



# Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

**Especial de**  
**EXPHORE**  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

P. 09

Tendencias  
detrás de  
las barras  
P.20

Creciendo  
a punta  
de patty  
P.18

¿Chef pasión  
o moda?  
P.14

Un hogar lejos  
**de casa**

Miguel y Josep Puigcorbé  
propietarios de Al Tapas

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

Nº 135  
EDICIÓN EXPHORE 2018

f /Revista Apetito

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO  
PORTE PAYÉ **PERMISO Nº 130**

+8,000  
profesionales del  
sector gastronómico  
y hotelero están  
suscritos a Apetito  
3.701 Apetito Digital  
5.000 Apetito Impresa

## Anúnciese en Apetito

y reserve su  
stand en  
Expohore, ExpoVino



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

## Suscríbase

en: [www.apetitoenlinea.com](http://www.apetitoenlinea.com)  
Tel: +506 4001 6728



18



14



12

## Contenido

4 Nota del Director

### Gastronomía

6 Al Tapas: Un hogar lejos de casa

### Hotelería

8 Jóvenes crean buscador de playas que beneficiará a hoteleros

### Especial de Expohore

10. Cada año asisten desde distintas zonas del país

12. Los 10 productos más innovadores

14. ¿Qué hace un chef embajador de marca?

15. La Casa del Tanque ofrece productos para el sector gastronómico y hotelero

16. El ICT promueve apoyo a pequeños y medianos empresarios

### Caso de Éxito de Expohore

17. Epson y Proyectos 309 Tecnologías se unen

18. Creciendo a punta de patty

### 20. Expobares

Sostenibilidad e innovación: Las tendencias detrás de las barras



20

### 22. Zona Cafetera

Productos diferenciados y tecnología se abren paso en el mundo del café

### Conversatorios Expohore

24. Airbnb: ¿Aliado o enemigo del sector turismo?

26. Rotación de personal ¿Chef pasión o moda?

28. Redes sociales ¿Herramienta de posicionamiento o arma de doble filo?

### 30. Premiación Expohore

Resultados según los Asistentes.

# HAGA QUE EL ESPACIO TRABAJE PARA USTED CON CAMSHELVING®

Espacio es dinero. La estantería correcta hace un mejor manejo del espacio y menos uso de nuestra mano de obra. El equipo Cambro® está aquí para ayudarle paso a paso desde la valoración, medición y diseño hasta la instalación para la última solución en ahorro de espacio, alimentos, y mano de obra en los años porvenir.

Cuando elige Cambro, nuestro equipo es su equipo.



**CAMBRO**  
TRUSTED FOR GENERATIONS™

Acceda a su equipo en [CAMBRO.COM/MyTeam](https://www.cambro.com/MyTeam)



Usted, cliente  
satisfecho.



Asistencia para  
la instalación



Consultoría en diseño  
de estanterías en línea.



Valoración y  
medición.



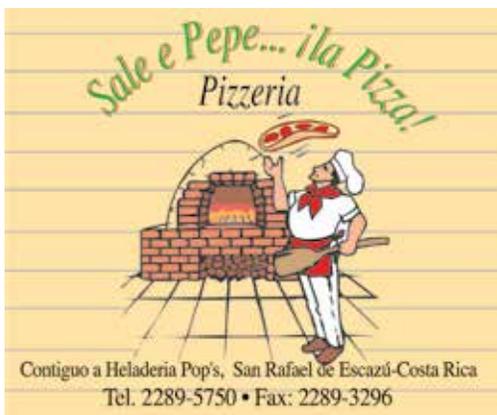
Karl Hempel  
**Director**  
karl@ekaconsultores.com

Capturar la mejores ideas es una labor que requiere observación, silencio, colaboración y sobre todo, anotación.

En estos años de organizar la feria, han sido muchas las ideas que hemos implementado, algunas venían de otros eventos, otras de sugerencias o comentarios de clientes y asistentes al evento y otras que resultaron de sugerencias del equipo organizador.

