consiste en envasar el jugo de la uva en vasijas de barro llamados “Qvevri” que son enterrados en el suelo durante meses para añejar el jugo. El resultado es un vino con un sabor exclusivo que lleva impregnado las características del clima y las cualidades de los minerales de la tierra.

Líderes en software para hoteles y restaurantes

**RestBar**



Restaurantes



Fast Food



Bares



Cafeterías

Facturación · Comandas de cocina · Cajero  
Inventario · Reportes

**guestlink**



Hoteles de Ciudad,  
Playa y Montaña



Turismo Médico



Apartoteles



Reservas Online

Reservaciones · Check in/out · Control de llamadas  
Cajero · Reportes

**Sinertech**  
Grupo Sinertech

Grupo Sinertech

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

www.gruposinertech.com

Software 100% costarricense.  
Instalaciones en 9 países.  
Calidad de exportación.

**JopCo**  
Artículos para hoteles y restaurantes

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

- Paños
- Sabanas
- Almohadas
- Cobijas
- Colchones
- Cubre camas
- Forros de Colchón
- Colchón

Tels. (506) 2215-3545 • Fax: (506) 2213-7583  
Guachipelín, Escazú. • [jopcocr@racsa.co.cr](mailto:jopcocr@racsa.co.cr)

## El vino biodinámico, una mezcla de esoterismo y agricultura

Preparados a base de hierbas medicinales, cuernos de toro rellenos de abono enterrados en la tierra, fundamentos de esoterismo, conceptos de astrología y procesos ancestrales, dejaron de ser prácticas relacionadas con un curandero o un chamán, para formar parte de la producción de los vinos biodinámicos.

Bajo el concepto de agricultura biodinámica el respeto por la naturaleza es clave por lo tanto se reduce al máximo la alteración del entorno natural del territorio de cultivo con el objetivo de que el mismo entorno produzca microorganismos que abonen la tierra.

“El sistema biodinámico involucra las fases del sol, el calendario lunar; se usa como guía para llevar a cabo un agro muy ancestral y artesanal con el objetivo de que el hombre aprenda a convivir con el entorno. El resultado es un vino que representa de la mejor manera la región de donde proviene” comentó José Tomás Urrutia, Export Manager de Viña Emiliana.

Emiliana es la viña más grande en producción de vinos orgánicos, posee 1100 hectáreas de las cuales 900 son orgánicas y 480 certificadas como biodinámicas. Sus vinos Coyam y G cuentan con certificación orgánica y biodinámica.



Con sus características ecológicas al beber una copa de Coyam, G o del resto de vinos que conforman la familia de productos orgánicos de la Viña Emiliana se puede saborear de la manera más natural y original las características del terreno y su entorno.



## VULCAN Calidad sin comparación

Precisión, durabilidad y retorno de la inversión. Características de la mejor marca de equipo de cocinas comerciales por 130 años.

**KEITH & RAMIREZ**  
Industrial



Cotice con nosotros Tel.: 2223-0111 [www.kr.co.cr](http://www.kr.co.cr)



## Un vino sin miedo al cambio

Cada vez son más los que disfrutan de saborear notas diferentes en una copa de vino y esto ha llevado a muchas viñas a explorar con cepas no tradicionales y mezclas únicas.

La Viña Chocalán es una de las viñas que desde sus inicios desafió la tradición al instalarse muy cerca del mar; de esta manera lograron que sus vinos tengan mucho sentido de lugar con notas saladas que en cada copa reflejan un privilegiado terroir.

Incorporar autenticidad, creatividad, diversidad y concentración en vinos que se pueden consumir jóvenes es uno de los objetivos de Chocalán.

“Queremos cambiar el concepto de consumir vinos más viejos y hacer cosas interesantes e innovar por eso elaboramos vinos que expresan los valores del Nuevo Mundo” dijo, Fernando Espina, enólogo de la Viña Chocalán.

Un ejemplo de esta innovación son los vinos aromáticos con notas frutales a lychee y durazno que combinados con las notas de minerales que aporta la cercanía de la viña con el mar producen un sabor fresco y exótico.

Chocalán es pionera en trabajar con cepas no tradicionales de Valle del Maipo como por ejemplo la cabernet franc.



Fernando Espina, enólogo de la Viña Chocalán dijo que las nuevas tendencias les permiten mejorar la acidez y el cuerpo del vino.

## El cazador de terroir anda suelto

La temporada de cazadores comenzó en la Viña Undurraga, se extendió por diferentes zonas a lo largo y ancho de Chile y no parece tener fin, pues están en la intensa búsqueda de vinos que reflejen el alma de sus orígenes.

El Terroir Hunter o cazador de terrenos más que un vino es el referente de un origen, de un lugar, donde la uva se convierte en la carta de presentación y marca diferencias notables de sabores entre uvas del mismo tipo pero de distinto lugar.

“Consiste en producir un mismo vino de diferentes zonas de manera que la persona sin ser un experto en el tema de vinos pueda notar diferencias entre un mismo tipo de vino proveniente de lugares distintos” explicó Gabriel Edwards, enólogo de la Viña Undurraga.

Todos los años los vinos varían porque buscan rescatar la parte interesante de las diferencias entre las zonas. La línea Terroir Hunter que comenzó con 5 vinos hoy cuenta con 13 variedades, algunas son sauvignon blanc de las zonas de Leyda, Casablanca y Lo Abarca, Syrah del Maipo y Limari, así como, Pinot Noir de Leyda y West Casablanca.



El objetivo de la Viña Undurraga es mantenerse en constante innovación, explorar terreno desconocido y hacer vinos diferentes a pesar de que es una empresa llena de tradición y antigüedad.



SU PROVEEDOR COMPLETO DE PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD PARA HOTELES EN CENTROAMERICA.

**AMENICORP**

AMENICORP LTDA | San José | Costa Rica  
TELEFONO +506 22586516 | FAX +506 22331644  
SITIO WEB www.amenicorp.com | E-MAIL info@amicorp.com



**AMENICORP**

Jabones de baño  
Jabones Faciales  
Shampoo, Acondicionadores  
Lociones corporales  
Lociones humectantes  
Kits dentales  
Kits de costura  
Kits viajeros  
Kits para pulir zapatos  
Gel de baño  
Entre otros...

distribuidor autorizado:

**marietta** 

disponibles también productos:

*Guest Supply*



## Queso y Vino: una pareja ideal

Como una pareja de novios muy enamorada, así son el queso y el vino. Juntos se convierten en la pareja ideal y tienen la habilidad de realzar las bondades del otro y sacar lo mejor de cada uno. Son muchas las características que comparten el queso y

el vino, ambos son preservados por periodos largos y requieren un proceso de maduración y fermentación. Para un vino tinto los quesos Parmesano Copper Kettle, Gorgonzola Mont Forte y Blue Cheese son una excelente compañía.

