



Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

¡Vendrán tiempos mejores!

Suscríbase en:
www.apetitoenlinea.com

EDICIÓN N° 147
Abril - Mayo 2020

 /Revista Apetito



PORTE PAGADO
PORTE PAYÉ **PERMISO N° 130**

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

Anúnciese en *Apetito*

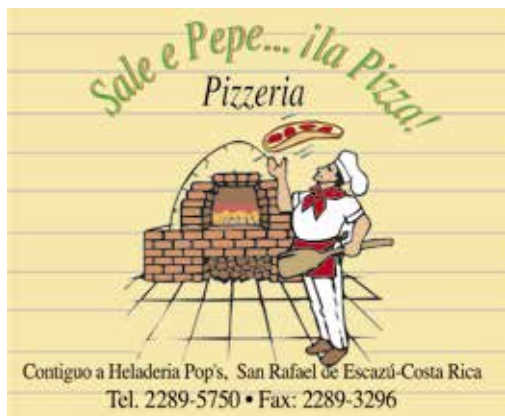
y reserve su stand en Exphore, ExpoVino



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



Del Director

Karl Hempel
Director
karl@ekaconsultores.com

¡La vida sigue y Exphore 2020 también!

Durante muchos años, hemos visto el alto valor de los empresarios del sector de hoteles y restaurantes, gente luchadora, que con su trabajo han sido por muchos años el motor de la economía costarricense.

Durante muchos años, hemos visto el alto valor de los empresarios del sector de hoteles y restaurantes, gente luchadora, que con su trabajo han sido por muchos años el motor de la economía costarricense.

Hoy, ante la situación que vivimos, con esta pandemia, nos solidarizamos con el sector; al igual que sabemos con certeza, como ha sucedido en varias ocasiones, que sabrá levantarse con ahínco y que muy pronto, de nuevo, estará poniendo en marcha los engranajes que siempre lo han definido como un sector exitoso. En nuestra organización, y de parte de Exphore, pueden contar con nosotros como un verdadero aliado que busca tender la mano, para que juntos busquemos soluciones viables y prontas.

En nuestro caso, como organizadores de Exphore, y acatando las disposiciones de las autoridades sanitarias, hemos trasladado la feria a una nueva fecha: 24, 25 y 26 de Noviembre, 2020; manteniendo las mismas condiciones profesionales que nos identifican, así como el mismo recinto: Centro de Convenciones, en San José Costa Rica.

La nueva fecha nos motiva porque estamos seguros que para las empresas expositoras y visitantes del gremio, conformará una oportunidad de reactivación del sector; de avivar y reforzar los lazos empresariales que los han identificado.

Sabemos que Exphore 2020 siempre ha sido una plataforma de negocios y de crecimiento para las empresas participantes y para nuestros visitantes, y ese siempre será nuestro norte, y para esta edición, dadas las circunstancias, nos reafirma aún más este compromiso y ser un aliado y una herramienta para que todos podamos levantarnos juntos.

Sabemos que son tiempos difíciles y cuentan con todo nuestro apoyo y como siempre, un aliado incondicional.

Atentamente,
Karl Hempel
Presidente

Guillermo Rodríguez
Asesor Comercial
guillermo@ekaconsultores.com
WhatsApp: (506) 8997-1651
www.exphore.com



EXP|HO|RE

El evento para la gente que trabaja en Gastronomía y Hotelería

Edición XX

24-26 NOVIEMBRE 2020

CENTRO DE CONVENCIONES DE COSTA RICA

Organiza:

Apetito
La revista para chefs y hoteleseros

Su entrada en www.exphore.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

Colaboradores

Arleth Badilla

Directora de Eventos

Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

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



17



20



16

Contenido

Aperitivos

- 05. Empresarios del sector tienen a la venta propiedades, locales, equipo, menaje y más
- 06. Notas de apetitoenlinea.com
- 10. La importancia del colchón
- 12. Demanda de huevo crece 30% en emergencia por Coronavirus
- 13. ¿Por qué es importante la filtración de agua en una máquina de hielo?
- 14. La buena sazón reunirá a siete chefs costarricenses
- 14. ¿Cuál es el rol de un embajador de marca en el área de bebidas?
- 15. Jopco introduce línea de productos ecoamigables
- 16. Al Saco: la nueva modalidad de compras responsables
- 16. Software de administración hotelera
- 17. Enraizadas lleva más de 200 productos hasta la puerta de su negocio
- 17. El restaurante Go Fish se adapta y reinventa para mantener operaciones
- 18. Los mejores del país en su primera cosecha
- 19. Simphony Cloud: Control total desde la nube

Turismo

- 07. Sector turismo entra en "temporada cero", enfrenta crisis y empieza a planear reactivación

Gastronomía

- 20. Negocios se reinventan para sobrevivir a la crisis
- 22. Encuesta a Restaurantes
- 23. ¿Como deben actuar los empresarios ante la situación económica actual?
- 24. 7980 negocios gastronómicos cerraron
- 26. ¿Cómo funcionan los chef "freelance"?



Empresarios del sector tienen a la venta propiedades, locales, equipo, menaje y más

• Se vende ventana de comida rápida en Aguas Zarcas de San Carlos. El local cuenta con patente y ya es un punto posicionado y conocido en la zona como espacio gastronómico. La venta incluye traspaso, equipo de cocina, sistema de cómputo y bodega. El negocio se vende a los interesados en ponerlo a operar en ₡6 millones.

Contacto: Melissa Soro / Teléfono: + (506) 8370-0898.

• Empresa vende restaurante en Barrio Escalante, se trata de un proyecto llave en mano y totalmente equipado.

Contacto: Diego Montoya / Teléfono: + (506) 4701-1972.

• Se vende derecho de llave de local que opera como bar; pizzería y restaurante. Lo anterior, en el centro de Puerto Viejo.

Contacto: Gianni Buttitta / Teléfono: + (506) 8708-0717.

• Se vende soda con derecho de llave y menaje completo. El local se ubica costado norte de la Basílica de Los Ángeles en Cartago, punto muy concurrido en la zona.

Contacto: Edwin Morales / Teléfono: + (506) 8806-1173.

• Se vende horno industrial y equipo de cocina para pizzería por falta de uso. Los equipos son usados pero se encuentran como nuevos, esto en la zona

de Curridabat. Ganga a precio especial y negociable.

Contacto: Nohelia Leandro / Teléfono: + (506) 6196-2680.

• Se vende o se renta restaurante sobre la Carretera Interamericana en Guanacaste. Ubicado a 25 minutos de Puntarenas y a 5 kilómetros del desvío del Tempisque. Cuenta con parqueo para 80 vehículos y nueve baños. Patentes a día, terreno mide 2500 metros, trato directo con el dueño. Precio \$245 mil (venta) y \$1200 (alquiler mensual).

Contacto: Mauricio Amuy / Teléfono: + (506) 8454-0118.

• Se vende restaurante El Buen Provecho, ubicado en el segundo piso del Mall San Pedro. Incluye: baño maría, dos refrigeradoras, horno, muebles de acero inoxidable, aire acondicionado, ollas, sartenes y utensilios de cocina.

Contacto: Norman Vargas / Teléfono: + (506) 7113-8799.

• Se vende equipo completo de cocina y menaje para poner a operar una cafetería, soda o restaurante. Se vende junto o por separado, hay disponibles: cocina industrial de seis quemadores, plancha, parrilla, horno, mesa de acero inoxidable, mesa grande de madera, doce mesas redondas con sus respectivas sillas, fregadero grande de acero con dos bateas, un baño maría, máquina para hacer capuchinos y un molino para café. Urge vender.

Contacto: Nohelia Murillo / Teléfono: + (506) 8858-3770.

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



Proveedores/productos

Seguridad alimentaria: abastecimiento oportuno de arroz

CONARROZ el pasado lunes 16 de marzo informó a la población que el país contaba con un inventario de grano suficiente para los próximos cinco meses, sin embargo la demanda del arroz aumentó significativamente al punto que las ventas crecieron en un 52% respecto al promedio anual. Ante este nuevo panorama, CONARROZ responsablemente, realizó una estimación del volumen de arroz requerido para cubrir la necesidad de arroz hasta diciembre del 2020.



Hoteles

Llamado a hoteles a prestar servicios de aislamiento a pacientes

El Instituto Costarricense de Turismo, en coordinación con la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) hace un llamado solidario para que las empresas hoteleras que cumplan con las condiciones abajo expuestas, puedan poner a disposición sus instalaciones para la atención de los enfermos de COVID-19 mediante una contratación que establece una tarifa de arrendamiento por área de aislamiento habitación por periodo establecido más una cuota de consumo.



Restaurantes

7980 negocios gastronómicos cerraron

El cierre de restaurantes, sodas, bares y cafeterías por el tema del Coronavirus deja a más de 109 mil personas sin empleo en el sector



Turismo

Equipo más joven triunfa y sorprende al ganar el Hackathon Turístico 2020

El grupo de participantes más jóvenes fue el ganador del "Hackathon Turístico 2020: De las cifras a la acción". Los participantes de este evento aplicaron la tecnología para mejorar el desarrollo social y turístico de Costa Rica en zonas como Sarapiquí, Tamarindo y Turrialba.



