



Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Tendencias en
la compra de
los viajeros
P.46

Nuevos requisitos
para permisos
de gas
P.36

Especial
de Helados
P.24

¿Cómo incluir
keto en su
menú?
P.38

El turismo
en La Fortuna
P.44

117 heladerías

Wilberth Taborda,
gerente general de Pops

Suscríbese en:
www.apetitoenlinea.com

EDICIÓN N° 145
Diciembre 2019 - Enero 2020

 /Revista Apetito



+40,000 profesionales del sector gastronómico y hotelero leen *Apetito*

Anúnciese en *Apetito*

y reserve su stand en Expohore, ExpoVino



Memo Rodríguez
Asesor Comercial
guillermo.rodriguez@eka.net
Cel. (506) 8997-1651
Tel: (506) 4001-6722

Suscríbese

en: www.apetitoenlinea.com
Tel: +506 4001 6728



Karl Hempel y Nuria Mesalles

¿Ya tiene tu lista?

Y no precisamente la de Santa Claus...

Por: Nuria Mesalles
Directora
nuria@ekaconsultores.com

A la lista que me refiero es a la lista de fanáticos de su negocio.

Hay varias formas de hacer esta lista. Una es como la hacen varios restaurantes, con programas de fidelización o sistemas de cliente frecuente, otros con estrategias en las redes, habrá quienes aprovechan los sistemas de reservas para hacerla...

Captar los datos de nuestros clientes es todo un arte, que hay que saber hacerlo con tacto. Lograr que su cliente deje su email a cambio de un descuento en la próxima cuenta, una bebida, una entrada o estacionamiento gratis... y eso puede suceder en su página o al momento de pagar la cuenta, por ejemplo.

Conforme su lista de clientes vaya creciendo, podrá enviarle anuncios especiales sobre eventos, cambios del menú, cualquier promoción, platillo o postre nuevo. Ese mensaje no dude que le generará muchas ventas, pues le está llegando a gente que ya ha visitado su restaurante y si le gustó, es muy probable que vuelva.

Sus clientes frecuentes incrementarán, pues al estar en la mente de los consumidores, puede lograr que visitar su restaurante se convierta en un hábito semanal y todo propietario de un restaurante sabe las ventajas que esto tiene.

Estará atrayendo nuevos clientes, pues cualquier cliente en su lista que está encantado con su lugar, no dudará en compartir el mensaje con sus amigos o en recomendar a su grupo de amigos de que vayan a comer a su local.

Ejecutar una estrategia de email marketing con esta lista le dará la oportunidad de estar presente en la vida de su cliente. ¿Servicio al cliente o relación con el cliente? Esta combinación hará que sus clientes sigan visitando su restaurante.



EXP|HO|RE

El evento para la gente que trabaja en Gastronomía y Hotelería

Edición XX

16, 17 y 18 DE JUNIO, 2020

CENTRO DE CONVENCIONES DE COSTA RICA

Organiza:

Apetito
La revista para chefs y amantes

Su entrada en www.explore.com

Para exponer Tel: +506 8997-1651 revistaapetito@ekaconsultores.com

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl@ekaconsultores.com

Asesor Comercial

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

**Directora de Arte
y Comunicación**

Nuria Mesalles J.
nuria@ekaconsultores.com

Directora de Eventos

Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Colaboradores

Arleth Badilla

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís



Una producción de EKA Consultores Intl.

Tel.: +506 4001-6722

www.apetitoenlinea.com



/RevistaApetito
• EXPHORE (Expo
Hoteles y Restaurantes)
• Expovino Costa Rica



@revistaapetito
@expovino



revistaapetito



Contenido

Aperitivos

- 5. Nuevo catálogo digital
- 6. Centro de Convenciones será sede de EXPHORE 2020
- 7. Producir hielo y cuidar del planeta: dos objetivos que pueden alinearse
- 8. Notas en www.apetitoenlinea.com
- 9. Dispensadores de servilletas: Xpressnap Fit
- 10. Restaurantes de Reserva Conchal cuentan con nuevo equipo
- 12. Enfrascaron la receta de la abuela y la convirtieron en negocio
- 12. Convirtieron la casa de la abuela en un restaurante
- 13. Utensilios para preparar platillos navideños
- 14. Manos a la obra para las recetas navideñas
- 15. ICG: 10 años de ofrecer soluciones tecnológicas al sector
- 16. Anuncios informativos para posicionar negocios
- 18. Catálogo de productos para hotelería
- 19. Centro de lavado para espacios pequeños
- 20. Sillas europeas diseñadas para exteriores
- 21. Tecnología para negocios gastronómicos y de hospitalidad

Hotelería

- 23. Posada Monserrat: "Mi sueño era tener algo propio y encontré el lugar ideal en las montañas de Coronado"

Expovino

- 23. "El futuro de la industria vinícola está en la sostenibilidad"
- 23. Vino Mundo se reinventa y apuesta por productos locales

Especial de Helados

- 24. Pops tiene 117 heladerías y abrirá 5 más el próximo año

- 25. En diciembre y enero La Estación abrirá nuevas heladerías
- 26. Moyo: Competencia de heladeros
- 27. Alrededor de 60 centros de postres tiene McDonald's tanto dentro como fuera de sus restaurantes
- 28. Heladería 0039 abrirá más puntos de venta en San Carlos y Guápiles en 2020
- 29. Imesa: Equipo produce hasta 110 litros de helado por hora
- 30. Q' Rollo: El sector está muy saturado por eso el factor innovación es vital en tema de helados
- 31. Oso Polar lanza helados altos en proteína
- 32. La fascinación por la cultura italiana los llevó a crear Dolce Gelato
- 33. Alpiste Pregel: Gelatos listos en menos de 30 minutos
- 34. Da Noi lleva sus gelatos a eventos especiales gracias a carros móviles

Gastronomía

- 35. Pequeños empresarios del sector lácteo cuentan con oferta diferenciada de productos
- 36. Nuevos requisitos para permisos de gas
- 38. ¿Sabe cómo incluir alternativas keto en su menú?
- 40. Café Bar Fortuna: Restaurante se reinventa para mantenerse en el corazón de "chepe"
- 42. "La comida es medicina, debemos volver a cultivar y comer lo que cosechamos"
- 43. Una de las franquicias de El Novillo Alegre está en manos de una mujer

Turismo

- 44. La Fortuna busca potenciar la gastronomía local y las aguas termales como atractivos de la zona
- 46. Tendencias en la compra de los viajeros

Nuevo catálogo digital

Herramienta permite a los clientes conocer de cerca los productos y servicios que ofrece el proveedor Jopco

La tecnología se ha convertido en un aliado vital en el proceso de compra, es por esto que Jopco decidió dar un paso adelante y ofrecer una nueva página web a sus clientes. Jopco.net es un sitio funcional, que brinda información tanto de la empresa, como de sus colaboradores y productos y servicios disponibles.

El sitio cuenta con un catálogo digital, el cual le permite al cliente acceder a los productos de una forma sencilla, así como tener información relevante y una fotografía de cada uno de los productos y utensilios de Jopco.

En esta plataforma, los clientes podrán solicitar cotizaciones de forma fácil y segura. Asimismo, la página ofrece un Blog, en el cual se expone información de interés de los distintos equipos y temas de la industria.

Según Marvin Sharpe, director comercial de Jopco, la página brinda la lista de productos que la empresa tiene disponibles para el sector. Por otro lado, en el sitio se darán a conocer ofertas y actividades.

"Jopco ha venido implementando una serie de cambios que consolidan su propuesta de valor; el nuevo sitio web es en resumen, una sala de exhibición virtual, que beneficia a aquellos clientes que por distancia o tiempo no pueden visitar las instalaciones", afirmó Sharpe.

En conjunto con las otras plataformas virtuales como Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube, la página de Jopco se convierte en una solución virtual que espera dar respuesta a las necesidades de los negocios gastronómicos y de hospitalidad.

Jopco

Teléfono: + (506) 2215-3545



El nuevo sitio de Jopco garantiza a los clientes una sala de exhibición virtual o les permite planificar su próxima visita a la tienda.

Visite nuestro nuevo sitio web JOPCO.NET

Facebook: Jopco
Instagram: Jopco_cr

(506) 2215-3545

Guachipelín, Escazú

info@jopco.net

www.jopco.net

JOPCO



Fernando Rojas, gerente general de Pospan



Wendy Correa y Justo Escudero, propietarios de Uniwasher.

Centro de Convenciones será sede de EXPHORE 2020

Del 16 al 18 de junio se llevará a cabo Expo Hoteles y Restaurantes, que en su edición #20 trae novedades para expositores y asistentes

El encuentro para quienes trabajan en gastronomía, hotelería y negocios afines ya tiene fecha de realización. Expo Hoteles y Restaurantes (EXPHORE) se llevará a cabo del 16 al 18 de junio del 2020, esta vez, en el Centro de Convenciones de Costa Rica, un recinto que ofrece todas las condiciones para una feria de tal magnitud.

Con el cambio de sede se busca ofrecer a asistentes y expositores un espacio más céntrico, con mayor acceso a transporte público y con todas las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo de la expo.

Según Karl Hempel, director de EXPHORE, se contará con un número similar de expositores y se llevarán a cabo también, como en otros años, charlas, conversatorios y conferencias, aprovechando la variedad de salas que ofrece el Centro.

“Es un lugar que despierta curiosidad y expectativa, más para quienes aún no lo conocen, así que es una excelente oportunidad para visitarlo. El Centro de Convenciones cuenta con cerca de 1400 espacios de parqueo y en los alrededores hay varias paradas de transporte público, lo que es una gran ventaja”, comentó Hempel.

Como es costumbre, se espera que a lo largo de los tres días se den cita empresarios y trabajadores de hoteles, bares, restaurantes, carnicerías, cafeterías, panaderías, supermercados, catering service, spa, comedores y otros negocios del sector.

Cerca de 230 proveedores tanto nacionales como internacionales darán muestra de su oferta de productos y servicios y realizarán lanzamientos de sus principales novedades e innovaciones.

Tecnología, alimentos, transporte, congelados, proteínas, amenidades, accesorios, blancos, licores, limpieza, decoración, mixología, seguridad y equipos, son solo algunas de las áreas en las que se ofrecerán soluciones integrales en EXPHORE 2020.

EXPHORE tendrá varias zonas especializadas para foodservice, tecnolo-

gía, bares, hotelería, spa y confort, café y negocios de emprendedores, para estos últimos se habilitarán cerca de 26 mesas de exposición.

Al igual que el año anterior, el evento contará con la realización del Reto Lizano, en donde chefs y cocineros de distintos negocios gastronómicos, demostrarán con talento y creatividad que son merecedores del primer lugar, premiado por Unilever.

El Centro de Convenciones ofrecerá alternativas accesibles de alimentación para expositores y asistentes. Asimismo, habilitará un salón con todas las comodidades para que las personas puedan disfrutar sus tiempos de alimentación.

Expositores se preparan para celebrar los 20 años de EXPHORE

De acuerdo con Fernando Rojas, gerente general de Pospan el cambio de sede es una decisión muy acertada, pues el Centro de Convenciones ofrece mejores condiciones para el desarrollo de la Expo, además, será un atractivo para quienes quieran visitar el lugar por primera vez.

“Para el 2020 esperamos llevar mayores soluciones de servicio en la nube para ayudar a los clientes a eliminar servidores. Además, esperamos innovar con cerraduras inalámbricas, donde todo se pueda abrir desde el celular”, expresó Rojas.

Por su parte, Justo Escudero y Wendy Correa, propietarios de Uniwasher afirman que como en otros años ofrecerán en su stand equipos de lavandería industrial, sin embargo, la novedad será un centro de lavado compacto, que permitirá a los hoteles y negocios tener un equipo de gran capacidad en un menor espacio.

“Estamos encantados con el cambio de sede, consideramos que a nivel de logística será mucho mejor; tanto para la entrada de los camiones como para los sistemas de desagüe, que en el caso de nuestro stand son muy importantes”, comentó Escudero.



Nuestros **Sistemas KM** producen más hielo...
usando menos energía.

HOSHIZAKI. MÁS ALLÁ DE LA FORTALEZA.



Las máquinas de hielo Hoshizaki garantizan un consumo eficiente de energía y agua.

Producir hielo y cuidar del planeta: dos objetivos que pueden alinearse

Actualmente no es suficiente lograr un excelente cubo de hielo, es necesario hacerlo con el menor impacto ambiental posible

La búsqueda de equipos que brinden buenos resultados y que además, garanticen a los negocios operaciones sostenibles y amigables con el ambiente es uno de los principales objetivos de los empresarios hoy en día. Las máquinas de hielo Hoshizaki, cuentan con alta tecnología, esto para obtener hielo pero con un mínimo impacto ambiental.

Estas máquinas no solo aprovechan al máximo la energía, sino que garantizan un menor consumo de agua. Además, al ser equipos más robustos y resistentes, aseguran un correcto funcionamiento durante más tiempo, característica ideal para negocios de alto tráfico como los del sector gastronómico. Una menor inversión en reposición de máquinas o reparación constante de equipo, se ve reflejada en las finanzas del negocio. A lo anterior, se suma

un bajo consumo de agua y una reducción en la tarifa eléctrica, que son beneficios que brindan estas máquinas de hielo.

Las nuevas generaciones de máquinas de Hoshizaki, permiten que el hielo se forme directamente en láminas de acero inoxidable, sobre las cuales, el agua fluye congelándose, lo que permite una mejor transferencia térmica. Todo este conjunto de cualidades aseguran a los negocios la obtención de un hielo limpio, claro y sólido. Asimismo, les permite contar con una máquina confiable, duradera y rentable, que a la vez, aporta al cuidado del medio ambiente como parte de su proceso de producción.