### Queso Parmesano Copper Kettle

El parmesano Copper Kettle tiene el sabor auténtico del queso italiano Grana Padana. El queso está hecho a base de leche de vaca de alta calidad, es dulce, con sabor a nuez, consistencia crujiente ideal para rayar o moler. Además el proceso de salmuera es con sal natural y su maduración se lleva a cabo en un ambiente con temperatura controlada para garantizar que el perfil de cada rueda esté en la cima de la perfección. Es un excelente acompañamiento para ensaladas, pastas y verduras.



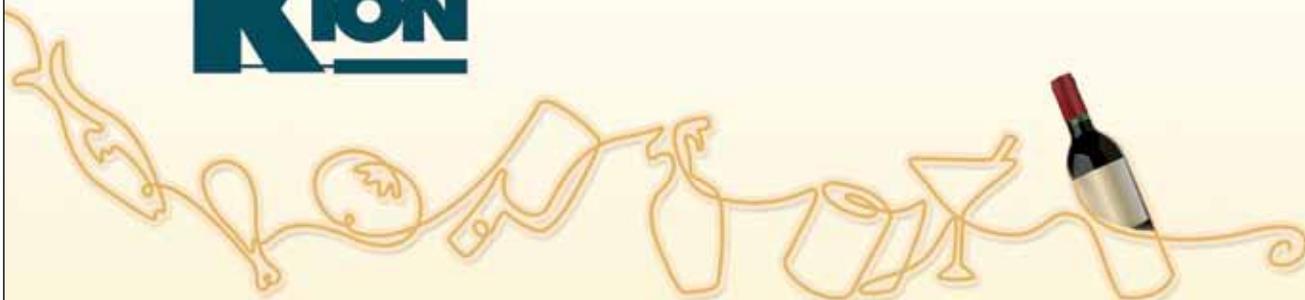
### Gorgonzola Mont Forte y Blue Cheese

Estos quesos fueron premiados por el World Champion Cheese Contest y la American Cheese Society. Ambos son de sabor intenso con tonos terrosos, llevan inyectada la bacteria *Penicillium Roqueforti* y son ideales para acompañar ensaladas de pasta así como carnes. El Gorgonzola posee una textura firme y quebradiza con venas y aberturas de color azul, mientras el Blue presenta una consistencia firme y granulosa con un color marfil marmoleado de venas azules y grises.



Distribuye: Isleña de Alimentos  
Tel: 2293-0609

# KION



DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

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



## ¿Hacen vino en Israel?

Según nos contó Dana Erlich, Cónsul de Israel en Costa Rica, esta fue una de las preguntas que más escucharon durante la feria. Muchos visitantes se sorprendían al llegar a su stand, y a todos les respondían que Israel produce vino desde tiempos bíblicos.

Y es que la Biblia es la mejor prueba de la tradición y cultura alrededor del vino de Israel, en las lecturas es posible notar cómo el vino jugó un papel muy importante en las celebraciones y situaciones especiales de la antigüedad de este país. Sin embargo, fue hasta finales del siglo XIX que comenzó a tener auge la viticultura, por influencia de Edmond Rothschild, quien fundó formalmente la producción de vino en Israel.

La producción y exportación masiva de vino de Israel comenzó a finales de los 80's, teniendo actualmente una producción de 40 millones de botellas por año, cuyo principal destino es Estados Unidos con un 55% de las exportaciones. Aunque Canadá y Europa del Este también fueron conquistados por el sabor del vino de Israel y representan una importante porción del mercado.

Hoy el vino de Israel cerca de 5000 años de historia es una versión renovada que conserva su tradición y riqueza, en condiciones de clima y suelo que le dan profundidad y carácter al sabor:



¡Israel también se puede catar!

Para Dana Erlich, Cónsul de Israel en Costa Rica, una forma de conocer a ese país es saborear su vino. Si no lo hizo en la feria, no se preocupe, la embajada está organizando catas para el mes de diciembre en conjunto con HayCom, empresa que distribuye estos vinos en el país.



Para más detalles puede contactar a la embajada al tel: 2221-6444, o al correo electrónico [dcm@sanjose.mfa.gov.il](mailto:dcm@sanjose.mfa.gov.il)

## La historia detrás de Carmen...

El Carmènère, que hoy es emblemático de Chile, tiene una historia que mezcla el misterio, la muerte y la vida, pues ésta variedad de gran fineza, pasó de ser una especie extinta a reaparecer entre viñedos de Merlot.

El Carmènère es un tipo de uva originalmente cultivado en la región francesa de Médoc en Burdeos. Ampliamente cultivada y usada para hacer vinos durante el siglo XIX. En 1860 la plaga de la Filoxera (a la cual le encantan las uvas Carmènère) atacó mortalmente los viñedos. El Merlot era más resistente a la plaga y terminó ocupando el lugar del Carmènère.

En 1994, casi por azar, esta uva fue redescubierta en Chile por el apeloógrafo francés Jean-Michel Boursiquot, quien vio cosas extrañas ocurriendo dentro de los viñedos de Merlot. Algunos parras demoraban más en madurar. Estudios científicos van y vienen y se descubre que la cepa extinguida vivía clandestina en medio del Merlot chileno. Actualmente, las empresas chilenas invierten mucho en este tipo de vino, para crear una identidad nacional con el Carmènère, una de las marcas de este tinto es Viña Carmen, distribuido en Costa Rica por Isleña de Alimentos. "El objetivo de isleña es asegurar la calidad de sus productos y ofrecer a sus clientes un producto confiable, que el cliente quede satisfecho por el excelente producto y el buen precio y vuelva por más", aseguró Christopher Fernández, representante de Isleña de Alimentos.



Viña Carmen, es un vino ícono de Chile, ya que representa el redescubrimiento de la cepa Carmènère, que durante muchos años se creyó extinta.



Distribuye: Isleña de Alimentos  
Tel: 2293-0609.

ING NATURAL MINERAL W

ELLEGR

SPARKLES WITH

BV LGARI



VIVA  
EN  
ITALIANO

S. PELLEGRINO  
RINDE HOMENAJE A LAS LUMINOSAS  
Y BRILLANTES CREACIONES  
DEL MAGNIFICO  
JOYERO ITALIANO.

UNA ALIANZA INESPERADA,  
UNA CELEBRACIÓN  
DEL REFINADO Y COLORIDO  
ESPIRITÚ ITALIANO.



# Apetito en Miami

Apetito participó en la edición número 15 de la Feria WTC Américas Food & Beverage, que tuvo lugar en Miami, el 14 y 15 de noviembre 2011. Esta feria reúne a proveedores y compradores del sector de la hospitalidad tanto de Estados Unidos como del resto del Continente. Como parte de sus atractivos, cuenta con exhibición de productos nuevos, seminarios y una competencia de chefs. Aquí algunos de los visitantes que pasaron a saludar a nuestro stand de Apetito.



Irene Álvarez Gerente de Mercadeo de AM PM y Fresh Market, junto a Álvaro Max Jiménez, Gerente General de Comproim .



Guillermo Rodríguez de Revista Apetito, junto a Sandra Mormels , Lidilia Hernández y Jürgen Mormels de Delika by Gourmet Imports.