Flora Ayub, Directora Ejecutiva de la Cámara.

Sector turismo entra en "temporada cero", enfrenta crisis y empieza a planear reactivación

Cierre de hoteles; protección a los colaboradores, equipo de trabajo en conjunto con autoridades del Gobierno para elaborar un plan estratégico para el rescate y la reactivación del Turismo en el país

Por La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)

La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH) reconoce que enfrenta por primera vez en la historia de la industria del turismo y los viajes una "Temporada Cero" debido a la pandemia del Covid-19.

Ante esa dura situación invita a sus asociados para que, de acuerdo con sus particularidades individuales, analicen las distintas alternativas que la CCH en conjunto con Canatur han gestionado ante la Asamblea Legislativa, el Poder Ejecutivo y el ICT como medidas paliativas para enfrentar la crisis, incluso el cese de operaciones de sus hoteles.

La CCH también está apoyando la iniciativa de la C.C.SS y el ICT con el llamado a los hoteleros a prestar servicios de aislamiento a pacientes, por lo cual los instamos para que pongan sus instalaciones a disposición de las autoridades sanitarias del país como apoyo a la infraestructura hospitalaria. Las medidas son urgentes e inmediatas y se enfocan principalmente en proteger la salud de sus colaboradores y de los ciudadanos en general. Al mismo tiempo buscan impulsar la reactivación del sector para el momento oportuno en que las condiciones de mercado lo permitan.

"Esta es la realidad: una crisis global con impactos todavía incalculables en el tiempo: los aviones en tierra, fronteras cerradas y los ciudadanos procurando mantenerse en sus hogares, como lo han recomendado -acertadamente- las autoridades. Ante esta situación, los hoteles pierden su sentido natural y es mucho mayor el riesgo de pretender operar con normalidad, por eso, instamos el cierre para enfocarnos en trabajar en las medidas que serán vitales para la Salud Pública y la reactivación del turismo en Costa Rica, en el mediano y largo plazo". explicó Javier Pacheco Presidente de la CCH.

"La 'Temporada cero' en el sector del turismo es ya la condición actual, inevitable y directa de la crisis global, Costa Rica ha desarrollado una Marca

País que compite al más alto nivel y debemos proteger a todas las empresas y sus colaboradores, porque no importa su tamaño, desde las más grandes hasta las más pequeñas y rurales, están sufriendo el impacto; aquí estamos todos enfrentando la misma realidad", amplió Flora Ayub, Directora Ejecutiva de la Cámara.

Es urgente que exista trabajo coordinado entre el Gobierno, el sector privado y las autoridades de turismo.

En esa dirección se proponen, entre otras, las siguientes medidas:

Apoyamos el acuerdo tomado por la Junta directiva del ICT, donde declaran al Sector Turismo en situación de emergencia total y estado de calamidad, de manera tal que el enfoque sea el de preparación y planeamiento para la reactivación en el mediano y largo plazo.

Instalar un comité de trabajo de crisis liderado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y con participación del Gobierno, un interlocutor del Poder Legislativo, y el sector privado, para la creación formal de un plan de reactivación turística.

Apoyar al ICT para rescatar los dineros del superávit incluidos en el proyecto de ley "PAGAR", con el propósito de usarse tanto para hacerle frente a la disminución de sus ingresos, como para reforzar acciones de mercado (en el momento apropiado) para la recuperación de la demanda y la competitividad de la oferta, tanto al nivel internacional como nacional. Atender de manera inmediata las medidas económicas, financieras, operativas y de mercado que han sido planteadas por la Cámara Nacional de Turismo, a través del Comité de Emergencia del sector turismo para proteger la industria, y a cientos de miles de compatriotas que dependen directa e indirectamente de ella y así, hacer viable su reactivación en el menor tiempo posible.

Una Pasión por la Calidad en Productos y Servicios



La Empresa Monin

- Fundada en 1912, la empresa es un negocio familiar de la familia Monin desde hace tres generaciones
- Proveedor líder en el mundo, ofreciendo más de 200 productos Premium
- Una variedad de servicios y recursos a disposición para proveer bebidas innovadoras y aplicaciones personalizada
- Estándares intransigentes en la calidad de los productos y en el alto nivel de servicio al cliente

Lo Mejor en Sabor Productos premium para la creación de irresistibles bebidas gourmet

- Ingredientes finos y sabores auténticos, seleccionados por expertos alrededor del mundo entero
- Muy concentrados, pequeñas cantidades proveen un sabor intenso en cada aplicación
- Todos los productos son **Kosher** y **Sin Gluten**
- La mayoría de los productos son **Halal, Sin Ingredientes Transgénicos, Sin Productos Lácteos, Veganos**
- Somos naturales con productos de **Etiqueta Limpia**



Lo Mejor en Creatividad Asistencia en la creación e implementación de un exitoso menú de bebidas

- Centros de desarrollo de bebidas con un equipo de innovación de bebidas experimentado
- Asistencia completa en la creación y desarrollo de bebidas y menús con aporte de materiales promocionales
- Bases de datos de estudios de mercado con información al día sobre las últimas tendencias en la industria de los restaurantes
- Desarrollos únicos y hechos a la medida para su negocio


MONIN®
monin.com/spa

Le Sirop de **MONIN®**

Saborizantes Gourmet de Monin

Lo Mejor en Sabor
y Creatividad con saborizantes, purés,
smoothies, y concentrados para sus sodas
artesanales, limonadas, mocktails, cócteles,
bebidas calientes



- SIN OGM
- SIN LÁCTEOS
- SIN GLUTEN
- SIN INGREDIENTES ARTIFICIALES*
- KOSHER
- VEGANO
- HALAL

MONIN®

Para más información, visita a monin.com/spa

¡Estamos en la red social, búsqúenos!

Monin Latam





Noé Cano, Gerente Regional de Ventas Hospitality de la marca de colchones Serta para Centroamérica.

LA IMPORTANCIA DEL COLCHÓN

EN LOS SERVICIOS DE HOSPITALIDAD



Imagine un colchón que se mantenga fresco aún en climas cálidos y que sea ideal para huéspedes alérgicos o con requerimientos especiales

Existen gran cantidad de aspectos que convierten a un hotel, en uno de calidad, entre ellos, la gastronomía, la atención al cliente, la piscina, la conexión a internet y uno de los más importantes: la habitación, aquí la cama juega un rol fundamental y el colchón es protagonista de esto.

Los hoteles tienen fama de tener camas donde se descansa mejor. Los huéspedes desean llegar a su habitación y acostarse a reposar tras un largo día de trabajo o de diversión, es por esto que una decepción en este aspecto sería fatal. Ya que el huésped siempre será fiel a un hotel que le brinde un buen descanso.

Se estima que la vida útil de un colchón de hotel ronda los cinco años, aunque esto dependerá mucho del tráfico del hotel, sistema de limpieza, sistema de mantenimiento y por supuesto de la calidad del colchón. Aspectos como durabilidad, materiales, diseño y características especiales, son algunos de los que se deben tomar en cuenta antes de adquirir un colchón para el sector de hospitalidad. Acorde con Noé Cano, Gerente Regional de Ventas Hospitality de la marca de colchones Serta para Centroamérica, un servicio pre y post venta



Serta ofrece como principales novedades su tecnología de control de temperatura y telas con tratamientos antiácaros y antibacteriales.

con visitas de campo, diagnóstico y medición para el diseño de sistemas de descanso, según necesidades y presupuesto de los hoteles, es vital a la hora de tomar la decisión de compra.

“En nuestro caso contamos en Costa Rica con la confianza de hoteles como AC Marriott Escazú, Hilton Garden Inn de Liberia, Marriott Residence Inn, Hilton Doubletree de Cariari, Hotel Fiesta Puntarenas, KC Hotel, Dreams Las Mareas y Studio Hotel, entre muchos otros. Asimismo, estamos próximos a equipar un proyecto más de Hilton y uno de Marriott en el país para este año”, comentó Cano.

Los modelos Serta Hospitality ofrecen beneficios como máximo confort al contacto, esto por su tela Safe & Clean, con alto contenido de algodón. También, garantizan soporte de columna por su sistema “Five Zone” que permite liberación de los puntos de presión del cuerpo. Otra de las ventajas de estas soluciones de descanso es que garantizan sueño ininterrumpido por la reducción del movimiento gracias a sus resortes I-motion.

Lograr alinear las necesidades de los huéspedes con las del hotel

Debido a que Serta es fabricante, tiene la ventaja de poder fabricar “Tailor Made”, ajustándose a las necesidades de cada cliente, tanto en espacio como en presupuesto. Dado esto, dicho proveedor, brinda soporte en todo lo relacionado a medición de obra gris, equipamiento de habitación modelo y asesoramiento de diseño de proyectos desde 1 hasta 5 estrellas, así como hospitales, hogares, centros de capacitación, centros de retiro, entre otros. Por otro lado, estos colchones garantizan una mayor vida útil por su tela de alto tráfico, esponja de alta densidad, resortes independientes y base de madera de pino tratado, proveniente de fuentes limpias en

armonía con la sostenibilidad y el medio ambiente. Sumado a esto, Serta se alinea con las necesidades de los clientes ofreciendo balance de temperatura de descanso, gracias a su tecnología “Coolmax”, que permite que la tela se mantenga fresca siempre, sin importar el lugar.