Lo mismo sucede con cualquier organización que esté enfocada a satisfacer las necesidades de sus clientes. En un hotel o en un restaurante el equipo entero debe estar atento a nuevas ideas, vengan de donde vengan. Y una vez capturadas deben ser compartidas para ver cual será implementada y cual será archivada para ser considerada en un futuro.

Ese proceso de de decisión debe recaer en el grupo y ante la duda en una persona que debe tener el rol de decisor final. Si las decisiones deben tomarse para que las tareas avancen y no quedemos en un análisis parálisis que puede ser fatal para cualquier iniciativa.



Espero que disfruten de esta edición y como siempre agradezco sus ideas, y comentarios para seguir en el camino de desarrollar soluciones que agreguen valor a sus proyectos.

### **Presidente**

Karl Hempel Nanne  
karl@ekaconsultores.com

### **Asesor Comercial**

Guillermo 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  
Alexandra Frittella  
Enrique Rivas

### **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





# Nit<sup>®</sup> **SUR**

## El desinfectante para profesionales

- Jabón neutro para manos • Industrial Degreaser • Biosafe •
- Expert Floor Cleaner • Limpiador para paredes •
- Disinfectant Cleaner 4 •



Más información 2211-3576 o  
escribanos a: [informacion@gruposur.com](mailto:informacion@gruposur.com)

con **SUR**  
**Voy a lo seguro**



# Al Tapas: Un hogar lejos de casa

El hogar no siempre es el lugar donde se nace, en muchas ocasiones, se construye con las circunstancias de la vida y los anhelos que tenga el corazón. Es el caso de dos catalanes, Miguel y Josep Puigcorbé, quienes encontraron en Costa Rica, un lugar para echar raíces con su restaurante, un tesoro gastronómico llamado Al Tapas.

Por: Alexandra Fritella



**E**n medio de una compleja crisis española, Miguel y Josep pensaron en movilizarse de su natal España en busca de un nuevo comienzo, otro hermano que ya vivía en suelo tico y trabaja aquí como arquitecto, les llamó para que vinieran a conocer. Andando por calles josefinas y conociendo playas guanacastecas, quedaron prendados en su recorrido por el país, llegando a la conclusión de hacer de una visita temporal, una permanente. Por medio de amigos y conocidos, decidieron asentarse en unos condominios en Santa Ana, lugar donde fueron maquinando el abrir un negocio. Comenzaron por saber cómo funcionaba verdaderamente el país, su economía, estudios de mercadeo y presupuestos, pensando ya de paso en la elaboración del menú, su dinámica, cómo querían que fuese el ambiente y demás temas que, durante cuatro años, se fueron puliendo hasta llegar al proyecto que se tornaría en un éxito.

“Cuando llegamos aquí, la cultura de las tapas no estaba tan desarrollada, había restaurantes españoles, pero no dedicados a las tapas en sí, a lo que nosotros queríamos ofrecer”, expresa Miguel, quien trabajaba también como arquitecto y está ahora de lleno en el restaurante con Josep, quien laboraba como sumiller en Barcelona. “Hemos ido mejorando y perfeccionando. Nosotros nos enfocamos en ofrecer un viaje por diferentes regiones de España con el concepto de las tapas y compartir la cultura del tapeo, que se parece mucho al sistema de las bocas que hay aquí”.

Ambos expresan reconocer la similitud en muchos sentidos entre las tapas y las bocas, aunque confiesan que su preparación y degustación son muy diferentes, tanto que en variadas ocasiones no lograban encontrar en el país los productos que se utilizan en sus platos. Por fortuna, es más fácil ahora porque están llegando productos desde España, cuentan con proveedores y muchos importadores que cada vez están trayendo más artículos esenciales para las inigualables recetas como vinos, embutidos, garbanzos y lentejas muy pequeñas llamadas pardinas, entre otros.

La misión de estos buenos visionarios, es seguir consolidándose en el sitio en donde están, ofreciendo música en vivo tres noches a la semana para incentivar a los artistas nacionales, creando un ambiente placentero y acogedor.