Silvio Maietti y Julio Miranda de Corporación Euroalimentos



Mario Colombo Gerente General y su esposa Lise Marie Cruz de Global Partners.



Doron Rebi-Chia propietario del Restaurante Doris Metropolitan



Flory Arroyo Directora Comercial y Marco Mata Gerente General del Grupo Confrut.



María Cecilia y Gabriel Carnevale, Marta Polini todos de Grupo Pampa



Yazminanne Johanning de la revista *Apetito*, Daniel Herrera y Alberto Pérez de Exportadora PMT.



José Castillo de Provisions International



Silvio Maietti junto a Andrés Vega y Warner Varela de Distribuidora Universal de Alimentos.



Carlos Javier Rincón del Restaurante Búfalo Grill y Jaime Cohen de la cadena de restaurantes Té con Té.



Diahann Albarrán Smith y Verónica Ozaeta de US Dairy Export Council



# Bélgica

## *Steak Frites*

Claramente no siempre me iban a salir todos los restaurantes increíbles y en algún momento se vaticinaba una experiencia catastrófica. Pues llegó en forma de una carne ultra cocinada, el peor servicio que he recibido en mucho tiempo, y un local extremadamente caliente.



Llegamos a las 8:30, después de haber hecho una reservación online. Su sistema de reservación online es rápido y eficiente (algo bueno tenían que tener). Después de esperar unos minutos que me dieron tiempo de darme una vuelta por la cocina abierta y tomar algunas fotos nos pasaron a la mesa. Ahí estuvimos sentadas más de diez minutos antes de que alguien pusiera la mesa. Al poner la mesa también nos pusieron los menús. La lista de vinos no está en el menú, ya que sólo tienen un par de vinos de la casa y uno de los camareros al que le preguntamos que si tenían más vino no tenía ni idea ni siquiera de cuál era el vino de la casa; también nos comentó que la muchacha que podía saber estaba muy ocupada y no podía venir a nuestra mesa. La solución a esto, entrenar a los camareros desde el primer día que están en el restaurante y enseñarles todos los platos y bebidas que se ofrecen.

Una vez pedimos la botella le dijimos que la trajera a la mesa cerrada, para mirarla antes de tomarla, pero llegó a la mesa ya abierta y lista para servirnos. No nos quedaba otra que tomarnos el vino que estaba tomable pero tampoco había más opciones.

El restaurante tiene pocos platos, y todos basados en carne. Generalmente me gustan los restaurantes que tienen pocos platos porque los suele hacer muy bien. Sin embargo encontré la excepción.

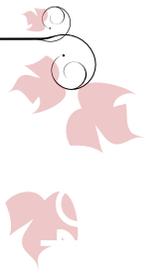
De primeros nos trajeron algo que no sabría decirles que era porque nadie se tomó la molestia de explicarnos que era algo que ni siquiera habíamos pedido. Después de darle un bocado a lo que parecía una mortadela la dejamos en el plato donde vino. Intentamos con el pan y tampoco, y la mantequilla a ver si encubríamos el sabor y estaba congelada.

De platos principales pedimos dos de carne con papas fritas y uno de salmón, que estaban todos demasiado cocinados y que tardaron 25 minutos en llegar. Para la carne ni siquiera nos preguntaron a que punto la queríamos, si no que se fueron corriendo con la orden. Los camareros se veían extremadamente ocupados, estaban poco atentos a los clientes y ninguno había tenido un curso o siquiera una explicación de cómo dar servicio al cliente. En un par de ocasiones hice contacto visual muy claro con los camareros y les llamé para que se acercaran y me ignoraron. Cinco meseros y un ayudante no eran suficientes para un sábado en la noche con el restaurante lleno. Tal fue el nivel de mal servicio que en lugar de pedir la sal opte por levantarme a coger el salero.



Como alternativa a esta mala experiencia les recomendaría ir a Ghent, un pueblo cercano a Bruselas a comer al Belga Queen, donde el servicio fue impecable, las ostras, el turbot y el sea bass estaban frescos.

Y de postre se pueden acercar a Brujas, a la chocolatería Dumon. Tienen tres tiendas y son la primera generación de chocolateros belgas de esta marca. Hacen los chocolates en las afueras de Brujas y están para chuparse los dedos!



Jorge Vega, Esteban Aguilera, Richard Leitón, Diego Urcuyo de Haycom Bebidas del Mundo.

Bernal Calderón y Carmen Jiménez encargados de Trade Marketing de Corporación Monteverde.



Álvaro Angulo, Administrador de Jazz Café San Pedro, lo acompaña Luís Antonio Jiménez, saloneró



Diego Cordero y Adriana Salgado del Grupo DCA, los acompaña Javier Martínez del Restaurante Tiquicia.



Lori Cooke, propietaria del Hotel Grano de Oro, la acompaña Ciro De Angelis, Gerente General.



Jorge Arias, Gerente de Compras de PriceSmart, lo acompaña Diana Guerra, encargada de Mercadeo de Auto Mercado.



Alonso Molina y Wendy Peralta, propietarios de Fuego y Sazón Grill.

Visitantes





Karin Zurcher y Eduardo Villafranca, Grupo Islita



Armando García, productor de Hábitat Soluciones, lo acompaña Bernie Campos, Administrador; Zeneida Solano, Ejecutiva de Ventas y Ico García, realizador.



Bernardo Chaves, Gerente General de La Cava del Duende, lo acompaña Karol Herrera, administradora.



Víctor Hugo Canán, propietario de la Churrascaría Fogo Brasil, lo acompaña Freddy Navarro Gerente Administrativo, Andrés Tenorio, administrador y Pablo Carnevale, Vicepresidente de Grupo Pampa.



Jorge Rivera,  
Director  
Administrativo de la  
Superintendencia  
General de Valores,  
SUGEVAL.



Alejandro Arauz y Cándida Rodríguez, propietarios de Macchiato, los acompaña José María Rodríguez, socio.



Luís Arias, supervisor de restaurante del Hotel Marriott, lo acompañan Lucía Arroyo, Stephanie Badilla y Erick Herrera de Alimentos y Bebidas

Visitantes



# Vive la aventura EXPHORE

## EXPHORE EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Viva la mayor feria del sector de Hoteles y Restaurantes, con más de 200 stands de proveedores de hoteles, restaurantes, caterings y afines. En EXPHORE podrá encontrar productos novedosos, conocer proveedores nuevos y fortalecer su relación con la gerencia de los proveedores actuales. Venga y comparta con colegas e intercambie ideas que tendrán un impacto en el futuro del sector.

**Del martes 19 al jueves 21 de junio 2012**  
**Eventos Pedregal • Horario: de 11:00 am a 8:00 pm**

**Entrada:** regístrese en [www.exphore.com](http://www.exphore.com) y reciba su entrada gratis. • Entrada sin registro \$5,000

**Reserve su stand:** Guillermo Rodríguez  
[guillermo.rodriguez@eka.net](mailto:guillermo.rodriguez@eka.net) • Tel.: +506 8997-1651

Organiza:

*Apetito*  
La revista para hoteles y restaurantes

## ¿Porqué debo ir?

- Para entrar en contacto con los proveedores
- Para participar en negociaciones exitosas
- Explorar las novedades del mercado en productos y servicios
- Obtener plazos de pago favorables con sus proveedores
- Realizar contactos internacionales

## ¿Qué hay de nuevo?

- Demostración de Garnish
- Concurso de cócteles
- Show y desfile de uniformes
- Chef Internacional invitado.