Finalmente, los sistemas de descanso diseñados por Serta, cuentan con telas que han sido tratadas para ser antiácaros, antibacteriales y retardantes de flama, lo cual garantiza confort y seguridad a los huéspedes, quienes tendrán dificultades para despedirse de la cama del hotel.



Soluciones Hoteleras

GRUPO **DIVECO**

Colchones Serta

Noé Cano, Gerente Regional de Ventas Hospitality Serta Centroamérica

Teléfono: + (502) 3080-1846

Correo: noe.cano.gt@camasolympia.com

Colchones Luxor

Jarol Vargas, Asesor de Ventas Institucionales Luxor Costa Rica.

Teléfono: + (506) 6047-4088

Correo: jvargas@luxorcolchones.com

COLCHONES QUE HABLAN

DEJA QUE HABLEN BIEN DE TU HOTEL

Búscanos en los Stands #716 y #718

EXP|HO|RE

Camas



• HOSPITALITY DESIGN •



Sistema
5 Zonas

España zonificada que se amolda
a las curvaturas del cuerpo



Resorte
I-Motion

Sistema de resortes independientes
que se amoldan a la forma del cuerpo



Marco
Perimetral

Marco de espuma de alta densidad
que prolonga la vida útil del colchón

Jarol Vargas Calvo
Asesor de Ventas Institucionales
jvargas@luxorcolchones.com
Móvil (506) 6047-4088
PBX (506) 244-19900

Ing. Noé Cano
Gerente Regional de Ventas Institucionales
noe.cano.g@camasolympia.com
Móvil (502) 3080-1846
PBX (502) 2429-4700 Ext. 1300

Colchones
LUXOR
Tu mejor descanso.

Demanda de huevo crece **30%** en emergencia por Coronavirus



Según La Yema Dorada no habrá desabastecimiento de huevo en el país, pues el reciente aumento en la demanda fue algo extraordinario

Muchas empresas se han visto sumamente afectadas por la situación planteada ante la llegada del COVID-19 a Costa Rica. Sin embargo, existen negocios que por el contrario, han visto crecimiento en sus ventas, como es el caso de La Yema Dorada, empresa dedicada a la producción y venta de productos avícolas.

Cuando esta empresa familiar inició, sus propietarios nunca imaginaron que la compra de esas primeras dos mil pollitas, significaría un negocio que crecería con los años y que en tiempos como los actuales, será una de las modalidades de negocio ganadora en medio de la crisis, pues la demanda de huevo en las últimas dos semanas creció un 30%.

La compra de huevo extraordinaria vivida en marzo, se debió a la emergencia nacional por el Coronavirus, lo cual llevó a las personas a adquirir más de lo usual, situación para la que los puntos de venta no estaban preparados. Pese a ello, Luis Mesalles, gerente general de La Yema Dorada, asegura que la escasez de huevo, no es un escenario probable, pues aunque se cree que pueden haber otros picos de consumo, esta demanda se verá compensada con la disminución de compra por parte de hoteles y restaurantes, debido al cierre de fronteras y al cese turístico.

El huevo: un alimento ideal en tiempos de COVID-19

Imagine una torta de huevo con tortilla, un omelet con queso al desayuno o un delicioso queque casero, que sin discusión, llevará huevo como parte de su preparación. Esas son tres válidas razones para antojarse de huevo, pero resulta que este alimento es recomendable y seguro en tiempos de Coronavirus.

El huevo es una importante fuente de nutrientes y proteína de origen animal

y es un producto de precio accesible. Asimismo, brinda seguridad e inocuidad en estos momentos, pues su cáscara funge como una capa protectora, además, el huevo tiene mayor vida útil sin tener que refrigerarse o congelarse.

“Hemos establecido protocolos específicos para el Coronavirus, siguiendo los lineamientos de las autoridades, aunque realmente tenemos una ventaja y es que nuestros protocolos antes de la crisis, ya contemplaban aspectos vitales de higiene personal, lavado de manos, fumigación de vehículos, cambio de uniforme antes de entrar a las granjas, entre otros”, afirmó Mesalles.

Los cambios son una oportunidad para reinventarse

La Yema Dorada distribuye sus productos en casi todo el país, esto en negocios de todo tamaño, desde pulperías, hasta supermercados, panaderías, hoteles y restaurantes. Debido a la reciente situación, la empresa ha decidido reforzar el programa de entregas a domicilio.

Dado que la demanda de huevo en el sector gastronómico y hotelero ha bajado mucho, especialmente en la zonas costeras, donde los hoteles se encuentran cerrados y sin huéspedes, esta empresa ha decidido ampliar sus entregas a domicilio, esto para cantidades de cuatro cartones en adelante. Huevos blancos, jumbo, de pastoreo, enriquecidos con Omega 3 y en presentaciones de 6, 9, 10, 12, 15, 18 y 30 unidades, son parte de la oferta de La Yema Dorada, empresa que cuenta actualmente, con cerca de 200 colaboradores, quienes se encuentran trabajando en horario normal para satisfacer la demanda de este importante producto.

La Yema Dorada

Teléfono: + (506) 2296-1155

Correo: info@yemadorada.com

¿Por qué es importante la filtración de agua en una máquina de hielo?

El agua es la materia prima con la que una máquina de hielo trabaja, razón por la cual es importante que sea de calidad

Un cubo de hielo cristalino y duro proporciona gran capacidad de enfriamiento y se mantiene por más tiempo y esto solo se logra a través de agua de buena calidad. Si por el contrario, el agua no es de calidad, el hielo producido será blando y turbio, reduciendo la capacidad de enfriamiento.

Para obtener agua de buena calidad es necesario utilizar el filtro correcto, lo cual, evitará acumulación de sedimentos y escamas dentro de la máquina. Todo esto es vital, pues la acumulación de inscrustaciones restringirá el flujo de agua y restringirá la transferencia de calor en la máquina.

Todo este tipo de problemas y acumulaciones, si no son evitados o tratados, afectarán la eficiencia de la máquina de hielo y causarán que la unidad requiera servicio y mantenimiento de manera más frecuente.

Con filtro el agua entrante se somete a ósmosis inversa para eliminar pequeñas partículas de contaminantes a medida que fluye a través del filtro. Una vez que el agua se ha filtrado, pasa a la máquina para crear hielo. El tipo y tamaño del filtro, dependerá de la calidad del agua en el origen, esto significa que en zonas costeras, se necesitarán filtros más grandes.

Las máquinas de hielo Hoshizaki son una excelente opción, ya que representan durabilidad e inversión confiable. Su uso correcto de filtros para agua, le permitirán a los negocios contar con hielo duradero, de aspecto cristalino y con sabor fresco. Sumado a esto, las unidades son de alto tráfico y requerirán servicio técnico con poca frecuencia.

Jopco distribuidor de Hoshizaki en Costa Rica


Teléfono: + (506) 2215-3545



Las máquinas Hoshizaki brindan hielo duradero, cristalino de mayor calidad.



 Jopco


 Jopco_cr



HZ-IM-200BAC



*Gran Área Metropolitana
**Montos mayores a €10,000

 (506) 2215-3545

 Guachipelín, Escazú

 info@jopco.net

 www.jopco.net

JOPCO

La buena sazón reunirá a siete chefs costarricenses

Con el fin de exaltar la riqueza gastronómica del país, se estrenó el 10 de marzo el reality show “La Sazón que nos Une”

Representantes de cada una de las siete provincias del país, todos ellos egresados de los cursos de cocina del Instituto Nacional de Aprendizaje, serán los protagonistas del reality show “La Sazón que nos Une”, el cual se transmitirá por Trece Costa Rica Televisión.

Marcela Gamboa de Limón, Natalia Zeledón de Puntarenas, Carlos Centeno de Guanacaste, Jailyn Rodríguez de Alajuela, Kendall Quesada de Heredia, Christopher Salazar de Cartago y Angie Méndez de San José, son los siete chefs participantes de este formato, nuevo en el país.

El programa se transmitirá todos los martes a las 9:00 p.m. a partir del 10 de marzo con repetición los miércoles a las 2:00 p.m., los sábados a las 4:00 p.m. y los domingos a las 11:00 a.m.

Acorde con Luis Ruíz, productor ejecutivo de “La Sazón que nos Une”, se realizó un casting en el que tuvieron oportunidad de participar todas las sedes regionales del INA y finalmente, se seleccionó a los siete representantes, quienes destacaron por sus habilidades culinarias, así como por su personalidad y carisma.

“El reality consta de tres rondas, la primera de ellas incluye siete capítulos, en donde los participantes darán a conocer la cocina de su lugar de origen y de donde saldrán cuatro finalistas, quienes en el octavo capítulo en parejas prepararan un postre, para finalmente, llegar al último capítulo donde los dos finalistas se enfrentarán preparando un platillo original que incorpore una pincelada de cada provincia”, afirmó Ruíz.