Actualmente, Al Tapas se ha transformado en un hogar lejos de casa para los comensales de sangre española que transitan el local de una manera casi cotidiana, así como se ha convertido en un viaje extraordinario por las regiones catalanas más exquisitas para los nacionales. Ellos, junto con sus dos hermanos más, también socios, han hecho de su proyecto un estilo de vida, más allá de trabajar; es una diaria aventura deleitante para ellos tanto como para el que los visita, donde el atender, sonreír y brindar deja la confortante sensación de tener una familia al otro lado del mundo.

Al Tapas

Teléfono: (506) 2282-4871



# Jóvenes crean buscador de playas que beneficiará a hoteleros

El gusto por conocer Costa Rica y las ganas de emprender un proyecto personal hizo que dos amigos de la infancia crearan una plataforma para descubrir playas costarricenses.

Por: Enrique Rivas Leyva

José Pablo Alfaro, que es periodista y trabaja en Grupo Nación, y Carlos Alpizar, quien es administrador de negocios, desarrollaron el sitio web GoPlaya.CR con el objetivo de canalizar de mejor manera el turismo de playas que se realiza en nuestro país por parte de nacionales y extranjeros.

El sitio especializado en turismo creó una alianza con la plataforma internacional de hoteles Booking.com para incluir en su página web todos los alojamientos cercanos a las playas de Costa Rica. Además, los turistas pueden leer reseñas específicas de cada lugar con el fin de que se escoja la mejor opción.

Es el primer medio de comunicación del país en desarrollar este tipo de alianza, que les permitirá a los turistas conocer cuáles hoteles están a menos de 20 kilómetros de la playa que desea visitar, lo que beneficiará a los hoteleros, explican sus fundadores.

“Nuestro objetivo es que las personas encuentren una playa increíble y luego puedan reservar un hotel cercano que complemente su experiencia. Esto beneficiará a todos, hoteleros, comunidades, turistas, es una plataforma que brinda ayuda al máximo”, explicó Carlos Alpizar, uno de los fundadores de GOPlaya.

Al ingresar a GOPlaya, podrá elegir su spot favorito, encontrar toda la información (fotografías, estado del camino, rutas de acceso, videos, etc) y al bajar encontrará un banner que lo llevará a los hoteles cercanos a esa playa. En total, hay más de 2000 alojamientos disponibles, y puede reservar desde la propia página.

Para desarrollar el trabajo de campo estos jóvenes amigos decidieron por 1 año recorrer la mayoría de costas de nuestro país, llevándolos a recopilar información en texto, fotografías y videos, de cada uno de los sitios visitados, esto con el objetivo de brindarle información de calidad a cada visitante del sitio web. Una opción que brinda el sitio web es el crear su propia ruta, lo que origina que el buscador automático ofrezca opciones similares a la playa que se escogió.

“Nuestro objetivo es que cada persona realice su tour propio, aprovechando las bellezas de nuestro país. La exposición que le damos al país a nivel internacional es super alta, ya que somos el único buscador de playas con la mayor visitación en la web. Nuestro objetivo es también que los hoteleros nos contacten para que se expongan en el sitio y escribir reseña sobre sus lugares, con el fin de ofrecerle más diversidad a cada cliente”, mencionó Jose Pablo Alfaro, socio fundador del sitio.

Es así como dentro del sitio usted podrá encontrar un blog donde el equipo de trabajo publica contenido relevante para cada usuario, como por ejemplo “Las cinco playas de arena blanca más vírgenes de Guanacaste”, “Cocalito, la playa con catarata”, entre otras.



