

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

**Nuevos
Hoteles**
en el oeste **P14**

 **Especial
de Café** 26

24 La Divina
Comida

39 La Grande
Dame Rosé

39 Paladar Viajero

39 EXPHORE 2012

EXPHORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES
21-23 Junio, 2011
www.exphore.com



CORREOS
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO
PORTE 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.

Tómese el mejor café

Belca

FOODSERVICE



Siropes de sabores, toppings, mezclas para café, y acompañamientos

BELCA Costa Rica

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

www.belcacr.com

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

Síguenos en



del director



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Menú en línea

A las 7 de la noche el hambre se empieza a sentir esté uno donde esté. Recientemente en México D.F. llegué la hora y no sabía adonde ir. Bueno ya en la tarde pregunté a los botones del hotel pero no fueron muy enfáticos en recomendar uno u otro restaurante.

De seguido se me ocurrió consultar el ipad y como el hotel tenía internet gratis, abrí Trip Advisor y le pedí una lista de restaurantes cerca de donde estaba.

El resultado duró poco menos de un instante en estar disponible en el aparato y la decisión la tomamos en el grupo considerando el número de signos de \$ que aparecían y la distancia.

Solo nos faltó tener el menú en línea para llegar con el pedido listo. Bueno pero no hubo mucha diferencia, nos fuimos a la Casa de Toño, una cadena de comida tradicional mexicana, sopes, pozole, tacos, flautas y quesadillas. Cuando llegamos no tuvimos que esperar por el menú, estaba impreso en las mesas, con precios incluidos.

Bueno, no creo que imprimir el menú sea parte de todo concepto, pero contar con el menú en línea y ojalá con la información nutricional puede convencer a más de un nuevo comensal, ya sea que llegue por google, facebook, trip advisor o caminando por el frente.

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

Karl Hempel

Director

P.D. Nos vemos en EXPHORE el próximo 19, 20 y 21 de junio.

Contenido

10. Cartas

10. Aperitivos

16. Paladar Viajero: Entre olas y hippies

21. EXPHORE EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

44. Santa Ana y escazú: el nuevo nicho hotelero

49. Una escoba que hace el trabajo de cinco

50. Clasificados



26. Especial de Café

26. Conocedores nos dan sus consejos

36. Catálogo de Máquinas de Café

38. Recetas de Café

De Compras:

40. Los congelados conquistan la cocina

41. La temperatura ideal para llevar

42. Crekos: Un café con mucho sabor

43. Saeco Centroamérica cambió de nombre y de propietarios



24. Marco Antonio Ganoza y Pía Valerín propietarios de La Divina Comida.



48. Holiday Inn: Un año de haber iniciado operaciones



22. El gran champán La Grande Dame Rosé



**XPRESSNAP
nuevo sistema
de servilletas**



**La medida
perfecta
Xpressnap
café**



Beneficios extraordinarios

- 25% de ahorro garantizado.
- Sistema que da una servilleta a la vez.
- Dimensiones ideales para mesas de bar, cafeterías y restaurantes en general.
- Fácil de rellenar.
- Capacidad de 200 servilletas.
- La mejor tecnología de empaque que reduce espacio y garantiza la higiene.
- Credenciales Ecológicas, es la única servilleta del mercado con certificado ecológico.

Espacio publicitario personalizado, cada dispensador incluye un espacio publicitario que se adapta a las necesidades del cliente.

**¡Ingresa, descarga y crea tu propio espacio!
www.tork.com.mx**



Si desea más información de los productos TORK puede comunicarse con nosotros a los teléfonos 800-737-8424 / 2201-4400 o escribánnos a infotork.centroamerica@sca.com www.tork.com.mx



Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net



Escuchar no duele

Casi todas las personas que conozco tienen una mala experiencia que contar, y están dispuestas a hacerlo siempre que alguien les mencione el sitio donde les ocurrió.

En esta edición, conversamos con dueños y administradores de cafeterías, restaurantes y hoteleros. Algunas son empresas familiares pequeñas, otras son cadenas internacionales o franquicias, con grandes diferencias, desde la ubicada en el mercado central, hasta la que tiene por casa un centro comercial, pero también tienen mucho en común.

En el caso de las cafeterías, eligieron un buen café como base para hacer sus bebidas, tienen el equipo necesario y el personal con la habilidad para servir una excelente taza. ¿Qué los diferencia de la competencia? Les pregunté, rogando para que la respuesta no fuera: "el servicio" porque eso lo escucho a menudo, y lo veo pocas veces en la realidad.

Paula Volio de Crekos, me confesó que constantemente escucha sugerencias de los clientes, dice que el menú de su cafetería evoluciona de acuerdo con lo que le piden. Por su parte, Esteban Brenes de El Tostador, asegura que ha logrado descifrar el paladar de la mayoría de sus clientes.

Es consciente de las tendencias que dictan los baristas europeos, donde predomina un tueste claro. ¡Lo sabe pero no lo aplica! Él prefiere complacer el paladar tico. Y, bueno, como en la variedad está el gusto, su oferta incluye también varios tipos de tuestes y zonas.

En el Restaurante Divina Comida, estuve varias horas hablando con Marco Antonio Ganoza, además de todo lo que me contó que estaba haciendo, pude notar que no ha cambiado mucho (por suerte). Sigue siendo el anfitrión que disfruta hablar con sus clientes. Marco no puede evitar pasar por las mesas a preguntar sobre la comida, el servicio y en algunos casos, por la familia...

Desde hace varias décadas, se viene hablando del servicio al cliente como clave para el éxito de cualquier negocio, una buena

sonrisa, atención esmerada, dar lo que el cliente espera y un poco más. Pero ¿qué hace falta para pasar de tener el "Servicio al Cliente" como un slogan en la pared, a vivirlo realmente?

Creo que si en algo están de acuerdo todos los entrevistados es que un buen servicio se basa en escuchar.



presidente

Karl Hempel Nanne

karl.hempel@eka.net

directora general

Michelle Goddard

michelle.goddard@eka.net

editora

Shirley Ugalde

shirley.ugalde@eka.net

asesor comercial

Guillermo Rodríguez S.

guillermo.rodriguez@eka.net

Tel: 8997-1651

directora arte

Nuria Mesalles J.

nuria.mesalles@eka.net

diseño y diagramación

Irania Salazar Solís

directora eventos

Carolina Martén

carolina.marten@eka.net

circulación

Andrea Moodie ext. 152

suscripciones@eka.net

colaboradores

Alejandro Redondo

Erika Hempel

Yajaira Chung

Fotografía de Portada

Daniel Piedra Brenes

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

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

www.apetitoenlinea.com



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



@revistaapetito
@expovino



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

Productos para panadería, cafeterías, restaurantes y hoteles



LAS TORRES

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

TRAMONTINA



Haz brillar tu cocina

Cubiertos e implementos de cocina de diseño superior

- Línea de acero inoxidable
- Cubiertos con acabado de alto brillo y detalles rectos
- Resistentes a la corrosión
- Alta durabilidad

Línea Institucional hoteles y restaurantes

yamuni mayoreo

www.yamuni.com

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

JOPCO

Artículos para hoteles y restaurantes

www.jopco.net



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



7,648 personas han leído esta edición digital en www.apetitoenlinea.com

Reciba una Suscripción Anual de Cortesía*

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

*Aplican Restricciones

Más información



Anúnciese en Apetito y reserve su stand en EXPHORE 2012 y Expovino 2013

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

Comparta con nosotros: ideas, noticias, fotos, productos, eventos y mucho más...



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



@revistaapetito
 @expovino



Expo Hoteles & Restaurantes (EXPHORE)

¿Y todas estas obras de artes son hechas de café! ¿Quién se apunta a ir a Expo Hoteles y Restaurantes a ver el show de arte latte?



Fotos del muro

Puedes elegir cualquier diseño
 De: **Reto Barista Costa Rica**

Me gusta • Comentar • Compartir • Hace 22 horas •

A 26 personas les gusta esto.

Ángela VM Ahí va a estar el INA presente... Gustazo de aprender y observar sobre estas delicias
 Hace 22 Horas • Me gusta • 1

Viviana de León Yo quiero ir, se ve hermosos y a de saber delicioso...
 Hace 22 Horas • Me gusta • 1

Expo Hoteles & Restaurantes (EXPHORE) El RETO BARISTA será en el marco de la Expo Hoteles & Restaurantes (EXPHORE) 2012... Más info en www.exphore.com
 Hace 22 Horas • Me gusta •

Yiyo Morera bien al fin reto barista Expore de lujo :-)
 Hace 21 Horas • Me gusta • 1

Nancy Blanco El año pasado tuve el placer de estar ahí con stand. Y me gustaría mucho poder volver a ir, pero esta vez de expectador
 Hace 14 Horas • Me gusta

Escribe un comentario...

Nuestros puntos de distribución

Encuentre ejemplares de Apetito en:





ALCOHOL PARA MANOS 60 ml

Guide la salud de sus clientes



Desinfectante instantáneo para manos, **elimina el 99,9% de las bacterias**. Fórmula con **humectante** que permite usarse con la frecuencia necesaria.

- **Limpia**
- **Desinfecta**
- **Elimina el 99,9% de las bacterias**

Otros productos Kimberly-Clark Professional:





Curso de Servsafe

Mi nombre es Mónica Pereira, quería consultarle como podemos dar a conocer nuestros cursos en la revista *Apetito*. Me interesa mucho, ya que tengo una empresa de consultoría en Inocuidad de Alimentos con 8 años de experiencia, representamos a un Instituto de EEUU de gran prestigio y reconocimiento internacional en temas de Food Safety y Panificación (el American Institute of Baking, AIB). También tenemos la certificación para dar el curso de Servsafe, el cual tenemos programado para el mes de mayo.

Mónica Pereira

Consultores en Seguridad Alimenticia CSA

¿Qué es ServSafe®?

La Certificación ServSafe® es el programa de entrenamiento para gerentes de restaurantes más reconocido y exitoso de la NRAFE (National Restaurant Association) a la fecha existen más de 3 millones de certificaciones registradas.

El programa de capacitación ServSafe® es relevante para sus clientes, sus empleados y su negocio. Está acreditado por la American National Standards Institute (ANSI) y por la Conference for Food Protection (CFP) de los Estados Unidos.

El programa de entrenamiento y certificación de ServSafe® le da los conocimientos, las destrezas y las habilidades que necesita para servir alimentos seguros.

ServSafe® Food Handler Program (incluye certificado de participación) \$250

ServSafe® Food Manager Certification (incluye examen de certificación) \$350

¿Cuándo?

Fecha: 3 y 4 de Mayo

Horario de 8am-6pm

Contacto:

Mónica Pereira: mpereiracsa@racsa.co.cr Tel 83874944

Consultores en Seguridad Alimenticia: Tel 2272-1010

¡Que se derrame sangre, pero no vino!



Bueno, eso es lo que dice el refrán, o más o menos. Si se trata de un buen vino, qué mal dejarlo caer. Pero servir un vino sin que algunas gotas caigan sobre el mantel o se deslicen por la botella, requiere de técnica y habilidad, hasta al más diestro y experimentado del restaurante se le puede escapar una gotita.

Sin embargo con los vinos Mas de Bazán, el goteo quedó en el pasado, la fuga de gotas no es un problema pues cada botella cuenta con un

“Collarín Borrachín” que absorbe el rastro de vino en el cuello de la botella.

El “Collarín Borrachín” como se le bautizó a este dispositivo, está fabricado con papel absorbente y cumple doble función pues además de facilitar la labor de servir el vino y evitar los incómodos goteos funciona como etiqueta de la botella.

Cada botella de Mas de Bazán de Cavemet Sauvignon, Tempranillo, Merlot y Syrah, trae su propio collarín que además de darle un toque elegante a la presentación permite despreocuparse por esas gotitas de más.

Mas de Bazán es distribuido por Alpiste

Tel: 2215-3300

www.alpiste.co.cr

Guachipelín de Escazú



Cartagena es considerada antes que Venecia como destino del 2012

Cartagena fue elegida por la revista inglesa *Wanderlust* como uno de los 10 destinos más importantes para visitar en 2012. Al respecto, el ministro de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Sergio Díaz-Granados, hizo una reflexión adicional. Su ubicación está antes que Venecia, Italia, lo cual ratifica que el mundo ve a Colombia con otros ojos. Fuente: <http://www.tnews.com.pe>

florex
Productos de Limpieza Realmente Amigables con el Ambiente

Te hacen parte del equilibrio con la Naturaleza

100% Productos biodegradables

Listo para la Limpieza

florex

Línea Industrial

Línea para el Hogar

info@florexcr.com www.florexcr.com
Teléfonos: (506) 2447-3240 • Fax: (506) 2445-9703
Alajuela, Costa Rica



aperitivos 



Vegetales frescos ¡siempre!

Esa es la promesa de Norpac, tener vegetales frescos todo el año. Esta empresa, que en Costa Rica es representada por Global Partners, es conformada por una cooperativa de agricultores de Estados Unidos, que en conjunto producen la mayor cantidad de vegetales de ese país, por lo que pueden garantizar consistencia y calidad de producto a lo largo del año. Otra de las ventajas de esta cooperativa es la forma en que entregan el producto. Según comentó Jessica Del Rossi, Gerente de Mercadeo y Ventas de Global Partners, Norpac se caracteriza por la presentación impecable de los vegetales, que llegan a manos de los clientes ya listos para el consumo, sin perder su frescura. “El proceso de producción es muy eficiente, en un periodo de 4 horas realizan la cosecha, limpieza, empaque y congelado, se almacena y entrega a 18 grados centígrados y esto garantiza que los vegetales no pierden sus cualidades nutricionales”. Agregó que si se mantiene su cadena de frío, el producto se mantiene fresco por 18 meses.

¡Adiós al mito! Claudia Rodríguez, Gerente del Hotel Costa Rica Tennis Club, asistió a una degustación de vegetales Norpac, organizada por Global Partners. “Creo que estos vegetales Norpac rompen por completo con el mito de los vegetales congelados. En la degustación se pudo comprobar su fresca presentación, aroma y sabor, es una alternativa interesante ya que al parecer también el precio es muy competitivo”.

Otra de las ventajas de este tipo de empaque, a diferencia de utilizar vegetales frescos, es la limpieza y su presentación. “Con este producto se ahorra el trabajo de la persona en cocina, ya sea limpiando, pelando o picando, y además se evita en un 100% el desperdicio por merma del producto”.