### Categoría de productos

Accesorios para cocinas  
Aire acondicionado  
Alimentos  
Amenities  
Bebidas  
Café  
Carnes  
Cristalería

## Actividades

### a. Copa Culinaria

Este evento organizado por la Asociación Nacional de Chef y Explore tiene como objetivo desarrollar la cultura gastronómica en Costa Rica y por medio de la competencia promover nuevas ideas en el arte culinario. Para el 2012 se realizará la eliminatoria para competir en la Copa Culinaria de las Américas en Colombia.

### b. Reto Barista

El reto barista propone diversas actividades donde los baristas, el café y la creatividad se unen para evolucionar el mundo del consumo de café de calidad a nivel interno.

### c. Premio XHR

El concurso de diseño para habitación de hoteles tiene como objetivo acercar al sector hotelero con grandes ideas impuestas por diseñadores, arquitectos, decoradores y graduados que ilustren carácter en lenguaje costarricense, la innovación, que sea amigable con el ambiente, que tenga un costo accesible y que sea factible además de un gran diseño.

### d. Desfile de uniformes y mucho más...

Expositores confirmados hasta el 23 de noviembre, 2011



# El ADN del consumidor del vino

**N**atalia Castro, tiene 27 años y es farmacéutica. La conocí durante una de las 36 catas que se impartieron en Expovino 2011. Esta fue su primera vez en una feria de vino y también su primera cata, aunque desde hace un año comenzó a tomar vino.

Castro siguió con detalle las indicaciones del enólogo, observando con cuidado el color y apariencia del vino, luego de apreciar su aroma, tomó pequeños sorbos, intentando descubrir lo que algunos se adelantaban a describir como pimienta, frutos rojos, tabaco, madera, jengibre... No parecía preocupada, pero sí algo molesta cuando me dijo "no encuentro nada de lo que dicen, todo me sabe igual, ¿a usted le parece que esto sabe a pimienta?, me increpó. Su compañero, también se notaba "novato", pero disimuló un poco y aseguró que se sentía algo enfermo y que por tal motivo no lograba diferenciar ningún sabor. "En realidad el gusto es algo muy personal", le respondí.

En esa misma cata, unos puestos más adelante, había dos participantes, más avanzadas de edad, y según por los comentarios que hicieron, algo más experimentadas en cuanto a vino. Las observé un rato, movían sus copas con la facilidad de quien conoce, comentaban sobre las "piernas", y lograban descifrar la mayoría de los sabores, algunos bastante agazapados, que traía cada copa.

En algunas ocasiones al enólogo se le hacía difícil avanzar, muchas eran las preguntas y los comentarios de los participantes, entre los vinos y quesos, que de vez en cuando se acercaban a ofrecer.

En esta sala, probablemente estaban reunidos la mayoría de los perfiles de consumidor, cuyas definiciones fueron establecidas en un estudio de mercado realizado en Estados Unidos, y que justo el día anterior presentó Francisco Javier Martín Porcile, Gerente de Ventas para Sur y Centro América de Constellation Wines.



Se trata del Proyecto Genoma, que por segunda ocasión elaboró Constellation Wines, el cual reveló las características del consumidor de vino, dejando atrás la idea generalizada de que existía un solo consumidor.

La primera versión del "Proyecto Genoma: Entendiendo el ADN del consumidor del vino", incluyó la opinión de 3,500 consumidores en Estados Unidos, quienes respondieron cien preguntas sobre sus hábitos de compra de vino, estilo de vida, pasatiempos, entre otros. El estudio demostró que existen seis tipos diferentes de consumidor de vinos:

Entusiasta  
Buscador de imagen  
El ahorrador  
Tradicionalista  
Satisfecho  
Abrumado

La segunda edición del Proyecto Genoma incluyó la información de 10 mil consumidores, que además fue complementada con datos de supermercados, tiendas de vino, licorerías, tiendas de venta al por mayor, y estuvo a cargo de la empresa Nielsen.

¿En qué consiste cada uno de los perfiles de consumidor de vinos?

### Entusiasta

En este segmento se encuentra el 12% de los consumidores, los cuales se consideran a sí mismos como conocedores de la bebida. Les gusta pasar tiempo en casa con sus amigos, la mayoría de ellos vive en zonas urbanas, acostumbra revisar publicaciones especializadas de vinos. El 47% de los entusiastas compran vino en botellas de 1,5 litros para el vino que consumen a diario.



98%

El 98% de los entusiastas compra vino de precio superior a los 6 dólares por botella.

### Buscador de imagen

Ve el vino como un símbolo de estatus. Cuenta con un conocimiento básico de vino, le gusta ser el primero de su círculo social en probar un nuevo vino, se muestra abierto a las opciones de nuevos empaques, utiliza Internet como fuente de información, incluso revisa la carta de vinos de los restaurantes antes de visitarlos, con el fin de impresionar a sus amigos cuando sale a comer fuera.



El Merlot varietal es el vino que más compra. Este grupo representa el 20% de los consumidores.

20%

### El ahorrador

Este grupo conformado por el 15% de los consumidores, disfruta comprar vino y descubrir nuevas variedades por su cuenta. Es lo que podría llamarse "poco fiel", ya que tiene muy pocas marcas favoritas, elige basado en los descuentos, es un consumidor que compra bastante volumen, pero necesita sentir que "le ganó al sistema", por lo que siempre está en busca de un descuento. Compra en diferentes tiendas, esto le permite comparar y quedarse con el precio más bajo.



15%

Cuando sale a comer, por lo general elige el vino de la casa.

## Tradicionalista

Aquí se encuentra el 16% de los consumidores. Elige vinos de bodegas establecidas, prefiere pasar tiempo con familia y amigos en casa y percibe el vino como una ocasión formal. Le gusta ofrecer marcas conocidas, por lo que pocas veces prueba una nueva marca.



16%

El Tradicional compra en tiendas pequeñas, para asegurarse de encontrar lo que busca, en forma fácil.

**Entusiasta:** 12% de consumidores, representan el 25% de ventas

**Buscador de imagen:** 20% de consumidores, representan el 24% de las ventas.

**El ahorrador:** 15% de consumidores, representan el 15% de ventas

**Tradicionalista:** 16% de consumidores, representan el 15% de ventas

**Satisfecho:** 14% de consumidores, representan el 8% de ventas

**Abrumado:** 23% de consumidores, representan el 13% de ventas

## Satisfecho

Este tipo de consumidor no conoce mucho de vinos, pero sabe cuál es el que le gusta, no disfruta comprando y por lo general compra en botellas de 1,5 litros. Sale raras veces a comer fuera, pero cuando lo hace, pide el vino de la casa.