En el año 2017 estos jóvenes, y su plataforma, ganaron el “Premio Pasaporte Abierto”, otorgado por la Organización Mundial del Periodismo Turístico, que escogió a este proyecto tico entre 15 propuestas de distintos países, principalmente de Latinoamérica como el mejor proyecto del año



Carlos Alpizar y José Pablo Alfaro desarrolladores el sitio web GoPlaya.CR



ESPECIAL DE  
**EXP|HO|RE**  
 EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES



# Cada año asisten desde distintas zonas del país

Encontrar respuesta a sus necesidades, reunirse con amigos del sector y ponerse al día con las nuevas tendencias, esas son algunas de las motivaciones de los asistentes a Exphore realizado el pasado mes de junio en Pedregal, Costa Rica



Sandra María Alpizar, administradora de Costa Rica 2go y Natalia Montero, encargada de mercadeo de Lirio Lodge, visitaron Exphore desde los Canales de Tortuguero. Afirman que lo que más les gusta es la posibilidad de encontrar todo en un mismo lugar.



José Cordero, Víctor Cedeño, Víctor Castañeda, Allen Mairena y Andy Ilima, del Hotel Playa Cativo visitan EXPHORE desde hace tres años, en esta oportunidad trajeron a los colaboradores del Hotel que nunca habían visitado la expo.



Fabiana Villegas, Steven Villegas, Dilan Villegas y Kendall Villegas del Restaurante La Pradera vinieron a EXPHORE por primera vez este 2018 en busca de equipos de cocina.



Katherine Ordóñez, Ericka Ríos y Yinia Moreira, de Yini Catering Service tienen este negocio hace diez años, desde hace cinco visitan EXPHORE.

Fernando Gutiérrez y Juan Villalobos de Panadería Vallecito de Los Ángeles visitaron la expo en busca de equipo de refrigeración y de una máquina para café.



Rafael Díaz y Pamela Caro, propietarios de Orgánica Nutrición Inteligente utilizaron el primer día de EXPHORE para buscar empaques biodegradables para su negocio.

# ASISTENTES



Oscar Mora y Gustavo Céspedes tienen una empresa de arquitectura y vinieron a la expo a ver equipo y mobiliario de cocina para un proyecto que están desarrollando.



Walter Vargas, chef, Ana Carranzo, gerente y Jr Hobssee Chavarría, gerente de alimentos y bebidas del Hotel Hacienda Guachipelin asistieron para buscar proveedores de cocina para el restaurante del Hotel.



Wendy Campos, propietaria y Francisco Martínez, cocinero de El Puente Marisquería visitaron EXPHORE desde Puntarenas para buscar productos nuevos para el área de Bar del negocio.



Diego Velázquez, Alejandro Velázquez, Lucía Calderón y Branye Araya de Lucy's Bar vinieron desde Turrialba para ver las tendencias gastronómicas que se presentaron en EXPHORE.



Alexia Gómez y Sofía Jiménez de Maracuyá Café tienen seis años de tener el negocio y vinieron en busca de nuevos proveedores para renovar la oferta de su cafetería.

## Tome el control de su restaurante. Es simple.

ORACLE **micros**



**100%  
garantizado**

Ofrecemos soluciones de Punto de Venta personalizadas para integrar y centralizar el control de su negocio.

Sistemas para pequeños locales o cadenas de restaurantes.  
Soporte 24/7 los 365 días del año.



Llámenos  
sin compromiso.



Tel.: (506) 2296-2345 • [frojas@pospan.com](mailto:frojas@pospan.com) • [www.pospan.com](http://www.pospan.com) • [www.micros.com](http://www.micros.com)

# Los 10 productos más innovadores

[Según los asistentes a Exphore]



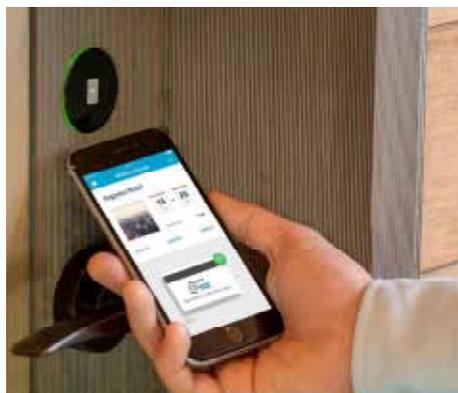
Calandra para secar y planchar telas de todo tamaño, útil para sabanas, cortinas y telas similares.  
**Uniwasher Tel: + (506) 2261-6539**