Jopco

Teléfono: + (506) 2215-3545



-¿Cómo es que nuestros clientes no piden una segunda ronda?

-Nuestras bebidas no tienen sabor, el hielo se derrite rápidamente...
Te lo dije, necesitamos hielo hecho en una máquina HOSHIZAKI.



(506) 2215-3545

Guachipelín, Escazú

info@jopco.net

www.jopco.net

JOPCO

Encuentre estas y otras interesantes notas en www.apetitoenlinea.com



Restaurantes

Pesca Seafood House apertura tres restaurantes en Costa Rica

Pesca Seafood House inaugura tres restaurantes en el país, con una inversión de \$350 000, generando 35 nuevos puestos de trabajo. Además, están en busca de local para abrir otro establecimiento en la zona de Tamarindo para el 2020



3 negocios gastronómicos inician operaciones en Plaza Tempo

Empresas están invirtiendo más de medio millón de dólares Un total de cinco marcas están por iniciar operaciones en Tempo, Escazú, entre ellos tres negocios gastronómicos.



Turismo

Línea de crédito de \$50 millones para pymes del sector turismo

Las pequeñas y medianas empresas del sector turismo tendrán a su disposición un fondo de crédito por US\$50 millones destinado al fortalecimiento de su oferta de servicios, la generación de empleos, los encadenamientos y la reactivación económica local.



Proveedores/productos

Monkey Shoulder, un whisky que mezcla con todo.

Destilado, madurado y embotellado en Dufftown, Speyside, en el corazón de la tierra donde se produce el whisky, Monkey Shoulder, nace de la mezcla de tres de las mejores single malts de la región de Speyside, Escocia, todos madurados en barricas de roble que anteriormente contuvieron Bourbon en su interior.



El nuevo dispensador de servilletas Xpressnap Fit garantiza un mayor rendimiento y ocupa menor espacio en la mesa.

Dispensadores de servilletas: Xpressnap Fit

Este producto de diseño compacto y con capacidad para más de 200 servilletas se ajusta a las necesidades de los negocios gastronómicos

Hoy en día la funcionalidad es uno de los factores más valorados a la hora de escoger un producto, es por esto que Tork desde su área de innovación desarrolló el nuevo dispensador de servilletas Xpressnap Fit, una opción que cuenta con su propia línea de servilletas.

Este sistema de higiene, además de ser funcional, le da estilo a las mesas de los negocios gastronómicos. Asimismo, dosifica las servilletas, lo cual permite utilizarlas una a una y aumentar el rendimiento.

Otro de los beneficios de Xpressnap Fit es que tiene un diseño moderno y compacto, lo que garantiza que ocupa menor espacio en la mesa y permite a los clientes estar cómodos, pero con un recurso tan necesario como las servilletas a la mano.

De momento este sistema está disponible únicamente en color negro y tiene capacidad para 240 servilletas. Todo lo anterior, para lograr ajustarse a cualquier concepto de negocio que tenga una necesidad básica de este tipo.

Se estima que la duración de este dispensador que es resistente a golpes, es superior a los cinco años, esto pese a ser una línea básica y más económica. Dicho sistema está disponible en Costa Rica desde el mes de octubre. De acuerdo con Jorge Salazar, gerente de ventas regional de Tork, esta es una forma de abrir una amplia gama de posibilidades a negocios, que por alguna razón, aún no cuentan con productos Tork en sus instalaciones.

"Nuestras soluciones en general garantizan un mejor uso y eficiencia de los productos y Xpressnap Fit no es la excepción. Este dispensador viene acompañado de sus respectivas servilletas, esto con el fin de ofrecer un sistema de higiene integral, que brinde estilo y sea funcional", comentó Salazar.

El producto está diseñado para espacios como sodas, restaurantes pequeños o mesas cocteleras y según el tráfico puede permitir que el negocio se desentienda hasta por una semana de cargar el servilletero.

Tork es una marca global de la compañía Essity dedicada a brindar soluciones de higiene, esto mediante un dispensador y su respectivo producto, que en conjunto representan un sistema integral que asegura ahorro por sus características y diseño.

Papel higiénico, toallas de manos en rollo e interdoblas, jabones líquidos en distintas presentaciones y para diversos usos y dispensadores manuales y de sensor, son de los principales productos para hoteles y restaurantes. Por otro lado, la empresa ofrece también, una línea completa de servilletas con sus dispensadores, diseñados acorde a las necesidades de cada restaurante, ya sea desde una cafetería, que necesita algo compacto, hasta dispensadores donde caben dos paquetes de servilletas.

Las líneas de productos de higiene Tork, consideran en todo momento dejar la menor huella de impacto en el ambiente, por lo que son fabricadas con fibra 100% reciclada, siempre pensando en los pilares de higiene, ahorro y sustentabilidad.

Tork

Teléfono: + (506) 2201-4400





Reserva Conchal compró a Yamuni cristalería y cubertería de la más alta calidad.

Restaurantes de Reserva Conchal cuentan con nuevo equipo

Yamuni ofrece vajillas, set de servicio de mesa, cristalería y cubertería de alta calidad para el sector de hospitalidad

El Club de Playa y Golf Reserva Conchal, ubicado en Guanacaste, integra y brinda opciones de esparcimiento a los miembros y residentes del Complejo Reserva Conchal, esto bajo un concepto de lujo y confort en medio de las paradisíacas playas del pacífico.

Dicho Club es operado por Troon, una de las compañías de administración de clubes más grandes del mundo, empresa que ya había trabajado antes con Yamuni y obtuvo una buena experiencia con el proveedor; seleccionando también, para ser parte del desarrollo de Reserva Conchal.

Vajilla y set completo de servicio de mesa y restauración para los restaurantes del Club, lo cual incluye vajillas, cristalería y cubertería, es parte de la compra que Reserva Conchal realizó en Yamuni.

De acuerdo con Williams Alejo, director de operaciones de Troon, repetir la fórmula de éxito obtenida al trabajar con este proveedor, fue la mejor opción en este nuevo proyecto.

“Seleccionamos las mejores opciones y líneas disponibles, esto al trabajar con marcas como Arcoroc, Zenix y Corona, así como la más alta línea de cubertería: Tramontina, la cual también estaba a la mano como parte de la oferta de Yamuni”, comentó Alejo.

Rapidez, personalización, buen servicio y los mejores precios del mercado, son algunos de los beneficios que el director de operaciones de Troon, destaca al escoger a Yamuni como aliado en el desarrollo de proyectos.

Troon planea continuar su expansión en Costa Rica y con esto, seguir trabajando en el sector de hospitalidad y clubes privados. Para lo cual, asegura seguirá contando con el acompañamiento de Yamuni.

“Valoramos aspectos como variedad, tiempos de entrega, precios, competitividad, flexibilidad y capacidad, antes de elegir a un proveedor; todas estas características que el proveedor ha cumplido a cabalidad”, manifestó Alejo. Pese al amplio stock de Yamuni, el Club de Playa y Golf Reserva Conchal, espera tener que reponer piezas lo menos posible, esto debido a la inversión que se hizo en calidad en la reciente compra.

Yamuni cuenta con una división de mayoreo y cuatro tiendas departamentales, desde las cuales abastece a todo el territorio nacional. Dentro de la oferta de productos para el sector gastronómico y hotelero destacan una amplia línea de blancos, almohadas y toallas.

Por otro lado, el proveedor ofrece cobijas, protectores de colchón, cristalería, vajillas, ollas, sartenes, accesorios de cocina, basureros de acero inoxidable y recipientes de polipropileno, entre muchas otras alternativas.

Un gerente que trabaja con el área institucional y asesora a hoteles, restaurantes, catering service y negocios afines, es parte de la oferta especial para el sector. Asimismo, los encargados de ventas acostumbran visitar a los clientes para conocer de cerca sus necesidades y poder dar respuesta oportuna a las mismas.

Club de Playa y Golf Reserva Conchal
Teléfono: + (506) 2654-3000

Yamuni Mayoreo
Teléfono: + (506) 2255-2066

araven

FOOD SAFETY INNOVATION



Herméticos Araven CONSERVAN MEJOR Y POR MÁS TIEMPO



La nueva gama Araven ofrece contenedores herméticos con medidas GastroNorm, pensados especialmente para el profesional de la hostelería. Su diseño incluye numerosas ventajas para el cocinero; pero su principal característica es una tapa que permite hacer cierto vacío en el interior simplemente presionando desde el centro, lo que reduce la oxidación del alimento y aumenta su vida útil hasta un 25%. Compruébalo por ti mismo!!

www.araven.com



Tel: 2255-2066 • info@yamuni.com

yamuni mayoreo

Enfrascaron la receta de la abuela y la convirtieron en negocio

Tres socios desean posicionar su salsa caribeña "Mama Lucille" como un ingrediente infaltable en las cocinas

Juan Carlos Villa aprendió de su abuela la receta de una salsa caribeña que era el deleite en las reuniones familiares, esto pues su abuela, una mujer limonense hija de un irlandés y una jamaicana, dedicaba los domingos a preparar esta salsa para dar sabor a distintos platillos caribeños que preparaba en su natal Limón.

Este empresario con el paso del tiempo perfeccionó la receta, pues pasó muchos años trabajando en varios restaurantes de New Orleans y California, donde tuvo influencia de otras culturas gastronómicas, mismas que avivaron aún más su interés por el mundo culinario.

Siguiendo la recomendación de quienes probaron su salsa y le dieron el visto bueno, este emprendedor se unió con Luis Vega, creador del concepto gráfico de la marca y con Federico Delgado, encargado de mercadeo y ventas y juntos le dieron vida a "Mama Lucille Caribbean Sauce", un producto que espera impregnar de sabor caribeño las cocinas.

"Nuestra idea es lograr entablar relaciones comerciales con chefs, hoteles y restaurantes interesados en una solución de sabor para platillos como pollo, carne, pescado, chifrijo, ceviche, gallo pinto, chips, gallos, tacos, fajitas, patacones, entre muchos otros. Asimismo, ya estamos en conversaciones para entrar en supermercados, por eso hemos desarrollado varias presentaciones", afirmó Villa.

Mama Lucille cuenta con frascos de 240 y 115 gramos, ideales para supermercados, así como un empaque de un kilo para hoteles y restaurantes. Por otro lado, la empresa ofrece también, sachets de 60 gramos para pedidos express o para colocar en mesa.

Para el lanzamiento de la marca estos empresarios han desarrollado una presentación de picante medio, sin embargo, ya se encuentran trabajando en una alternativa aún más picante, para quienes disfrutan de un sabor más intenso. Una de las principales características de esta receta original es que la sensación picante desaparece del paladar en menos de treinta segundos.

Mama Lucille Caribbean Sauce

Correo: jcvilla@mamalucille.com



Juan Carlos Villa, Luis Vega y Federico Delgado, copropietarios de Mama Lucille.

Convirtieron la casa de la abuela en un restaurante

El chef Sebastián López y el administrador Michael Álvarez, se unieron para crear Mamalila, un restaurante que busca transportar a los clientes a décadas pasadas

La casa de Mamalila tiene más de cien años de historia, dentro de sus paredes aún se resguardan las memorias de quienes conocieron a la primera propietaria del inmueble, quien vendía leche en el lugar y hacía pan para regalar a los niños del barrio, ubicado en la entrada a Cartago.

Tras varios años de abandono y cuatro meses de remodelaciones, la casa de la abuela de las esposas de Sebastián y Michael, se convirtió en el espacio perfecto para que estos empresarios materializaran su proyecto, un restaurante especializado en gastronomía argentina, país de origen de Sebastián, quien es también, el chef del lugar.

"Emprender no es fácil, el tiempo que tardamos remodelando fue casi el mismo que esperamos para obtener los permisos necesarios. Hay que tener paciencia y dedicarle tiempo al negocio, de momento yo mismo voy a la feria y compro todo lo que necesitamos a pequeños productores locales, los postres por ejemplo, nos los hace una señora de acá de Cartago", manifestó López.

En Mamalila se pueden encontrar cortes de carne, cordero producido en Costa Rica, las famosas empanadas argentinas, que son receta especial del chef, salmón y una amplia carta de vinos, entre otros platillos, los cuales son muestra fiel de las raíces del chef, quien aprendió lo que sabe de cocina de la mano de su abuela en la Patagonia.

"Invertimos más de 30 mil dólares en este proyecto, pues tuvimos que cambiar instalación eléctrica, tuberías, etc, ya que la casa llevaba cerca de 15 años abandonada. Yo me encargué de toda esta parte, mientras Sebastián veía la parte de menú, proveedores y cocina, somos un equipo y nos complementamos", afirmó Álvarez.

Mamalila abrió sus puertas hace aproximadamente dos meses y su decoración busca transportar a los clientes a los años 1900, pues está inspirada en objetos antiguos, todos llenos de historia, al igual que la casa que estos empresarios decidieron convertir en restaurante.

Mamalila
Teléfono: + (506) 2551-0405



Michael Álvarez y Sebastián López, socios y propietarios de Mamalila.

Utensilios para preparar platillos navideños

Galletas, pavo y queque de navidad es parte de lo que se puede preparar con la línea de productos que ofrece La Cocina Ideal en esta época

Moldes de teflón con rejillas para pavo y pierna de cerdo y jeringas y succionadores para llenar de sabor las cenas de navidad y año nuevo, así como cortadores de galletas y moldes para queques, integran la oferta que La Cocina Ideal pone a disposición de los amantes de la gastronomía.