Como parte de los premios para el ganador, destacan un programa de cocina producido por Trece Costa Rica Televisión, una gira nacional de gastronomía por distintos puntos de venta de Megasuper y un juego de ollas de

granito y una plantilla de inducción de Electrodomésticos Navar.

El jurado estará integrado por tres profesores que forman parte de los programas gastronómicos del INA y a mitad del programa se incorporará un nuevo juez invitado, que de momento se mantiene en suspenso.

“La Sazón que nos Une” tendrá nueve capítulos y se mantendrá al aire hasta el mes de mayo. Esta iniciativa cuenta también, con el apoyo del ICT y el Ministerio de Cultura y se espera que según los resultados de este primer proyecto, se pueda desarrollar una segunda temporada.



Los participantes representan a cada una de las provincias del país y son egresados de los programas gastronómicos del INA.

¿Cuál es el rol de un embajador de marca en el área de bebidas?

James Williams, embajador de marca de Chivas Regal para Centroamérica visitó el país y nos contó sobre su trabajo y su pasión por el whisky

Se inició en el mundo de los destilados al trabajar en una empresa de ginebras en Perú, ahí encontró su verdadera pasión. James Williams es inglés y desde el año anterior funge como embajador de marca de Chivas Regal para Centroamérica.

Más de cuatro meses dedicados únicamente al aprendizaje del proceso de producción en una bodega de ginebra en Lima, le valieron la experiencia necesaria para asumir su actual cargo, que hoy le permite visitar muchos países de la región, entre ellos Costa Rica.

Según Williams el trabajo de un embajador de marca es dar a conocer las características y aspectos primordiales que hacen a una bebida única. En su caso, se encarga de compartir con expertos del sector y consumidores la historia de Chivas, un whisky escocés, que sobresale por ser un “blend” o sea una mezcla de malta y granos.

“La tendencia mundial de consumo actualmente es muy variable, pues he podido comprobar que varía según el país, esto por aspectos como el clima y la cultura. El whisky por ejemplo, en un país como Escocia, de donde es mi familia materna se toma solo, pero en Centroamérica lo disfrutan mucho en cocteles y con hielo”, afirmó Williams.

Acorde con este experto su trabajo gira en torno a la interacción con bartenders y mixólogos, con quienes comparte en los distintos países las bondades del whisky y cómo incorporarlo a cócteles que incluyan sabores como canela y frutas maduras.

Por otro lado, su rol de embajador, le permite también, vivir una experiencia enriquecedora al tener contacto directo con el consumidor final, a quien le puede recomendar maridar el whisky con carnes rojas o atreverse a incluirlo

en una tarde de amigos, pues pese a lo que muchos piensan esta bebida multifacética puede adaptarse a todos los gustos.

Chivas Regal es distribuido por Centenario Internacional

Teléfono: + (506) 2216-4200



James Williams, embajador de la marca Chivas Regal para Centroamérica.

Jopco introduce línea de productos ecoamigables

Platos, vasos, bowls, cubiertos y contenedores son parte de la oferta que está a disposición del sector previo a la entrada en vigencia de las Leyes Ambientales

El uso anual de millones de toneladas de productos desechables hechos a base de plástico o estereofón, ha generado un alto impacto al planeta. Si a esto se suma la tendencia de entrega de comida a domicilio a través de plataformas digitales, crece la cantidad de empaques y utensilios plásticos necesarios para esta modalidad de servicio.

Dado lo anterior, se han desarrollado distintas alternativas de materiales desechables, los cuales ayudan a disminuir el impacto ambiental. Sin embargo, esto no es suficiente, es vital también, que los materiales se degraden en el menor tiempo posible y sin dejar residuos en el ambiente.

Esta necesidad ha hecho que los productos compostables sean una excelente alternativa, ya que no solo reducen la contaminación, sino que devuelven al ambiente un residuo útil y totalmente amigable.

Como respuesta a esta necesidad, Jopco, un proveedor conocedor de las necesidades de los restaurantes y hoteles, pone a disposición del sector un amplio surtido de productos compostables y ecoamigables de alta calidad y que cuentan con su respectiva certificación.

La nueva línea es producida en reconocidas fábricas del mundo y cuenta con certificaciones que garantizan su capacidad de compostaje, por lo que es posible asegurar que serán de gran utilidad y permanecerán el menor tiempo posible en el ambiente, convirtiéndose tras el correcto tratamiento en abono útil para la agricultura.

Platos, vasos con sus respectivas tapas, bowls, cubiertos y contenedores de diferentes tamaños y tipos, algunos de ellos aptos para transportar alimentos calientes, así como para exhibir y refrigerar son parte de esta novedosa oferta de Jopco.

Una su negocio a este movimiento mundial de protección del medio ambien-

te y prepárese, gracias al apoyo de Jopco, para la entrada en vigencia de la legislación que eliminará el uso de utensilios contaminantes en el país. Conozca el detalle de los artículos disponibles en www.jopco.net o en la sala de exhibición de Jopco.

Jopco:


Teléfono: + (506) 2215-3545



Jopco cuenta con una nueva línea de productos amigables con el ambiente, los cuales son compostables.



 Jopco


 Jopco_cr

 Envío Gratuito (GAM)
*Gran Área Metropolitana
**Montos mayores a \$10,000

 PrimeWare®

 ECO PRODUCTS®



 (506) 2215-3545

 Guachipelín, Escazú

 info@jopco.net

 www.jopco.net

JOPCO®

Al Saco: la nueva modalidad de compras responsables

Una tienda online ofrece variedad de productos amigables con el ambiente y resultado del trabajo de pequeños productores

Diana Rodríguez y José Pablo Méndez decidieron hacer el consumo responsable parte de su vida diaria, esto sin saber que tiempo después su deseo de reducir el uso de plástico, cuidar el medio ambiente e incentivar el consumo local se convertiría en negocio.

Al Saco es el nombre de la tienda online de estos emprendedores, quienes trabajan con cerca de 30 proveedores de zonas como Turrialba, Pérez Zeledón, Acosta, Guanacaste, Talamanca, Cartago, Coronado, Limón y Curridabat.

Granos como arroz, frijoles, lentejas, garbanzos, café y arvejas, así como mermeladas, conservas, fermentos de vegetales, mayonesas, sazoadores, bebidas y snacks, esto en la categoría de alimentos. Por otro lado, pasta y cepillos de dientes, hilo dental, toallas femeninas, jabones, champús, bolsas reutilizables, pajillas de metal, envoltorios de cera de abeja, servilletas y toallas de tela, son algunos de los productos disponibles.

“Con este emprendimiento buscamos colaborar con otras pymes. La idea es ofrecer la oportunidad de comprar sin utilizar bolsas, empaques o envases plásticos. Además, queremos dar a conocer productos de menor huella ecológica y con cadenas de suministro más cortas y que por ende requieren menos recursos” afirmó Rodríguez.

La logística es la siguiente: los clientes entran a la tienda en línea www.alsaco.cr y realizan sus pedidos, esto de jueves a miércoles. Entre el sábado y el lunes siguientes a la realización del pedido se realizan las entregas. Los sábados y domingos hay un único horario de entrega (de 9 a.m. a 1 p.m.) y el lunes hay dos (de 9 a.m. a 1 p.m. y de 1 p.m. a 6 p.m.).

Al Saco espera empezar a posicionar sus productos y servicios entre negocios del sector gastronómico y hotelero, esto debido a que realiza entregas

en todo el GAM y puede ofrecer productos específicos, solicitados por los negocios, según sus necesidades particulares.

Al Saco

Teléfono: + (506) 8430-6969



Diana Rodríguez y José Pablo Méndez, propietarios de Al Saco.

Software de administración hotelera

Cloudbeds facilita herramientas a negocios del sector de hospitalidad, entre ellos hoteles, hostales, posadas y alojamientos alternativos

Agilidad en temas de administración, aumento de ingresos y automatización de flujos es parte de lo que ofrece Cloudbeds, una herramienta que promete además, mejorar la experiencia de los huéspedes.

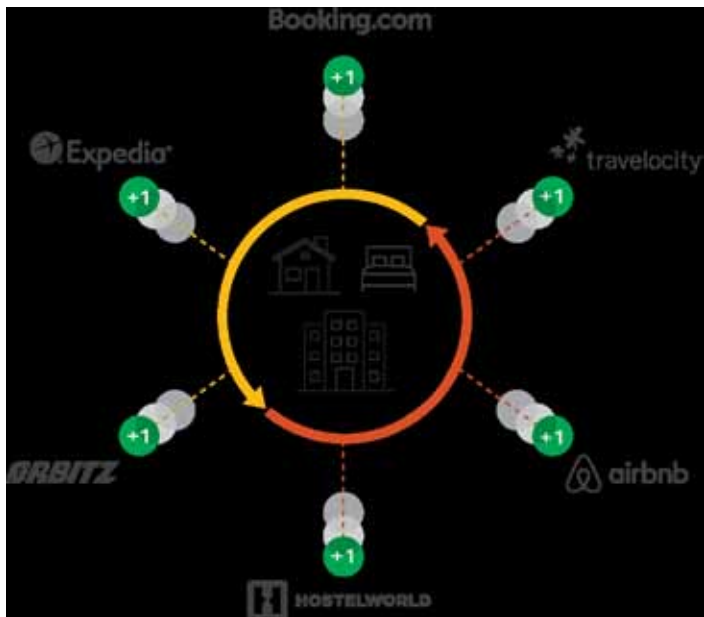
Cloudbeds incluye un sistema completo de administración de propiedades (PMS), un administrador de canales incorporado (Channel Manager) y un motor de reservas (Booking Engine) y está diseñado para propiedades de todo tipo y tamaño, desde hoteles y hostales hasta alojamientos alternativos. Según Sarah Brubaker, directora de mercadeo de Cloudbeds, este software puede ayudar a aumentar aproximadamente en un 20% las reservas directas. Asimismo, garantiza ahorros de entre cuatro y seis horas de trabajo por semana al automatizar las tareas manuales.