Del Rossi comentó que Global Partners es distribuidor exclusivo en Costa Rica de los vegetales Norpac, y que cuentan con 8 diferentes presentaciones.

 Distribuye: Global Partners Tel.: 2293-3896



En 1961, el chino adulto promedio bebía cerca de la mitad de una botella de cerveza. En 1991, el consumo superó 27 botellas al año. En el 2007, los chinos estaban bebiendo cervezas casi 103 por adulto al año. Mientras que sigue siendo mucho menos per cápita que en países cerveceros, como la República Checa (donde las bebidas para adultos promedio es de alrededor de 471 cervezas de un año) es suficiente para hacer de China, el mayor mercado del mundo de la cerveza. Tomado de: <http://economix.blogs.nytimes.com>





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.



Argento:

Un arma en la guerra de precios

Tras experimentar un crecimiento de un 40%, el 2012 llegó con una meta fija y clara para la División de Vinos de Florida Ice&Farm: Convertirse en el segundo importador de vino en Costa Rica.

Según confirmó Marco Castro Gerente de esa división, uno de los pilares fundamentales detrás de esta meta que califica como agresiva es la administración del portafolio. Si bien es cierto el portafolio de vinos de la empresa es robusto y variado, estaba dejando un poco olvidado al segmento de vinos de bajo precio que son el "mainstream" del mercado. Es aquí donde entra la familia de vinos Argento como una pieza de conquista.

"Argento representa muy bien el dinamismo e innovación de la cultura vitivinícola de Argentina y tiene una relación precio valor muy importante que además viene a llenar un gap que teníamos en nuestro portafolio, que es precisamente el segmento de vinos de bajo precio y de mayor volumen y que mejor que hacerlo con un vino de Argentina, el segundo mercado en importancia en el país luego del chileno" comentó Castro.

Argento ofrece 20 cepas de las cuales 8 están en el país como parte de la primera fase que puso a disposición Florida Ice&Farm a través de Vinum Aura. La línea de vinos Argento asegura una relación de facilidad en el paladar y accesibilidad en el precio.

Dentro de las 8 cepas disponibles en el país hay opciones para combinar desde platos con carnes jugosas hasta mariscos y ensaladas.

Su protagonista son las uvas Malbec que provienen de las principales regiones de Mendoza, zona en la cual se producen alrededor del 80% de los vinos argentinos y son cosechadas cuidando el momento exacto para lograr en el paladar un equilibrio entre el azúcar y el ácido.

Con presencia en más de 55 países de 3 continentes Argento llega al país con la misión de conquistar el bolsillo y el paladar de los costarricenses a través del carácter de la uva Malbec.



Marco Castro, Gerente de la División de Vinos de Florida Ice&Farm dijo que los vinos Argento están disponibles desde el mes de febrero en Vinum La Enoteca, así como en restaurantes y supermercados. En la foto lo acompañan Silvia Cortés, Gerente Comercial y Cinthia García, Gerente de Marca de Vinum Aura.

Cepas disponibles en Costa Rica según categoría:

Argento Varietal: Malbec, Cabernet, Torrontes y Pinot Grigio.

Argento Selección: Malbec, Chardonnay

Argento AG 47 (línea premium): Chenin Chardonnay y Malbec Shiraz.



Distribuye Vinum Aura

Tel: 2588-5808

www.vinumlaenoteca.com

NUEVO
Natural Garden

Tel: 2256-8106 / 2223-3082 Fax: 2223-3082 - www.ancyfer.com

Premium Aloe Vera Drink

ANCYFER
大榮貿易公司
Productos Orientales

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

“El diablo embotellado”



Mauricio Pasos Odio es el Gerente General de Ipacarai, en 25 años como importador ha traído al país diferentes categorías de productos, desde aceites, lámparas, productos para hogar, productos para acabados, pero en un reciente viaje a Nicaragua se encontró uno que llamó su atención. Se trata del Miche Mix, una mezcla para preparar micheladas, que dos jóvenes empresarios lanzaron con éxito en el país vecino.

La mezcla para hacer micheladas se elabora a base de limón y sal, y tiene tres presentaciones, una básica, con chile y sin chile, y cuenta con botellas para 12 micheladas y las institucionales de litro y litro y medio.

Pasos nos contó que una amiga que probó Miche Mix le dijo “esto es el diablo embotellado”, esto porque según ella no es consumidora de cerveza, pero con la fórmula de la botellita, le era difícil decir no. Tómelo en cuenta en su siguiente compra, pues sin duda se trata de una alternativa que puede aumentar el consumo de esta bebida en su bar, hotel o restaurante.

Nombre: Miche Mix Distribuye: Ipacarai Tel: 2219-9435.



Cereales todo incluido

Los cereales Post están disponible en presentación de empaque individual, lista para agregar leche o consumir solo como un aperitivo. Su presentación es ideal para hoteles todo incluido, evitando el desperdicio de cereal, ya que solo se utiliza el que el cliente consume, y no es necesario cambiar el producto restante. También cuentan con la presentación de barras de cereal libres de gluten. Distribuye: Felipe Motta Costa Rica Tel. 2293-0630.

¿Sabía que ahora hay en Costa Rica una cerveza libre de gluten?

Bard's Tale es una cerveza tipo Lager oscura. Goza de un cuerpo medio, una baja amargura (20.5 IBUs), un aroma floral y color ámbar (SRM 11). Producida a partir de un proceso de malteado exclusivamente de sorgo.

Cerveza Bard's Tel.: 8937-7181



Líder mundial en soluciones de energía.

Totalmente integrado, confiable, eficiente.

El mejor fabricante de generadores eléctricos, interruptores de transferencia y controles de sistemas de energía por más de 80 años.

Confíe con nosotros

Tel.: 2223-0111

www.kr.co.cr





Equipo para hoteles y más...

Con más de mil productos con descuentos desde un 15% hasta un 50% se encontraron quienes asistieron a la feria que realizó Veromatic en su tienda, a mediados de marzo. Una oportunidad para adquirir equipos para hoteles, restaurantes o proyectos residenciales, cocinas industriales, freidoras industriales, baños maría, hornos industriales, urnas calientes, autoservicios fríos y calientes, campanas de extracción, mesas de trabajo, fregaderos, equipos fríos, artículos para bar y catering service, utensilios de cocina, productos de limpieza, fregaderos, máquinas para hacer palomitas, refresqueras, estantería, lavatorios, bandejas, carritos de panadería, licuadoras, sartenes, ollas arroceras y mucho más.

Bernal Alfaro, Gerente de Mercadeo de Veromatic comentó que esta empresa es fuerte en utensilios importados, con la ventaja de que también son fabricantes de equipos, por lo que cuentan con variedad de productos en todas las líneas, con precios muy competitivos.

Alfaro adelantó que seguirán realizando este tipo de promociones con el objetivo de dar un valor agregado a sus clientes, próximamente se estará anunciando la siguiente fecha de la feria.



Bernal Alfaro, Randall Serrano y Mario López, el Equipo Gerencial de Veromatic, se mostraron satisfechos con la respuesta de sus clientes a la feria, por lo que anunciaron que seguirán realizando actividades similares durante el año. Entre los asistentes rifaron una cocina a gas y una plantilla eléctrica.

 Veromatic Tel (506) 2443-1116



Nicaragua espera atraer 130 mil turistas en Semana Santa

Nicaragua espera la visita de unos 130.000 turistas extranjeros durante la Semana Santa y resto del mes de abril, cuando también se efectuará una Feria Internacional del Turismo en Managua, informó una fuente empresarial. La presidenta de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), Silvia Levy, declaró que en Semana Santa Nicaragua promoverá como sus principales destinos, además de las playas, una ruta de los volcanes, otra del agua y el río San Juan, fronterizo con Costa Rica. El Ejecutivo nicaragüense calcula que, en promedio, cada turista gasta 44 dólares por día.

Las autoridades informaron de que el año pasado la inversión turística, de nacionales y extranjeros, ascendió a 121 millones de dólares y para 2012 proyecta captar 140 millones de dólares.

Fuente: www.elnuevodiario.com.ni



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

AMENICORP

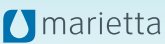

AMENICORP LTDA | San José | Costa Rica
 TELEFONO +506 22586516 | FAX +506 22331644
 SITIO WEB www.amicorp.com | E-MAIL info@amicorp.com




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:





Las Vegas

Le apostó al futuro

El Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA) anunció que el destino atrajo a 38.9 millones visitantes en el 2011. Las Vegas cambió su estrategia. Pasó de regalar habitaciones a los visitantes con tal de que apostaran, a atraer asistentes a sus convenciones, pagando el hotel y además gastando dinero en los juegos. Veamos detalles de su éxito:

Total 2011	
Volumen de Visitantes	38,928,708
Inventario de Habitaciones	150,161
Ocupación Total	83.8%
Ocupación Hotel	86.9%
Ocupación Motel	56.0%
Ocupación Fin de Semana	90.9%
Ocupación Entre Semana	80.7%
Promedio de Tarifa Diaria de Habitación	105,11
Total de Noches en Habitaciones Ocupadas	45654165
Ingreso por habitaciones	4.798.709.283
Ingreso por juego	16.567.483.000
Asistencia a Convenciones	4,865,272
Convenciones y Reuniones	19,029

Fuente: Las Vegas Convention and Visitors Authority

Fumigar: rápido y sin olor



El control de plagas es una de esas tareas que tenemos que hacer, aunque no es una de las favoritas, si es una de las más importantes. Y es que entre más controlado se mantenga, más problemas evitamos, tanto para nuestros clientes, como para el negocio.

Andrea Saborío, Gerente General de Tecnicontrol R&S, empresa dedicada al mantenimiento y control de plagas, comentó que esta compañía está aplicando un sistema de fumigación con productos biodegradables, sin olor y no tóxicos para el ser humano.

En una habitación de hotel en promedio duran de 15 a 20 minutos, dependiendo del problema que se busque atacar. "Antes de fumigar cualquier espacio, nuestros técnicos realizan una evaluación del área, en busca de nidos de cucarachas, chinches, ratones, comején, o cualquier otra plaga. La recomendación es aplicar una fumigación general, aunque hay productos especializados en caso de que se encuentre algún problema específico".

Saborío asegura que la fumigación tiene un efecto residual de seis meses, que es el periodo en que se recomienda para cada aplicación en el caso de habitaciones, sin embargo, cuando se trata de la cocina, dice que la fumigación debe ser cada 3 meses, por la manipulación de alimentos.

Tecnicontrol R&S Tel: 2263-1919

"Realizamos la fumigación por medio de termo nebulización, un sistema que expulsa el producto en forma de gas, muy práctico para hoteles, ya que a diferencia del sistema tradicional, que aplica el producto líquido, este es un vapor seco, es un proceso más limpio, no deja manchas en el piso o paredes y su efectividad es de un 99% de eliminación de la plaga". Andrea Saborío, Gerente General de Tecnicontrol R&S.

KION



DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

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



Sobo, Tofino, Canadá **Entre olas y hippies**

Tofino es un sitio muy tranquilo, hippie y surfero del oeste de la isla de Vancouver en Canadá. Es un sitio pequeño y en realidad no tenía ninguna intención de escribir de ningún restaurante, pero me tropecé con una palangana de mariscos y con Artie, el dueño de Sobo, y me llevó a investigar más de su historia (y también repetir al día siguiente!). *Por Erika Hempel para **Apetito***

Artie y Lisa Ahier empezaron su negocio en un camión morado en el parqueo de los jardines botánicos de Tofino. Lisa se graduó con honores del Culinary Institute of North America, una prestigiosa escuela de restauración, y ha trabajado en restaurantes desde los 13 años. Después de ser nombrados uno de los mejores restaurantes de Canadá en su primer año de operación, los premios y los clientes siguieron viniendo. En el 2007 decidieron montar su restaurante en un edificio y se convirtieron rápidamente en uno de los lugares más populares tanto con locales como con turistas.

Uno de los platos que viene desde el camión morado son los killer fish tacos en tortilla dura de maíz azul. Toda su pasta es hecha en el restaurante, así como los postres, entre los cuales destaca el key lime pie.

Cada uno de sus platos es creado en el restaurante, utilizando algún ingrediente local, posiblemente de algún productor nuevo o agricultor local que les lleva algo que les emociona y así crean un plato alrededor del ingrediente — los ingredientes son lo más importante para ellos. Mucho de lo que utilizan en su restaurante es de su jardín, después de la isla y finalmente de British Columbia. También les gusta el aguacate, los chiles, y otros productos que no se encuentran regionalmente. A pesar de intentar de tener una representación local muy fuerte en sus ingredientes, también utilizan productos externos para darle sabores distintos a la comida.

Un sábado de temporada alta se pueden servir alrededor

de 600 platos en la cena, y en noches muy ocupadas pueden salir hasta 800 platos. Tofino es un lugar que depende mucho del turismo de temporada, así que en Sobo empiezan la temporada despacio, y se van llenando poco a poco hasta la máxima temporada en Agosto, y luego lentamente empieza a bajar el ritmo. Naturalmente esto los lleva a prepararse para este flujo de personas, y agregan personal conforme avanzan las semanas. En el pico de la temporada pueden llegar a tener hasta 35 personas trabajando en el restaurante.

Una de las claves para que los comensales vuelvan es la consistencia, tanto en la comida como en el servicio. Lisa, la chef principal, no pierde un detalle y esta segura de que a cada minuto se lleguen a los estándares establecidos en el restaurantes, nada de recortar esquinas! Artie y Lisa creen que la manera de llevar un restaurante exitoso es sentirse apasionado por la comida, ser honesto y crear buenas relaciones con sus proveedores y agricultores locales, que hacen que su comida sea lo que es.

Para Lisa, uno de los ingredientes más importantes son los mariscos. Al estar viviendo al lado del mar no puede vivir sin tener mariscos en su restaurante. Para ella, un chef de alta categoría es alguien que tiene respeto por los productos que pone en sus platos y que no pierde su integridad. En Sobo tienen un enfoque a la comida fresca, con un menú ecléctico en el que todos pueden encontrar su plato ideal... aunque yo les recomiendo la palangana de mariscos!