Vajillas biodegradables, duran 28 días para degradarse en el ambiente.  
**Bx Food Company Tel: + (506) 7077-2557**



Pantalla de autoservicio multi idioma que permite un ahorro de tiempo de hasta el 50% en la ejecución de la orden. **ICG: Tel: + (506) 2283-1585**



Cerradura electrónica para puerta de habitación de hotel que se puede abrir con tarjeta tipo chip o desde el celular. **Pospan Tel: + (506) 2296-2345**



Te floreciente tejido a mano que sirve tanto para tomar como para decoración en centros de mesa, habitaciones o espacios similares. **Arté Costa Rica: Tel: + (506) 8914-2646**



Dispensador de bebidas frías que mantiene los líquidos a temperatura ambiente y los enfría en tres segundos antes de dispensar. **Triboo Tel: + (506) 8855-6183**



Salsas picantes Chile Perro, bajas en azúcar y sin gluten. **Zazel Tel: + (506) 2221-1830**

# PRODUCTOS INNOVADORES



Hielera Bar Móvil que permite mover las bebidas frías, con capacidad para 65 litros. **Faro Professional Supplies**  
Tel: + (506) 4033-0295



Lámpara de luz solar inflable en diversidad de colores y tamaños, la de máxima capacidad se carga en 10 horas y dura 50 horas funcionando. **ABM de Costa Rica** Tel: + (506) 2520-2000.



Mesas irrompibles Zown de Yamuni  
Una alternativa ligera y a prueba de golpes. Estos muebles soportan peso y son durables y de fácil mantenimiento. **Yamuni Mayoreo:**  
Teléfono: + (506) 2255-2066

## NUEVOS

CHAFING DE INDUCCIÓN Y OTRAS NOVEDADES

**SUNNEX®**

Dispensadores para cereales y jugos de diferentes tamaños y capacidades.

Chafing de inducción en medidas gastronómicas.



Tel: 2255-2066 • info@yamuni.com

**yamuni** mayoreo



Tiziano realizó demostraciones a lo largo de los tres días de EXPHORE en el stand de Distribuidora del Caribe.

# ¿Qué hace un chef embajador de marca?

Tiziano Casillo y Oxana Bokta son los chefs embajadores de la marca de productos italianos Italmill, la cual es distribuida en el país por Distribuidora del Caribe

Por: Arleth Badilla Morales

**E**l aroma a pizza recién horneada recorrió los pasillos de EXPHORE a lo largo de los tres días. Tanto asistentes como expositores se acercaron al stand de Distribuidora del Caribe para probar las delicias que prepararon los chefs Tiziano Casillo y Oxana Bokta, embajadores de la marca Italmill. Él trabaja haciendo pizza hace 36 años, primero fue chef en una pizzería y luego tuvo su propio restaurante. Desde hace 15 años es chef embajador de Italmill, labor que le ha permitido viajar por todo el mundo.

“He estado en Estados Unidos, Rusia, China, Japón, Sudáfrica, Canadá, Dubái y muchos otros países, especialmente de Europa. Esta es mi primera vez en Costa Rica y estoy muy contento de tener la oportunidad de asistir a EXPHORE y convivir con la gente del sector”, expresó Casillo.

## ¿Qué hace un chef embajador de marca?

Tiziano es el encargado de liderar la creación de nuevos productos en la empresa y velar por la calidad final, estas y otras labores como viajar y representar la marca son parte de su trabajo.

“Un chef embajador no solo desarrolla los productos y los prueba para ver su utilidad, si no que genera recetas con los mismos y visita países para hacer demostraciones y dar a conocer todo lo que se puede hacer con los productos de la empresa”, comentó Casillo.

Oxana por su parte, además de manejar todo el aspecto técnico, colabora como chef en el área comercial, pues su manejo de varios idiomas le ha

permitido posicionarse como una de las más importantes chefs de Italmill. Ella trabaja en la empresa hace ocho años y en sus inicios fue colaboradora de Tiziano en su pizzería, su deseo de aprender le ha permitido llevar e impartir cursos en distintos países.