“Debido a que todas las herramientas de Cloudbeds están sincronizadas, es fácil actualizar las tarifas y la disponibilidad en su sitio web y canales OTA como Booking.com, Expedia y Airbnb. Esta característica no solo ahorra tiempo, sino que ayuda a los hoteleros y anfitriones a evitar las reservas excesivas y los errores manuales”, comentó Brubaker.

Esta alternativa que opera en más de 150 países, cuenta con representantes en Costa Rica, quienes ofrecen al sector asesoría y apoyo para lograr competitividad y toma consciente de decisiones basadas en datos, garantizando que los operadores hoteleros pasen menos tiempo en la computadora y más tiempo cuidando de sus huéspedes.

Cloudbeds

Correo: sarah.brubaker@cloudbeds.com



Cloudbeds ofrece una alternativa de administración hotelera que permite, entre otras cosas, acceso y actualización en canales digitales de reserva.

Enraizadas lleva más de 200 productos hasta la puerta de su negocio

Esta plataforma conecta de forma directa a los clientes con gran cantidad de familias productoras de todo el país

Las autoridades ordenaron a toda la población quedarse en casa y ante esto, negocios como Enraizadas, una plataforma web que elimina a los intermediarios en la relación entre clientes y cerca de 50 familias que producen de manera natural y orgánica cobran fuerza, pues su sistema de entrega a domicilio es el ideal en tiempos de COVID-19.

Este proyecto sostenible, a cargo de Adriana Campos y Felicia Rodríguez, conecta a los productores con clientes interesados en productos libres de agroquímicos, frescos y de calidad, promoviendo que los agricultores tengan una ganancia justa y que los consumidores reciban a un precio accesible lo que necesitan en la puerta de su casa, trabajo o negocio.

Enraizadas maneja una variedad amplia de productos, como por ejemplo, vegetales, frutas, lácteos, productos de pastoreo, procesados como pan integral artesanal, café y cacao, así como productos de limpieza, cuidado personal y para el hogar.

Upala, Talamanca, Grecia, San Ramón y Orotina, son algunos de los lugares de donde provienen las cosechas. Los interesados, deben realizar su pedido a más tardar el martes a media noche, esto para recibir su orden los días viernes. Actualmente, las propietarias de Enraizadas, están valorando la posibilidad de abrir otro día de pedidos y entregas, pues la demanda creció debido a las restricciones de movilidad por el Coronavirus.

“Las familias que trabajan con nosotros deben producir de forma integral o sostenible, no apoyamos monocultivos, sobreproducción, ni el uso de semillas transgénicas o híbridas. Felicia y yo nos encargamos de hacer las visitas de inspección a las fincas, antes de que un producto esté en la página”, afirmó Campos.

La plataforma ofrece a hoteles y restaurantes, productos autóctonos y criollos, así como de otros países. Algunos de ellos son chile dulce morado, tomate corazón de buey, muy utilizado en Italia para hacer ensalada caprese, esto por su poca acidez, así como zanahorias moradas.

Enraizadas

www.enraizadas.com



Los productos que se ofrecen en la plataforma de Enraizadas son orgánicos y naturales.

El restaurante Go Fish se adapta y reinventa para mantener operaciones

En el restaurante Go Fish se vieron obligados a reinventarse para poder mantener operaciones y el empleo de sus 60 colaboradores. Reforzaron el formato express (a la puerta de su casa) y el To Go (a la puerta de su carro), además crearon un menú de temporada adaptando sus platillos, incluso a combos familiares.

De acuerdo con Alberto Cubero socio Propietario de Go Fish para sostener la empresa y no despedir ni a una sola persona durante esta crisis se están adaptando a la situación y buscan diferenciarse con un menú temporal y una reingeniería de personal, donde todos están trabajando en equipo, en una red de apoyo interno.

“Hemos recibido capacitaciones de manipulación de alimentos vs. Coronavirus, y aunque algunas medidas ya eran tomadas en nuestras cocinas las seguimos aplicando y reforzamos. Ahora el personal antes de entrar al restaurante debe cambiarse de ropa, desinfectarse los zapatos, por ejemplo, además del uso de guantes y tapa bocas”, comentó Cubero.

Se trabajó un menú especializado temporal, del cual ellos aseguran que los platillos elegidos van a llegar como si se estuviera viviendo la experiencia Go Fish en el mismo restaurante, pero ahora en casa.

Dentro del menú se puede seguir disfrutando de cuatro ceviches especiales, y de opciones de fast food o Street food como los buckets de camarón, tacos de pescado o de atún, además de un porcentaje importante del menú a la carta como la corvina duglere o el pulpo a la parrilla.

Crearon diversos paquetes familiares para 4 personas como arroz con camarones acompañado de vegetales y papas bravas; salmón en crema de eneldo, atún o corvina a la pimienta o a la parrilla, también con sus acompañamientos. Go Fish permanecerá abierto toda la semana santa, con un horario de 12md

a 8:00pm, para conocer sus alternativas, menú completo y promociones es importante estar atentos a las redes sociales tanto en Facebook: Go fish Seafood Co, como en Instagram: Gofish_seafoodco.

El express es gratis 6km alrededor de los restaurantes, se puede solicitar en el Este: Curridabat, Pinares, Cipreses, Omega, Lomas de Ayarco, San Pedro, Zapote, San Francisco, Los Yoses, González Lahman al teléfono 2272-7154 o al WhatsApp 7124-4860; mientras que para el oeste: Santa Ana, Escazú, Laureles, Trejos Montealegre, Bello Horizonte, San Rafael, Guachipelín, Laureles, Paco y alrededores al teléfono 2228-0440 WhatsApp 7124-2799.

Más información en www.gofishseafoodco.com



Los mejores del país en su primera cosecha

Delika importa y distribuye en Costa Rica los vinos chilenos de la Viña Tabalí

Los emblemáticos vinos de la Viña Tabalí, obtuvieron en su primera cosecha los reconocimientos al Mejor Pinot Noir y Mejor Chardonnay de Chile, marcando con esto la pauta de lo que será la historia de este viñedo, presidido por Nicolás Luksic y que ha sido ícono del Valle de Limarí.

El viñedo se encuentra ubicado a los pies del Parque Nacional Fray Jorge y forma parte de la Reserva Mundial de la Biósfera de la UNESCO. Producidos a tan solo 12km de la costa, estos vinos al ser degustados, trasladan a la persona al suelo y clima de donde son originarios.

Actualmente, Delika importa y distribuye los vinos de Viña Tabalí, entre los cuales están Reserva Especial (Chardonnay, Pinot Noir), Gran Reserva (Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot, Carménère) y el nuevo integrante Tabalí Pedregoso Rosé Pinot Noir.

El novedoso Rosé, posee un color rojo pálido, con elegantes perfumes a flores y a frutas, tales como pétalos de rosas, cerezas, frambuesas, frutillas y piedra mojada, características que lo convierten en un ejemplar gastronómico.

Las uvas que se usaron para la elaboración de este vino son 100% uvas Pinot Noir provenientes del viñedo Espinal y recogidas a mano. Las mismas fueron seleccionadas exclusivamente para la producción de vino rosado y aportan calidad, elegancia y frescura al vino.

Dicho vino de Viña Tabalí inició su cosecha la primera semana de marzo. El jugo fermentó de la misma forma que fermenta un vino blanco, por 21 días en tanques de acero inoxidable, con temperatura controlada, esto en un proceso similar al que se utiliza en la producción de vinos espumantes, dando como resultado un vino con color, volumen y textura.

Delika

Teléfono: + (506) 2239-1019



Los vinos de la Viña Tabalí han sido ampliamente premiados en Chile.

N U E V O

Rosé

PINOT NOIR

CHILE

Viñedo Espinal D.O. Valle de Limarí

Tel: 2239-1019 | www.delika.cr | Distribuidor exclusivo para Costa Rica

@delikacr

A promotional graphic for the wine. It features a bottle of Tabalí Pedregoso Rosé Pinot Noir in the center. The word 'Rosé' is written in a large, elegant cursive font across the middle. To the right, 'PINOT NOIR' is written in a bold, sans-serif font. To the left, 'CHILE' is written in a large, light-colored font. Below the bottle are two cherries. In the bottom left corner, there are social media icons for Instagram and Facebook, followed by '@delikacr'. In the bottom right corner, there is a circular logo for 'Delika by Vincent Tapia'.