La más completa variedad en opciones para el ahorro de agua

HELVEX M.R.

garantía de calidad

Grifería economizadora ahorradora de agua



VCG-2
Grifería unitaria con cuello de ganso giratorio y manija corta



TV-100
Grifería economizadora a pared



TV-105
Grifería economizadora



TV-120
Grifería economizadora de cierre automático



TV-121
Grifería economizadora de cierre automático a pared

Además contamos con llaves de sensor de corriente o batería con posibilidad de consumo desde 1.8 litros



Nuva
TV-200
Grifería electrónica de baterías a pared



Tron
TV-299
Grifería electrónica de baterías
TV-399
Grifería electrónica de corriente



Argos
TV-296
Grifería electrónica de baterías
TV-396
Grifería electrónica de corriente



Omega
TV-298
Grifería electrónica de baterías
TV-398
Grifería electrónica de corriente



Nimbus
TV-190
Grifería electrónica de proximidad de baterías



EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Santa Ana: 1.5 km oeste de Forum 1, Complejo Industrial Condopark, Bodega 4
(506) 2203-2955 • 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

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
fax: (506) 2257 0570



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 y reciba su entrada gratis. • Entrada sin registro \$5,000

Reserve su stand: Guillermo Rodríguez
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

Expositores 2012

Confirmados hasta el 20 de Marzo, 2012



Actividades

a. Copa Culinaria

Este evento organizado por la Asociación Nacional de Chef y Exphore 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.



Organizan:



Avalado por:



Patrocina:



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.



Organizan:



Avalado por:



Patrocina:



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.



Organizan:



Patrocina:



d. Desfile de uniformes y mucho más...



¿Quién dijo miedo?

Dar a conocer el potencial de los productos locales a través de la creatividad de nuestros chefs es una de las metas de la Copa Culinaria Regional, que este año tendrá su final en Exphore. Para Carolina Coronado, Presidenta de la Asociación Nacional de Chef, ente que organiza la Copa Culinaria Regional en conjunto con el Foro Panamericano de Asociaciones Gastronómicas, con el apoyo de Exphore, ésta es una nueva oportunidad para resaltar la capacidad de nuestros cocineros. "Las competencias nos ayudan a crecer profesionalmente, a innovar y arriesgamos con nuevas recetas, sabores y presentaciones, a sacar el artista que llevamos dentro", comentó Coronado, durante el café que se organizó en la ANCH, con motivo de anunciar la apertura de las eliminatorias. Otro de los beneficios de la Copa Culinaria, según Coronado, es aprender a quitarle el miedo a las competencias y elevar la calidad de nuestra cocina. "Cuando competimos lo hacemos contra nosotros mismos, hay que tener confianza en nuestro trabajo y buscar la superación diaria. Con estas competencias tenemos una oportunidad de mostrar nuestra capacidad y elevar la calidad de nuestra cocina. Costa Rica es reconocida por la naturaleza, la paz y el gallo pinto, pero tenemos que hacer que nos reconozcan también por platillos gourmet". Para más detalles sobre la Copa Culinaria Regional, ingrese a: www.copaculinaria.com

Sandy Rojas

Ejecutiva del evento

Tel.8350-7121

Correo: sandy@ekaconsultores.com



Premio XHR: Una ventana para el diseño

Abigail Garbanzo es diseñadora de espacio interno y el año anterior ganó el Premio XHR, con su propuesta de diseño "Sutilmente Costarricense", una habitación de hotel con sutiles detalles de símbolos nacionales. Este año, Garbanzo forma parte del equipo de jueces del concurso y en una mirada hacia atrás, nos confiesa que ganó más que un premio. "Fue una experiencia muy gratificante, gracias a esta exposición en Exphore, surgieron varios contratos, entre ellos el diseño del FoodCourt de Pedregal. Premio XHR es una oportunidad para los diseñadores nacionales de exponer su talento y posicionar su nombre".

EXPHORE



Ana Laura Vargas, Directora del Premio XHR, asegura que con esta iniciativa se busca crear identidad del diseño costarricense, "con el Premio XHR queremos plantar una semilla para que se genere esa identidad del talento nacional".



Abigail Garbanzo es diseñadora de espacio interno

¿Qué es?

El Premio XHR es un concurso de diseño abierto a estudiantes y profesionales que deseen exponer su creatividad. Su primera edición fue en el 2011, con el diseño de una habitación. En esta ocasión, los participantes tendrán que hacer una propuesta de diseño de un cuarto de baño para un hotel cinco estrellas con 5 hojas del Certificado de Sostenibilidad, CST, por lo que además de considerar el lujo debe ser amigable con el ambiente.

Los interesados en participar deben inscribirse en www.premioxhr.com cancelar \$50 dólares, y presentar su propuesta digital de diseño del cuarto de baño.

Entre las propuestas, los jueces elegirán a dos finalistas, quienes tendrán la oportunidad de presentar el montaje del diseño durante la feria Expo Hoteles y Restaurantes, donde los visitantes darán también su opinión, eligiendo al favorito.

Este concurso puede ser patrocinado por proveedores del sector, quienes lograrán una exposición de sus productos en el montaje de los baños.

Para más detalles sobre cómo participar y cómo patrocinar éste concurso visite:

www.premioxhr.com O contactar a:

Rebeca Salgado

Ejecutiva del Evento

Correo: rebeca@ekaconsultores.com



De bastardo a príncipe

No siempre lo mejor de algo corona en sus inicios, como muchas cosas que suceden en la vida, tradición y vanguardia son dos palabras peligrosas, así como la moda y la tendencia desencadenan la gloria de un producto, pueden sucumbirlo en la miseria total sin merecerlo

París, Francia. Mediados del siglo XIX. Inicia la historia de miseria y obscenidad, hasta la gloria en nuestros días. Largas décadas han pasado para lograr que los ojos del mundo apreciaran la belleza y sensualidad de un hijo bastardo, despreciado por sus progenitores, desterrado a cuevas escondidas donde la luz no permitía observar su belleza, eran más los defectos de ese pobre hijo, que su real hegemonía cayó en las manos de plebeyos para brindar como reyes. Brilló por luz propia, hasta no hace muchas leguas de la mano de completos extraños, para admiración de propios.

Los hijos perfectos eran de colores pálidos y cristalinos, llenos de vida en sus delicadas burbujas y aromas de gloria, a los que se consentían con largas horas de sueño y reposo para que desarrollaran toda su belleza y perfección; mientras esto sucedía, uno igual a ellos era desterrado por sus desconocidas virtudes, para que el pueblo se embriagara con su divina beldad.

Esta es la historia del hoy día aclamado, Champagne Rosé. Sucede que por aquellos días –lejanos– la perfección del champán era considerada obras de arte que carecían de tonalidad rosas y que por el contrario eran cristalinos, de tonalidades pálidas, con perlajes largos dignos de la corona. No se puede mencionar el champán, sin recordar sus



inicios, de la mano del monje benedictino, Dom Pérignon. Este personaje –abad de Hautvillers– nació en 1638, fallecido en 1715. Sería el hombre clave en el futuro de champán –champagne–; la historia cuenta que era ciego, gran catador y conocedor de sus uvas, al punto de predecir de cual viñedo procedían. En 1661, a sus 23 años ordena hacer una gran cava con capacidad para más de 500 barricas. La abadía contaba con 12 hectáreas de viñedo, las uvas las recibía como cobro del diezmo, procedente de viñedos excepcionales, Ay y Avenay. Dom Pérignon, inventó el proceso de fabricación del champagne, desesperado, ya que sus vinos blancos espumantes explotaban literalmente en sus botellas, por lo que ideó reforzarlas y taponarlas con corcho procedente de España, de tal manera controló la segunda fermentación en botella, conocido como el método champenoise. Así inicia la historia de este vino espumante, predilecto por excelencia entre los de su género.

Si bien Dom Pérignon, no es el culpable de ocultar el champán rosado, sentó las bases para que en la actualidad disfrutemos de su majestuosidad.



Elaborado solo en años excepcionales.

Autor: Alejandro Redondo, Director Consultoría Enogastrómica de Costa Rica
aredondo@intergourmetcostarica.com



Las razones por cuales el champán rosé fue escondido y tratado de forma insulsa, se debió a que su color no era el pálido perfecto que se buscaba, por lo tanto era considerado un vino defectuoso, casi inperdonable llamarle champán, aunque lo era sin duda.

La pregunta. ¿Cómo alcanzaba tonalidades rosadas? Recordemos que el champán se produce con dos uvas tintas –pinot noir, pinot meunier- y la uva blanca chardonnay. El contacto con el hollejo –piel de la uva- de las uvas tintas trasladaba el color al mosto en el proceso de maceración, por lo que pensar en un contacto prolongado, generaba en el vino base colores más intensos del pálido que se buscaba. Ahí nació la mala gana que se le tenía al champagne rosado, al punto que los responsables de tal error eran recriminados, saber Dios cómo les fue.

Pero nunca falta la astucia, algunos bodegueros suspicaces, no lo desechaban, sino mas bien, lo vendían a burdeles y tabernas donde el pueblo bebía sin importar su color, más aun, que estas eran oscuras y no se alcanzaba a ver tal monstruosidad –sentido figurado por supuesto, digamos que el cuasimodo de los champagne-, así que se vendía sin mayor inconveniente, además imaginamos, su bajo precio, contrario al de hoy día donde los mejores exponentes son considerados grandes joyas, su precio es por supuesto, considerable. Este es un claro ejemplo de la máxima, “la belleza, tiene un alto precio”, no cabe duda.

En el siglo XX, sale de la oscuridad, para ser mostrado a la luz pública como un prestigioso y hermoso champagne. Si bien es cierto, Nicolás Ruinart funda la primera casa de champagne en el año 1729, no es hasta 1775 que la primera bodega en embotellarlo y comercializarlo como champagne rosado, fue la bodega hoy día conocida como Veuve Clicquot Ponsardin –veuve= viuda-. Vale la pena hacer un fugaz recorrido por la larga historia de esta bodega, ya que no era nada común en la época -1805- que una mujer, Barbe Nicole Ponsardin, asumiera las riendas de un negocio de vinos, luego de que su marido Philippe Clicquot muriera a la edad de 33 años; a partir de ese momento fue conocida como Madame Clicquot –de tan solo 28 años-. A la edad de 89 años muere Barbe Nicole Ponsardin, su hijo asumiría el negocio y en su honor crea el gran champán La Grande Dame Rosé, elaborado solo en años excepcionales.

Curiosamente han pasado más de 100 años para que las bodegas de Champagne mostraran orgullo por sus vinos espumantes rosados, convirtiéndose de bastardo a príncipe.

¡Salud!



Izquierda: Estatua del monje benedictino, Dom Pérignon. Arriba: Barbe Nicole Ponsardin, asume las riendas de un negocio de vinos, luego de que su marido Philippe Clicquot muriera a la edad de 33 años. Fotografías tomadas de: www.us.123rf.com www.cafehistoria.ning.com y www.evinite.info



La Divina Comida “No tengo

“Duramos dos años buscando nueva casa y después de casi dos meses de construcción abrimos un restaurante de la puta madre”. chef Marco Antonio Ganoza, de La Divina Comida.



Receta:

Quinotto ai Funghi Porcini

Quinotto viene a ser el equivalente del Risotto, pero hecho a base de Quinoa, una semilla andina rica en proteínas, considerada entre los mejores alimentos del mundo.

6 personas

Autor: Chef Marco Antonio Ganoza

Ingredientes:

- 2 tazas de Quinoa roja
- 2 tazas de Pinot Noir
- 60gramos de queso Grana Padano
- 2 cucharadas de cebolla blanca picada
- 1 cucharada de ajo picado
- 1 paquete de Funghi Porcini
- 1 taza de caldo (res, pollo, vegetales, dependiendo el gusto de cada uno)
- 1/4 de barra de mantequilla

nada tradicional”



La Divina Comida del Chef Marco Antonio Ganoza es un referente de comida peruana, pero, como él mismo lo dice, no es un restaurante peruano tradicional.

A finales del 2011, La Divina Comida se cambió de casa, pero el local no fue lo único que cambió en este restaurante, sus propietarios apostaron por nuevas fórmulas, cuyo éxito se puede medir con las filas para ingresar de los primeras semanas, que en unos meses se han ido traduciendo en listas de reservaciones.

“La esencia de La Divina Comida se mantiene, es cocina

peruana de autor, pero con el cambio aumentamos la capacidad de 60 a 165 sillas, y esto nos dio la posibilidad de replantear la estrategia en el mercado, bajamos precios por ejemplo, hoy el 70% de la clientela es nueva”. Las entradas van de 6 a 12 dólares, los platos principales de los 12 a los 20 dólares y una copa de vino cuesta entre 6 y 12 dólares, si bien él mismo reconoce que ya no es un restaurante boutique como antes, (sin haber perdido la esencia del servicio) los precios son atractivos y su comida sigue siendo de alta calidad. Siempre está pendiente de pasar por las mesas y escuchar los comentarios.

Asegura que la inversión fue alta, pero no duda en que la recuperación será en menos del tiempo esperado. El siguiente paso es encontrar un operador, “tenemos lo necesario para franquiciar, lo que nos preocupa es encontrar un operador adecuado, hay interesados en llevar la marca a México y Colombia, esperamos el próximo año empezar a abrir locales fuera de Costa Rica”.

Reglas claras

Con el cambio de local, pasaron de 9 a 35 empleados, y uno de sus retos era conseguir a los mejores en cada área y desde luego mantenerlos. En esta tarea se involucró de lleno la esposa de Marco, Pía Valerín, quien además se desempeña como la gerente financiera. “Para contratar personal buscamos apoyo en una consultora de recursos humanos, pero alinear a estas personas en nuestra cultura organizacional y mantenerlos motivados es un trabajo que tenemos que hacer en casa”. Valerín es administradora de empresas, con énfasis en finanzas, y no duda en aplicar su experiencia en varias multinacionales en su propia empresa. “Estamos trabajando en el manual de funciones de cada puesto, lo que queremos es que cada empleado tenga claras las reglas del juego, qué pedimos y qué damos. Todas las semanas tenemos coaching con los salneros y cocineros, además realizamos evaluaciones de desempeño que al final se verá reflejado en su crecimiento económico”.