En esta época de fiestas la cocina se convierte en un lugar especial y es por esto que los protagonistas, quienes dan sazón a los platillos, deben contar con todo lo necesario para dar rienda suelta a su imaginación.

Según Vanessa Sadi, gerente general de La Cocina Ideal, en navidad la empresa es distribuidora oficial de la marca Wilton, por lo que ofrece moldes especializados, cortadores de galletas y blondas.

“Contamos también, con separador de grasas, inyector de sabores y moldes para queque navideño de teflón y aluminio desechable, esto de la marca Handi Foil, que es uno de nuestros productos estrella de la temporada”, afirmó Sadi.

Los productos de La Cocina Ideal están disponibles en supermercados y tiendas departamentales del país. Esta empresa cuenta con equipo de alta calidad para uso comercial, hotelero y doméstico, esto a precios accesibles.

La Cocina Ideal

Teléfono: + (506) 2215-3541

La Cocina Ideal pone a disposición de los amantes de la cocina utensilios para preparar los principales platillos de la época navideña.



**¡EXPLORÉ
SUS
CUALIDADES
DE CHEF
ESTA
Navidad!**

Nosotros le acompañamos
con utensilios de la mejor
calidad e innovación.



Distribuidores exclusivos para Centroamérica

☎ (506) 8851-1589



Manos a la obra para las recetas navideñas

La marca Hormel Foods distribuida por Delika ofrece variedad de productos cárnicos a base de carne de cerdo, ternera y pavo

Jamón al horno con glaseado de piña o una pierna de cerdo rellena, estos son solo algunos de los platillos más populares de la época. Con el fin de hacer más fácil y accesible la tarea de complacer los paladares durante las fiestas, Delika pone a disposición del sector la gama de productos de la marca americana Hormel Foods.

Tocineta de etiqueta negra rebanada y totalmente cocida, jamones separados en porciones y de músculo entero como el jamón de pavo, jamón curado y bajo en sodio, son algunos de los productos disponibles de manera especial para esta temporada navideña.

Por otro lado, destacan las salchichas de desayuno, las tortas de cerdo, pork carnitas y jamón en lata 100% cocido, uno de los productos más buscados en navidad, esto por su versatilidad al poder ser utilizado en distintas preparaciones.

“Estos productos facilitan el trabajo a quienes se encargan de ponerle sabor a las fiestas, son ingredientes de fácil uso que funcionan en bocadillos, así como en preparaciones tales como sándwiches, rellenos o el tradicional y tan gustado jamón al horno”, manifestó Hernán Díaz, chef ejecutivo de Delika.

Delika importa y distribuye productos gourmet en las categorías de carnes, vinos, panes, embutidos, lácteos, entre otros. Lo anterior, tanto para el sector de foodservice como para retail, toda la gama de productos de la empresa se puede adquirir en la tienda ubicada en Lindora y algunos de ellos en los principales supermercados del país.

Delika

Teléfono: + (506) 2239-1019



Muchos de los productos para la temporada vienen completamente cocidos y listos para consumir o incorporar a las recetas.

¡Una excelente idea para celebrar las fiestas en familia!



Jamón enlatado

100% de Cerdo

- Curado en salmuera
- Muy versátil
- Sabor tradicional
- Totalmente cocido
- Producido en Estados Unidos



Distribuidor para Costa Rica

@delikacr | @delikacr | Tel: 2239-1019 | www.delika.cr



ICG: 10 años de ofrecer soluciones tecnológicas al sector

Cientes como Matsuri, Spoon y Rostipollos, son algunos de los que han confiado en los productos de la compañía

Con presencia a nivel mundial, la empresa española ICG Software empezó a desarrollar labores en Costa Rica hace diez años, esto enfocado en tres áreas: retail, restaurantes y hotelería. La compañía se dedica a brindar soluciones de software y sistemas de administración a sus clientes.

Años de aprendizaje y análisis sobre el manejo de hoteles y restaurantes, le permiten a la empresa asesorar sobre temas como manejo de costos, inventarios, inteligencia de menú, reservaciones en línea, manejo de ocupaciones de hoteles y sistemas de punto de venta integrados.

Sumado a las soluciones de software, tanto para hoteles como para restaurantes, ICG ofrece equipo tecnológico como punto de venta táctil, tabletas, pantallas de cocina y quioscos de autoservicio, entre otros.

Este proveedor de tecnología para el manejo centralizado de negocios, ofrece alternativas ideales para el manejo de empresas, cadenas o franquicias que cuentan con variedad de locales.

De acuerdo con Arturo Herrera, presidente de ICG Software, espacios como Expo Hoteles y Restaurantes (EXPHORE), le han permitido a la compañía tener amplia presencia en el segmento de negocios gastronómicos y de hospitalidad, ampliando su cartera de clientes.

Las soluciones brindadas por ICG permiten controlar ofertas, precios y listas de proveedores, además, brindan herramientas para ejecutar análisis de costos, procesos de estandarización y comparaciones entre restaurantes. Todo lo anterior, debido a su presencia global y experiencia adquirida en miles de clientes.

ICG Software

Teléfono: + (506) 4404-1600



Arturo Herrera y Katia Hoffmaister, fundadores del Grupo ICG en Costa Rica.



10 AÑOS DE EXPERIENCIA
BRINDANDO SOLUCIONES EN SOFTWARE DE
PUNTO DE VENTA Y GESTIÓN-PMS

www.icg.cr

INFO: 4404 1600  ICG COSTA RICA



El equipo de la empresa coloca los anuncios informativos en ubicaciones basadas en análisis de tráfico brindadas por el MOPT.

Anuncios informativos para posicionar negocios

Publicarteles da exposición permanente en puntos estratégicos a hoteles y restaurantes

Con el compromiso de ofrecer a los negocios la oportunidad de crecer y consolidar sus puntos de venta, esto mediante la colocación de anuncios informativos en las principales carreteras del país, los cuales guíen a los clientes hasta la puerta del negocio, nació hace más de una década Publicarteles, empresa que cuenta con una licencia otorgada por el MOPT.

Publicarteles es una empresa seria que cuenta con todos los permisos oficiales para su operación. Todo esto, basado en métricas de tráfico facilitadas por el MOPT y con el cumplimiento de las ley 7600.

Los anuncios pueden ser en vinil corriente o reflectivo, además, como parte de su oferta integral, la empresa garantiza mantenimiento continuo durante todo el contrato. En resumen, esta alternativa incluye asesoramiento personalizado y el diseño y colocación del anuncio, así como la reparación o reposición en caso de ser necesaria.

Como parte del proceso de innovación, la empresa incluyó hace tres meses en sus servicios, la posibilidad de colocar anuncios digitales en Waze y hashtags en anuncios físicos, así como publicaciones en redes sociales.

¿Por qué debe tener un anuncio informativo de su hotel o restaurante?

- Garantiza posicionamiento de marca.
- Logra que su negocio tenga exposición permanente y garantizada a todo tipo de consumidor en vías de muy alto tránsito.
- Dirige a los clientes a su punto de venta, pues el anuncio es un llamado a la acción.
- Idioma universal que puede ser comprendido por turistas nacionales y extranjeros.
- Mayor cobertura por menor precio en comparación con otros medios de publicidad exterior del mercado.

De acuerdo con Andrés Hoffman, gerente general de Publicarteles, el servicio de la empresa incluye asesoría y acompañamiento para elegir los espacios idóneos para colocar las señales. Asimismo, cuenta con distintas opciones que se adaptan a las necesidades y presupuestos de cada negocio, pues no hay cantidad mínima de anuncios a colocar.

"Uno de los principales beneficios es que nosotros nos encargamos de toda la tramitación y permisos necesarios para poder colocar los anuncios en la vía pública, así que cuando el cliente nos contacta tiene la seguridad de que su anuncio será legal, pues recientemente renovamos nuestra licencia hasta 2029", comentó Hoffman.

Actualmente, Publicarteles tiene cerca de 1190 anuncios de este tipo, los cuales están distribuidos en todo el territorio nacional. Esta alternativa no solo se puede utilizar para posicionar hoteles, restaurantes, ferias, eventos, spas, entre otros negocios, sino que también, puede funcionar para señalización interna de hoteles o instalaciones de gran tamaño.

Publicarteles utiliza tintas amigables con el ambiente y somete los anuncios dañados a procesos de reciclaje, esto como parte de sus acciones de operación responsables y amigables con el ambiente.

Publicarteles

Teléfono: + (506) 2239-6949



Andrés Hoffman,
gerente general de
Publicarteles.

¡Obtené un
descuento!

Promo Code
PUBLI2019



SE ACEPTA
AMERICAN EXPRESS

COCLES BEACH

La
ruta
a
su
negocio



2239-6949

www.publicartelescr.com



@publicartelescr

Productos novedosos para hotelería



Secadora industrial: Marca Dexter; con capacidad para 80 libras. Especial para negocios ubicados en la playa por su exterior de acero inoxidable, cuenta con sistema de detección de humedad y contra incendios. Tecnología patentada de sistema inalámbrico.

Distribuido por BlueTech
Teléfono: + (506) 2235-0470
ventasindustriales@bluetechcr.com



Freidora profesional por aire: Este equipo no utiliza aceite para los procesos de cocción. Es ideal para negocios con poco espacio que no pueden instalar un extractor; es de fácil uso, ecológico y ofrece alimentos preparados de forma más saludable.

Distribuido por Jopco:
Teléfono: + (506) 2215-3545
Correo: info@jopco.net



Botella ECOPURE: La botella tarda de 3 a 5 años en degradarse, debido a un bioaditivo que atrae microbios que utilizan el plástico como alimento. Una vez los microbios han colonizado el plástico secretan ácidos que descomponen el producto. Shampoo, acondicionador, gel para cuerpo y crema para manos y cuerpo en presentación de 300ml, disponibles en botellas ECOPURE.

Distribuido por PH Interamericas:
Teléfono: + (506) 2549-9006
Correo: info@phinteramericas.com



Set de sillas para exteriores: Presentación Roolf Living estilo lounge, recomendados para jardines y terrazas. Hechos 100% de polipropileno, hilado fino estabilizado a los rayos UV, el tejido es resistente al sol.

Distribuido por Alto Design:
Teléfono: + (506) 2588-2921
Correo: info@altodesignstudio.com



Repelente Natural en Spray

Producto a base de hoja de eucalipto, clavo de olor, lavanda y madero negro. Tiene compuestos con propiedades repelentes de insectos y fungicidas y no es tóxico para humanos ni mascotas. Adecuado para mujeres embarazadas y niños pequeños. Rápidamente biodegradable, pues no cuenta con acumulación de residuos contaminantes.

Biósfera
Teléfono: + (506) 2479 7757
Correo: info@biosferaproducts.com



Amenidades hoteleras orgánicas

Raw Botanicals ofrece champú, jabón, acondicionador, cremas y demás amenidades para hoteles, entre ellas productos cosméticos y para spa, hechos 100% en Costa Rica y en variedad de aromas naturales y frutales. Estos productos son orgánicos y no contaminan el ambiente.

Raw Botanicals
Teléfono: + (506) 2101-8821
Correo: info@rawbotanicals.com



Biofiltro de 20 y 30 litros

Unidad filtrante a base de barro y carbón e impregnada con plata coloidal como biocida natural. Purifica el agua de manera económica y ecológica y atrapa sedimentos, bacterias y parásitos, además, elimina mal olor, sabor y color del agua y mata el 100% de las bacterias.

AOL
Teléfono: + (506) 8845-4486
Correo: solanoi@aol.com

Centro de lavado para espacios pequeños

Uniwasher ofrece esta alternativa de la marca Speed Queen para negocios como hoteles, catering service o salones de eventos

Negocios o lavanderías con espacio reducido, pero con alta demanda son los que pueden sacar máximo provecho del centro de lavado compacto que ofrece Uniwasher, el cual se caracteriza por contar con lavadora y secadora de la marca Speed Queen.

Este nuevo stack industrial está disponible en capacidades de 30 y 50 libras. Por su característica apilada, el equipo facilita el trabajo, debido a que minimiza el tiempo de traslado de las prendas desde la lavadora hasta la secadora, logrando así optimizar las labores.

Para Justo Escudero, gerente general de Uniwasher, este nuevo producto resulta ideal para lavanderías que tengan poco espacio y un alto volumen de trabajo, ya que brinda resultados de nivel industrial pero utilizando poco espacio en el lugar.

Esta alternativa recomendada para hoteles, catering service o salones de eventos, cuenta con un diseño elegante en acero inoxidable y detalles en cromo. Asimismo, cuenta con un dispensador de jabón empotrado.

Por otro lado, los equipos se operan con pantallas táctiles de fácil manejo, las cuales tienen instrucciones de funcionamiento integradas como parte del control. Estos equipos están disponibles bajo la modalidad de financiamiento.

Uniwasher se dedica a la distribución de equipos de lavado y secado industrial y semi industrial. La compañía brinda también, soporte técnico, piezas de repuesto y mantenimiento preventivo de todas las máquinas.

Uniwasher

Teléfono: + (506) 2261-6539



El nuevo centro de lavado de Uniwasher permite ahorrar espacio y tiempo de trabajo a los negocios.

NUEVO CONCEPTO UNIWASHER

LAVANDERIA AUTOSERVICIO

ASESORÍA
DISEÑO
EQUIPOS
INSTALACIÓN
APERTURA

+506 2261-6539
www.uniwashercr.com

Sillas europeas diseñadas para exteriores

Eva PRO es el nombre de la silla para tomar sol que viene más ligera y con ruedas integradas, especialmente diseñada para áreas de piscina y spa

El mobiliario que está expuesto a las condiciones de exteriores, entre ellas, rayos de sol, agua e intemperie, debe ser de alta calidad para garantizar durabilidad. Es por esto, que Macro Comercial ofrece las tumbonas EVA PRO, sillas con características especiales para sobrevivir al ambiente de piscina, playa o spa.