Lo anterior, al igual que su mentor, quien ha logrado destacarse como un reconocido chef y figura como el único docente de nacionalidad Italiana que ha impartido clases de cocina en una importante escuela de gastronomía de China.

Según este experto el sector gastronómico en Costa Rica se encuentra en proceso de desarrollo y la gran cantidad de equipo, marcas y proveedores que pudo ver en EXPHORE, le permiten vislumbrar oportunidad de crecimiento para quienes trabajan en cocina.

De acuerdo con Marjorie Morales, supervisora de tiendas de Distribuidora del Caribe, esta fue la segunda participación de la empresa en EXPHORE y decidieron aprovechar la oportunidad para presentar un stand llamativo y con presencia internacional.

“Italmill ofrece masas madre, pre mezclas, hongos naturales y en aceite, salsas, especias y todo lo relacionado con la gastronomía italiana. Decidimos traer a estos chefs embajadores de marca desde Italia para que realizaran demostraciones de producto en vivo para los asistentes y así dar a conocer la calidad de los productos”, comentó Morales.

Teléfono: (506) 4100-2200

# La Casa del Tanque ofrece productos para el sector gastronómico y hotelero

Calentadores, tanques para agua y químicos y sistemas sépticos son solo algunas de las alternativas que ofrece la empresa

La reciente edición de EXPHORE dio lugar a la primera participación de La Casa del Tanque en este encuentro de empresarios con proveedores. De acuerdo con María José Gómez, encargada de mercadeo de la empresa, la participación llegó tras un análisis en el que concluyeron que contaban con productos que podían interesarle al sector.

Calentadores para agua con distintas capacidades según la necesidad del cliente, los mismos importados de México, así como tanques para agua o cualquier tipo de químico que pueden almacenar hasta 22 mil litros, son parte de la oferta de la empresa.

Además de lo anterior, La Casa del Tanque pone a disposición de hoteles y restaurantes sistemas sépticos, fosas sépticas, trampas de grasa, eco digestores, cajas de registro y variedad de pilas plásticas.

"Sumado a todo lo mencionado contamos también con purificadores y filtros para agua, esto para que los hoteles y restaurantes puedan ofrecer a sus clientes agua completamente potable", manifestó Gómez.

La Casa del Tanque ofrece todos sus productos en presentación industrial, esto para satisfacer las demandas de uso de clientes que tienen a diario un alto tráfico en sus operaciones. De igual forma la empresa ofrece servicio de acompañamiento, instalación y reparación de los equipos.

Teléfono: + (506) 2227-3722



La empresa ofrece variedad de productos como tanques, pilas, calentadores y purificadores. María José Gómez, encargada de mercadeo de La Casa del Tanque.

14 años certificándonos en **Radio Comunicación**, para brindar las mejores soluciones al **Sector Hotelero**.

**MD**  
COMUNICACIONES

www.mdcomunicaciones.com  
T. 2280 9400

# El ICT promueve apoyo a pequeños y medianos empresarios

Con la llegada de la nueva ministra María Amalia Revelo se posiciona la idea de brindar capacitación a pequeños emprendimientos y consolidar productos turísticos de calidad

Por: Arleth Badilla Morales



“Desde el ICT felicitamos a la organización de EXPHORE por crear el espacio de El Mercadito y brindar una posibilidad a los pequeños y medianos empresarios. Esfuerzos como este se unen al trabajo que hacemos en ferias como Expotur, donde también los tenemos en cuenta, pues sabemos que serán las grandes empresas del mañana”, manifestó Alberto López, gerente general del Instituto Costarricense de Turismo quien inauguró Explore en su XVIII edición junto a Karl Hempel Director del evento.

**E**l nuevo gobierno trajo consigo, como es costumbre, cambio de jerarcas, lo que implica también una nueva administración para el ICT. Según Alberto López, gerente general del Instituto Costarricense de Turismo los nuevos proyectos incluyen la iniciativa de apoyar más a la pequeña y mediana empresa.