Preparación:

Hervir en partes iguales la Quinoa con el agua 1:1. Añadir un poco de sal, pimienta, aceite de oliva (un chorrito). Una vez lista la Quinoa se verá como perlada y un poco abierta. Reservar en un bol.

En una taza con agua muy caliente dejar reposar los Funghi

Porcini para que se hidraten, dejarlo por 5 minutos hasta que el caldo sea de color café oscuro. Verán que el aroma que suelta es único. No desechar el caldo, con ese cocinaremos mas tarde.

Sofreír la cebolla morada hasta que se aclare, añadir el ajo y saltar sin dejar que se queme (si se quema amargará la base del

Quinotto). Agregar la primera taza y media de Pinot Noir y remover por 3 minutos. Agregar el Funghi Porcini con el caldo y remover. Añadir la Quinoa previamente cocinada. Remover.

Añadir la mantequilla, remover y agregar el vino Pinot noir restante, remover por unos dos minutos. Agregar el grana padano rallado

al Quinotto, remover un par de vueltas. Rectifica la sal y pimienta de último.

Apagar el fuego y retirarlo de la hornilla. Dejar reposar 5 minutos para que los sabores se asienten. Si gusta agregarle más Grana Padano al final es elección suya (yo lo recomiendo)

Buen Provecho!



¿Cómo vender más café?

Esteban Brenes pertenece a la cuarta generación de una familia cuyo principal negocio es el café. Calcula que en los 30 locales de El Tostador venden por mes cerca de **500,000** bebidas a base de café, él administra 3, las cuales despachan en promedio 500 tazas por día.

Está al tanto de las tendencias mundiales, pero lo que más le interesa es entender el gusto de sus clientes. “No se trata de elegir un tueste porque lo digan los baristas en Europa, por ejemplo ahora se habla mucho de que la tendencia es el tueste claro, lo importante aquí es el gusto, y no el mío sino el de mis clientes y mi experiencia me dice que a la mayoría le gusta un tueste más oscuro. Esto no quiere decir que todo el café se tueste igual, desde luego hay que saber diferenciar las zonas que tenemos en Costa Rica, por ejemplo un café de zona alta como Tarrazú, que se caracteriza por su acidez y aroma, debe tener un tueste claro, que permita percibir mejor estas cualidades, siempre se busca resaltar las características del café y medir lo que más le gusta a nuestros clientes”.

Para Brenes es indispensable contar con café fresco, para ello recomienda comprar sólo la cantidad que se consume durante la semana, comprarlo en grano y moler lo necesario cada vez que se prepara la bebida. “Desarrollar hábitos en la cafetería, por ejemplo el molino siempre debe estar limpio, no dejar restos de café, porque esto afec-



Más fotos en
Revista *Apetito*



ESPECIAL DE CAFÉ

tará el sabor de la siguiente taza. Por las noches guardar el café en bolsa bien cerrada, nunca dejarlo en la tolva, todos los días ajustar el espresso, hacer las pruebas necesarias para llegar al punto adecuado, porque hay muchos factores como el clima que influyen en la taza”.

Otros detalles como utilizar el menaje adecuado para cada bebida y apearse a las recetas, “Si bien cada cafetería debe tener sus recetas originales, que le darán identidad, hay recetas que deben seguirse al pie de la letra, porque si un cliente pide un capuchino, espera un capuchino”.

Desde el grano verde hasta la taza

Para llegar a esta cafetería es necesario perderse entre chinamos de flores, dispersarse en los pasillos de hierbas aromáticas y atravesar unas cuantas marisquerías. El camino es muy entretenido, pero el destino lo es aun más. La cafetería está ubicada en el costado noreste del mercado central, aunque tienen mucha competencia, sodas y cafés en todos los pasillos, lo cierto es que es difícil resistirse al olor de su café recién tostado. En el mismo local cuentan con una máquina tostadora, que se encarga de despertar hasta el más dormido de los sentidos; esto no es un secreto, pero ha sido la clave de un negocio familiar de cuatro generaciones.

Hace 70 años, Rodolfo Brenes compraba café verde para venderlo tostado, era un negocio usual de la época. Lo curioso es cómo la familia ha mantenido esta misma fórmula y sigue siendo exitosa. “Creo que es muy sencillo, el café es un producto que sabe mejor si se consume fresco, recién tostado y recién molido, por eso estos negocios no desaparecen”, dice Esteban Brenes, bisnieto del fundador, quien en el 2000 incorporó la venta de café preparado, con lo que el negocio dio un giro interesante, aumentando de 9 a 30 puntos de venta, todos administrados por miembros de la familia.

Uno de estos puntos es la Cafetería Central, con una barra que se hace corta en horas pico y una barista que conversa sobre temas nacionales, al tiempo que explica, a quien se lo pregunte, el proceso del café. “Aquí les contamos cómo se hace un buen café, se puede ver todo lo que pasa desde el grano verde hasta la taza, lo hacemos de la forma tradicional, “chorreado”, pero también con máquina, se saca el espresso y se hacen las diferentes preparaciones”, comentó Yuri Borbón, mientras espumaba una leche para un capuchino, que según dijo es el que más le piden sus clientes.

Al lado del café siempre encontramos el maní y otras semillas, Brenes nos contó que este matrimonio tiene una larga historia. “La relación con el maní surgió en aquellos primeros años, cuando era común incluir una “feria” en cada compra. El maní era un producto que se tostaba en



la misma máquina de tostar café, así que se comenzó a incluir como feria. Con el tiempo se desarrolló un gusto por esa semilla, al punto que muchos clientes pasaban a preguntar por maní, por lo que se comenzó a vender también este producto”. Ambos llegaron a tener tanta importancia dentro del negocio, que su tío conformó la empresa Nueces Industriales, que ahora provee todas las semillas.

El Tostador vende más de 4 mil kilos de café por semana, los clientes pueden encontrar la variedad Caracolillo y las zonas de Poás, Tarrazú, Tres Ríos y Monteverde. También se puede pedir la mezcla de la casa, que es un tueste medio de un 70% caracolillo y 30% Tres Ríos.



“Hace siete años apostamos por servir un café de alta calidad en el mercado central, invertimos en una máquina profesional y en capacitación al personal. Lo que más nos costó al principio fue enseñar al cliente a esperar por un café, porque estaban acostumbrados a que se lo sirvieran de inmediato, pero desde un percolador”, Flory Vargas, barista y co propietaria de Cafetería Central,



El Tostador y Café Central

Costado Noreste del Mercado Central de San José Tel. 2222-1769



CAFÉ

Tostar para ganar

Con la adquisición de una nueva tostadora, los microempresarios del Café don Pupo incrementaron sus ventas. Ahora sueñan con abrir su propia cafetería dentro del cafetal y enseñarle todo el proceso a los clientes.

Con la caída de los precios del café en los últimos años, la familia Azofeifa Sandí, mejor conocidos en Salitral de Santa Ana como Los Pupos, empezó a buscar nuevos horizontes, por lo que decidieron vender su café a nivel local. “Un día mi esposo Héctor cogió un poco de granos de café y los tostó en una parrilla. Ahí nos dimos cuenta que nuestro café tenía futuro”. Con gran curiosidad buscaron información y decidieron comprar sin recomendación, ni experiencia una máquina tostadora. “Empezamos a tostar el grano sin realmente saber que lo que estábamos haciendo era “quemando” el café” comentó Gladys Sandí. Como era de esperarse, los clientes que le compraban café en las ferias del Agricultor de Escazú y Santa Ana, se empezaron a quejar que tenía un sabor a quemado, a rancio, como herrumbre, lo que menos se imaginaban era que la inversión de su máquina había sido un fracaso.

“Mi hermana Karen y yo hacemos repostería y fuimos a Refrigeración Omega a comprar una mesa de trabajo, vimos la Revista *Apetito* con una taza de café en la portada y se las pedimos, la leímos y ahí dimos con un proveedor de máquinas” comentó Sandí.



Más fotos en *Revista Apetito*



Máquina tostadora: Diedrich / Proveedor: Distribuidora Espresso / Contacto: Mauricio Cercone Tel: 2239-4519
Café Don Pupo: Hector y Minor Azofeifa Tel: 8888-4520



Gladys y Karen Sandí, Hector y Minor Azofeifa, del micro-beneficio de Café Don Pupo, están felices con la inversión de la nueva tostadora Diedrich, que resaltó el sabor a frutas cítricas y dulces característico de su grano.

Mauricio Cercone, de distribuidora Espresso S.A, empresa a la que los Pupos le compraron la máquina tostadora comentó: “Ellos tienen un café especial que estaban echando a perder. La decisión de ellos para comprar una tostadora Diedrich, fue que catamos el café que ellos tostaban contra su mismo café tostado en Diedrich, y con el sabor vieron la diferencia” comentó Cercone. “Nosotros somos microempresarios que hicimos una gran inversión, mejoramos la calidad del café y hemos visto el resultado con un incremento en las ventas. Además nos han acompañado en esta aventura, nos dan asesoría y hemos hecho todo lo que ellos nos indican”, confirmó Gladys.



Un placer en forma de rollito

En 27 años esta cadena norteamericana se ha expandido en 30 países, con unos 750 puntos de venta y en Costa Rica, la franquicia seduce desde hace seis años con sus rollitos de canela. Como es de esperarse en este tipo de negocios, muchos de los ingredientes son importados para mantener el estándar de la franquicia. “Traemos canela Makara que se produce en Indonesia, es una canela muy aromática que nos da el sabor característico”, dice Patricia Rodríguez, administradora de la franquicia en Costa Rica.

Esto mismo ocurre con otros ingredientes, sin embargo con el café la historia es diferente, la idea de importar productos es para ofrecer lo mejor a los clientes, pero la franquicia es flexible, si hay productos nacionales de alta calidad podemos comprarlos localmente, el café es una oportunidad donde podemos elegir el local, por la calidad disponible en Costa Rica”.

Su proveedor es Bardú, y asegura que han conseguido una buena relación ya que comparten la misma pasión por la calidad. “Nosotros somos expertos en rollos de canela y Bardú es nuestro socio experto en café, la relación va más allá de la compra y venta, ellos están comprometidos con la calidad de la taza de café que servimos, nos supervisan y nos dan capacitación para asegurarse de que la calidad final sea óptima”.



Café que utilizan: Bardú / Contacto: Manuel Rodríguez / Tel: 2228-8402

Cinnabon Costa Rica vende en promedio 1,400 tazas de café por mes, en su mayoría capuchino.

Las mejores marcas
a nivel mundial

grupo **capresso** *Coffee Culture*

**Máquinas
para Espresso**

Equipos hasta con
30% de Ahorro
en consumo energético,
garantizado por escrito

Todo en máquinas para café
y Licuadoras Industriales

**Servicio PostVenta
en todo el País.**

10%

DE DESCUENTO
PROMOCION POR
TIEMPO LIMITADO

SERVICIO
postventa

24
HORAS
GARANTIZADO

equipo suministros servicio

Tel.: 2234 7404 Fax: 2253 5296

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

Nevella®
Endulzante sin Calorías

Ahora con **Probióticos**

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

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



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

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



6 sillas = 100 tazas

Es un lugar acogedor, cuenta con servicio de internet, y si hay tiempo se puede observar el ajetreo del centro de San José, podría decirse que es ideal para tomarse un cafecito, sin embargo la mayoría de sus clientes piden su café para llevar y eso explica cómo con solo seis sillas venden más de 100 tazas por día. Rafael Vargas, es el barista a cargo y asegura que la bebida caliente que más se vende es el capuchino, aunque los días de calor los clientes lo cambian por un frapuchino, (que viene siendo su versión fría).

La cafetería 1820 abrió en octubre del 2011, como una vitrina para ofrecer café de esa marca, Vargas asegura que el consumo de café puro se ha popularizado en Costa Rica, y que cada vez más personas demuestran interés por esta bebida. "Tener un buen café es clave para que el cliente regrese, aquí utilizamos café 1820, que es una mezcla de las siete zonas de producción tradicionales, 100% café de Costa Rica, es nuestro ingrediente principal y a esto le agregamos un trato amable, limpieza y buena presentación, el resultado es un lugar exitoso".

Un consejo de Vargas para otras cafeterías es mantener el orden, tener siempre pañitos de limpieza específicos para cada área, como la punta de lanza, la bandeja y los portafiltros, porque todo entra por la vista.

Los cafés son servidos en vasos de cartón y plástico, pero eso no limita la creatividad de Vargas, el capuchino sale con su arte latte, y el café frío lleva también un detalle en el vaso, todo en el menor tiempo posible, y es que aquí uno también se contagia un poco de la prisa de la ciudad. "El café sale en 3 minutos, no hacemos esperar al cliente".



Tip del barista: "Elegir una máquina de café con superficie para calentar tazas, aunque parece un detalle de diseño, la realidad es que afecta el resultado, por ejemplo cuando se extrae un espresso si se sirve en una taza fría se da un choque térmico y esto afecta el sabor". Vargas dice que utilizan máquina marca Astoria, representada en Costa Rica por Electrofrío. "Tenemos muy buena respuesta de mantenimiento y servicio por parte de este proveedor". Rafael Vargas, Barista de 1820.

Máquina que utiliza: Astoria Proveedor: Electrofrío Tel: 2244-5530

¡Je veux un Capuccino!

Cuando abrió su local Christophe Eliet imaginó que los proveedores de café harían fila para ofrecer sus productos. Sin embargo, esto no ocurrió y pasó muchísimo tiempo comprando el café en el supermercado hasta que llegó Café Britt para brindarle el servicio.

El auge comercial de la zona oeste de la capital ha hecho que en estos 12 años Chez Christophe haya sufrido algunas variaciones. "Empezamos con un pequeño local ofreciendo sólo pasteles dulces y salados para llevar y algo de pan. Luego pusimos dos mesitas y ahora contamos con un área de terraza, un salón y una barra para sentarse a tomar un café", comentó Eliet.

Mantenerse tanto tiempo vigente en una zona donde apa-

recen restaurantes y cafeterías a cada segundo parece ser todo un reto. Christophe no vacila en decirnos: "Creo, sin pretensiones, que hemos logrado mantener una calidad constante a través de los años. Toda nuestra producción es artesanal, todo lo producimos nosotros mismos con materia prima de primera calidad. También el café es muy importante, primero porque tenemos muchos extranjeros que nos visitan y son muy exigentes con la calidad del café. Y luego porque es típico comer un pastelillo dulce y/o salado acompañado de una buena taza de café".