14%

Es un consumidor que elige siempre la marca que le gusta. No está interesado en aprender más de vinos, y no se preocupa por el maridaje con los alimentos.

## Abrumado

Le gusta tomar vino, pero no sabe cuál elegir, por lo que se deja guiar por las etiquetas, aunque confiesa que esto también le parece complicado, ya que no siempre se sabe cuál será el sabor del vino con solo leer su etiqueta. Está buscando información fácil de entender; está abierto a las sugerencias, y se siente frustrado cuando no hay una persona en la sección de vinos para ayudarlo con la elección. Si la información es confusa prefiere no comprar.



23%

Un 23% de los consumidores del estudio dijo sentirse abrumado por la cantidad de opciones disponibles en las góndolas del supermercado y tiendas de vino.



Alpiste S.A.  
Contacto: Sergio Altmann  
Cargo: Director Comercial  
Teléfono: (506) 2215-3300  
Fax: (506) 2215-3303  
Email: saltmann@alpiste.co.cr  
URL: www.alpiste.co.cr



Asehot Internacional  
Contacto: Alain Spruyt / Ana Lucía Barrantes  
Cargo: Vice-Presidente / Ejecutiva Ventas  
Teléfono: (506) 2235-7151  
Fax: (506) 2271-3270  
Email: alainspruyt@cabernetshop.com  
URL: www.cabernetshop.com



Auto Mercado  
Contacto: Anabelle Achí  
Cargo: Coordinadora Productos Internacionales  
Teléfono: (506) 2261-5250  
Fax: (506) 2262-3964  
Email: aachi@automercado.cr  
URL: www.automercado.cr



BI Wine Selection  
Contacto: Pablo García  
Cargo: Director Comercial  
Teléfono: (506) 2258-5758/(506) 2232-1030  
Fax: (506) 2258-3214  
Email: pgarcia@biwineselection.com  
URL: www.biwineselection.com



Bodega del Palacio de los Frontaura y Victoria  
Contacto: Sra. Camino Pardo  
Cargo: Directora  
Teléfono: 34 983 36 0284  
Fax: 34 983 34 5546  
Email: info@bodegasfrontaura.es  
URL: www.bodegasfrontaura.es



British American Tobacco  
Contacto: Ana Gabrile Herrera  
Cargo: Marketing Deployment Executive  
Teléfono: (506) 2209-1721  
Fax: (506) 2209-1770  
Email: ana.herrera@bat.com



Cabernet Wine Shop  
Contacto: Alain Spruyt / Ana Lucía Barrantes  
Cargo: Vice-Presidente / Ejecutiva Ventas  
Teléfono: (506) 2235-7151  
Fax: (506) 2271-3270  
Email: alainspruyt@cabernetshop.com  
URL: www.cabernet



Café Britt Costa Rica S.A.  
Contacto: Alonso Núñez  
Cargo: Gerente: Desarrollo de Cuentas  
Teléfono: (506) 2277-1623  
Fax: (506) 2277-1699  
Email: anunez@cafebritt.com  
URL: www.cafebritt.com



Canachil S.A.  
Contacto: María Antonieta Mellano  
Cargo: Presidenta  
Teléfono: (506) 2239-2571  
Fax: (506) 2293-7802  
Email: canachilsa@racsa.co.cr  
URL: www.canachilsa.com



Castillo del Roble  
Contacto: Roblan Navarro  
Cargo: Key Account Food Service  
Teléfono: (506) 2437-4000  
Fax: (506) 2437-4029  
Email: roblan\_navarro@cargil.com  
URL: www.cargil.com.hn



Cava Mundial  
Contacto: Simao Monroy  
Cargo: Gerente General  
Teléfono: (506) 8861 7663  
Email: info@cavamundial.com  
URL: www.cavamundial.com



Cercone Vinos  
Contacto: Osvaldo Monge  
Cargo: Gerente Mercadeo  
Teléfono: (506) 2582-9000  
Fax: (506) 2582-9000  
Email: omonge@lucema.com  
URL: www.lucema.com

¡El sabor que todos quieren!

Ideal para resaltar el sabor de sus  
plátanos



Corporación  
Euroalimentos

les desea *Felices Fiestas*  
a todos sus clientes y amigos

**¡IL MASSIMO DELLA QUALITÀ!**

Teléfono: 2215-2368 • Fax: 2215-6364

e-mail: info@euroalimentoscr.com

Dirección: Escazú, del puente de Multiplaza 150 metros noroeste

**www.euroalimentoscr.com**





CIAMESA  
Contacto: Kendall Vargas  
Contacto: Gerente Mercadeo División Dilisa  
Teléfono: (506) 2436-7000 Ext.068  
Fax: (506) 2436-7001  
Email: kvargasch@ciamesa.com  
URL: www.ciamesa.com



Corbe Gourmet S.A.  
Contacto: Bernard Perraud  
Cargo: Seleccionador  
Teléfono: (506) 2271-4950  
Fax: (506) 2272-9195  
Email: corbe.gourmet@hotmail.fr



Corporación Euroalimentos S.A.  
Contactos: Marcos Torres  
Cargo: Gerente Financiero  
Teléfono: (506) 2215-2380  
Cargo: (506) 2215-2304  
Email: mtorres@euroalimentoscr.com  
URL: www.euroalimentoscr.com



Corporación Monteverde  
Contacto: Asdrúbal Gamboa  
Cargo: Gerente de Ventas  
Teléfono: (506) 2248-3344  
Email: agamboa@caromacr.com  
URL: www.monteverde.net



Cuisinart- Multiformas  
Contactos: Carlos Medina  
Cargo: Gerente Mercadeo  
Teléfono: (506) 2215-3959  
Email: c.medina@multiformas.net  
URL: www.cuisinartcostarica.com



Delika by Gourmet Imports  
Contacto: Andrés Mazuera  
Cargo: Gerente  
Teléfono: (506) 2239-1019  
Fax: (506) 2239-1514  
Email: andres.vinos@delika.cr  
URL: www.delika.cr



Dispal S.A.  
Contacto: Jorge Mora Ríos  
Cargo: Gerente de Marca  
Teléfono: (506) 2293 1224  
Fax: (506) 2293 6064  
Email: mercadeo@dispalcr.com



Distribuidora e Importadora Sabores Argentinos S.A.  
Contacto: Conrad Haehnner Siermann  
Cargo: Gerente General  
Teléfono: (506) 2228-5004  
Fax: (506) 2228-3346  
Email: atlanta@racsa.co.cr  
URL: www.asesorenofilo.com



Distribuidora Isleña  
Contacto: Karen Gutiérrez  
Cargo: Gerente Mercadeo  
Teléfono: (506) 2293-0609  
Fax: (506) 2293-3231  
Email: kgutierrez@distribuidoraislena.com  
URL: www.distribuidoraislena.com



Distribuidora Jaizkibel S.A.  
Contacto: Raúl Saco  
Cargo: Propietario  
Teléfono: (506) 2288-1978  
Email: distribuidorajaizkibel@yahoo.com  
URL: www.vinosjaizkibel.com