Dichas opciones de mobiliario exterior cuentan con cinco posiciones en el respaldo, además, traen ruedas integradas y un chasis más ligero. Por otro lado, su más reciente presentación ofrece diseño ergonómico y un acabado mate que permite que se adapte a cualquier ambiente.

El nuevo diseño dota a la Eva PRO de versatilidad y adaptación a distintos entornos, desde los más exigentes como playas y resorts, hasta spa, zonas de piscina y hoteles que buscan dar estilo a sus áreas comunes.

La EVA PRO ofrecida por Macro Comercial es fabricada 100% en Europa y su estructura soporta cargas estáticas de hasta 180 kg. Asimismo, es probada y certificada por expertos de laboratorios nacionales e internacionales.

Estas sillas tienen cinco años de garantía para el chasis y su colección Carmen cuenta con cinco posiciones en el respaldo, ruedas opcionales y brazos en el chasis para brindar mayor comodidad al usuario, asimismo, dispone de tres años de garantía para el chasis.

Macro Comercial, se especializa en la importación y distribución de artículos para hoteles y restaurantes como textiles, mobiliario para exteriores y productos ecológicos que ratifican su compromiso con el medio ambiente.

Macro Comercial

Teléfono: + (506) 2293-6970



Las sillas Eva PRO soportan hasta 180kg y son diseñadas para exteriores.



Teléfono: 2293-6970

WhatsApp: +506 7209-5960

Email: info@macrocomercial.com

MACRO

Tecnología para negocios gastronómicos y de hospitalidad

Pospan Costa Rica cuenta con un punto de venta centralizado para restaurantes que opera desde la nube y con cerraduras electrónicas de alta tecnología para habitaciones de hotel

Pospan brinda a los negocios gastronómicos y de hospitalidad la alternativa de software y hardware, todo bajo el respaldo de Oracle Hospitality. De esta manera, hoteles y restaurantes cuentan con una herramienta de administración y punto de venta integral.

La novedad en esta materia es que el proveedor ofrece la oportunidad de trabajar sin servidores, manteniendo toda la información segura en la nube. Todo lo anterior, gracias al software Symphony, el cual permite administrar varios negocios a la vez.

Según Michael Moreno, gerente de ventas de Pospan, esta herramienta tecnológica permite a los gerentes o encargados, descargar una aplicación, a través de la cual, pueden tener acceso a toda la información en tiempo real. "Symphony es un sistema de punto de venta centralizado respaldado en la nube de Oracle, lo cual, da seguridad a los clientes. Tacobell, KFC, Four Season y Marriott, ya trabajan con nosotros, muchos de ellos cuentan con equipo diseñado para exteriores", comentó Moreno.

Sumado a lo anterior, esta empresa brinda servicio de instalación y capacitación del personal. Asimismo, Pospan representa en Costa Rica la marca Assa Abloy, la cual, pone a disposición del sector cerraduras electrónicas para hoteles, las cuales pueden abrirse con el celular y evitan la problemática de las tarjetas clonadas o bloqueadas.

Pospan

Teléfono: + (506) 2296-2345



Symphony permite a los clientes olvidarse de los servidores y tener toda la información de sus negocios en la nube.



Las cerraduras de la marca Assa Abloy brindan mayor comodidad a los huéspedes al poder operarse desde el celular.



Fernando Rojas
 frojas@pospan.com
 Tel: +506. 22962345

ASSA ABLOY
 The World's Leading Lock Group





Margarita Bottazzi, propietaria de Posada Monserrat.

“Mi sueño era tener algo propio y encontré el lugar ideal en las montañas de Coronado”

Margarita Botazzi es la propietaria de Posada Monserrat, un espacio que además de hospedaje, ofrece educación ambiental y enseñanza de prácticas sostenibles a los huéspedes

Sus conocimientos en manejo y protección de recursos naturales, biología y ecoturismo, le permitieron a Margarita Bottazzi fundar Armonía Natural, proyecto que dio origen a Posada Monserrat, un lugar situado en las montañas de Coronado, rodeado de neblina, bosque y espesa vegetación.

Este espacio, brinda a sus visitantes, además de hospedaje, educación ambiental y enseñanza de prácticas sostenibles como manejo de biodigestores, ecoinodoros y lombricarios, todas acciones amigables con el ambiente, que forman parte de la operación de la Posada.

“Hemos querido ser parte del desarrollo de la comunidad, por eso utilizamos productos locales de pequeños emprendedores como queso, pan artesanal y leche. Asimismo, llevamos a nuestros huéspedes y visitantes a recorrer las fincas locales, caminar en la montaña y conocer la comunidad, lo cual activa la economía de la zona”, expresó Bottazzi.

Catalina Matamoras, por ejemplo, es vecina de Coronado, ella se trasladó junto con su esposo, quien está encargado del mantenimiento de la finca a vivir a la Posada, pues desde hace medio año está al frente de la cocina de este espacio de hospedaje. Ella no estudió gastronomía, pero tiene sazón local y ha logrado complacer el paladar de los visitantes.

En esta finca ubicada en Monserrat de Coronado, la principal bebida que se ofrece es de naranjilla, pues Bottazzi, se encargó de sembrar varias plantas de este fruto en la propiedad para así brindar el jugo a los clientes. Las tortillas, cajetas y otros productos hechos por mujeres de la zona, son también parte del menú.

Posada Monserrat tiene capacidad para 28 personas, esto en cabañas sencillas o equipadas y se ha ganado la preferencia de los amantes de la observación de aves, tanto nacionales como internacionales, quienes acostumbran visitar el lugar por la gran diversidad de especies que se observan en los alrededores.

Posada Monserrat

Teléfono: + (506) 2229-3618



Posada Monserrat se ha convertido en un lugar ideal para los amantes del aviturismo.



Catalina Matamoras, encargada de la cocina del lugar.

Vino Mundo se reinventa y apuesta por productos locales

Un nuevo menú y la realización de eventos en el lugar, son parte de las estrategias de este restaurante para luchar contra la crisis

Más de cien etiquetas de vino de los principales países productores, son parte de la oferta de Vino Mundo, un espacio que cuenta con varias cavas y salones para la realización de eventos especiales, actividades a las que el lugar ha decidido sacar más provecho, esto debido a la crisis que vive actualmente el sector gastronómico.

El chef Juan José Romero, llegó hace algunos meses al restaurante con el fin de desarrollar un nuevo concepto y de esta manera utilizar la innovación como una estrategia para atraer a más clientes.

La nueva propuesta incluye ensaladas, pastas, carnes, mariscos, postres, entre otros, todo esto bajo la premisa de combinar la cocina internacional con ingredientes y productos típicos de la gastronomía local.

“Incluí en nuestro nuevo menú productos locales como el tacaco. La idea es ofrecer cocina internacional pero haciendo uso de lo que se produce acá. Además de los platillos nuevos, se incluirá un menú de degustación de cinco tiempos y maridaje, que cambiará constantemente”, comentó Romero.

Este chef renovó por completo el equipo de cocina, el cual está integrado por varios jóvenes, quienes están aportando ideas al nuevo concepto. Según el chef, hoy en día hay muchos estudiantes de cocina sin pasión y que no manejan ni los conocimientos básicos y eso es un reto para los jefes de cocina, sin embargo, la experiencia en su caso con el nuevo equipo ha sido satisfactoria.

Vino Mundo está apostando además del nuevo menú, a la música en vivo con artistas nacionales y a los eventos especiales en sus salones y cavas, pues al igual que otros negocios, este restaurante se ha visto afectado por la crisis económica que vive el país y está buscando nuevas opciones en la diversificación.

Vino Mundo

Teléfono: + (506) 2249-4715



Juan José Romero, chef de Vino Mundo.



“El futuro de la industria vinícola está en la sostenibilidad”

Esto según, Magdalena Viani, enóloga de Vinos Trivento

Trivento es una bodega propiedad de Concha y Toro, la cual elabora cerca de 30 millones de litros de vino al año y exporta a más de cien países, entre ellos Costa Rica, donde hay disponibles cuatro líneas de la marca, siendo Reserve Malbec, la más vendida.

Acorde con Magdalena Viani, enóloga de Trivento, estos vinos son un complemento perfecto en materia de maridaje, pues van bien, ya sea con entradas o platos fuertes, sobre todo aquellos que incluyan algo de grasa, sabores picantes o cocciones a la parrilla.

Trivento Reserva, Private Reserve, Golden Reserve y Eolo, son las etiquetas de la marca que circulan en suelo nacional. Los productos de la bodega son distribuidos en el país por Florida Vinos y Destilados, división de FIFCO.

“El consumidor de hoy destaca por estar más preocupado por cómo su consumo afecta al medio ambiente, por eso el futuro de la industria del vino está en trabajar temas de sostenibilidad”, comentó Viani.

Trivento se unió en 2017 al Pacto Global de la ONU y por eso, en 2018 se convirtió en la primera bodega de Argentina en reportar metas específicas para el 2023, esto en objetivos de desarrollo sostenible.

Lo anterior, integra aristas como educación de calidad, energía renovable, agua limpia y saneamiento para lograr un modelo sustentable de negocio. Con todas estas acciones, la bodega espera reducir en un 30% el consumo de agua para 2023, así como disminuir considerablemente el consumo de energía en el proceso de producción.

Florida Vinos y Destilados:

Teléfono: + (506) 2437-6300



Magdalena Viani, enóloga de Trivento.

Especial de helados

Por: Arleth Badilla Morales



Pops tiene 117 heladerías y abrirá 5 más el próximo año

De acuerdo con Wilberth Taborda, gerente general de Pops, la compañía cuenta con 900 colaboradores en el país y San José es la provincia donde hay más locales

Pops tiene 50 años de operar en Costa Rica y desde hace siete pertenece a Grupo Nutresa, un conglomerado que maneja varias marcas de alimentos en Latinoamérica. En el caso de Pops, la marca se encuentra presente también en Nicaragua y Guatemala.

En Centroamérica esta empresa cuenta con aproximadamente 1200 colaboradores, 900 de ellos trabajan en la operación que tiene Pops en suelo nacional. Todo lo anterior, para un total de 117 locales, el más reciente de ellos inaugurado en Poás de Alajuela.

Estas heladerías ofrecen cerca de 33 sabores de helados, los cuales permiten llevar a cabo la gran cantidad de combinaciones y productos que ofrece Pops. Los lanzamientos más recientes, se relacionan con sabores de temporada debido a la época navideña.

"Desde hace año y medio hemos incursionado en el área de crepas, todo

esto como parte de nuestra visión de innovación. Este sector es muy competitivo y lograr ofrecer diversidad y variedad es la clave, al año realizamos cerca de 14 lanzamientos para nuestros clientes", comentó Taborda.

Pops cuenta con una planta de producción, en donde se producen los helados con leche fresca, en su gran mayoría, proveniente de fincas lecheras de pequeños productores. Asimismo, todos los sabores son desarrollados con frutas e ingredientes naturales.

Para el cierre de este año la compañía realizará la apertura de un nuevo local en el este de San José y reubicará la heladería de Nicoya, esto a un punto más estratégico. Por otro lado, para el 2020 se planea la apertura de cinco nuevas heladerías.

Pops:

Teléfono: + (506) 4036-1900



En diciembre y enero La Estación abrirá nuevas heladerías

Este concepto que cuenta con 15 locales en el país combina los helados de Dos Pinos con los chocolates de Gallito

Las heladerías La Estación están en el mercado desde marzo de 2017, esto como una estrategia de diversificación de actividades liderada por la Cooperativa de Productores de Dos Pinos, que ha inaugurado ya 15 heladerías, la mayoría de ellas en San José.

Gran parte de los locales de La Estación se ubican en centros comerciales, esto por representar puntos de conveniencia. Multiplaza, Plaza Bambú, Escazú Village, Plaza Real Alajuela y Mall San Pedro, son algunos de los espacios que cuentan con una heladería La Estación.

"Este concepto nace luego de casi tres años de investigación, donde se detectó que el consumidor buscaba una forma no tradicional de vivir la experiencia de disfrutar de una indulgencia como lo son los helados", manifestó Francisco Arias, gerente senior de relaciones corporativas y ganaderas de Dos Pinos.

Productos tales como Krunchy Taco Helado, Sushi Helado y Mega Trits, son parte de las opciones que los consumidores disfrutan en La Estación Dos Pinos. Estas heladerías ofrecen además, cerca de 20 sabores de helados diferentes, oferta que se amplía con los sabores de temporada. Las paletas Winky, disponibles en seis sabores, son el lanzamiento más reciente de la marca.

Los productos Gallito brindan, por su parte, la posibilidad de ofrecer toppings exclusivos para los helados Dos Pinos. Ambas marcas 100% costarricenses cuentan con planta de producción y son los proveedores directos de los insumos para las heladerías.

La Estación cuenta con helado sin azúcar y deslactosado, esto gracias al helado Dos Pinos In Line de fresa y el helado Dos Pinos Delactomy de vainilla. Siguiendo recomendaciones de futuras ubicaciones recibidas por las redes sociales, esto por parte de sus seguidores, este concepto inaugurará nuevos locales en diciembre y enero.

La Estación
Teléfono: + (506) 2519-9209

La Estación ofrece 20 tipos de helados diferentes que combina con los toppings de Gallito.

Francisco Arias, gerente senior de relaciones corporativas y ganaderas de Dos Pinos.





Fabiola Molina, gerente de mercadeo de Moyo Costa Rica.