Café Britt es quien le ha brindado un servicio responsable y constante para suplirle alrededor de 12 kilos de café en polvo por semana, así como también en el mantenimiento y reparación de sus máquinas.

Christophe nos comentó que en Francia los cafés más consumidos son el espresso y el "noisette", que es un café con unas gotitas de leche, por lo que toma un color avellana, de ahí su nombre. Sin embargo, en su local el café más vendido es el capuchino.

"Hemos visto una evolución en el consumo de café. Antes la gente tomaba de percolador o una taza de leche con unas gotitas de café, ahora vemos que buscan más los cafés fuertes como el espresso. Comparan los sabores y rechazan un mal café", explicaron Christophe Eliet y Vickie Laurent, dueños de Chez Christophe.



Café que utilizan: Britt / Contacto: Marcela Rosas Tel: 2277-1620

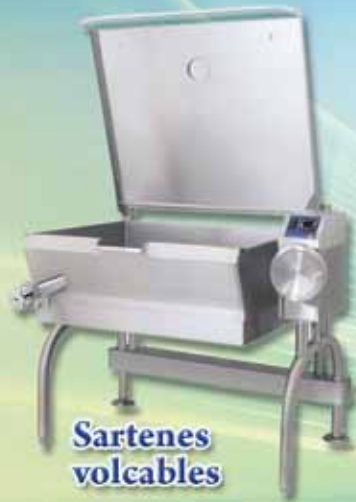
Tenemos lo mejor en equipos profesionales de cocina

Tips

Hotelería • Gastronomía • Hogar

de la prestigiosa marca

Cleveland



Sartenes volcables



Marmitas

- Modelos que se adaptan a sus necesidades reales, así como al diseño actual de su cocina.
- Última tecnología de cocción, funcionamiento fácil y profesional.
- Óptimo rendimiento y consumo idóneo de energía.
- Modelos disponibles a gas o electricidad.

Le ofrecemos en sus compras hasta **12** cuotas iguales por interés de **0%**
 Con su tarjeta TIPS-CREDIX*
*Aplicar restricciones
 *Según la aprobación de crédito

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

www.tipscr.com



Exclusivo.
 «Café Britt Tueste Oscuro»

Perfecto.
 «Café Britt Espresso»





CAFÉ

Entre cafés y entrepanes...

Con 7 locales en el área metropolitana, la cadena vende 700 cafés por día, entre los que más piden están el americano y el capuchino frío.



Esta cadena cuenta con 7 locales y entre todos consumen cerca de 100 kilos de café por semana. La mayoría se sirven en el local de la avenida central, pero los otros seis no se quedan atrás. El comportamiento del cliente de ese local, dice su gerente de operaciones, Christian Peters, es un poco diferente a los demás, "es un lugar de paso, la gente compra el café para llevar". En varios de ellos el espacio se comparte con otro inquilino que resulta un complemento perfecto, las heladerías Pop's. "Los horarios de postre y de café son diferentes, por lo que siempre hay movimiento en los locales, ya sea que vengan por el café de la mañana, un sándwich del mediodía, el postre y el café de las tardes", dice Peters, a quien el café le es más que familiar, su abuelo fue productor y exportador y su padre es el actual Director Ejecutivo del Icafé.

Para Peters la clave de Entrepanes está en la combinación de un ambiente agradable, excelente materia prima y recetas originales, "el cliente espera café de calidad, por eso utilizamos Doka, es un café de altura que se distingue por su aroma y acidez".



Café que venden: Doka Estate
Contacto: Natalia Vargas
Teléfono: 2449-6765



"Una variedad de altura es la apuesta más segura que se puede tener en café". Christian Peters, Gerente de Operaciones Café Entrepanes.

Café con aroma de arte

Casa 927 es un espacio creado para promover las diferentes expresiones de la cultura y el arte generado en Costa Rica, incluye tanto creaciones de nacionales como de extranjeros radicados aquí. En esta casa hay lugar para todas las manifestaciones de arte, aquí conviven la música, la pintura, el diseño, la literatura y ¿el café?

Claro, no es una cafetería más, es una galería, y aquí el café no solo se toma, también se analiza y se degusta, porque no es un invitado extraño, es un protagonista. "Nuestra misión es promover las diferentes manifestaciones del arte que se produce en Costa Rica y el café es una manifestación de arte y cultura, por eso no lo consideramos un proveedor, sino que tiene su espacio en la casa y al igual que otros artistas, exhibe su producto para que todos podamos deleitarnos con su aroma y sabor"; comentó Vivian Hüt, gerente general de Casa 927 y Café del Patio.

Hüt es publicista y durante muchos años trabajó en producción audiovisual, musical y de eventos especiales, en su experiencia conoció a muchos artistas nacionales con gran potencial pero sin un espacio para darse a conocer. De ahí nació Casa 927, "con la inquietud de promover el diseño que respalda la artesanía, esto no es una tienda de souvenir, cada pieza que se vende es una creación única, queremos dignificar al que se dedica al arte", enfatizó.

El Café del Patio surgió como un complemento a la galería de arte, para ofrecer la posibilidad a los visitantes de alargar la tertulia luego de su visita por la casa.



"No pretendemos ser lo que no somos, en el Café del Patio servimos un menú básico de cafetería, sándwiches, postres, ensaladas. Lo manejamos como un restaurante casero, servimos almuerzos ejecutivos por 3 mil colones". Vivian Hüt, gerente general de Casa 927



Café que utilizan: Sánchez
Contacto: Leda Sánchez
Teléfono: 2272-3049



Euroalimentos

IL MASSIMO DELLA QUALITÀ!

TOMMASI
Viticoltori



ZONIN

MAZZEI
1435

AIOLA
CANTINA DELLA
VALLE DEL SILENTE

Teléfono: 2215-2380 • 2215-2364
Dirección: 100m Norte, Multiplaza Escazú,
primer edificio a mano derecha

www.euroalimentoscr.com



Use menos aceite, gane más beneficios



Par-Way con su marca **Vegalene** de Aceites en Spray ha llegado a Costa Rica para ayudar en las operaciones de la industria alimenticia.

Vegalene es un producto creado en USA y diseñado exclusivamente para el área de hoteles y restaurantes. Todas las líneas de aceites son de alta calidad e innovación, especiales para cocinas de alto tráfico.

Encuéntrelo en las siguientes presentaciones:

- **Alta temperatura:** Aceite de Canola y Vegetal
- **Panadería:** Aceite de panadería
- **Aceites de sabores:** Oliva Extra Virgen, Ajo y Mantequilla

Los beneficios son muchos:

No contiene colesterol, sal, agua, preservantes, tiene 0 grasas trans. Sin aceites hidrogenados. Cuenta con el sello Kosher y Pareve. Resultados consistentes y de calidad. Ahorro de tiempo y los desperdicios y sobre todo mejora el sabor en las comidas, además extiende la vida útil del equipo de cocina.

**PAR-WAY TRYSON
COMPANY**

Made in U.S.A.

COMPROIM
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS IMPORTADOS

Distribuido por COMPROIM S.A. Más información al teléfono 2261-6918 o al fax 2261-5843.



Elvis Monestel ganó el Reto Barista del 2011



¡En busca de la mejor taza!

Este año en EXPHORE tendremos nuevamente un reto: Y es que estamos decididos a encontrar al barista que prepare la mejor taza de café, por eso los retamos a presentar su propuesta.

El Reto Barista se realiza por cuarto año, y es una iniciativa que tiene como propósito elevar la calidad del café que se consume en Costa Rica y promover el trabajo y la creatividad de los baristas.

Según comentó Manuel Dinarte, del Café del Barista, y creador de la idea, el Reto Barista es una oportunidad para mejorar, "con esta competencia se busca elevar la calidad del café que se consume en Costa Rica, los participantes demuestran su creatividad pero además de la técnica deben elegir un excelente café en sus preparaciones".

Dinarte comentó que además el Reto es una oportunidad para que los baristas se preparen para otras competencias, como el Campeonato Nacional, puesto que la dinámica es igual a la de una competencia internacional, donde se califica técnica, contacto con los jueces, presentación y sabor.

Ganador del 2011 reta de nuevo

Elvis Monestel, barista del restaurante y cafetería Tree House, en Monteverde, ganó el Reto Barista 2011, y nos contó que este año participará nuevamente, por lo que desde ya se prepara experimentando con recetas y buscando café de diferentes zonas y tuestes.

Monestel dio sus primeros pasos en arte latte hace 5 años y el curso de barismo lo hizo hace dos años. El restaurante donde trabaja es reconocido por dos detalles: tiene un árbol en el centro y sirven muy buen café. "Con el curso de

barismo despertó el interés por buscar café de especialidad, y comenzamos a probar café de diferentes zonas. En el restaurante utilizamos café de la zona de los Santos, es un café dulce que presenta características muy diferentes". El arte latte es su pasión, si un cliente muestra interés, tanto él como su compañero se acercan a la mesa y hacen una demostración, por lo que poco a poco se ha corrido la fama de su café.

En temporada alta, sirven hasta 200 tazas por día.

¡Acepta el reto? Anote estas fechas:

La primera eliminatoria será los días 20 y 21 de abril en Plaza Antares, frente a la rotonda de la Bandera en San Pedro de Montes de Oca.

La final del Reto Barista 2012 será en el marco de EXPHORE, Expo-Hoteles y Restaurantes, en el Centro de Eventos Pedregal, del 19 al 21 de junio 2012. Tendrá tres categorías, las cuales se realizarán durante los tres días de la feria:

Primer día: Competencia de Catación.

Segundo Día: Competencia de Arte Latte.

Tercer Día: Competencia de Café Espirituoso.

Para patrocinar el evento o participar, contacte a Rebeca Salgado, Ejecutiva del Evento rebeca@ekaconsultores.com o al Tel.: 2231-6722 ext 144 www.exphore.com

"Tasting the good life"

Delika
by Gourmet Imports

Otis Spunkmeyer



"El complemento PERFECTO
para su excelente café"



Además le ofrecemos queques, galletas, muffins, panes, croissants, rolls & bagels. Importados de los Estados Unidos y Europa.

Consulte con su agente de ventas o al 2239-1019 • servicioalcliente@delika.cr • [f/delikacr](https://www.facebook.com/delikacr) • www.delika.cr

LÍNEA INSTITUCIONAL HOTELES Y RESTAURANTES

Arcoroc
Serving solutions

Inspiración en cada platillo

Descubre las innovaciones:

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

yamuni mayoreo

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

www.yamuni.com



Catálogo de máquinas de café

Para lograr una excelente taza es necesario contar con café de calidad, personal capacitado y equipo para su preparación. Aquí les mostramos las novedades que hay en el mercado de máquinas de café y la información de sus proveedores.



Maquina Café Espresso **Marca LA SCALA modelo** **MORMA A2**

Carrocería en Acero inox, 2 grupos, Automática programable, 1 salida de Vapor, 1 de agua, Caldera de 11 litros, bomba volumétrica incorporada. Kit completo con Moledora y Filtro
Excelente precio.

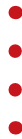


Distribuye: *BACCO Partes y Repuestos*
Teléfono de Servicio al Cliente:
Tel. 2220-0011



Cimbali/APE91

Cimbali M22: Premium 2 Grupos
Máquina de 2 grupos semiautomática con conexión hídrica. Erogación continua del agua (stop manual). Incluye molino dosificador 6S.
Capacidad para elaborar hasta 500 espressos/capuchinos diarios.
Carrocería de acero inoxidable. Tubo para salida de agua caliente
Dos tubos vaporizadores. Posee un auto nivel de agua en la caldera.



Distribuye: *Grupo Britt*
Contacto: *Marcela Rosas*
Teléfono de Servicio al Cliente:
2277-1620



Wega Concept

Software de consumo inteligente. Ahorro energético hasta del 30% durante el día y 43% durante la noche. Programación independiente de la temperatura de cada caldera. Sensor de humedad.
Programación de ciclos de limpieza
Dimensiones: 80 x 60 x 59 cm
Voltaje: 230v
Toma de agua: Directa



Distribuye: *Grupo Capresso*
Contacto: *Christian Bustos C.*
Gerente Comercial
Tel: (506) 2234-7404
Cel: (506) 8913-5564



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.kz.co.cr | info@proservicio.co.cr | T. 2223-0111



La Marzocco, GB5

Hecha a mano en Florencia, Italia. Esta máquina cuenta con tecnología avanzada: el control de la temperatura PID, el sistema de precalentamiento de los grupos de erogación y en particular cuenta con un dispositivo para la regulación del flujo de vapor.

La GB5 con sus grupos de erogación saturados, y la tecnología de doble caldera asegura un nuevo nivel de estabilidad térmica, manteniendo monitoreadas electrónicamente todas las funciones de la máquina. La GB5 es la máquina ideal para las barras de café de gran clase.



Distribuye: Distribidora Espresso S.A.
Teléfono: 2239-4519, o 8994-2661,
mmartinez@espresso.cr
www.espresso.cr



Rubino 200 Espresso

Máquina vending automática de mesa, ha sido diseñada específicamente para lugares pequeños y medianos. Disponible con gabinete en dos versiones, estándar y de sistema de pago, con capacidad para preparar hasta 8 bebidas diferentes. Características principales

- Dispensa automáticamente hasta 195 tazas, el azúcar y agitadores.
- Espresso de alta calidad, fácil limpieza y mantenimiento



Distribuye: Máquinas Vending & Profesionales, SA
Contacto: Guillermo Amador
Presidente
Teléfono: 2291-1151



Practic

Nacida inicialmente con un estilo simple y lineal, ahora evoluciona estéticamente con líneas esbeltas y modernas para lograr una distinción atemporal.

En su interior, toda la experiencia y la tecnología Astoria garantizan prestaciones profesionales y una elevada fiabilidad para alcanzar un resultado final de excelente calidad de las bebidas. Disponible también con la opción de grupos con realce y nuevas rejillas de apoyo para las taza abatibles y fáciles de extraer.



Distribuye: Electrofrío de Costa Rica
Contacto: Luis Diego Ramos
Gerente de Ventas
Teléfono: 2244-5530
luisdiegoramos@electrofriocr.com

MÁQUINAS VENDING & PROFESIONALES S.A.