Dos Pinos  
Contacto: Camilo Herrera  
Cargo: Jefe de cuentas especiales  
Teléfono: (506) 2437-3266  
Email: caherrera@dospinos.com



Elayun Productos Gourmet  
Contacto: Pedro Urra  
Cargo: Propietario  
Teléfono: (506) 2289-2485  
Email: elayungourmet@gmail.com



Embajada de los Estados Unidos  
Departamento de Agricultura- FAS/USDA  
Contacto: Ileana Ramírez  
Cargo: Especialista Mercadeo Agrícola  
Teléfono: (506) 2519-2285 • Fax: (506) 2519-2097  
Email: illeana.ramirez@fas.usda.gov  
URL: <http://costarica.usembassy.gov/fas.html>



Embajada de Israel en Costa Rica  
Contactos: Milena Ross  
Cargo: Asuntos económicos y comercial  
Teléfono: (506) 2221-6011 Ext. 509  
Fax: (506) 2257-0867  
Email: [economy@sanjose.mfa.gov.il](mailto:economy@sanjose.mfa.gov.il)



Escuela Argentina de Sommeliers  
Politécnico Internacional  
Contacto: Virgilio Cantú  
Cargo: Director Artes Culinarias  
Teléfono: (506) 2233-2233 • Fax: (506) 2233-2233  
Email: [info@politecnico.cr](mailto:info@politecnico.cr)  
URL: [www.politecnico.cr](http://www.politecnico.cr)



Expovino  
Contacto: Guillermo Rodríguez  
Cargo: Asesor Comercial  
Teléfono: (506) 2231-6722 Ext. 131  
Email: [guillermo.rodriguez@eka.net](mailto:guillermo.rodriguez@eka.net)  
URL: [www.expovinocr.com](http://www.expovinocr.com)



French Paradox  
Contacto: Mathilde Moreau / Nicolas Dreyfus  
Cargo: Directora / Propietario  
Teléfono: (506) 2228-8584  
Fax: (506) 2228-8584  
Email: [info@frenchparadox.co.cr](mailto:info@frenchparadox.co.cr)  
URL: [www.frenchparadox.co.cr](http://www.frenchparadox.co.cr)



Grupo Importadora THAMADA  
Contacto: Mamuka Roinishvili Gelashvili  
Cargo: Presidente  
Teléfono: (506) 8889-0580  
Fax: (506) 2281-1409  
Email: [mamuka@thamada.net](mailto:mamuka@thamada.net)  
URL: [www.thamada.net](http://www.thamada.net)

EXPOSICIÓN  
**chocolates  
 Britt.**

**Sedoso.**  
 Barras de Chocolate Britt  
 70% cacao

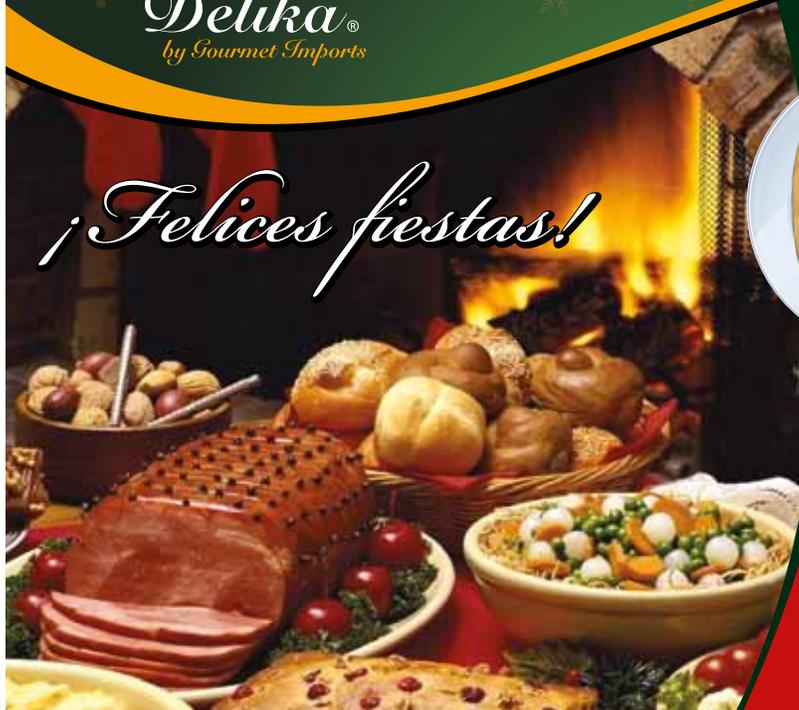


CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.  
 Servicio al cliente: +506 2277-1620  
 Central: +506 2277-1500  
 www.cafebritt.com  
 info@cafebritt.com

**Delika**<sup>®</sup>  
 by Gourmet Imports

*"Tasting the good life"*

*¡Felices fiestas!*



Jamón Enlatado   
 Cocido  
 3 & 5 Lb



Pechuga de Pavo Hickory   
 98% libre de grasa



Jamón Ahumado  
 100% libre de gluten 

**Productos Importados de los Estados Unidos.**  
 Adquiéralos en nuestra tienda o en los principales supermercados del país.

Consulte con su agente de ventas o al 2239-1019 • Fax: 2239-1514 • [servicioalcliente@delika.cr](mailto:servicioalcliente@delika.cr) • [www.delika.cr](http://www.delika.cr)



Grupo Pampa  
Contacto: Fernando Pérez  
Cargo: Gerente Ventas  
Teléfono: (506) 2293-0101  
Fax: (506) 2239-6442  
Email: fperez@gp.cr  
URL: www.grupopampa.co.cr



HA&COM Bebidas del Mundo S.A.  
Contacto: Ignacio Soto  
Cargo: Gerente Portafolio Vinos  
Teléfono: (506) 2297-1212  
Fax: (506) 2297-2423  
Email: ignacio.soto@haycom.co.cr  
URL: www.haycom.co.cr



Importadora Jorgran S.A.  
Contacto: Jorge Granados  
Cargo: Presidente  
Teléfono: (506) 2222-3202  
Fax: (506) 2222-3211  
Email: info@jorgran.com  
URL: www.importadorajorgran.com



Lekkerland  
Contacto: Mees Baaijen  
Cargo: Presidente  
Teléfono: (506) 2267-6650  
Fax: (506) 2267-6475  
Email: gerencia@lekkerland.cr  
URL: www.monteverde.net



Lucema  
Contacto: Osvaldo Monge  
Cargo: Gerente Mercadeo  
Teléfono: (506) 2582-9000  
Fax: (506) 2582-9000  
Email: omonge@lucema.com  
URL: www.lucema.com



Makro Red Internacional S.A.  
Contacto: Rafael Chacón  
Cargo: Director Comercial  
Teléfono: (506) 2222-5411  
Email: rchacon@makroredcr.com