Competencia entre heladeros

¿A quién no le gustan los helados? la amplia oferta ha generado que la competencia entre en calor y eso lleva a los empresarios a buscar las mejores estrategias para que literalmente: "no se les derritan los helados". ¿Cómo logran diferenciarse las heladerías? ¿Qué acciones de mercadeo desarrollan y qué equipos utilizan? y ¿Cuáles novedades traen para el 2020? léalo en este especial.

Moyo cuenta con 13 tiendas en el país

Un programa de fidelización que se maneja a través de una aplicación y dos móviles que llevan los helados a cualquier lugar, le permiten a la marca estar cerca de sus clientes

De acuerdo con Fabiola Molina, gerente de mercadeo de Moyo Costa Rica, la situación país hace que las personas piensen más sus decisiones de compra y es por esto, que en ocasiones, es el postre lo que deciden dejar de lado. Es aquí donde una correcta estrategia de mercadeo le permite a una marca seguir vigente pese a la crisis.

"Contamos con un 2x1 en helados todos los miércoles, les ofrecemos tarjetas de regalo y tenemos un importante programa de fidelización en nuestra App Moyo Costa Rica, en ella pueden acumular puntos por sus compras, ganar productos gratis y también, obtener información nutricional de los helados. Todo esto nos ha permitido seguir contando con la fidelidad de nuestros clientes", manifestó Molina.

Moyo es una franquicia mexicana que cuenta con más de 150 tiendas, 13 de ellas, ubicadas en Costa Rica, 12 en el GAM y una en Jacó. Estos helados, destacan por ser hechos a base de yogurt sin grasa y estar acompañados de una amplia variedad de toppings. La marca ha integrado a su menú también, productos como crepas, smoothies y parfaits.

Taro, una raíz exótica de Taiwán es el sabor emblemático de esta heladería y avalancha de moras es el sabor más reciente, el cual es hecho de fruta natural, por ejemplo, para obtener un kilo de este concentrado, se requieren 12 kilos de fruta. Moyo cuenta en suelo nacional con 61 colaboradores, quienes son parte de un riguroso proceso de capacitación interna para ser parte de la empresa.

Los helados se preparan diariamente en cada una de las tiendas, esto con equipos especiales, suministrados en el país por Imesa Sistemas. Además, las cucharas de colores que vienen con los helados son hechas de material biodegradable y duran en el ambiente un máximo de 90 días.

Moyo Costa Rica

Teléfono: + (506) 2222-6662



La marca realiza lanzamientos de sabores cada dos meses y el yogurt que utiliza es desarrollado por pequeños productores nacionales.

Moyo cuenta con 61 colaboradores en el país y planea abrir dos nuevas tiendas el próximo año.



Alrededor de 60 centros de postres tiene McDonald's tanto dentro como fuera de sus restaurantes

Para la franquicia la venta de helados representa un segmento de negocio importante, pues le permite tener presencia en lugares fuera de los locales



Wendy Madriz, supervisora de comunicaciones corporativas de Arcos Dorados Costa Rica.

Tiendas por departamentos, centros comerciales o paradas de autobús, son solo algunos de los lugares de conveniencia, donde McDonald's ha decidido colocar los más de 60 centros de postres con los que cuenta en suelo nacional.

En estos espacios, los productos se basan en helados de vainilla, chocolate y combinado. Alternativas como sundaes, conos, McShakes, McColoso y McFlurry, todos ellos con variaciones de distintos toppings de sabores como chocolate, caramelo y fresa, son de las principales opciones. Los McShakes, son el producto más reciente lanzado al mercado.

De acuerdo con Wendy Madriz, supervisora de comunicaciones corporativas de Arcos Dorados Costa Rica, McDonald's cuenta con equipos desarrollados de forma exclusiva para los procesos de la marca, incluyendo los centros de postre. En el país, la empresa Nutrilac S.A, ubicada en Cartago, es la encargada de proveer a la franquicia todas las mezclas para la producción de helados.

"La maquinaria y tecnología utilizada por Nutrilac permite procesar miles de kilos de materia prima. Además, la compañía posee una flotilla especial de transporte que mantiene una temperatura de hasta -29°, lo que garantiza que las mezclas que se procesan en las máquinas de helados de los restaurantes y centros de postres de McDonald's conserven las propiedades de color, sabor y textura", comentó Madriz.

Durante el 2017 y 2018 McDonald's amplió su área de heladerías, esto con la apertura de nueve centros de postres. Lo anterior, específicamente en San José, Cartago, Alajuela, Heredia, Guanacaste y Limón. La marca no descarta más aperturas de espacios de este tipo para el próximo año.

Arcos Dorados Costa Rica
Teléfono: +(506) 2523-0000



McDonald's acostumbra lanzar presentaciones específicas de helados para temporadas especiales.





Heladería 0039 abrirá más puntos de venta en San Carlos y Guápiles en 2020

Este negocio cuenta con dos heladerías propias y cinco que operan bajo la modalidad de franquicia

Frutas de temporada o sabores como pistacho, nutella, churchill y chocolate blanco, son algunos de los utilizados por el maestro heladero, Leonardo de Angelis, propietario de Heladerías 0039, quien guarda celosamente recetas heredadas de generación en generación.

El negocio cuenta con dos heladerías propias y cinco operadas como franquicia. Asimismo, desde la planta de producción ubicada en Playa Potrero se despacha materia prima para hoteles como Dreams Las Mareas, Secrets, Westin Conchal y Planet Hollywood, por citar algunos, espacios que ofrecen los helados de la marca.

0039 es representante en Centroamérica de BABBI, empresa artesanal italiana con décadas de experiencia en la producción de bases para helados. Esta compañía facilita a sus franquicias la mezcla líquida y cada punto desarrolla los helados frescos gracias a una máquina mantecedora.

"Estamos trabajando en la receta de algunos productos sin azúcar, aunque el helado italiano por el tipo de proceso no resulta de alto impacto para personas diabéticas. Por otro lado, el próximo año abriremos en Guápiles y San

Carlos, también bajo el esquema de franquicia", comentó Roberto Mancino, gerente comercial de 0039.

El propietario de este concepto aprendió todo lo que sabe sobre gelatos, de su padre, quien en 1971 creó una de las primeras gelaterías artesanales de Italia, negocio que se ha expandido a varias regiones de ese país europeo, donde destaca por ofrecer helados con productos naturales y hechos a mano.

Heladerías 0039

Teléfono: + (506) 8342-5187



Heladerías 0039 ofrece más de 30 sabores de helados, entre ellos frutas de temporada.

Equipo produce hasta 110 litros de helado por hora

Las máquinas de la marca Taylor Comercial Foodservice pueden generar helados de dos sabores y combinados

Una amplia gama de máquinas que dan como resultado helados suaves y artesanales, es lo que ofrece Imesa Sistemas, representante en el país de la marca estadounidense Taylor Comercial Foodservice.

Estos equipos, ideales para negocios gastronómicos, hoteles, restaurantes y heladerías, producen helados de un sabor y dos sabores, las máquinas con esta última opción, cuentan con una tercera válvula dispensadora que al accionarse permite también, la posibilidad de ofrecer una combinación de los dos sabores disponibles.

Según Jeffrey Mata, gerente de ventas de Imesa Sistemas, una de las ventajas de estos equipos para helado es que existen en varios diseños, lo que les permite ofrecer máquinas compactas para espacios pequeños, así como equipos de mayor capacidad, los cuales cuentan con rodines.

"Para operaciones 24/7 los equipos con tratamiento térmico son los ideales, ya que permiten mantener el equipo trabajando de forma constante hasta 14 días, reduciendo los costos de mano de obra que se deben invertir en procesos de limpieza", expresó Mata.

Las máquinas que cuentan con distinta oferta de capacidad, pueden producir desde 13 litros de helado por hora, esto de un solo sabor; hasta 110 litros de helado por hora, lo anterior, de dos sabores o combinado. Imesa Sistemas cuenta con amplio stock de repuestos para las máquinas, además, ofrece servicio de instalación y mantenimiento.

Imesa Sistemas

Teléfono: + (506) 2272-7536



Los equipos están disponibles en diversidad de tamaño y capacidad, según las necesidades de cada negocio.






Taylor es Built to Serve

Imesa Sistemas S.A.
info@imesasistemas.com

Tel: (506) 2272-7536
www.imesasistemas.com








Estos helados a la plancha estilo tailandés no usan sabores artificiales y cuentan con un sabor del mes para todos sus clientes.

Q'Rollo cuenta con una unidad de eventos especiales que lleva esta experiencia de helados a distintas actividades.

El sector está muy saturado por eso el factor innovación es vital en tema de helados

Ronald Tames, gerente de mercadeo de Q'Rollo, asegura que el comportamiento del consumidor está cambiando y eso los ha llevado a cambiar su estrategia de negocio

Los helados a la plancha tienen su origen en Tailandia en los años 90s y consisten en una técnica 100% artesanal, en donde nada está preparado y es la selección de ingredientes del cliente lo que le da personalidad al helado. Q'Rollo una heladería ubicada en Contenedores Gastro Park en Cartago, se encargó de traer esta nueva forma de comer helados al país. Ronald y Pablo Tames y Bernardita Quesada, son los propietarios de esta heladería, que pese a que en algún momento contó con locales en centros comerciales, decidió cerrar estos espacios y apostar únicamente al negocio actual, ubicado dentro de un mercado gastronómico.

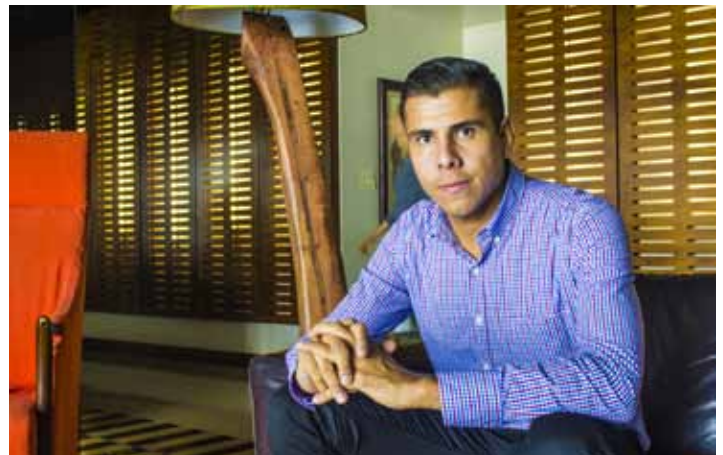
"El comportamiento del consumidor está cambiando aceleradamente, por eso decidimos cerrar nuestros locales de Terramall y Mall San Pedro y apostar por tener presencia en un espacio distinto, que brinda experiencias a los clientes. La visitación y consumo en centros comerciales ha bajado mucho, además de los costos elevados de los alquileres en estos lugares, que complican la operación", comentó Ronald Tames, gerente de mercadeo de Q'Rollo.

La guía de sabores de esta heladería permite más de dos mil posibles combinaciones de helado, lo que le garantiza a los clientes la posibilidad de probar un producto distinto cada vez. Esto según los propietarios, les ha permitido llevar la delantera en temas de diferenciación, pues pueden ofrecer helados con sabores innovadores como chiliguaro, miel de chiverre u horchata.

Q'Rollo presentará para la temporada navideña helados que combinan rompope artesanal, jagger y queque navideño. Para su preparación, estos helados en forma de rollo, requieren planchas especiales de acero inoxidable que alcanzan hasta -40 grados, este equipo es importado directamente desde Tailandia.

Q'Rollo

Teléfono: + (506) 8837-7788



Ronald Tames, gerente de mercadeo de Q'Rollo.





Los nuevos helados son altos en proteína y contienen fibra prebiótica.

Oso Polar lanza helados altos en proteína

La empresa realizó recientemente este lanzamiento, que se suma a sus paletas frutales, helados veganos y otros productos

Los propietarios de Oso Polar fueron parte de un taller de actualización en Estados Unidos, esto con el fin de adaptar su gama de productos a las nuevas exigencias del mercado, fue así como nació la más reciente línea de helados veganos y altos en proteína.

Estas nuevas alternativas no contienen azúcar agregado, además, los helados están hechos con fruta 100% natural y se pueden encontrar en sabores como chocolate, guanábana y mora, los mismos están disponibles en tiendas macrobióticas y supermercados.

Oso Polar, cuenta con una planta de producción ubicada en Curridabat, en la cual se desarrollan todos los helados que la marca tiene en el mercado, entre ellos, paletas frutales, helados artesanales, macrobióticos y libres de azúcar, para quienes buscan un producto más balanceado o acorde a una dieta específica.

Oso Polar

Teléfono: + (506) 2272 2525



La fascinación por la cultura italiana los llevó a crear Dolce Gelato

Esta marca cuenta actualmente con tres heladerías, las cuales recientemente cambiaron toda su línea de copas para helado por copas biodegradables y compostables

Desde las faldas del Volcán Irazú viene la leche fresca que se utiliza cada mañana para producir el gelato que Adriana Gómez, Braulio Vásquez y Rebeca Gómez, propietarios de Dolce Gelato, ofrecen a sus clientes, esto en sus dos locales ubicados en Cartago y el más reciente de ellos en Barrio Escalante.

Tras un viaje de verano a Italia, en el que estos empresarios trabajaron en una gelatería, surgió la idea de crear el negocio, el cual hoy en día se caracteriza por ofrecer varios sabores de gelato, todos desarrollados de manera artesanal gracias a la capacitación recibida en Italia por los propietarios en Gelato Naturale Academy, la cual los convirtió en maestros gelateros. "Nuestros gelatos son hechos con fruta natural e incluyen salsas, toppings, galletas, crocantes, fruta confitada, entre otros elementos, todos desarrollados por nosotros. Nuestro producto más vendido es crema italiana, es el favorito de los clientes. Para este cierre de año lanzaremos sabores como pie de manzana y rompopé", comentó Adriana Gómez, copropietaria de Dolce Gelato.