Simphony Cloud: Control total desde la nube

Esta herramienta garantiza ahorro de recursos, agilidad de servicio y centralización de la información del negocio

La nube se volvió el lugar más seguro y accesible para almacenar información, esto si se hace uso de las herramientas y aliados adecuados. Pospan Costa Rica ofrece a empresarios del sector gastronómico la alternativa de integrar Oracle Hospitality Simphony Cloud a sus operaciones.

Este software permite llevar un control integral del restaurante, todo en la nube y desde cualquier dispositivo móvil, garantizando agilidad y centralización en el uso de información vital para toma de decisiones.

¿Qué beneficios brinda Simphony Cloud?

- Reduce el costo de recursos de informática, gracias al potencial de la nube
- Mejora la interacción con el cliente, gracias a una solución que se extiende a dispositivos móviles
- Permite la operación de su negocio de una forma ágil
- Permite visualizar los resultados
- Crear fidelización de sus clientes
- Gestiona sus inventarios en línea

Lograr atender a los clientes lo antes posible es una de las principales inquietudes de los restaurantes, cafeterías y negocios afines. Simphony permite introducir las comandas al punto de venta en el orden en que se toman.

Por otro lado, Oracle Hospitality Simphony Cloud envía a la cocina las comandas realizadas por internet, gestionando así las reservas, listas de espera y administrando los horarios de los meseros. Asimismo, el sistema evita errores en la entrega de órdenes y facilita la gestión en cocina. En resumen, este software garantiza un adecuado servicio al cliente y un correcto manejo del negocio.

Pospan

Teléfono: + (506) 2296-2345



Oracle Hospitality Simphony Cloud permite a los restaurantes optimizar sus recursos y dar un manejo integral al negocio.

ORACLE Gold Partner

Soluciones para Hoteles y Restaurantes

Cerraduras Electrónicas y Cajas Fuertes



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

ASSA ABLOY
The World's Leading Lock Group





FIFCO no realizará ningún despido, pese al cierre de sus dos hoteles en Guanacaste

Negocios se reinventan para sobrevivir a la crisis

La pandemia por el COVID-19 cambió el escenario mundial y trajo consigo consecuencias económicas que golpean al sector gastronómico y hotelero

Bares, casinos y discotecas cerraron en su totalidad desde mediados de marzo, mientras que restaurantes y negocios gastronómicos fueron obligados a operar al 50% de capacidad. Sin embargo, muchos de ellos debido a la situación de crisis por el Coronavirus y a la ausencia de clientes decidieron cerrar.

Lo anterior, trajo incertidumbre y desolación a gran cantidad de personas que se quedaron sin empleo y negocios que dejaron de percibir sus acostumbrados ingresos. Pese a esto, no todos tiraron la toalla y algunos se las ingeniaron para reinventarse y buscar la forma de mantener operaciones y sostener su planilla.

Se estima que en el país los negocios gastronómicos vieron reducidos sus ingresos entre un 50% y un 80%. Asimismo, más de cinco mil quinientas personas se quedaron sin empleo, lo que en promedio representa alrededor de doce personas sin trabajo por cada bar, restaurante o negocio del sector que cerró sus puertas.

Las estrategias ante la crisis

Un ejemplo de reinención para hacer frente a la nueva realidad debido al Coronavirus es el del Restaurante Sofía Mediterráneo, en este negocio los meseros se convirtieron en personal a cargo de entregas a domicilio, por otro lado, el menú empezó a venderse con un 15% de descuento.

Acorde con Mehmet Onuralp, propietario de Sofía Mediterráneo, se continuó operando bajo estrictas medidas de higiene e inocuidad. "Varios de nuestros clientes nos mostraron su fidelidad y ordenaron a domicilio o pasaron por el negocio y compraron para llevar. Aún no se despidió ninguna persona, están con jornada reducida y trataremos de ser proactivos para

no llegar a eso", afirmó Onuralp.

El Restaurante Kahli por su parte, desarrolló un menú diferenciado, especial para las personas que están en casa, esta alternativa incluye lasaña, gallo pinto, casado y otros platillos clásicos. Kahli Delivery permite a los clientes llenar un formulario de pedido, confirmar detalles por whatsapp y realizar el pago para recibir su comida en la comodidad de su casa o lugar de trabajo. "Habían dos opciones: ponernos negativos, lamentarnos y quejarnos o usar la creatividad y reinventarnos ante la crisis. La idea fue ofrecer opciones de comida lista a quienes están en casa realizando teletrabajo, igualmente continuamos con nuestro menú tradicional por UberEats", expresó Sophia Rodríguez, chef y propietaria de Kahli.

El ingenio de los empresarios no tiene límite, así como no lo tienen las ganas de salir adelante, es por esto, que además de seguir operando a media capacidad y ofrecer platillos 2x1 a través de Uber Eats, las propietarias del Restaurante Árbol de Seda, pusieron a disposición de sus clientes asesorías de 20 minutos con la chef del lugar.

La idea es que quienes están en casa, con comida e ingredientes en su refrigerador, pero sin saber qué preparar con lo que tienen a mano, puedan conversar con la chef de Árbol de Seda, quien por medio de una video llamada les dará recetas de platillos que incluyan los ingredientes con los que cuentan.

Finalmente, Good Food, un negocio que siempre se caracterizó por brindarle a sus clientes opciones de sana alimentación que llegaban hasta la puerta de su casa u oficina, se puso la camiseta y decidió no abandonar a sus proveedores, así que como parte de su reinención empezó a ofrecer cajas de producto fresco y orgánico.



Mehmet Onuralp y sus meseros están realizando entregas a domicilio a los clientes de Sofia Mediterraneo.

“Esta situación nos hizo replantearnos nuestro objetivo y por eso decidimos impulsar el hecho de que la gente esté en casa y que además, coma saludable. De esta manera, realizamos entregas dos veces por semana y seguimos apoyando a los productores que trabajan con nosotros desde hace seis años”, manifestó Sergio Leiva, propietario de Good Food. Este negocio aplicó también, un 15% de descuento a su menú y compartió con sus clientes recetas saludables y consejos para seguir alimentándose de forma balanceada desde casa. Good Food adoptó estas acciones para tratar de seguir operando y contar con sus colaboradores hasta el último momento.

Hoteles realizan esfuerzos titánicos para mantener sus planillas

Se estima que más de mil personas fueron despedidas en una misma semana en el sector turismo, esto precisamente, cuando el gobierno extremó medidas para contener la curva de contagios por el COVID-19.

Muchos hoteles que sobreviven en gran medida por el turismo, decidieron cerrar sus puertas, sobre todo ante la noticia del cierre de fronteras en el país, lo que aumentó la ola de cancelaciones en casi todos los negocios de hospitalidad.

KC Hotel San José, es uno de los hoteles que ha decidido mantenerse en pie de lucha e invita a quienes deban visitar San José a quedarse en sus instalaciones. Este hotel extremó los códigos de limpieza y cuenta con pasillos amplios y ventilados, así como con aire acondicionado independiente en cada habitación, aspectos que utiliza para promoverse como una opción de alojamiento seguro en estos días de crisis.

Según Pedro Merino, gerente de mercadeo y ventas del Hotel, su ocupación ha bajado en un 85% y para la tercera semana de marzo, solo tenían 15 habitaciones con huéspedes. “La jornada laboral de nuestro equipo se ha reducido, conforme lo autoriza la ley. Tenemos bloqueadas 20 habitaciones y hemos intensificado la limpieza en todas las áreas”, comentó.

El Hotel Montaña de Fuego ubicado en La Fortuna, mantiene operaciones con medidas extremas de desinfección y ofrece bonos de vacaciones a sus



Sergio Leiva, propietario de Good Food, decidió no cerrar puertas, ni realizar despidos y agregó nuevos servicios a su negocio.

seguidores en redes sociales, quienes verán duplicado el monto de su inversión. Este hotel asegura que no realizará ningún despido, pese a la situación por el Coronavirus.

Por otro lado, hoteles como The Westin Golf Resort & Spa y W Hotel, propiedad de FIFCO, cerraron temporalmente, pese a ello FIFCO anunció que asumiría por un plazo de tres meses el impacto de la suspensión temporal de operaciones y no realizará despidos.

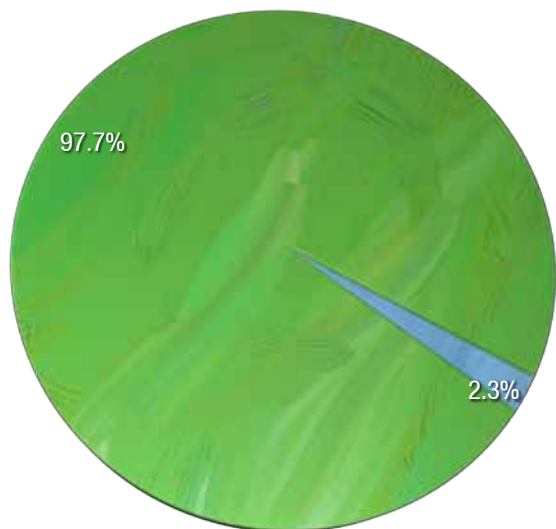
Encuesta a Restaurantes

Apetito hizo un pequeño sondeo entre 306 restaurantes de Costa Rica del 17 al 21 de marzo. Estos son los resultados.