Motores Británicos Land Rover  
Contacto: Ricardo Valverde / Eduardo Lizano  
Cargo: Gerente Operaciones / Gerente Ventas  
Teléfono: (506) 2257-4247  
Fax: (506) 2223-6723  
Email: rvalverde@motoresbritanicos.com  
URL: www.motoresbritanicos.com



Prochile  
Contacto: Marcela Aravena  
Cargo: Directora  
Teléfono: (506) 2224-1547  
Fax: (506) 2283- 4365  
Email: marcela.aravena@prochilecr.com  
URL: www.prochilecr.com



Puro Vino  
Contacto: Caterine Hernández  
Encargada de servicio al cliente  
Teléfono: (506)2247-3535  
www.purovino.cr



Quesos Fontana  
Contacto: Camilo Herrera  
Cargo: Jefe de cuentas especiales  
Teléfono: (506) 2437-3266  
Email: caherrera@dospinos.com



Quesos Rincón del Toro  
Contacto: Lil Castro  
Cargo: Gerente Comercial  
Teléfono: (506) 8847-8911  
Email: info@lacteosrincondeltoro.com  
URL: www.lacteosrincondeltoro.com



Revista Apetito  
Contacto: Guillermo Rodríguez  
Cargo: Asesor Comercial  
Teléfono: (506) 2231-6722 Ext 131  
Email: guillermo.rodriguez@eka.net  
URL: www.apetitoenlinea.com



Sigma Alimentos  
Contacto: Evelyn Arias / Viviana Echeverría  
Cargo: Gerentes de Marcas  
Teléfono: (506) 2442-2627  
Fax: (506) 2440-1555  
Email: earias@sigma-alimentos.co.cr  
URL: www.sigma-alimentos.co.cr



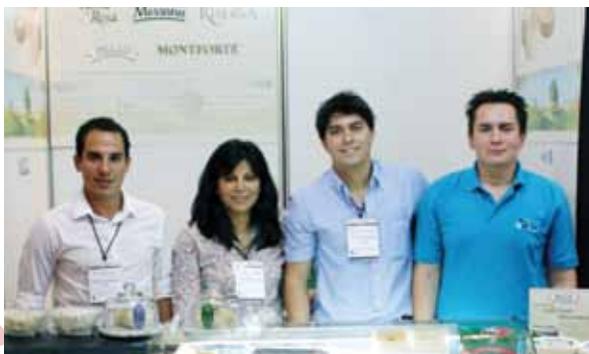
Summit Trade S.A.  
Contacto: José Baltodano Cortés  
Cargo: Gerente Comercial  
Teléfono: (506) 2239-8090  
Email: jose.baltodano@summit.cr  
URL: www.summit.cr



Terroir S.A.  
Contacto: César Hernández  
Cargo: Gerente General  
Teléfono: (506) 2234-5317  
Fax: (506) 2281-2222  
Email: terroir@racsa.co.cr



Tiquicia Comercial de Centroamérica S.A.  
Contacto: Karla Irigaray  
Cargo: Gerente Comercial  
Teléfono: (506) 2224-3010  
Email: ticomerca@gmail.com



TLC Consultores S.A.  
Contacto: Alvaro Monge  
Cargo: Director General  
Teléfono: (506) 4000-1212  
Fax: (506) 4000-1213  
Email: alvaro.monge@tlcconsultores.cr  
URL: www.tlcconsultores.cr



U.S. Dairy Export Council  
Contacto: Verónica Ozaeta  
Cargo: Gerente Mercadotecnia  
Teléfono: (506) 52 55 5119 04 75  
Fax: (506) 52 55 5119 04 76  
Email: vozaeta@usdecMexico.com  
URL: www.usdecMexico.com



Universidad Latina de Costa Rica  
Contacto: Javier Carballo  
Cargo: Director del CITE  
Teléfono: (506) 2211-1561  
Fax: (506) 2261-3212  
URL: [www.ulatina.ac.cr](http://www.ulatina.ac.cr)



Vitali S.A.  
Contacto: Lorenzo Benucci  
Cargo: Gerente General  
Teléfono: (506) 2245-4580  
Fax: (506) 2245-4580  
Email: [lorenzo@vitalicr.com](mailto:lorenzo@vitalicr.com)  
URL: [www.vitalicr.com](http://www.vitalicr.com)



Vinum Aura  
Contacto: Silvia Cortés  
Cargo: Gerente Comercial  
Teléfono: (506) 2588-5800  
Fax: (506) 2588-5808  
Email: [silvia.cortes@floridabebidas.co.cr](mailto:silvia.cortes@floridabebidas.co.cr)  
URL: [www.vinumlaenoteca.com](http://www.vinumlaenoteca.com)





Silvio Maietti Presidente de Corporación Euroalimentos y Julio Miranda, Director Ejecutivo.



## Italia para todos los gustos en una sola copa

Cada vez son más las nuevas tendencias en la elaboración de vinos. Italia es uno de los países más tradicionales y no se quiere quedar atrás, por eso se incorporó a la evolución de esta bebida que por cientos de años se ha considerado como la mejor compañía en cenas y festejos.

En Corporación Euroalimentos saben que Italia está a la vanguardia en cuanto a nuevas técnicas en la producción de vinos, por eso se preocupan por hacerle llegar al mercado costarricense, los vinos italianos que marcan una diferencia.

Piccini por ejemplo, es uno de los vinos que se unió a las nuevas tendencias con el vino Memoro, que literalmente significa "Me muero" en italiano y hace referencia a rendirse al deseo de probar el vino en memoria de Italia.

Memoro fusionó la innovación con el tradicional sentido de lugar de la uva para crear un vino que represente a toda Italia en una sola copa. Para lograrlo llevaron a cabo la difícil tarea de combinar por primera vez 4 tipos de uvas distintos: del norte, del sur, del este y del oeste, comentó Silvio Maietti, Presidente de Corporación Euroalimentos.

Otros vinos italianos que incorporaron la innovación en su proceso de elaboración son los que pertenecen a la familia Mazzei, quienes llevan a cabo estudios de microclimas y suelos para crear proyectos nuevos en las zonas de Maremma y Sicilia y así mover su producción a sectores fuera de Chianti.

Uno de sus proyectos más importantes lo realiza junto con la Universidad de Florencia y es el estudio de 26 clones de la uva Sangiovese, una variedad emblemática de Italia que se utiliza en elaboración del vino Chianti, uno de

los más prestigiosos de Italia.

Los clones fueron plantados en zonas diferentes y vinificados separadamente, esto permite obtener información más específica sobre las cepas y como varía el vino según el clima. Los mejores clones, según el estudio, son utilizados para hacer el vino.

Los vinos Mazzei se caracterizan por su elegancia en el balance de los componentes de la acidez y la fruta y buscan clientes con un gusto más selectivo y sofisticado.

Sin embargo un vino sofisticado no es algo que se acostumbre tomar diariamente, por eso para aquellos que gustan de tomar con frecuencia una copa de vino sencillo, que mantenga la calidad, Silvio Maietti recomienda el Ogni Giorno, un vino concebido pensando en el consumo diario, esto sumado a su precio amigable lo hace ideal para el consumo en copa en restaurantes o para tener en el hogar.