Dolce Gelato importa todos sus equipos directamente de Italia y utiliza aspectos como innovación y diferenciación de producto, así como programas de fidelización por medio de una tarjeta de cliente frecuente para mantener a sus clientes interesados en la marca.

Recientemente esta compañía decidió dar un paso en pro del medio ambiente y cambió toda su línea de copas para helado por recipientes debidamente certificados como biodegradables y compostables. Asimismo, como novedad la empresa espera enfocar su crecimiento en la modalidad de "Gelato Catering", llevando sus productos a eventos y actividades varias.

Dolce Gelato

Teléfono: + (506) 2573-4327

Adriana Gómez y Braulio Vásquez,
copropietarios de Dolce Gelato.

Gelatos listos en menos de 30 minutos

Alpiste ofrece variedad de bases y pastas tradicionales para gelatos, así como mejoradores de textura de la marca italiana Pregel.

Una oferta completa para que heladerías, negocios gastronómicos u hoteles realicen sus propios gelatos, es lo que pone a disposición del mercado Alpiste. Lo anterior, al importar directamente desde Italia todos los insumos necesarios para poder preparar un gelato en cuestión de minutos, contando, eso sí, con el equipo adecuado.

Pastas de sabores tradicionales como almendra, pistacho, chocolate y avellana, así como bases para gelatos en leche, agua, vegana y base alcohólica. Todo esto, sumado a mejoradores de textura, es parte de la propuesta que este proveedor brinda a quienes deseen ofrecer gelatos a sus clientes.

Según José Pablo Arias, chef ejecutivo de Alpiste, como parte de la variedad de Pregel, se cuenta también, con sabores de frutas no comunes en Costa Rica como arándanos, frambuesa y kiwi, ya que la variedad de frutas disponibles en el país es amplia y con cada una de ellas se podría hacer un gelato.

“En este momento contamos con cerca de 35 sabores de pasta, aunque el cliente puede trabajar la base con los sabores que desee y de esta manera satisfacer necesidades específicas de sus clientes como gelatos de churchill o arroz con leche, por citar ejemplos”, comentó Arias.

Por el uso y compra de la marca Pregel, Alpiste brinda acompañamiento y asesoría profesional en la utilización de los productos, esto incluye recetarios, capacitación del personal y seguimiento para la generación de nuevos sabores. Por otro lado, Alpiste está importando como acompañamiento a esta línea de productos para gelatos una línea de pastelería libre de gluten, también de la marca Pregel.

Alpiste Teléfono: + (506) 2587-0600



Alpiste ofrece variedad de bases y pastas para gelatos de la marca italiana Pregel.



INGREDIENTES AUTÉNTICOS ITALIANOS

from
your
family
to
yours

Distribuidora de Vinos y Alimentos
por Alpiste S.A.: Teléfono +(506) 2587-0600



Del túnel de Multiplaza Escazú, 800mts noroeste
Ofibodegas Capri 24-25

En Pregel encontrará un aliado efectivo, que le apoyará con las herramientas necesarias para lograr el éxito en su negocio. Desde ingredientes italianos de primera calidad, hasta apoyo técnico y asesoría comercial.



Da Noi lleva sus gelatos a eventos especiales gracias a carros móviles

Este concepto innova al ofrecer, además de gelatos, repostería y café en sus ocho locales distribuidos en el área metropolitana

Una vitrina de 24 sabores de helados, los cuales varían cuatro veces al año, esto según las frutas de temporada, constituyen la oferta de Da Noi, una gelatería propiedad de una pareja italo-costarricense, que busca ofrecer a sus clientes los sabores característicos de Europa.

Da Noi cuenta con dos plantas de producción, una de helados y otra de repostería, ambas ubicadas en Escazú. Desde ellas se despacha producto fresco a las 8 tiendas. Todos los equipos y máquinas que son parte del proceso son importados de Italia.

“Muchos de nuestros desarrollos obedecen al hecho de escuchar al consumidor, como por ejemplo, helados sin azúcar, sin gluten, o helados con licor para algunos eventos específicos, a los cuales damos respuesta gracias a carros móviles con los que contamos. El helado de torta chilena es el favorito de nuestros clientes”, comentaron Elena Barnabo y Marcello Polinari, socios fundadores de Da Noi.

Los Gelatos son 100% de fruta natural y agua y se endulzan con fructosa o stevia. Las propuestas frutales, no contienen grasa y cuentan con menos de un 9% de porcentaje de azúcar. Por su parte, los helados a base de crema son también, bajos en grasa y no incluyen mantequilla ni huevo.

Todos los helados en general, son desarrollados bajo el sistema “non stock”, esto significa que cuando el cliente los consume, tienen menos de 48 horas de producidos, norma que es un pilar en la empresa.

La repostería que se ofrece en estas gelaterías es 100% elaborada a mano y fresca. La misma se ha posicionado gracias al desarrollo de elementos como el dulce de leche y el merengue italiano. Da Noi no proyecta aperturas a corto plazo, sin embargo, planea una remodelación importante en el local de Oxígeno.

Da Noi

Correo: pedidos@gelateriadanoi.com



Marcello Polinari y Elena Barnabo, socios fundadores de Da Noi.

Las frutas con las que se desarrollan los helados de Da Noi son cosechadas por productores costarricenses.

Pequeños empresarios del sector lácteo cuentan con oferta diferenciada de productos

Yogurt, leche, productos cosméticos y quesos gourmet, es parte de lo que ofrecen los más de mil productores artesanales de lácteos del país

En el territorio nacional hay cerca de 28 mil productores de leche, de ellos, 1024 representan a empresas artesanales, mismas que por su trabajo en el área de innovación y diferenciación han logrado abrirse espacio en el sector gastronómico y hotelero, pues hoy en día, hay hasta amenidades y productos cosméticos a base de yogurt de leche de cabra, sí, así como lo lee.

Un ejemplo de lo anterior, es el negocio de doña Vera Calvo, su microempresa Engadí inició en el año 2000 con la producción de leche de cabra y en el 2010 tomó el camino de la diversificación, esto al iniciar la producción de una línea de productos cosmeceúticos, Jabones en pastilla y líquidos, cremas limpiadoras, humectantes, faciales y geles de baño, los cuales se desarrollan a base de yogurt orgánico de leche de cabra, son parte de la oferta de esta empresa. Pronto Engadí lanzará nuevos productos, específicamente un bloqueador solar y un contorno de ojos.

Por su parte, Adriana Miranda, propietaria de Quesos Biamonte, se especializa en quesos y yogurt de leche de cabra, esto en su finca ubicada en Coronado, donde cuenta con 300 cabras.

Quesos bañados en vino, madurados, fetta, ricotta y quesos marinados, así como su propuesta de yogurt griego, son parte de la oferta de Biamonte, que cuenta con negocios como Furca, Bacchus, Kalú y el Hotel Grano de Oro, dentro de su cartera de clientes, quienes aprovechan las características gourmet de sus quesos.

Finalmente, Quesos Artesanales del Roble, propiedad de don Fernando Vargas y su esposa Isabel Revilla, se dedica al desarrollo de quesos inspirados en el queso manchego, esto para un total de 14 tipos de quesos dentro de los que destacan los marinados en cerveza, café y especias.

Del Roble ofrece también, mantequilla, yogurt, crema dulce y natilla, esto para un total de 43 productos. Asimismo, esta pequeña empresa desarrolla productos a la medida de los clientes, esto por ejemplo, con sabores picantes, sin sal o con algún sabor en particular:

Engadí

Teléfono: + (506) 8959-1570

Correo: info@engadi.net

Quesos Biamonte

Teléfono: + (506) 2294-2770

Correo: quesosbiamonte@gmail.com

Quesos Artesanales del Roble

Teléfono: 8913-8554

Correo: quesos.delroble@gmail.com



Vera Calvo, propietaria de Engadí, empresa dedicada a la producción de una línea cosmética a base de yogurt de leche de cabra.



Adriana Miranda, propietaria de Quesos Biamonte, esto con más de 10 tipos de quesos y yogurt griego de leche de cabra.



Fernando Vargas y su esposa Isabel Revilla, propietarios de Quesos Artesanales del Roble.





Un inspector autorizado debe emitir un certificado relacionado con la operación del gas dentro del establecimiento para que se pueda recibir o renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento.

Nuevos requisitos para permisos de gas

Quienes usen gas deberán presentar un informe técnico de inspección para renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento

Directriz emitida por el Ministerio de Salud en setiembre anterior, exige a los propietarios de negocios gastronómicos contratar los servicios de un inspector autorizado que garantice que cumplan la normativa vigente

Milady Benavides es la administradora del Restaurante La Antojería Mexicana, recientemente esta empresaria se topó con la sorpresa de que había un nuevo requisito para poder renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento (PSF) del negocio.

Dicho requisito, implica desde ahora, que todo establecimiento que cuente con gas dentro de sus instalaciones, debe presentar un informe por parte de un experto, el cual ratifique que el espacio cumple a cabalidad la normativa técnica vigente en materia de uso y operación de Gas Licuado de Petróleo (GLP).

Acorde con Benavides, este nuevo requerimiento representa un gasto extra para los restaurantes, sodas y demás negocios de servicio de alimentación al público. En su caso, dicho proceso ha representado una inversión que ya supera a los 700 mil colones, esto sin contemplar el desarrollo de un

plan de emergencia, que es también parte de las nuevas exigencias.

“Hemos tenido que cambiar llaves, mangueras y sensores en el sistema de gas. Asimismo, el técnico nos recomendó hacer cambios en la parte eléctrica, lo cual significa otro gasto y estamos seguros que para hacer el plan de emergencia habrá que hacer nuevos cambios y correcciones que representarán más inversión de dinero”, manifestó Milady.

Según la administradora de La Antojería Mexicana, es entendible que el Ministerio de Salud quiera velar por la seguridad y buen funcionamiento de los restaurantes. Sin embargo, los empresarios hubiesen agradecido que se les avisara con anticipación sobre esta nueva directriz, pues los gastos extra que está generando cumplir con los requisitos golpean la economía de los negocios, más aún en un año tan difícil como este para el sector.

¿Quién debe realizar la inspección?

En el Decreto Ejecutivo No.41150 MINAE, se define el Reglamento General para la Regulación del Suministro de Gas Licuado de Petróleo, en esta regulación intervienen el Ministerio de Salud, el MINAE y Bomberos



Litzzy Xu, es una de los cerca de 50 inspectores autorizados de Gas Licuado de Petróleo que hay actualmente en el país.

de Costa Rica, quienes en conjunto establecen los requisitos para que un establecimiento pueda operar utilizando gas.

La directriz ministerial emitida en setiembre anterior por parte del Ministerio de Salud, determina que: "Los establecimientos que utilicen o expendan GLP, deberán presentar un informe técnico de inspección emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos o por un profesional colegiado..."

En Costa Rica existen aproximadamente y hasta el momento, cerca de 50 inspectores autorizados de este tipo, únicos con autorización formal para emitir el certificado requerido como parte de la renovación del Permiso Sanitario de Funcionamiento.

Para Ricardo Morales, jefe de la Unidad de Normalización de Servicios de Salud en Ambiente Humano del Ministerio de Salud, el cumplimiento de este requisito es vital, pues quienes presenten fallas se exponen a que se les revoque el permiso sanitario de funcionamiento.

Litzzy Xu es ingeniera química y además de su trabajo en una empresa, desde hace algunos meses, brinda servicios como inspectora de instalaciones de Gas Licuado de Petróleo, para lo cual se certificó como técnico autorizado ante el MINAE.

Esta experta asegura que son muchos los restaurantes y negocios gastronómicos que han solicitado sus servicios en los últimos meses, aproximadamente 12 establecimientos al mes, quienes pagan como mínimo 110 mil colones (IVA incluido) por la emisión del informe técnico.

Aspectos a considerar si está pronto a renovar su Permiso Sanitario de Funcionamiento

"La asesoría depende de cada establecimiento, en ocasiones es dar recomendaciones sobre la ruta de evacuación, detectores de fuga de gas, alarma de humo, rotulación o cambio de alguna válvula, regulador o manguera. Así como pueden ser casos más complejos, como la reubicación de los tanques o cilindros de gas, en donde debo asesorarlos en el diseño de la tubería que deben emplear, la ruta de las tuberías, las válvulas y reguladores a utilizar", manifestó Xu.

Según la experta, la principal falla que cometen los restaurantes, es tener el cilindro en el interior del establecimiento, lo cual es considerado como falta grave. Por otro lado, faltas como mala ubicación de detectores de fuga, ausencia de rotulación adecuada, extintores de fuego sin sellos de certificación y ausencia de un Plan de Emergencias en el local, son también, errores recurrentes.

El Ministerio de Salud de salud tiene plazos para otorgar el Permiso Sanitario de Funcionamiento, dependiendo de la categoría de riesgo sanitario de cada actividad. Para el Grupo A (riesgo bajo) se otorga el PSF al momento de presentar la documentación completa, Grupo B (riesgo moderado) en 7 días hábiles y Grupo C (riesgo alto) en 20 días hábiles. Normalmente, los restaurantes o negocios gastronómicos, se categorizan como Grupo B, riesgo moderado.

La Antojería Mexicana

Teléfono: + (506) 2241-2397

Litzzy Xu, inspector autorizado GLP

Teléfono: + (506) 8888-6362



"Los empresarios hubiesen agradecido que se les avisara con anticipación sobre esta nueva directriz, pues los gastos extra que está generando cumplir con los requisitos golpean la economía de los negocios". Milady Benavides, administradora del Restaurante La Antojería Mexicana.