Restaurantes y alimentos con servicio express luego del coronavirus

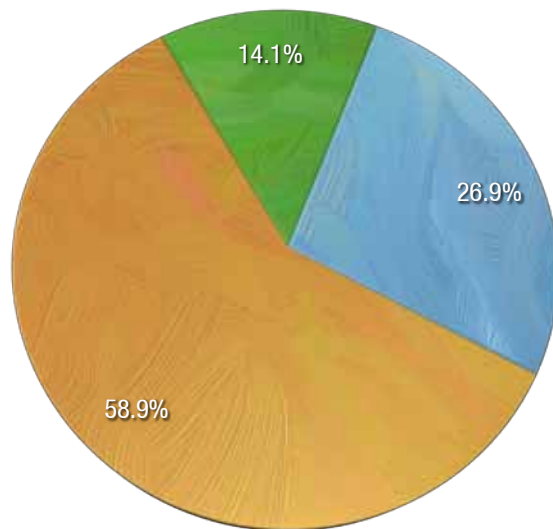
La Revista Apetito hizo un sondeo para saber cuales restaurantes y alimentación estarán ofreciendo servicio express en Costa Rica. Con el afán de ayudar a la comunidad gastronómica y a facilitar la comunicación entre restaurantes y los comensales, aquí les compartimos la lista <https://bit.ly/2w7bPP9>

¿Ha bajado las ventas en la última semana?



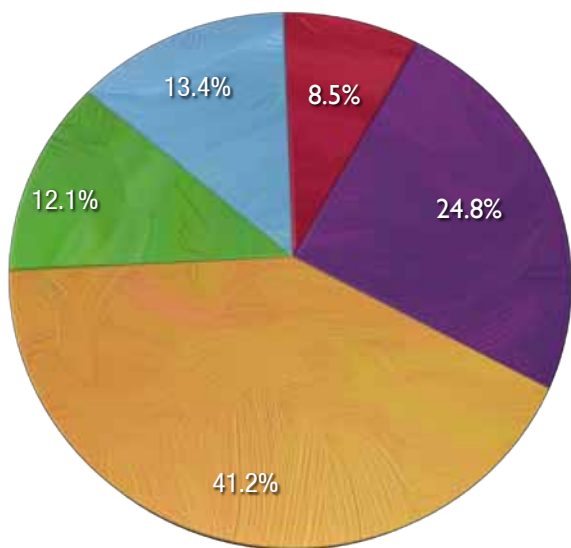
■ SI ■ NO

Si ha bajado, ¿Cuánto es el porcentaje?



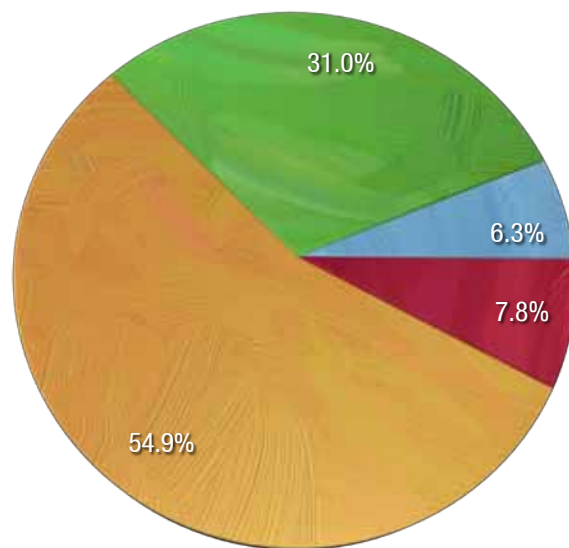
■ 10% a 30% ■ 30% a 50% ■ 50% o más

¿Han contemplado cerrar definitivamente el restaurante ante la crisis que se estaba dando, y ahora con este virus?



■ Aquí seguimos ■ Vamos a cerrar momentáneamente hasta nuevo aviso
 ■ SI ■ NO ■ No Sabemos

A partir de ahora, ¿Va a ofrecer servicio express?



■ Si, ya de porsí lo hacíamos ■ Si, es algo nuevo para nosotros
 ■ No lo sé ■ NO

¿Como deben actuar los empresarios ante la situación económica actual?

Por: **Máster Marco Vargas Siles Contador Público-Especialista en Materia Tributaria, socio de la firma Vargas Vargas & Asoc**

Sin lugar a duda la situación que vive el país y el mundo en general es inédito y lo más cercano a lo que estamos viviendo se dio en la segunda guerra mundial, donde existió una paralización mundial, el turismo prácticamente se detuvo, las materias primas escasearon y las economías de muchos países entraron en una crisis.

La pregunta ante el panorama actual es que debemos hacer, no existe una respuesta fácil y hay que ser flexibles, ya que se están aprobando múltiples proyectos de ley y acciones por parte del gobierno, muchas generales para todas las empresas, por lo que es de esperar que en la medida que avance esta crisis se presenten propuestas más concretas para algunos sectores que obviamente se verán más afectados, tal es el caso del turismo, gastronómico y actividades conexas, ante los cambios que se están presentando, sin ser probablemente las únicas acciones a considerar podríamos señalar las siguientes a fin de sentar la base de acción ante esta crisis sanitaria y económica.

1. Lo primero a considerar es todas las opciones que está brindando el gobierno e incluirlos en los modelos predictivos de la empresa, es pertinente tener claro que cualquier estimación realizada en el pasado no tiene sentido y se debe trabajar sobre las premisas más negativas.

- a. Utilización de jornadas reducidas
- b. Suspensión de los contratos laborales
- c. Utilización de amnistía tributaria
- d. Solicitud de suspensión de pago de créditos
- e. Suspensión de pago a la CCSS
- f. Utilización de reducción de servicios públicos.
- g. Solicitud de disminución de pagos parciales
- h. Disminución de retenciones

Es conveniente tener presente los requisitos para acceder a estos paliativos ofrecidos por el gobierno, ya que, aunque la gran mayoría son relativamente simples lo más conveniente es tenerlo presente para poder acceder lo más rápido posible a estos incentivos económicos.

2. Se debe hacer un recuento de las obligaciones vigentes y organizarlas de forma tal que tengamos claro cuáles podrían ser prescindibles o postergarse.

3. El talento humano debe ser una prioridad ya que esta crisis va a pasar y se requiere el personal para volver a operar con normalidad, es claro que la adaptación de un empleado en un puesto de trabajo lleva en algunos casos meses, por lo que el costo implícito de iniciar con nuevo personal puede tener consecuencias negativas.

4. La renegociación con los proveedores es clave, ante una situación como la que estamos viviendo es vital tener buenas relaciones con los proveedores.

5. La tecnología sin lugar a duda debe ser utilizada como herramienta de impulso a las actividades económicas, ventas en línea, teletrabajo, apps de ventas, etc. Todo se vale

6. Los negocios debemos reinventarnos y comprender que el proceso de la economía en algunos sectores demora un tiempo por lo tanto se debe tener presente varios aspectos: a) Flexibilidad en las negociaciones con los clientes, b) ofrecer mayor valor en los productos y servicios que se ofrecen

7. Sin lugar a duda el desempleo crecerá por lo que es conveniente tener claros los pasos para el emprendedurismo

8. Las proyecciones se deben realizar por periodos más extensos de un año de operación ya que debemos contemplar el proceso de recuperación de las pérdidas generadas en este año.

9. La asesoría no se debe dejar de lado ya que en estos momentos las decisiones deben ser soportadas sobre información y considerando las obligaciones contractuales y futuras que generan el acceso a los diversos incentivos económicos ofrecidos actualmente.

10. Debemos repasar las obligaciones que se mantienen vigentes, aunque exista un cese parcial o total de operaciones, presentación de declaraciones de impuesto a fin de cumplir con este deber formal, presentación de planillas, presentación a entidades financieras, entre otros.

11. Indispensable mantener al día la información financiera con el fin de poder presentar información a bancos para acceder créditos, es conveniente considerar que la banca usualmente solicita 3 años de información financiera, declaraciones de impuestos y proyecciones usualmente de un año ante la situación actual probablemente de mayor tiempo.

12. Las relaciones o Networking es sin lugar a duda clave en épocas de crisis ya que las relaciones generan la posibilidad de mayor cantidad de negocios, repasemos la lista de contactos.

13. Debemos estar abiertos a otras formas de tranzar los negocios tales como el canje o permutas, mecanismo que permite el intercambio de bienes o servicios sin disponer necesariamente del efectivo.

14. Se debe explorar nuevos mercados ya que ante una economía afectada el mercado se comprime y es necesario ampliar la base.

15. Es fundamental revisar nuestros procesos internos de producción para ser más eficientes los mismos, asimismo si tengo un exceso de capacidad de producción es conveniente en pensar en convenio de cooperación con otros empresarios.