Royal



Aroma



Rubino 200



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

Tel.: 2291-1151

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

Distribuidor autorizado:



Rico y sin remordimiento

Recetas cortesía de Splenda



Capuchino con vainilla

8 onzas de leche descremada
10 gramos de café molido preparado o dos cucharaditas y media de café instantáneo.

1 ½ cucharadita de esencia de vainilla líquida (no importa el color, verificar en la etiqueta que no contenga azúcar)

2 sobres de endulzante sin calorías (SPLENDA®)

1 cucharadita de canela en polvo
Caliente la leche y el café, juntos en el caso del café instantáneo o por separado si es café molido.

Mézclos, agréguele la vainilla, ½ cucharadita demcanela en polvo y el endulzante y licue la mezcla en licuadora convencional o licuadora de inmersión. Sirva en dos tazas y decore con la canela en polvo restante.

Valor nutricional por porción (1 taza)
66 calorías, 1 gramo de grasa, 8 gramos de carbohidratos, 4 gramos de proteína.



Café dos leches

Ingredientes:

2 cucharaditas de vainilla

4 cucharadas de leche condensada (preparada en casa)

4 onzas de café preparado sin azúcar

2 onzas de leche descremada

Ingredientes para la leche condensada hecha en casa

2 tazas de endulzante granular sin calorías (SPLENDA®)

1 taza de agua

2 tazas de leche en polvo semidescremada

1 cucharada de mantequilla

3 gotitas de vainilla

Preparación de la leche condensada:

Caliente en un recipiente el agua, antes de que hierva agregue el endulzante sin calorías (SPLENDA®), deje hervir durante siete minutos, luego deje reposar por cinco minutos y licue agregando la leche en polvo poco a poco y por último la mantequilla derretida. Agregue las gotitas de vainilla. Coloque en un recipiente y ponga a enfriar al ambiente y luego en el refrigerador.

Preparación del café dos leches

A las 4 cucharadas de leche condensada, agréguele 2 cucharaditas de vainilla.

Mueva la mezcla con una cucharita y agréguele el café caliente. Añádale la leche y licúe con licuadora de inmer-

sión (o con la convencional). Sirva cuando esté espumosa.

Valor nutricional por porción (1 taza):
102 calorías, 2 gramos de grasa, 11 gramos de carbohidratos, 7 gramos de grasa.



Té de cáscara de piña

4 tajadas de cáscara de piña, bien lavada y cepillada

1 manzana en trocitos con su cáscara

1 raja de canela partida en dos

2 sobres de endulzante sin calorías (SPLENDA®)

Ponga a hervir 2 tazas y media de agua con la cáscara de piña, la manzana en trocitos, la canela y el endulzante por 15 minutos.

Es agradable al paladar estando caliente, tibio o frío, por lo que puede servir al gusto.

Valor nutricional por porción(1 taza):
68 calorías, 0 gramos de grasa, 17 gramos de carbohidratos, 0 gramos de proteína.

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

SERIE 6 **GIRBAU**



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

EL EQUIPO PARA EMPRENDER SU NEGOCIO LO DISTRIBUYE **ELECTROFRIO** *Somos equipo para su negocio*



Distribuimos:



Llámenos, será un gusto atenderle! Tel: 2244-5530 • www.electrofriocr.com • ventas@electrofriocr.com • Santo Domingo de Heredia.

Los congelados conquistan la cocina

La practicidad se está convirtiendo en la mejor aliada de la cocina, la tendencia hacia productos congelados que permitan concentrarse en el arte final y la diferenciación toma fuerza en la panadería, pastelería y en la cocina en general.

En la hora del café, por ejemplo casi tan importante como la calidad de la bebida es su acompañamiento, ese queque, pan o repostería que permite cerrar con broche de oro la experiencia del paladar.

La línea de muffins y danesas congeladas de Otis Spunkmeyer busca ser la pieza que complementa la experiencia del cliente durante un desayuno o un coffee break. En el caso de los quequitos ofrecen 3 tamaños, de 0,9 onzas, 2,25 onzas y la presentación premium de 4 onzas, cada caja contiene 3 sabores diferentes: chocolate, blueberry y nueces.

Tanto los muffins como las danesas vienen ya preparados y de esta manera se unen a la variedad de productos que buscan ahorrar tiempo y sumar simplicidad y agilidad en las cocinas tanto de hoteles y restaurantes, así como en los servicios de catering.

La tendencia hacia productos precocidos toma fuerza en el mercado porque además de su practicidad le

brindan al chef o cocinero la posibilidad de concentrarse en la personalización del plato. Este es el caso del Crab Cake, que consiste en un pastel de cangrejo congelado que después de 10 minutos en el horno permite combinaciones con variedad de salsas y otros acompañamientos.

“Con estos productos el personal de la cocina tiene 2 ventajas fundamentales: estandarización y sabor de la más alta calidad, lo que permite dar el toque personal a cada plato” explicó Lidilia Hernández, Gerente de Operaciones de Delika by Gourmet Imports.

La versatilidad es otro elemento valorado en la cocina, los productos que permiten transformarse en diferentes experiencias de sabores pueden ser muy buenos aliados. Los tubos de calamar son un ejemplo, pues permiten ser utilizados en distintas presentaciones de platillos.

De acuerdo con Andrés Monzón, Chef de Delika by Gourmet Imports el cuerpo del calamar puede rellenarse y esto permite personalizar el producto para crear un plato sofisticado pero también puede cortarse

en filetes planos o aros y ser preparados en fritura, a la plancha y guisado. Además son muy utilizados en la cocina asiática que actualmente tiene gran apertura entre el gusto del costarricense, en elaboraciones como el sushi salteados con arroz, etc.

El pastrami de res es un embutido que viene ya preparado y permite sofisticar un plato tan práctico como un sandwich. Este embutido es de gran calidad y es reconocido por su origen italiano.

Al igual que los otros productos viene congelado y listo para consumir.

Con opciones dulces y saladas, para platos elaborados o simples, los productos congelados lejos de restar creatividad más bien suman frescura y personalidad.



**Distribuye Delika
by Gourmet Imports**
Contacto: Randal Zamora
Supervisor de ventas
Tel: 2239-1019
servicioalcliente@delika.cr



En el caso de la línea de muffins, el cliente tiene la posibilidad de adquirir varios sabores en una sola caja, además hay disponibles 3 presentaciones de acuerdo con los gustos y necesidades del cliente, explicaron Lidilia Hernández, Gerente de Operaciones y Randal Zamora, Supervisor de ventas de Delika.

La temperatura ideal para llevar

Cuando se trata de bebidas, ya sean frías o calientes la temperatura óptima para consumirla siempre es un factor que va a determinar la calidad. Si la temperatura es mayor o menor de la que se aconseja para el tipo de bebida el sabor y la textura se pierden.

Consumir las bebidas con la temperatura ideal puede ser muy fácil cuando se está en un restaurante o en una cafetería pero no cuando se quiere consumir el líquido unas horas después de preparado.

Es aquí donde las botellas insuladas entran al rescate como la salvación para aquellos que disfrutan de llevar consigo café o té calientes o para aquellos que desean tener una bebida refrescante a la mano.

El término insulada se refiere a la capacidad para mantener la temperatura, que en el caso de las bebidas calientes ronda las 6 horas mientras las frías se pueden mantener por alrededor de 24 horas.

Las botellas insuladas de la marca Klean Kanteen además tienen la característica de ser libres de Bisfenol A mejor conocido como BPA que es un compuesto orgánico presente en los plásticos y aditivos plásticos que se presume es tóxico para los humanos y que tras la publicación de un informe de la FDA (Administración de Alimentos y Fármacos) de Estados Unidos en el 2010 se comenzó a crear más conciencia sobre la exposición al compuesto.

Las botellas son de acero inoxidable, uno de los materiales más higiénicos y duraderos, son 100% reciclables, no retienen sabores ni olores y cuentan con un diseño para su fácil transporte y limpieza.

Klean Kanteen es una compañía estadounidense dedicada a la fabricación de botellas para la hidratación personal, con el valor agregado de cuidar el medio ambiente, al reducir el uso de plástico en botellas y crear conciencia de la importancia del uso de productos reutilizables. Además tienen un fuerte compromiso con la salud de las personas, al brindarles un instrumento seguro para transportar líquidos tanto fríos como calientes.



Características de las botellas insuladas:

- Tapa para tomar café
- Rosca por fuera / Fácil limpieza
- Tamaño adecuado para el portavasos del automóvil
- Contiene las bebidas calientes por más de 6 horas y las bebidas frías con hielo por más de 24 horas
- Presentaciones de 12, 16 y 20 onzas
- Tapa de acero inoxidable
- Libre de BPA



Distribuye Yamuni
Tel: 2255-2066

Crekos: Un café con mucho sabor



Paula Volio estaba buscando un negocio y se encontró con una pasión.



“Es muy importante dominar el uso de la máquina, si no se tiene la técnica se puede arruinar el mejor café del mundo”. Paula Volio.

“Queríamos iniciar un negocio propio y pensamos en una cafetería, investigando el mercado llegamos a la conclusión de que hacía falta un sitio de crepas y café, y comenzamos a trabajar en el concepto”.

El primer Crekos abrió en el 2008 en un local cercano a la Universidad Latina, y dos años más tarde se trasladó al tercer piso del Mall San Pedro, en el lobby del Ofimall. Con el cambio de local, dice Volio, también cambió Crekos, “aquí la cafetería tuvo una transformación, el público es diferente, y aunque se mantiene la idea original del café y las crepas, fuimos agregando nuevos ingredientes y el menú responde a lo que nos han pedido los clientes, opciones para almorzar y repostería”.

Las Torres: El secreto que Paula le cuenta a todos

Desde el principio encontraron en productos Las Torres un aliado. “Uno de los primeros proveedores que tuvimos fue el de los siropes productos Las Torres, ellos nos han apoyado siempre con capacitación y en el desarrollo de recetas, es un aliado muy importante en nuestro negocio”, comentó Volio.

Dice que cuando vendieron la cafetería cerca de la Universidad Latina lo primero que hizo fue recomen-

darle que llamaran a este proveedor, “no creo en guardar secretos, por el contrario cuando encuentro un buen producto me gusta compartirlo con otros. Las Torres permite la estandarización del negocio, nos da la posibilidad de implementar recetas novedosas y tener siempre un excelente resultado”.

Las Torres: Productos a la medida

Las Torres nació con el objetivo de crear saborizantes para café y se ha posicionado en el mercado con su línea de siropes gourmet de excelente calidad, los cuales además del café, se pueden utilizar en helados, quesos, frutas y postres.

La empresa cuenta con un departamento de Investigación y Desarrollo que se encarga de crear nuevos productos que se ajustan a las necesidades del mercado.

Este departamento desarrolló el Capuccino Mix, una mezcla láctea especial para máquinas de café Vending, a raíz de su éxito, desarrollaron nuevos productos para este segmento tales como la mezcla de chocolate, Choco Mix, la mezcla de Café Latté y una mezcla de café soluble el Capuccino Mix.

Actualmente, la empresa maneja un catálogo de más de 50 productos, entre ellos té con limón, té con melocotón, topping de chocolate, diferentes tipos de rellenos con fruta, entre otros.

El mundo del café pasó de ajeno a familiar. Estaba recién graduada de comunicación, buscando oportunidades laborales, mientras que su madre, una piloto a punto de retirarse, quería establecer un negocio familiar, por lo que entre ambas le dieron forma a Crekos Coffee Shop, un lugar para tomar café acompañado de crepas.



“En Crekos valoramos el impulso que nos dan proveedores como productos Las Torres, que constantemente desarrollan productos nuevos y nos capacitan en su uso”. Paula Volio co propietaria de Crekos Coffee Shop con Roy García, Ejecutivo de Cuenta de Las Torres que atiende Crekos.



Proveedor: Las Torres
Contacto: Nancy Santamaría
Cargo: Gerente de
Mercadeo y Ventas
Teléfono: 2553-5087



Saeco Centroamérica cambió de nombre y de propietarios

Saeco Centroamérica ahora se llama Maqvenpro, Máquinas Vending & Profesionales, y tiene nuevos propietarios. Sin embargo pocos notarán la diferencia, y es que quienes han sido clientes de esta empresa desde que comenzó a importar máquinas profesionales para café, el cambio es muy sutil, ya que fueron los mismos empleados quienes compraron la compañía.

Guillermo Amador, Presidente de Maqvenpro, comentó que desde hace varios meses Phillips Holanda estaba interesada en vender las acciones de Saeco Centroamérica, con el fin de centralizar operaciones, y se dio la oportunidad a los mismos empleados de adquirirla. "Se dieron las condiciones y nos organizamos entre los empleados, hicimos una oferta y llegamos a una negociación para la compra del 100% de las acciones, por lo que ahora los 3 técnicos y los 3 del área administrativa somos los propietarios".

Amador enfatiza que la ventaja de este cambio, es que seguirá siendo administrado por las mismas personas, a diferencia de cuando una empresa es adquirida por externos, "seguiremos dando nuestro servicio con el mismo esmero, con la diferencia de que ahora los propietarios atendemos el negocio, por lo que sin duda llevará el doble de cariño".

Aseguró que seguirán ofreciendo el servicio de mantenimiento de equipos, "sabemos que siempre nos hemos caracterizado por ser una empresa enfocada en servicio post venta, y esto no va a cambiar, ésta es



Guillermo Amador, Presidente de Maqvenpro y Vicky Rodríguez González, Administradora, se asociaron con otros cuatro empleados y compraron Saeco Centroamérica, ahora Maqvenpro, Máquinas Vending & Profesionales. "Seguiremos dando el servicio esmerado que siempre hemos dado a nuestros clientes, ahora con más compromiso".

una de nuestras principales cualidades. Vamos a enfocarnos en nuestras fortalezas y a seguir trabajando para mejorar en todas las áreas de oportunidad".

Nuevas opciones

Con este cambio Maqvenpro en cuanto a máquinas de café y todo tipo de equipo Vending caliente, frío o combinadas continuarán con la marca SAECO pero agregarán al catálogo una línea de equipos como refresqueras, granizadoras y accesorios ya que son afines a los negocios que atienden además de que sus técnicos han recibido capacitación en este tipo de productos por lo que están

en capacidad de atender el servicio post venta.