Más de diez opciones de platillos incluye el menú keto de El Portón Rojo, que recientemente lanzó su primer postre keto, un cheesecake.



¿Sabe cómo incluir alternativas keto en su menú?

Restaurantes como El Portón Rojo, Go Fish e Italia en Casa, ya han decidido hacer parte de su oferta este tipo de opciones, esto con el fin de captar cada vez a más clientes

Nadie dijo que sería fácil, pero ¿que no haría un negocio para aumentar su clientela en estos tiempos?, retos como lograr un menú más limpio en tema de uso de aceites y materias primas, modificación de prácticas en la cocina y la inversión que representa contratar la asesoría de un experto, son algunos de los que asumen los restaurantes que deciden tener opciones keto en su menú. Empecemos por lo básico, ¿Qué es la alimentación keto?, según Donald Vega, director de Kilosophy Nutrición, este estilo de alimentación busca cambiar el sistema metabólico a dependencia de grasas como fuente de energía, esto en lugar de glucosa.

“La dieta Keto proviene del metabolismo del mamífero de manera cíclica a través del año. Lo anterior, permite que el mamífero pueda sobrevivir durante la época de carencia de alimentos, ya que las reservas de grasa almacenadas durante la época de abundancia, una vez que cambia la estación, se convierten en la fuente primaria ante la ausencia de energía externa”, comentó Vega.

¿Qué beneficios aporta, porqué tantas personas están volviendo la dieta keto parte de su día a día? Acorde con Donald, este tipo de alimentación revierte condiciones crónicas como sobrepeso, diabetes tipo 2 e hipertensión arterial, así como cerca de 50 condiciones negativas de salud asociadas al sobrepeso.

Al parecer los beneficios son muchos y es por esto, que esta tendencia, moda o estilo de vida, se hace cada vez más popular entre las personas. Lo mencionado, justifica que negocios gastronómicos como El Portón Rojo, Italia en Casa, Go Fish, Tierra Sur, Kalú, Cabo Taco y el Ripario tomaran la decisión de incluir en su menú alternativas keto.

Pasos a seguir para tener un menú keto:

- Busque la asesoría de expertos e infórmese sobre cuáles son los alimentos ideales para este sistema, aquí algunos

Quienes buscan la asesoría de Kilosophy tienen acceso a una aplicación que brinda tips, consejos, recetas y listas de productos e ingredientes keto, así como comercios donde pueden conseguirse.



Donald Vega, director de Kilosophy Nutrición.

ejemplos: vegetales no harinosos, hojas verdes, carnes, pescados, moluscos, mariscos, vísceras, huevos, quesos, aguacates, aceitunas y semillas.

- Conozca el sistema de alimentación a fondo e inicie un proceso creativo y de innovación para desarrollar platillos que incluyan los ingredientes permitidos.

- Prepare una propuesta y preséntela a quien le asesora en el proceso para recibir el visto bueno y asegurarle a los clientes que sus opciones keto son consistentes con ese tipo de alimentación.

“Actualmente en Kilosophy hemos certificado a cerca de siete restaurantes, quienes han manifestado interés por tener alternativas keto. Una sabia decisión, pues esto es algo que llegó para quedarse, debido a los efectos positivos percibidos en la salud de las personas”, manifestó Vega.

El Portón Rojo cuenta con pizzas, pastas, postres y bebidas keto

Karla Chaves es la propietaria del Restaurante El Portón Rojo, este espacio que cuenta con locales en Escazú, Los Yoses y Curridabat, ofrece como parte de su propuesta gastronómica platillos típicos de la gastronomía italiana, entre ellos varios tipos de pizzas, pastas y ensaladas.

Desde hace tres meses y como una forma de llegar a un público muy específico, pero en crecimiento, esta empresaria decidió desarrollar un menú keto, esto de la mano de los expertos de Kilosophy, quienes le brindaron apoyo en el proceso.

“Tenemos pizzas de harina de almendra molida y pastas hechas con zuquini, además, contamos con bebidas keto. Esta decisión nos ha permitido atraer a gran cantidad de clientes nuevos, personas que antes no nos visitaban. Por otro lado, nos llevamos la sorpresa de que salen muchos pedidos de UberEats del menú keto”, afirmó Chaves.

Según la empresaria lo más difícil del proceso fue la etapa creativa, en la que tuvieron que desarrollar nuevos platillos y hacer pruebas hasta lograr el punto ideal. Cerca de dos meses tardó este negocio en tener lista su oferta keto, la cual es consumida por aproximadamente el 20% de su clientela.



Karla Chaves, propietaria de El Portón Rojo, decidió desarrollar un menú keto, esto de la mano de los expertos de Kilosophy, quienes le brindaron apoyo en el proceso.



Café Bar Fortuna se ubica en el corazón de San José frente al Parque Central.

Restaurante se reinventa para mantenerse en el corazón de “chepe”

Operar en el centro de San José no es tarea fácil, la carencia de parqueo propio, la competencia voraz y el lograr atraer clientes a esta zona son retos diarios



Juan Calderón, administrador de Café Bar Fortuna.

Café Bar Fortuna es la nueva versión de un restaurante de comida china que operó por muchos años frente al Parque Central en la Capital. En su resurgir, este negocio propiedad del empresario oriental, Jaime Cheng, busca atraer a familias, ejecutivos y parejas que desean disfrutar de buena gastronomía en el corazón de San José.

En la remodelación del espacio, que en un inicio tenía en la primera planta el restaurante chino y en la segunda oficinas, se invirtieron cerca de \$230 mil, esto para convertir ambos niveles en el nuevo restaurante.

En el primer piso La Fortuna ofrece una alternativa buffet y de comida para llevar y en el segundo, el espacio cuenta con una oferta gastronómica gourmet, vinos, cócteles y una terraza con vista al Parque Central y la Catedral.

De acuerdo con Juan Calderón, administrador del lugar, contratado por el propietario para desarrollar el nuevo concepto, este café, bar y restaurante, nace con la idea de devolverle a las personas la oportunidad de disfrutar “chepe”.

“Queremos que los clientes se sientan seguros y libres de andar en la Capital y que cuenten con un espacio en donde puedan disfrutar de la vista en nuestra terraza, tomarse un café o un vino y acompañarlo de los mejores platillos”, expresó Calderón.

¿Cómo sobrevivir a la mala fama del centro de San José?

Poco a poco la Capital se ha ido convirtiendo en un espacio más seguro, las autoridades municipales y Fuerza Pública se han encargado de devolverle a la población los espacios públicos. Sin embargo, para un restaurante, los retos al operar en esta zona, son cosa de todos los días.

En el centro de San José es casi imposible que un local tenga parqueo, por lo cual los clientes que vienen en carro deben parquear en los parqueos cercanos, que normalmente tienen tarifas elevadas.

Por otro lado, las personas tienen reservas sobre el centro de “chepe” y no es siempre su primera elección, cuando piensan donde ir a comer, pese a que en dicha zona hay gran cantidad de restaurantes y lugares de comida.

Según el administrador de Café Bar Fortuna, para lidiar con todos los retos que plantea San José, ellos han desarrollado estrategias de mercadeo para

atraer a clientes de oficinas, bancos y entidades de gobierno, para quienes tienen menú ejecutivo que no se repite en todo el mes y planes de fidelización para clientes frecuentes.

En los casi dos años que lleva esta nueva versión de La Fortuna, la rotación ha sido prácticamente del 1%, pues de los 20 colaboradores del lugar, solamente una persona ha salido de su puesto, esto gracias a un buen ambiente laboral y un líder con experiencia comprobada en el sector y manejo de personal.

Solamente en los alrededores del Parque Central hay cerca de 30 negocios gastronómicos, por lo cual este restaurante hace frente a la competencia con comida de calidad a buen precio, esto gracias a alianzas comerciales con sus proveedores.

Café Bar Fortuna

Teléfono: + (506) 2222-3808



Francisco Valverde, mesero de La Fortuna, quien trabaja en el lugar desde su reapertura y cuenta con 15 años de experiencia.



César Delgado, cliente frecuente de La Fortuna, quien trabaja en una de las oficinas cercanas y almuerza el menú ejecutivo a diario.

Alberto Blanco, chef privado enfocado en la tendencia de comida saludable y vegana.



“La comida es medicina, debemos volver a cultivar y comer lo que cosechamos”

Alberto Blanco se define como un chef de nueva generación, su propuesta se centra en platillos saludables, vegetarianos y veganos

Por: Arleth Badilla Morales

Ha trabajado en gran cantidad de restaurantes y hoteles y de hecho tuvo su propio negocio llamado Café Mandala, el cual estaba ubicado en Puerto Viejo. El chef Alberto Blanco asegura que las personas son lo que comen y que la comida es alimento no solo para el cuerpo sino también para el alma.

Su camino por el mundo de la gastronomía saludable y natural inició cuando trabajaba en retiros de yoga en Puerto Viejo, ahí supo que a través de su comida podía contribuir con el objetivo de las personas de lograr un equilibrio entre mente, cuerpo y espíritu.

“La mentalidad está cambiando, hay muchos artistas veganos y gran cantidad de restaurantes de este tipo a nivel Mundial. Costa Rica no escapa a esta realidad y poco a poco las personas empiezan a preocuparse más por lo que comen y surgen más negocios que ofrecen una propuesta saludable”, afirmó Blanco.

Alberto tuvo que cerrar su negocio en Puerto Viejo, esto debido a que necesitaba atender varios trabajos como chef privado y porque deseaba además, dedicar tiempo a ciertos proyectos personales que ha estado gestando.

Volver a la idea de sembrar para comer

Organic Medicine es una de estas iniciativas, este proyecto busca ofrecer al comensal una experiencia de sanación a través de la comida. Todo lo anterior, con trabajo en fincas, realización de retiros y otras acciones que impulsan un cambio espiritual y físico en las personas.

Lograr impulsar el rescate de la agricultura, es uno de los objetivos de este chef, quien asegura que se debe sembrar y comer todo aquello que se logre cosechar, esto con el fin de alimentarse de forma más saludable y

ayudar al planeta.

Según Blanco el mundo de la gastronomía saludable es muy amplio y poco a poco reincorpora ingredientes y productos desconocidos o que habían dejado de usarse como leche coco, cacao puro, quínoa, dátiles, moringa, plantas medicinales, cúrcuma, jengibre, cardamomo y espirulina, entre muchos otros, que en casos no son conocidos por las nuevas generaciones. “En lo personal tener una buena alimentación me ayuda a canalizar las energías del cuerpo y sentirme más vivo, la salud física mejora al 100% por llevar una alimentación saludable y el cuerpo no se siente pesado, tóxico ni negativo” manifestó Blanco.

Organic Medicine estará pronto en Europa, pues este chef estará un tiempo trabajando como chef privado en varios países de ese continente, todo con el fin de promover la alimentación saludable y dar a conocer más sobre Costa Rica y sus exóticos productos y recetas.

Actualmente, Alberto está trabajando en la Finca Abejarias en San Ramón como chef privado, a la vez, que trabaja de la mano del propietario de la finca, un experimentado agricultor y apicultor en la regeneración de la tierra de la propiedad.

¿Qué retos representa para un chef centrar su propuesta en una única tendencia, en este caso la saludable y cómo lograr que los comensales acepten este tipo de comida?

Para un chef es un gran reto porque empiezas a jugar con miles de ingredientes saludables, sabores, texturas, nutrientes, calidad, especias, y mucha creatividad y de ahí parte la aceptación del comensal. Además, también influye cuánto amor depositas en la creación de un platillo, pues eso se transmite.



Ileana Alfaro, propietaria de los restaurantes Novillo Alegre Heredia y Francesco Terraza Italiana.

Una de las franquicias de El Novillo Alegre está en manos de una mujer

Por: Arleth Badilla Morales

Ileana Alfaro es propietaria del Novillo de Heredia y además, decidió abrir un nuevo restaurante de comida italiana

Perfeccionista, exigente y enérgica, así se define Ileana Alfaro, la única mujer del país que es dueña de una de las franquicias del conocido concepto El Novillo Alegre, pues el resto de los propietarios de la franquicia son hombres, para ella esto es motivo de orgullo, sobre todo por el apoyo que ha recibido de los demás empresarios.

A sus 49 años esta mujer ha demostrado ser de armas tomar, pues tras tener un negocio exitoso en otra rama, decidió seguir una corazonada e incursionar en el mundo gastronómico, algo que siempre le llamó la atención.

Hace tres años Ileana decidió comprar la franquicia de El Novillo Alegre y abrir uno de estos restaurantes en Heredia, el cual hasta ahora opera con éxito y normalidad, tanto así, que Alfaro encontró motivación para emprender con otro restaurante.

“De momento tengo dos restaurantes, El Novillo y Francesco Terraza Italiana, este sector me ha brindado experiencias muy enriquecedoras y me ha permitido crecer a nivel personal y profesional, me alegro de haber incursionado en el mundo gastronómico”, expresó Alfaro.

Según la empresaria, pese a la complicada situación que vive el país, ha logrado mantener sus negocios gracias a un buen servicio y la garantía de ofrecer siempre un producto de calidad. La clave para ella, está en que cada cliente viva una grata experiencia y siempre desee regresar.

Para Alfaro el negocio gastronómico presenta variables constantes que hay

que aprender a resolver de inmediato, esto para lograr que la operación de los negocios sea óptima. Desde los productos que se ofrecen hasta el servicio al cliente, todos son factores que deben estar bajo la lupa.