Escoja el vino que más se ajuste a sus gustos y conozca la geografía, tradición y elegancia de Italia con sólo tomar una copa.

*Euroalimentos cuenta con una variada oferta, pregúnteles por vinos y otros productos. Tel: 2215-2380*

# CAMBRO®

TRUSTED FOR GENERATIONS™

## Camshelving®

ELEMENTS SERIES

**Cambro presentó Camshelving Elementos, un sistema de almacenamiento fuerte, higiénico y anticorrosivo.**

La línea Elementos ofrece lo que los operadores de servicios de alimentos han estado pidiendo: una solución asequible sin comprometer la durabilidad, resistencia e higiene.

Elementos ha desarrollado la capacidad para satisfacer las constantes demandas cada vez mayor de operaciones de gran volumen de servicios de alimentos e instalaciones de almacenamiento.

Elementos tiene capacidad para 272 kg. por estante y proporciona espacio de almacenamiento de un 9% más de superficie para almacenamiento de alta capacidad, la estantería está disponible en varias medidas, sin pérdida de capacidad de carga de peso, lo que permite el uso máximo del espacio.

“Elementos es el sistema de estantería más fuerte, más duradero y resistente a la corrosión disponible para la industria, el cual crea y define una categoría completamente nueva de la estantería que dotará a los operadores de soluciones sólidas de almacenamiento de una manera mucho más asequible que nunca”, dice Greg Fischer, Vicepresidente Ejecutivo de Ventas y Marketing de Cambro.

Elementos es una herramienta fácil de limpiar, resistentes a la corrosión, creado con una tecnología de fabricación única patentada. Los materiales se pueden limpiar fácilmente con toallitas húmedas y las placas de los estantes son aptas para lavavajillas, mejorando así la eficiencia del trabajo.

Material compuesto duradero y de rendimiento excepcional incluso en los entornos más difíciles como las zonas calientes, almacenamiento húmedo. Estas características lo hacen idóneo, acorde con las recomendaciones de saneamiento y seguridad alimentaria, como las regulaciones HACCP.

“Estamos muy orgullosos de nuestra reputación en diseño de calidad, productos innovadores de almacenamiento que ofrecen a los operadores de servicio las soluciones que necesitan para operar de manera más eficiente. Elementos supera otros productos de estanterías en la industria, y eso es exactamente lo que los clientes esperan de Cambro”, dijo Fischer.



de compras

Elementos, la nueva línea de estanterías de Cambro, cuenta con unidades de arranque, unidades adicionales, en esquina y en forma de U y las unidades móviles con una capacidad de soporte de peso de 409 Kg. por unidad de estanterías.

Elementos cuenta con una garantía de por vida contra la corrosión.

Para información adicional sobre las soluciones de almacenamiento Cambro, visite el sitio web: [www.cambro.com/elementos](http://www.cambro.com/elementos).

de compras

Los jugos de Aloe Vera Natural Garden son importados y distribuidos en Costa Rica en forma exclusiva por Ancyfer. Su Gerente de Mercadeo, Edwin Chan, asegura que se trata de una bebida que se puede usar a diario como parte de una alimentación saludable.

### Esencia del Aloe en una botella

Ahora, los beneficios del aloe llegan en forma de bebida refrescante, y Ancyfer lo ofrece bajo la marca Natural Garden, en presentaciones de 1,5 litros y 500 ml.

Es rico en enzimas. Contiene vitaminas B12, B6, B5, A Y C.

Actúa como filtro depurador del organismo, ayudando a eliminar los desechos de las células y reactivando el sistema inmunológico.

Eficaz en desordenes digestivos y estomacales tomándolo en ayunas y 10 minutos antes de las comidas.



## Refresque su menú con las novedades de Ancyfer

Desde hace 15 años, la Importadora y Distribuidora Ancyfer se especializa en productos orientales, tanto en el área de alimentos y bebidas, como en artículos para decoración.

Entre las novedades, recientemente presentó al mercado la bebida de Aloe Vera, o jugo de sábila de la marca Natural Garden. Según comentó Edwin Chan, gerente de mercadeo de Ancyfer, se trata de una marca muy reconocida internacionalmente, con lo que se asegura la constancia en la calidad del producto. "Existen varias empresas que ya están fabricando este tipo de bebidas, por eso en Ancyfer nos dimos a la tarea de buscar una marca de alto prestigio, para garantizar un producto de calidad como el que están acostumbrados a recibir nuestros clientes", dijo Chan.

Según comentó el gerente de mercadeo, se trata de una bebida que no debe faltar en un restaurante, sobre todo si sus clientes buscan alimentos saludables, "es ideal para abrir un almuerzo, acompañar un sushi, o simplemente para refrescar el paladar; los clientes estarán agradecidos de encontrar una bebida de sábila entre las opciones del menú".

Y como los gustos de los clientes son tan variados, Ancyfer no se conformó con buscar el sabor tradicional y cuenta con una amplia variedad de sabores, que dejarán a más de uno con ganas de seguir probando.

Más detalles sobre estos y otros productos de Ancyfer:

Teléfono: 2256 8106.

Visite su web: [www.ancyfer.com](http://www.ancyfer.com)

# Tips

## Le ofrece lo mejor de la marca

### TOR REY

Hotelería • Gastronomía • Hogar

#### Refrigerador Vertical R16

- Puertas con triple vidrio que garantizan bajas pérdidas de temperatura.
- Charola evaporadora de líquidos, no requiere conectar el desague al drenaje.
- Piso en acero inoxidable resistente a la corrosión.
- Parrillas ajustables que garantizan exhibición adecuada del producto, así como su diversidad.
- Control de temperatura que incrementa la versatilidad del equipo.
- De fácil mantenimiento, la rejilla frontal se desprende fácilmente para realizar mantenimientos preventivos.



#### Báscula Porcionadora para Chef PS5

- Fácil operación.
- Funciona con batería (9v) o con corriente eléctrica.
- Lectura fácil y rápida.
- Construida en acero inoxidable.
- Peso en kilogramos(kg), libras(lb) y onzas(oz).
- Indicada para el hogar y la industria.



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

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

EXPORT RESERVE  
café  
**Britt**

SUS CLIENTES MERECEAN  
EL MEJOR CAFÉ PREPARADO  
DE LA MEJOR MANERA



CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A./Servicio al cliente 2277-1620/e-mail: [ventas@cafebritt.com](mailto:ventas@cafebritt.com) / [www.cafebritt.com](http://www.cafebritt.com)

# Deje de luchar con sus estanterías.



## fuerte como acero

la composición de los materiales soporta hasta 3200 lbs

## diseño higiénico

las placas antimicrobianas del estante son fáciles de limpiar

## garantía de por vida

contra herrumbre y la corrosión

Nuevo!

# Camshelving®

ELEMENTS SERIES

[www.cambro.com/elements](http://www.cambro.com/elements)

(714) 848-1555



# CAMBRO®

TRUSTED FOR GENERATIONS™