Otra buena noticia es que el taller será abierto, por lo que le darán servicio de mantenimiento tanto a máquinas de la marca SAECO como a las demás que se distribuyen en el mercado, además de las refresqueras, granizadoras y demás productos que se agreguen al catálogo.



Proveedor: Maqvenpro
 Contacto: Guillermo Amador
 Cargo: Presidente
 Teléfono: 2291-1151
 Correo:
guillermo@maqvenpro.com



Town Center City Place

Santa Ana y Escazú: el nuevo nicho hotelero

Con al menos 3 hoteles en construcción y otros 3 con menos de un año de inicio de operaciones, Santa Ana y Escazú se han convertido en el nuevo nicho hotelero.

El desarrollo a nivel empresarial de la zona oeste del país, específicamente de Santa Ana y Escazú es lo que ha llevado a los propietarios de hoteles a ver esta zona como un buen aliado para el desarrollo de proyectos de hospitalidad.

La gran cantidad de oficinas y compañías establecidas en los centros de negocios dentro del sector, como los son Forum y Plaza Roble sumado a la facilidad de acceso desde el aeropuerto internacional Juan Santamaría ha provocado que en el último año alrededor de 3 hoteles iniciaran operaciones mientras al menos 3 más están en etapa de planeación y construcción.

Para Flora Ayub, Directora Ejecutiva de la Cámara Costarricense de Hoteles los factores que hacen a la zona atractiva son el desarrollo de edificios para oficinas, la cercanía con el aeropuerto, logrando así no tener que ingresar al centro de la ciudad además de la facilidad para

la ejecución de negocios, por ejemplo para los empresarios extranjeros.

De acuerdo con la Cámara Costarricense de la Construcción durante el 2010 en el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos se tramitaron 16.730 metros cuadrados para la construcción de hoteles en las zonas de Santa Ana y Escazú mientras en el 2011 la cifra incrementó a 18.687 metros cuadrados.

Si el 2010 y el 2011 fueron años movidos para la zona oeste, el 2012 no dará tregua pues cerca de 3 hoteles más esperan iniciar operaciones en el segundo semestre y lanzarse a la conquista de los visitantes y es aquí donde surge la incógnita de la relación demanda y oferta. ¿Habría mercado para todos los hoteles? Conversamos con los gerentes y representantes de estos nuevos hoteles sobre su misión y perspectiva por abrirse un espacio entre el mercado corporativo que rodea el sector.

*Escazú = 19 hoteles / 998 habitaciones, Santa Ana = 8 hoteles / 334 habitaciones.
Según el último estudio realizado por el Instituto Costarricense de Turismo sobre las empresas de hospedaje en Costa Rica (2012)*



Próximas aperturas

Hotel Wyndham Garden: Zona corporativa

En el mes de agosto el Hotel Wyndham Garden espera abrir sus puertas a todo el mercado corporativo que requiera visitar las zonas aledañas a Escazú. Tras una inversión de \$12 millones, el hotel tendrá 111 habitaciones, piscina, gimnasio, salas de reuniones y restaurante, según informó Alberto Orlich, Director de Desarrollos de Kirebe, empresa nacional con experiencia en el desarrollo de proyectos residenciales diversificados y que lleva a cabo la construcción del hotel.

El inmueble pertenece al Wyndham Hotel Group que cuenta con 15 marcas hoteleras enfocadas en el segmento de negocios, lo que Orlich considera como un plus para poder generar un hotel que se diferencie de la oferta existente en la zona.

“Escazú y Santa Ana han tenido en los últimos años un desarrollo importante. Tanto a nivel residencial como comercial. La cantidad de oficinas que se han desarrollado en la zona es relevante, sin embargo, consideramos que todavía existe campo para un hotel como el Wyndham Garden”.

El Hotel estará ubicado cerca de la estación de peaje contiguo a la tienda Play y en su etapa operativa generará alrededor de 60 empleos directos según confirmó Orlich, quien además aseguró que típicamente existe una exter-

nalidad positiva en este tipo de empresas que permite el desarrollo de actividades económicas paralelas que incentivan la creación de la pequeña y mediana empresa. La cadena Wyndham Hotel Group ofrece productos hoteleros en diferentes mercados geográficos, en todas las escalas económicas. Actualmente posee un total de 7.216 propiedades con más de 612.900 habitaciones ya operando y más de 100.000 en proceso de construcción.

Town Center City Place:

El hotel como un complemento

El Town Center City Place surgió con la misión de convertirse en un centro mixto que incorporara entretenimiento, comercio y negocios y muy pronto estará cerca de sumar un servicio más a la lista pues a partir del segundo semestre del año comenzará la construcción de un hotel.

El proyecto también es llevado a cabo por la nacional Kirebe, según confirmó Alberto Orlich, Director de Desarrollos de la empresa.

“Está ubicado en la radial a Santa Ana. Nos encontramos en una etapa avanzada del proceso de conceptualización y permisos, esperamos arrancar con la construcción de la primera etapa a mediados del 2012.”

El hotel ya está en proceso de planeación y será incorporado en la tercera etapa del town center como parte del proyecto de brindar un espacio con usos y servicios complementarios como comercios, restaurantes, cine, oficinas, gimnasio, spa, business center y hotel.



Recién abiertos

Studio Hotel:

De zapatero a hotelero...

Studio Hotel abrió sus puertas hace poco más de 6 meses como un hotel boutique temático enfocado en el visitante corporativo que busca una experiencia más allá de los negocios. El Hotel es propiedad de la familia Annese, quienes también son dueños de la cadena de tiendas Aldo Nero.

Con una inversión de \$6 millones, Studio Hotel es independiente, no pertenece a ninguna cadena lo que hace más difícil el reto de posicionarse, sin embargo la experiencia de la familia en el desarrollo negocios ha sido una carta a favor.

Aldo Annese, Gerente General del Hotel asegura que la respuesta ha sido positiva y han logrado abrirse un espacio entre el gusto del visitante. El inicio de operaciones es para Annese solo una pieza del motor que mueve un hotel "El reto de un nuevo hotel es continuo, tener un hotel no es solo el inicio de operaciones sino el mantenimiento porque una bonita propiedad no respalda ni garantiza un buen servicio y lo que nosotros le ofrecemos al visitante, más que un servicio, es una experiencia"

El arte costarricense es el tema central del hotel de ahí su nombre Studio que hace referencia a la casa de los artistas, al lugar donde tienen sus más preciadas obras. Con 82 habitaciones, un enfoque 100% ecológico, los 7 mil metros cuadrados del hotel que recién alcanzó las 5 estrellas, son libres de humo y además de contar con piscina y restaurante tiene 4 salones para eventos.



"El gusto por el arte es un legado de la familia Annese, de ahí que el Studio Hotel haga énfasis en la exposiciones de obras de costarricenses como Rafa Fernández y Edgar Zúñiga", comentó Aldo Annese, Gerente General, lo acompaña Carlos Chacón, Director de Mercadeo y Ventas.



“El Studio Hotel es un espacio 100% libre de humo, no se permite fumar en ninguna parte de sus instalaciones”, comentó Eugenia Delgado, Directora de Eventos.

Hotel Aloft,

El precio como estrategia

Estilo y buen servicio a cambio de un precio conveniente, con esta estrategia el Hotel Aloft, una de las edificaciones más recientes en la zona de Santa Ana, busca capturar lo que describen como los viajeros de la próxima generación, consumidores con experiencia y pasión por el diseño.

La competencia en la zona es una realidad y el Aloft promete cambiar el sistema establecido. El nuevo inmueble hotelero pertenece al grupo W Hotels, marca que experimenta el mayor crecimiento de la historia en la industria de la hospitalidad con 45 hoteles desde su debut en el 2008.

A pesar de estar en una zona de desarrollo corporativo, el Aloft presenta opciones que buscan atraer al segmento familiar con campamentos y comida especializada en los niños, además del programa amigable con las mascotas para perros de menos de 18 kilos que brinda servicio de cama, plato y juguetes para la mascota.

El Hotel tiene 150 habitaciones. Hay poca vegetación para evitar el gasto de agua, y está construido bajo tecnología led que busca el ahorro de energía. La inversión del Aloft fue realizada por la empresa de origen colombiano Terranum.



A finales del mes de marzo el Hotel Aloft abrirá oficialmente sus puertas, apostando al mercado corporativo pero sin descuidar a clientes potenciales con especial gusto por el diseño y la arquitectura.



Fotografías: Daniel Piedra Brenes

Hotel Holiday Inn:

El mercado mixto: descanso y negocios

Con casi un año de haber iniciado operaciones, el Hotel Holiday Inn es el veterano del grupo de nuevos hoteles de la zona y le ha tocado ver como se levantan nuevos inmuebles de hospitalidad en el sector.

Ludwing Díaz Director de Mercadeo y Ventas del Holiday Inn califica como positiva la experiencia de este casi primer año en el sector, sin embargo se mantiene alerta de la oferta que crece a pasos agigantados "Hay una oferta que está creciendo, hay competencia, a nosotros nos ha ido bien, somos el único hotel urbano tecno sostenible en la ciudad pero vamos con cautela, hay que ver que sucede después de que esta oferta se concrete".

El mercado del Holiday Inn es de composición mixta. A pesar de que la zona es corporativa han tenido una ocupación importante de familias que se hospedan en el hotel por el fácil acceso hacia las playas de mayor exposición turística.

El Hotel recientemente alcanzó las 5 hojas CST, que es la máxima certificación de sostenibilidad que otorga el Instituto Costarricense de Turismo. El espacio del Holiday

Inn tiene un fuerte compromiso con el medio ambiente que más allá de reciclar ya que cuentan con tecnología que permite reutilizar el agua de las duchas en el riego de plantas y en los inodoros, además de sistemas que permiten un uso amigable del aire acondicionado.

A partir del mes de junio el hotel formará parte de un complejo llamado Plaza Tempo que busca complementar el servicio de hospitalidad con una oferta de servicios comerciales y de entretenimiento, tanto el hotel como Plaza Tempo forman parte del desarrollador salvadoreño Agrisal.



Tras casi un año de haber iniciado operaciones Ludwing Díaz, Director de Mercadeo y Ventas del Hotel Holiday Inn califica como positiva la incursión del hotel en la zona además asegura que no han tenido rotación de personal y mantienen la misma cantidad de empleados con la que iniciaron.

Una escoba que hace el trabajo de cinco

de compras

“Escoba nueva barre mejor”, dicta un viejo refrán, pero si esa escoba es una Tornado seguro barrerá aun mejor.

La empresa Prolim, dedicada desde hace más de diez años al suministro de equipos y productos de limpieza industrial, es la representante en Costa Rica de la marca Tornado. Según comentó Federico Madrigal, Gerente General de Prolim, Tornado es una de las marcas líderes en Estados Unidos en el rubro de limpieza, por lo que desarrollan productos muy competitivos que responden a las necesidades de la industria. “Prolim tiene el compromiso de ofrecer productos que promuevan el equilibrio entre precio, calidad y con características amigables para el medio ambiente, y encontramos en Tornado un proveedor que se ajusta a todas estas cualidades”, comentó Madrigal.

Limpieza y mantenimiento diario

Si bien hoy se habla mucho del servicio al cliente, como eje central de todo negocio, la primera impresión que se llevan los clientes está relacionada con el aspecto físico. De ahí la importancia de mostrar una buena apariencia, detalles como la pintura, arreglos florales, y desde luego la limpieza.

Un piso sucio dejará una mala impresión en cualquier visitante, y es un detalle que puede simplificarse con equipo de limpieza industrial. Según comentó Madrigal, mantener pisos limpios y de apariencia impecable nunca fue tan sencillo, “Con los productos del catálogo de Tornado, el trabajo de limpieza no solamente se agiliza, sino que también se hace más eficiente y con mejores resultados que si se trabaja con instrumentos rudimentarios, como la escoba o el palo de piso”.



“No es necesario contratar un ejército para obtener pisos impecables, con los equipos industriales Tornado se obtienen mejores resultados y en menor tiempo”. Federico Madrigal, Gerente General de Prolim.

Algunos de los productos disponibles en su catálogo:

Barredora mecánica: totalmente manual, no utiliza baterías, combustible o electricidad. Con una capacidad de 2800 metros cuadrados por hora, ideal para parqueos y áreas externas. Su tanque de recolección de basura almacena hasta 9 galones. Hace el trabajo de 5 operarios.

Cepillos: De fácil operación, versátil, diseño de durabilidad, puede ser utilizado en hoteles, restaurantes, hospitales, oficinas.

Abrillantadores: Únicamente para abrillantar pisos, de fácil manipulación para el uso por parte de operarios, trabaja a 1600 revoluciones por minuto, dejando un resultado imposible de lograr manualmente.

Aspiradoras: De diseño vertical, con filtro EPA, el cual tiene capacidad de atrapar más polvo que los tradicionales. Su operación silenciosa, a menos de 70 decibeles, la hace ideal para el trabajo en oficinas y hoteles, ya que su presencia es casi imperceptible.