¿Cómo ser una buena líder para los colaboradores?

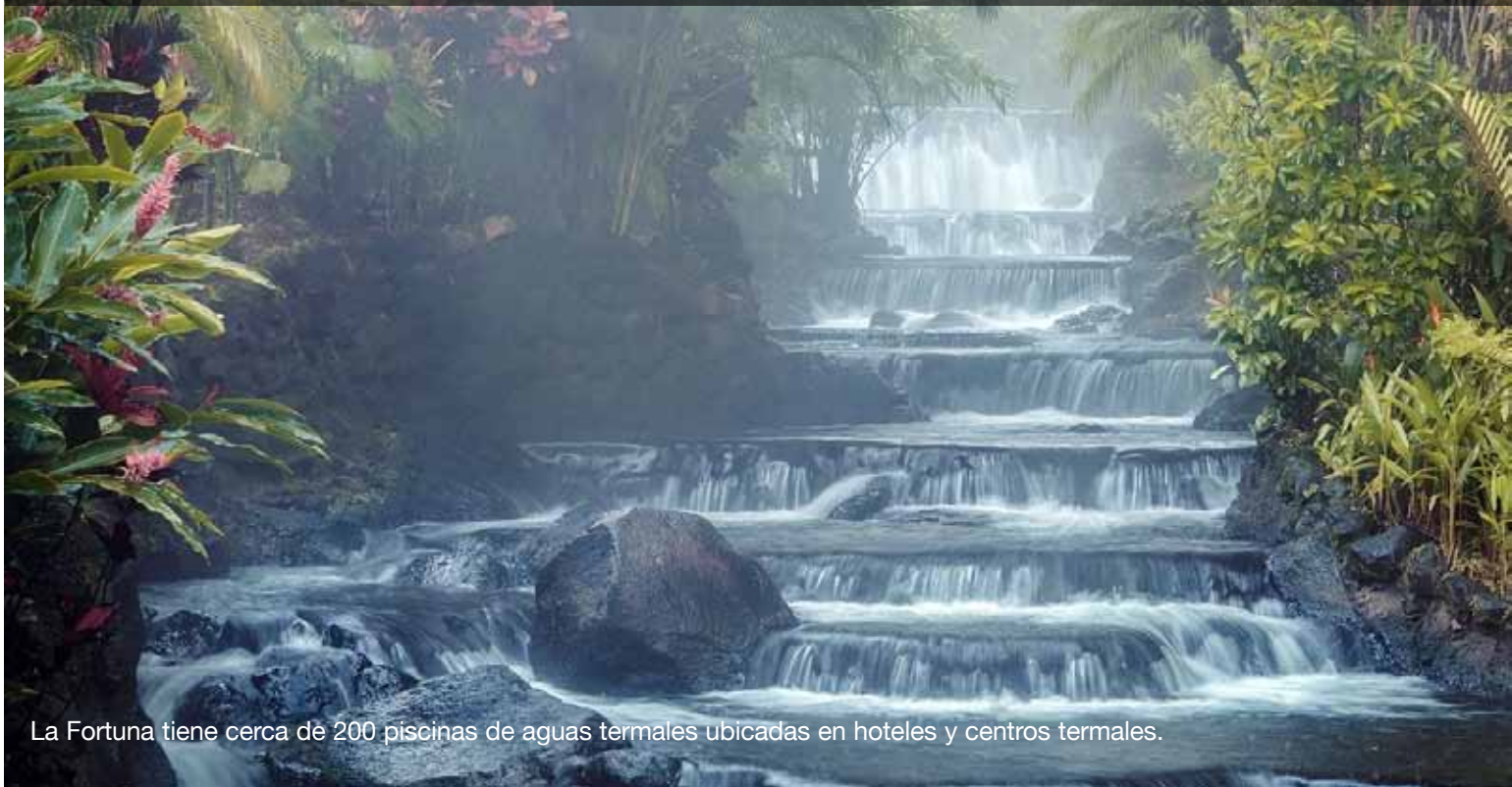
Acorde con Alfaro estar en un puesto de liderazgo es una gran responsabilidad. Proyectar compromiso, disciplina y predicar con el ejemplo, son las claves para que los colaboradores trabajen tan duro como lo hace su jefe.

En su equipo de trabajo de El Novillo, Ileana tiene a diez mujeres, desempeñando distintos puestos, quienes trabajan en equipo con varones, todos en armonía, pues la empresaria ha posicionado el trabajo en equipo para optimizar la operación.

“Me considero una mujer que disfruta del trabajo en equipo y a la vez, cuenta con una alta capacidad de trabajo a nivel individual. Me gusta disfrutar de la vida y hacer las cosas bien. A veces me permito soñar aunque nunca aleje los pies de la realidad”, manifestó Alfaro.

Esta empresaria asegura que lograr un adecuado balance entre la vida como empresaria y la vida familiar o personal no siempre es una tarea fácil, sin embargo, cada persona debe analizar los valores que impulsan su personalidad, esto para alcanzar un equilibrio y ser constante en el proceso diario de mejora y crecimiento.

La Fortuna busca potenciar la gastronomía local y las aguas termales como atractivos de la zona



La Fortuna tiene cerca de 200 piscinas de aguas termales ubicadas en hoteles y centros termales.

En esta región del país hay más de 200 piscinas de aguas termales con propiedades curativas, las cuales son buscadas por turistas estadounidenses y europeos

Por: Arleth Badilla Morales

Tadeo Morales, es el vicepresidente de Arenal Cámara de Turismo y Comercio, una agrupación conformada por empresarios turísticos de la zona de La Fortuna y que cuenta ya con 40 afiliados, todos unidos con el fin de impulsar el potencial turístico de su comunidad.

En La Fortuna hay 86 hoteles, la gran mayoría de ellos cuentan con restaurante propio. Además, hay cerca de 50 restaurantes independientes. Por otro lado, esta región resguardada por el imponente Volcán Arenal, cuenta con más de 200 piscinas de aguas termales, las cuales se han convertido en un gran atractivo para el turista extranjero.

La Cámara de empresarios antes mencionada, se encuentra desarrollando distintos proyectos que buscan promocionar La Fortuna como destino. Dentro de ellos destaca: "Octubre Termal", una iniciativa que impulsa la visitación y disfrute de las aguas termales.

Esta zona experimenta temporada baja solamente en octubre y noviembre, pues el resto del año maneja un porcentaje de ocupación que supe-

ra el 70%, esto debido a que el lugar se convirtió en un sitio con muchas actividades por realizar, más allá del Volcán Arenal, que es de sus principales potenciales.

Turismo de aventura y bienestar, aguas termales, puentes colgantes y caminatas, son parte de las actividades que realizan el millón de personas que visitan en promedio La Fortuna al año, la gran parte de ellos estadounidenses, canadienses y mexicanos.

Pese a lo anterior, la visitación de turistas europeos está creciendo, pues se estima que un 90% de los europeos que visitan Costa Rica pasan de 1 a 3 días en La Fortuna. Por otro lado, la Cámara se encuentra liderando también, en conjunto con el INA, un proyecto que propone potenciar la gastronomía como producto turístico de la zona.

"Los cocineros graduados del INA de La Fortuna salen con una especialidad que no se imparte en ningún otro centro del país y esto consiste en "cocina con aguas termales", pues hay estudios que evidencian que el



Tadeo Morales, vicepresidente de Arenal Cámara de Turismo y Comercio



David Monge, gerente general de Paradise Hot Springs.

contenido mineral de las aguas termales puede ser transferido a los alimentos mediante correctas técnicas de cocción”, comentó Morales.

Aguas termales convierten a La Fortuna en un destino de bienestar. Las aguas termales de La Fortuna están distribuidas en hoteles y centros termales, las mismas se distribuyen en siete diferentes tipos de aguas con contenidos minerales distintos. Las personas pueden absorber los minerales a través de la piel debido a la inmersión y de esta forma obtener beneficios relajantes y curativos.

David Monge, es el gerente general de Paradise Hot Springs, un negocio que inició como centro termal y que desde 2017 habilitó habitaciones, esto con el fin de empezar a apostar por el turista que busca vivir una experiencia de bienestar.

“Hemos visitado España para capacitarnos en el tema de agua termal, esto en Termatalia. Además, destinamos recursos a estudios especiales, que nos permiten conocer las bondades y beneficios de nuestras aguas,

las cuales atraen a turismo “wellness” y deportistas, que son de nuestros principales clientes”, manifestó Monge.

El hotel cuenta actualmente con 17 habitaciones y recibe cerca de 200 mil personas por año en su área de centro termal. Para atraer personas en temporada baja, esta alternativa de hospedaje entabla alianzas con otros empresarios de la zona que ofrecen tours y paquetes promocionales.

A mediano plazo Paradise Hot Springs pondrá a disposición del público nuevas categorías de habitaciones con jardín privado. Asimismo, se lanzará próximamente un tour gastronómico que incluye un menú de degustación de siete platos, enfocado en cocina costarricense.

Según el gerente, uno de los principales retos de operación que enfrentan en la zona es la escasez de personal especializado en temas como bienestar, café, vinos y licores, así como tendencias de alimentación saludable, que es algo que busca mucho el turista que visita La Fortuna.



Tendencias en la compra de los viajeros

Por: Arleth Badilla Morales

La agencia de mercadeo digital especializada en empresas turísticas Coral, compartió importante información que justifica las nuevas tendencias de compra de los viajeros

De acuerdo con Alexander Rojas, director de Coral, dicha información se refiere a compradores de servicios turísticos que vienen a Latinoamérica específicamente de Estados Unidos y Europa, quienes por ejemplo, se estima tienen poco más de 130 puntos de contacto, previo a tomar decisiones en relación con su viaje.

“Los viajeros realizan cerca de cuatro consultas por día, mientras planean su viaje, esto al buscar tiquetes aéreos, opciones de hospedaje, rent a cars, agencias de viaje, opciones gastronómicas, entre otros. Las decisiones las toman comúnmente entre las 8 y las 10 de la noche o los

fines de semana”, manifestó Rojas.

Acorde con los datos de Coral, hay seis tipos de viajeros: buscadores de precios, de lujo, sociales, independientes, experimentales y habituales. La noticia es que todos en algún momento de su búsqueda, utilizan o mínimo consultan las opciones disponibles en las Agencias de Viaje Online, más conocidas como OTA's.

Lo anterior, significa que los empresarios de hoteles, restaurantes o demás servicios turísticos, deben tener presencia en estos canales de reserva, sin dejar de lado, eso sí, el mantenimiento y actualización de

sus sitios web y redes sociales.

Se estima que un 88% de los turistas se sintió atraído por una oferta y la compró. Asimismo, más del 93% acostumbra leer los comentarios de otros usuarios y los toma en cuenta para tomar una acertada decisión de compra, esto debido a que la influencia de otros, especialmente los de su círculo cercano, se ha vuelto vital.

“Un 71% afirma guiarse por la publicidad para adquirir un servicio turístico, pese a esto, un 82% asegura tomar decisiones en base a lo que personas cercanas como familiares o amigos le han comentado, a esto le llamamos el poder del micro “influencer”, que no necesariamente tiene que ser una persona famosa”, comentó Rojas.

¿Cómo sacar el máximo provecho a su sitio web o redes sociales y hacer que generen ventas?

Según el experto, un 80% de los clientes online, están dispuestos a cancelar su reserva si encuentran un proveedor que le ofrezca mejores condiciones. Por otro lado, un 87% manifiesta sentir que debe mejorar el servicio al cliente por estos canales, razón por la cual, es importante estar atentos a las cancelaciones y tratar de entender porque se dieron para buscar puntos de mejora.

Algunos aspectos como contar con fotos en alta resolución y videos profesionales, textos que aporten contenido de valor, sitios web que impulsen al usuario a la acción y que tengan diseños simples, así como imágenes y recursos que transmitan emociones y experiencias, son vitales para que el sitio web o el perfil de facebook o instagram sean generadores de ventas directas.

Generar producto turístico se puso de moda

Benjamín Jiménez, director ejecutivo de Planeación Estratégica del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, México, quien visitó el país como parte del Encuentro de Empresarios, organizado por ACOT, afirma que lograr generar producto turístico y enlazarlo con emociones es la clave del éxito en temas de turismo.

“La generación de producto turístico se puso de moda y es además, una necesidad, pues el turismo es sinónimo de reducción de la pobreza. En México por ejemplo, el potencial turístico se concentra en cinco zonas, las cuales han logrado ofrecer experiencias y emociones a sus visitantes, esto es producto turístico, que la gastronomía, la historia, el lugar te genere sentimientos”, afirmó Jiménez.

Para el experto hay varios aspectos que deben activarse para generar intención de compra a nivel general y esto aplica también, en el turismo. Entre ellos destacan, llamar la atención como primer paso, esto para estimular los sentidos y finalmente, generar emociones, mismas que permitan que la persona quiera regresar o sea un embajador del hotel, restaurante o sitio turístico.

Sobre Coral:

Con presencia en países como Costa Rica, Perú y España, Coral se dedica a lograr un aumento en las ventas de sus clientes en medios digitales, sobre todo empresas que brindan servicios turísticos como hoteles, tour operadores, rent a cars, entre otros.

Como parte del más reciente encuentro de la Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT), esta compañía compartió datos y cifras de interés para Latinoamérica, esto relacionado con los nuevos parámetros que motivan el comportamiento del turista o viajero.



Alexander Rojas, director de Coral.



Benjamín Jiménez, director ejecutivo de Planeación Estratégica del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, México.

Directorio de proveedores de gastronomía y hotelería



Descubralo en el web app
m.exphore.com

Más información: revistaapetito@ekaconsultores.com