16. Se debe trabajar con inventarios más justos para mantener una mayor liquidez.

7980 negocios gastronómicos cerraron

El cierre de restaurantes, sodas, bares y cafeterías por el tema del Coronavirus deja a más de 109 mil personas sin empleo en el sector
Por: Arleth Badilla Morales



Clemencia Palomo, directora de CACORE.

La Cámara Costarricense de Restaurantes (CACORE) realizó un sondeo que incluyó las siete provincias del país y dio a conocer cifras alarmantes, esto tras dos semanas críticas debido a la emergencia nacional vivida por el COVID-19.

La recomendación de aislamiento social emitida por el Ministerio de Salud, ha dado frutos a nivel de contención del virus, sin embargo, ha alejado a los clientes de los negocios gastronómicos y esto ha significado una baja en las ventas de aproximadamente el 80%.

Se estima que de los 19 mil negocios gastronómicos que existen en Costa Rica, un 42% ya se encuentran cerrados por completo, significando esto que más de 109 mil colaboradores se hayan quedado sin trabajo.

Actualmente unas 72.300 personas trabajan con jornada reducida, pues un 40% de los negocios del sector gastronómico realizan esfuerzos para mantener su planilla y no realizar más despidos.

Según Clemencia Palomo, directora de CACORE, el desempleo está golpeando fuertemente a quienes trabajan en negocios como bares y restaurantes. "Los salones están en este momento con una ocupación de 5%, esto es insostenible. Además, los negocios que operan en food courts han tenido una caída del 95%".

Ante esta situación, CACORE solicita al Ministerio de Trabajo, colaborar para lograr la suspensión de las jornadas de trabajo, pues hacer a los colaboradores ir a estos espacios es ponerlos en riesgo, más en momentos en que la curva de contagio se encuentra en aumento.

¿Qué solicitan los restauranteros a las autoridades?

CACORE ha estado en constante comunicación con distintas entidades, esto con el fin de hacerle llegar a los jefes de las entidades las inquietudes de los empresarios del sector. Una de las solicitudes, es ante el Ministerio de Salud, a quien le han solicitado protocolos específicos de higiene para los restaurantes que continúan abiertos, así como las acciones a tomar si un colaborador resulta contagiado.

Por otro lado, la Cámara de Restaurantes le pide al Ministerio de Hacienda un pronunciamiento, pues al día de hoy se les sigue reteniendo a los negocios que operan un porcentaje de las mínimas ganancias que tienen.

"Hemos enviado cartas a las municipalidades para que nos ayuden con una propuesta de salvamento. También, agradecemos la colaboración de los bancos, pero les pedimos extender la ayuda a nuestros colaboradores y ampliar las moratorias de pagos de las tarjetas de crédito a 24 meses", manifestó Palomo.

Por su parte, Jorge Figueroa, vicepresidente de CACORE, externó su preocu-



Jorge Figueroa, vicepresidente de CACORE.



Los salones de restaurantes están recibiendo solo un 5% del grueso de clientes que reciben normalmente.

pación relacionada con el próximo pago de patentes comerciales, de licores y de impuesto territorial, pues en este momento la mayor inquietud de los negocios es mantener la planilla y evitar más despidos.

Otra de las peticiones del sector, es para la Caja Costarricense del Seguro Social, a quien los empresarios le solicitan incluir en la moratoria de pagos el mes de marzo y dar un plazo de 24 meses para honrar la moratoria, esto pues el presente, ha sido un mes de ventas mínimas.

Propuestas del sector para hacer frente a la crisis

- ü Que las asociaciones solidaristas sean intermediarios financieros para empresas y colaboradores.

- ü Liberación del tope de consumo para que los negocios puedan recibir el descuento ofrecido por el ICE.

- ü Extensión de la moratoria brindada por Acueductos y Alcantarillados a 24 meses para que los empresarios tengan tiempo de reponerse y generar ingresos.

- ü Mejora de condiciones para los negocios que están operando bajo la modalidad de servicio exprés, esto a través de plataformas como UberEats, Glovo y Rappi, con quienes ya se está en conversaciones.

- ü Acuerdos con sector de bienes inmuebles y centros comerciales para llegar a arreglos de pago, pues el tema de alquileres es una de las principales preocupaciones.

Un 24% de los negocios que mantienen operaciones, ya tuvo que reducir las jornadas de sus colaboradores en un 75%, por lo cual estas personas solo están recibiendo un 25% de su salario.

Esta semana negocios como Chancay, Catrinas, Silvestre, Antojitos, Fogo y un local de Denny's, así como cinco locales de Taco Bell, ya cerraron sus puertas y se espera que esta sea la constante ante la emergencia nacional.

Dado lo anterior, CACORE le solicita al gobierno y sus instituciones empezar a trabajar en una estrategia de reactivación para uno de los sectores más golpeados por la crisis. La Cámara reitera su apoyo a los empresarios gastronómicos y se declara de puertas abiertas para atender consultas e inquietudes tanto de negocios afiliados, como no afiliados.



Más de 109 mil colaboradores del sector se quedaron sin trabajo producto de la crisis por el Coronavirus.

¿Cómo funcionan los chef “freelance”?

Por: Arleth Badilla Morales

La chef Marta Mora brinda servicios profesionales en el área de gastronomía, conoció esta modalidad cuando años atrás una marca la empezó a contratar para que asistiera a eventos masivos.



La chef Marta Mora conoció esta modalidad cuando años atrás una marca la empezó a contratar para que asistiera a eventos masivos.

“He llegado a atender eventos donde hay desde cien hasta cinco mil personas. También, brindo mis servicios desarrollando menús, platillos, recetas y estilos de emplatado y montaje para restaurantes o catering service que me solicitan asesoría”, comentó Mora.

Esta chef ha representado a reconocidas marcas del sector en eventos y actividades, esto con el fin de lograr posicionamiento de marca. Lo anterior, le ha abierto puertas y le ha permitido visitar varios países, así como canales de televisión y otros medios de comunicación.

La modalidad de cobro en su caso es variable, pues cuando son eventos masivos cobra por plato, en otras labores como diseños de menús, cobra por proyecto y en diseño de platillos o emplatado y montaje cobra por hora.

“Para mi esta modalidad de trabajo es muy rentable, me han seguido tomando en cuenta a lo largo de los años y me dedico de lleno a brindar servicios profesionales como chef. Obviamente hay picos altos y tiempos de menor trabajo, pero gracias al trabajo constante con marcas me mantengo bastante ocupada”, afirmó la chef.

Modalidad rentable

Jennifer Aguilar es una de las propietarias de El Tenedor Rojo, un negocio que desarrolló en conjunto con su esposo y que actualmente, cuenta con cuatro locales, los cuales brindan variedad de comida preparada, tanto para comer en el lugar como para llevar.

Con el paso de los años, los restaurantes de El Tenedor Rojo, ubicados en su mayoría en “food courts” de centros comerciales, se convirtieron también, en centro de operaciones para una modalidad de catering service que nació hace tres años y se integró a la idea de negocio.

Dado el crecimiento y con la llegada de nuevas necesidades, esta empresaria decidió tener un chef de planta para sus restaurantes y contratar los servicios de un chef “freelance”, quien se encarga de diseñar variedad de menús para los eventos del catering service.

“El chef no nos cobra a nosotros por hora, sino por proyecto, que es el diseño de menús, pues los eventos se desarrollan según la necesidad de cada cliente y esto requiere tiempo. Recientemente, este profesional nos colaboró también, con el diseño de un menú keto y uno vegano para nuestros restaurantes”, comentó Aguilar.

Acorde con Jennifer, este tipo de modalidad es muy rentable, pues solo contratan al chef cuando lo necesitan y no deben incluirlo en la planilla. Sumado a lo anterior, estos profesionales brindan respuesta muy rápida a los proyectos que se les asignan.



Jennifer Aguilar, propietaria de El Tenedor Rojo.

Directorio de proveedores de gastronomía y hotelería



Descubralo en el web app
m.exphore.com

Más información: revistaapetito@ekaconsultores.com

Desde nuestros campos hasta tu cocina, estamos para servirte para que nunca pienses dos veces cuáles son las papas perfectas.

Hoy, la comida para llevar y el domicilio están en constante crecimiento, y sabemos que tu reputación va con cada orden que sale de tu negocio, por lo cual, nuestras crujientes papas Crispy on Delivery fueron creadas especialmente para que puedan mantener su sabor y textura crujiente hasta 30 minutos en un empaque ventilado, lo que mantendrá tu negocio y servicio a domicilio en el camino hacia el éxito.



¿Buscas una manera confiable de entregar algo crujiente?
Estamos para servirte.



Lamb Weston 
VEMOS POSIBILIDADES EN PAPAS



Descubre cómo Lamb Weston puede ayudarte a enviar papas a domicilio calientes y crujientes con Crispy On Delivery

Encuentra inspiración y taggea tus ideas en Instagram y Facebook:
@lambweston4chefs_jatam

Lamb Weston 

Crispy On Delivery Fries



Escanea para conectarte con nosotros en Instagram