Proveedor: Prolim
Contacto: Federico Madrigal
Cargo: Gerente General
Teléfono: 2248-0557
Correo: fmadrigal@prolimcr.com

EMPRESA TELEFONO

ALIMENTOS Y BEBIDAS

AJINOMOTO COSTA RICA	(506) 2235-1209
AGENCIAS FEDURO COSTA RICA S.A.	(506) 2251-2222
ALFRYCO	(506) 2248-3344
ALIMER	(506) 2222-6722
BELCA FOOD SERVICE	(506) 2509-2000
BLUE CARIBBEAN IMPORTS BCI S.A.	(506) 5708-8849
BUCKHEAD BEEF	(305) 710-2559
CAPITAL DEL PACÍFICO ORSE S.A.	(506) 2236-3103
CARNES EL ROBLE- GOLDEN BEEF	(506) 2438-0500
CARGILL	(506) 2437-4000
CONTRATOS FRUTEROS	(506) 2239-4446
COMPAÑÍA NESTLE DE COSTA RICA	(506) 2209-6600
COMPROIM S.A.	(506) 2261-6918
COOPEAGROPAL R.L.	(506) 2780-0000
DEMASA	(506) 2543-1300
DESARROLLO EMPRESARIAL MULTIREP S.A.	(506) 2239-5800
DISTRIBUIDORA INTERAMERICANA DE ALIMENTOS S.A.	(506) 2239-1045
DISTRIBUIDORA NOBLE	(506) 2240-8808
DISTRIBUIDORA UNIVERSAL DE ALIMENTOS	(506) 2285-5000
DON FERNANDO ESPECIALIDADES	(506) 2286-2535
DOS PINOS	(506) 2437-3000
EXPORTACIONES MARINAS DEL GOLFO	(506) 2239-0021
ELAYUN	(506) 2289-2485
EMPAGRO	(506) 2439-0008
FLAVORS DE COSTA RICA	(506) 2248-2050
FONTANA QUESOS MADUROS	(506) 2437-3511
GLOBAL PARTNERS	(506) 2293-3896
GRUPO CORIMA S.A.	(506) 2297-2222 / 2258-8383 / 2221-1263
GRUPO R Y S	(506) 2440-4060
IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA ANCYFER	(506) 2256-8106
INTERNATIONAL DISTRIBUTIONS IMA S.A. (IDISA)	(506) 2296-5343
INVERSIONES KR KROPAN	(506) 2238-6376
LA YEMA DORADA	(506) 2296-1155
POLLOS PURA VIDA, S.A.	(506) 2487-6470
PREINNOVA (ESPYCO INC)	(506) 2292-4141
PRODELPAC	(506) 8860-4291
PRODUCTORES MONTEVERDE	(506) 2293-3224
RINCON DEL TORO	(506) 2272-3433
ROYAL FOOD SERVICE	(506) 2589-6000
SCHREIBER FOODS, INC	
SIGMA ALIMENTOS	(506) 2271-1670
SOLUCIONES CREATIVAS BAKE & COOK, S.A.	(506) 2271-5991
SUPER KION S.A.	(506) 2680-0679
TLC CONSULTORES S.A.	(506) 4000-1212
TROPICAKE CORPORATION	(506) 2047-3000
U.S. DAIRY EXPORT COUNCIL	52 55 5119 0475

ALIMENTOS ORGANICOS CERTIFICADOS

APODAR (HORTALIZAS, VEGETALES Y FRUTAS ORGÁNICAS)	(506) 2463-1743
APROZONOC (HORTALIZAS, VEGETALES Y FRUTAS ORGÁNICAS)	(506) 2536-6596
LA ALIANZA (CAFÉ ORGÁNICO)	(506) 2772-0686
ASOPROODULCE (DULCE DE CAÑA ORGÁNICA)	(506) 2416-2455
APPTA (CACAO, BANANO Y PULPA DE FRUTAS ORGÁNICOS)	(506) 2751-0118
MAOCO (PIÑA FRESCA Y DESHIDRATADOS DE FRUTAS ORGÁNICOS)	(506) 2236-5198
PROAMO (PROGRAMA DE APOYO A MERCADOS ORGÁNICOS)	(506) 2225-7901

ARTICULOS DEPORTIVOS

GRUPO CICADEX	(506) 2240-3600
---------------	-----------------

ARTICULOS PROMOCIONALES

A DONDE IR HOY	(506) 2290-6355
BIC GRAPHICS	(506) 2239-3533
DESTINOSTV.COM	(506) 2289-6789
PRINT SOLUTIONS	(506) 2223-1616
PRODUCTOS SERIGRÁFICOS DEL ESTE	(506) 2245-2929
T D M SOLUCIONES	(506) 2222- 0650

ARTICULOS Y EQUIPOS PARA HOTELES & RESTAURANTES

ALUNASA	(506) 2636-0000
AGENCIAS GUILLÉN	(506) 2222-3572
AMERNICORP LTDA	(506) 2258-6516
BRITISH AMERICAN TOBACCO	(506) 2209-1717
CAMBRO MANUFACTURING COMPANY	(714) 230-4414
CEMACO INTERNACIONAL S.A.	(506) 2296-3711
COCITEC MÉXICO	(00-52) 55-2166-3377
CLEA & PLAÉ	(506) 8864-5707
DISEÑOS METALMECANICOS, S.A. (D.I.M.M.S.A)	(506) 2258-2244
DISTRIBUIDORA CAZUCA	(506) 2271-2965
DISTRIBUIDORA TEXTIL DE IBEROAMERICA, S.A.	(506) 2262-7116
ELECTROFRIO DE COSTA RICA	(506) 2244-5530
EQUIPOS AB DE COSTA RICA	(506) 2239-5516
EMPAQUES BELÉN S.A.	(506) 2438-5119
EQUIPOS DE PANADERÍA NAVARRO	(506) 2229-4592
HELVEX	(506) 2203-2955
HOME AND HOTEL SUPPLY GROUP	(506) 2281-3536
INCESA STANDAR	(506) 2519-5400
JOPCO	(506) 2215-3545
JS FIBER COMPANY	(704) 871-1582
KEITH & RAMÍREZ INDUSTRIAL	(506) 2223-0111
KIMBERLY CLARK PROFESSIONAL	(506) 2509-3370
MÁQUINAS VENDING Y PROFESIONALES S.A.	(506) 2291-1151
MACRO COMERCIAL S.A.	(506) 2293-6970
THE HOTEL EXPERTS	(506) 2290-3737
MULTIFORMAS	(506) 2215-3959
PERFUMES Y COSMETICOS S.A.	(506) 2210-0411
PETOGAS DE COSTA RICA S.A.	(506) 2573-7212
PLAYER CAFÉ LIBERIA LTDA	(506) 8683-5396
PROVEHOTEL S.A.	(506) 2249-4991
REFRIGERACIÓN OJEDA CENTROAMERICANA	(506) 2589-0971
REFRIGERACIÓN OMEGA	(506) 2203-3191
SIWO MARROQUINERÍAS	(506) 8397-6803
SUPLIDORA DE BELLEZA SUPER SALÓN	(506) 2210-0400
TIPS	(506) 2543-2100
TROPICAL BED & BATH	(506) 2282-9105
W.W GRAINGER, INC.	(847) 535-4331

AUTOMOTRIZ

MOTORES BRITÁNICOS DE COSTA RICA	(506) 2257-4247
----------------------------------	-----------------

BANCO

BANCO NACIONAL DE COSTA RICA	(506) 2212-2000
------------------------------	-----------------

BEBIDAS

COMIDAS IVAIRU S.A.	(506) 2209-2500
CORPORACIÓN TAMBOREAL (TEA LAND)	(506) 2291-0796
COSTA RICA RAIN FOREST PREMIUM WATER- LOS SELECTOS DEL FUTURO	(506) 2209-2500
PRODUCTOS LAS TORRES	(506) 2234-9821

CAFÉ Y MAQUINAS



Café Orgánico y Cacao Orgánico,
Certificados para la venta
Tel: 8347-5984 • Fax: 2270-5056.



Y RESTAURANTES clasificados

CAFÉ BRITT	(506) 2277-1620
CAFÉ VOLIO	(506) 2272-2727
COMERCIAL CAPRESSO	(506) 2234-7404
DISTRIBUIDORA EXPRESSO S.A.	(506) 2239-4519
ELECTROFRÍO DE COSTA RICA	(506) 2244-5530

CALENTADORES SOLARES

SOLRAY DE CENTROAMÉRICA (INVERSIONES GREYCA)	(506) 2447-8400
THERMO SOLUTIONS GROUP S.A.	(506) 2203-4616

CONSULTORIAS PARA HOTELES & RESTAURANTES

GRUPO HRS	(506) 2234-6850
-----------	-----------------

CONSTRUCCION

CONSTRUPLAZA	(506) 2588-8888
--------------	-----------------

DECORACION

ARTMOSPHERE DECORATION	(506) 2653-8215
AZUMISURA S.A.	(506) 2203-6352
BOTÁNICA DECOR	(506) 2203-6352
CORPORACIÓN RAYO DE LUZ (CANDELAS FRANGUS)	(506) 2265-2626
INDISEÑO CENTROAMERICA S.A.	(506) 2257-6044
TAIKE	(506) 2231-7307

EDUCACION

ASOCIACIÓN NACIONAL DE CHEF	(506) 2222-2116
ESCUELA GASTRONOMICA CULLINARY TRAINER SCHOLL	(506) 2221-2431
INSTITUTO POLITECNICO INTERNACIONAL	(506) 2233-2233
UNIVERSIDAD LATINA	(506) 2207-6100

EMBAJADAS

EMBAJADA DE ESTADOS UNIDOS	(506) 2519-2285
EMBAJADA DE ISRAEL	(506) 2221-6444

LIMPIEZA E HIGIENE

BIOPROYECTOS COSTA RICA	(506) 2283-5424
CORPORACIÓN CEK	(506) 2241-2121
DISTRIBUIDORA FLOREX CENTROAMERICANA	(506) 2447-2323
FERVA DEL NORTE	(506) 2221-0361
GOODLIFE COSTA RICA	(506) 2582-1459
GREEN SOLUTION LOGISTICS S.A.	(506) 2258-5047
GRUPO INVERSER	(506) 2524-1119
I'REX DE COSTA RICA (ALIMENTOS DEL TRÓPICO)	(506) 2279-3333
KEASDEN CR	(506) 8839-8290/ (506) 2203-2133
MUTIASA	(506) 2542-2022
PROLIM	(506) 2248-0538
RED ECOLÓGICA Y DE PAPEL S.A.	(506) 2271-4525
SCA	(506) 2201-4400
TRANSCOMERCIAL DEL CARIBE	(506) 2710-1806

MUEBLES

INDOCRAFT S.A.	(506) 2203-0382
INVERSIONES KURIARA DE COSTA RICA S.A.	(506) 2228-0933
MUEBLES NALAKALÚ	(506) 2453-8003
TERRAZA BY SPANISH ROYAL TEAK	(506) 8814-5888

REFRIGERACION

ARTICA S.A.	(506) 2257-9211
-------------	-----------------

SEGURIDAD

MAS SEGURIDAD S.A.	(506) 2253-7892
--------------------	-----------------

SERVICIOS

CACORE (CAMARA COSTARRICENSE DE RESTAURANTES Y AFINES)	(506) 2222-2579
CADEXCO	(506) 2528-5810

CLUB DE PROFESIONALES A & B	(506) 2281-2157
PROCHILE	(506) 2224-1547

TECNOLOGIA

BSDEV INTERNACIONAL S.A.	(506) 2226-7703
DISEÑO WEB MERCADEO WEB CREDIPÁGINAS	(506) 8350-5482
GRUPO LOIZA IMPRESIÓN	(506) 2551-6580
GRUPO SINERTECH	(506) 2225-8160
GTW	(506) 2254-8600
HIDROTECNOLOGÍA SOSTENIBLE HIDROTECO	(506) 2280-8440
MAKRO RED INTERNACIONAL	(506) 2235-4523
POSPAN DE COSTA RICA S.A.	(506) 2296-2345
TELEFONÍA ASTERISCO DE LATINOAMERICA	(506) 2257-9330
TICKET RAPTOR	(506) 2290-3731
XTEK SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS	(506) 2283-1585

TRANSPORTE

CROWN WORLDWIDE S.A.	(506) 2431-4650
ESTRATEGIAS DE COSTA RICA	(506) 2271-1520

UNIFORMES

ABC UNIFORMS S.A.	(506) 2290-2221
FABRICATO-LILLY UNIFORMES	(506) 2290-5033
LILLY UNIFORMES	(506) 2231-3342
MISE AND PLACE	(506) 2290-5553

VINOS

ALPISTE LTDA	(506) 2215-3300
BI WINE SELECTION	(506) 2258-5758
BODEGAS FRONTAURA	(34) 983-36-0284
CANACHIL S.A.	(506) 2239-2571
CAVA MUNDIAL	(506) 2215-3211
CERCONE VINOS	(506) 2582-9099
CIAMESA VINOS Y LICORES	(506) 2264-5000
CORPORACIÓN DE SERVICIOS AUTO MERCADO	(506) 2257-4242
CORPORACIÓN EUROALIMENTOS	(506) 2215-2364
CORBE GOURMET S.A.	(506) 2271-4950
DELIKA BY GOURMET IMPORTS	(506) 2281-2855
DISPAL S.A.	(506) 2293-1224
DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA SABORES ARGENTINOS	(506) 2228-5004
DISTRIBUIDORA ISLEÑA	(506) 2293-0609
DISTRIBUIDORA JAIZKIBEL	(506) 2288-1978
FRENCH PARADOX	(506) 2228-8584
GRUPO PAMPA	(506) 2293-0101
GRUPO IMPORTADORA THAMADA	(506) 8889-0580
HA&COM BEBIDAS DEL MUNDO S.A.	(506) 2297-1212
IMPORTADORA ASEHOT INTERNACIONAL S.A.	(506) 2271-3270
IMPORTADORA JORGRAN S.A.	(506) 2222-3202
MAKRO RED INTERNACIONAL	(506) 2235-4523
SAPORI DI SICILIA S.A.	(506) 2288-1471
TERROIR S.A.	(506) 2234-5317
TIQUICIA COMERCIAL DE CENTROAMÉRICA, S.A.	(506) 2224-3010
VINUM AURA	(506) 2289-5917
VINATALI, S.A.	(506) 2245-4580

Para aparecer en esta sección contáctenos al tel.:
2231-6722 ext.150 con Mariela Smith,
 email: mariela@ekaconsultores.com

TU + CAMBRO
= **TRANQUILIDAD**

“Estoy en busca de ese sistema de contención que ayude a prolongar y mantener la integridad de mi comida intacta. Confío en Cambro para que venga a mi restaurante e instale un sistema de almacenamiento de alimentos completo.”

— Charlie Ayers, Calafia Café



Ahorre tiempo, ahorre dinero, sirva mejor comida! Cada producto diseñado en Cambro se basa en el principio básico de la seguridad de los alimentos, para que usted pueda confiar en su equipo y concentrarse en lo que mejor sabe hacer.

Durante mas de 60 años, el equipo de servicio de alimentos y suministros, Cambro, se ha ganado la confianza y lealtad de clientes de todo el mundo, como Charlie Ayers Chef y Propietario del Calafia Café en Palo Alto, CA. Esperamos poder contribuir al éxito continuo de su restaurante y lo animamos a usted a que nos ponga a prueba en la operación de su servicio de comida!

VEA NUESTRO VIDEO DE SOLUCIONES
DE ALMACENAMIENTO EN
CAMBRO.COM/TRUST

SCAN CODE