Sumado a lo anterior, se espera continuar consolidando productos como el turismo de bienestar y de reuniones, más aún con la reciente inauguración del Centro Nacional de Convenciones, lo cual abre nuevas perspectivas de negocio al país.

“La nueva ministra nos ha solicitado que vayamos a las zonas alejadas y territorios con poco acceso a capacitación y compartamos el conocimiento y experiencia del ICT. Ya tenemos algunas zonas seleccionadas para este proyecto y pronto se dará a conocer cuáles serán las primeras comunidades beneficiadas”, expresó López.

De acuerdo con el jerarca empoderar a las pequeñas empresas y darles

herramientas para crecer es una garantía de que el sector turismo seguirá en desarrollo y posicionado como uno de los pocos sectores que no está en contención económica.

Este cambio de visión incluye de manera muy puntual dejar atrás la idea de convocar a las empresas y más bien trasladarse hasta sus zonas de operación, conocer sus necesidades y brindarles acompañamiento para que sean parte del producto turístico nacional.

El apoyo a las cámaras locales será vital, pues estas entidades son las que agrupan a las pymes y sirven de puente entre en ICT y los empresarios locales, por lo cual las cámaras de turismo, comercio y áreas similares serán parte de esta iniciativa de apoyo.

Las próximas campañas del ICT estarán enfocadas en apostar por el turismo de experiencias, que vende momentos, emociones y recuerdos que buscan posicionar a Costa Rica como un lugar dotado de servicios turísticos de calidad para vivir experiencias inolvidables.

# Tecnologías se unen

Por: Arleth Badilla Morales

Epson y Proyectos 309 participaron como stands independientes el año anterior, tras conocerse en EXPHORE, decidieron convertirse en una sola propuesta tecnológica en el 2018

**D**urante EXPHORE 2017 tanto Epson, empresa proveedora de impresoras de alta tecnología y Proyectos 309, encargados de desarrollar software de punto de venta, participaron en stands independientes, sin embargo, tras conocerse en la expo surgió una relación de negocios exitosa que se vio reflejada en la edición 2018 de EXPHORE. Usualmente Epson ofrece al sector de hoteles y restaurantes impresoras, videoproyectores y línea de punto de venta, la cual mostraban a los clientes utilizando software de demostración. Lo anterior hasta el 2017, cuando gracias a EXPHORE esta empresa conoció la propuesta de Proyectos 309. Dicha empresa cuenta con un software que funciona a la perfección con los equipos de Epson, esta opción se puede adaptar a la operación de negocios como bares, supermercados, restaurantes, cafeterías, hoteles y negocios similares.

Según José Pablo Rodríguez, gerente de producto de Epson, tras conversar en año anterior en EXPHORE ambas empresas detectaron una oportunidad de negocio al unir esfuerzos y fue así como en el 2018 se presentaron en un solo stand.

“El sistema que ellos ofrecen es compatible con nuestras impresoras y desde el 2017 supimos que trabajar juntos era una excelente opción, en ese momento hasta les prestamos una impresora nuestra para que realizaran demostraciones. Conversamos después de EXPHORE y decidimos empezar a trabajar en conjunto y este año hemos desarrollado proyectos paralelos con distintos clientes”, comentó Rodríguez.

Epson en su stand durante EXPHORE 2018 ofreció a sus potenciales clientes sus productos y además les brindó asesoría para adquirir un software amigable y 100% compatible con su solución tecnológica, esto al recomendar el uso del software Proyectos 309 como complemento.

Las impresoras portátiles fueron la gran novedad de esta marca en el presente año, las cuales son compatibles también con el software de Proyectos 309 y permiten agilizar el proceso de pago en los negocios,

caso de  
éxito



José Pablo Rodríguez,  
gerente de producto  
de Epson.

además de contar con un diseño útil y compacto.

“Estamos innovando con impresoras que trabajan de la mano con tabletas, teléfonos celulares y aplicaciones en la nube, las cuales requieren de proveedores de software, razón por la cual haber encontrado este aliado estratégico es uno de los grandes beneficios que le atribuimos a la expo”, manifestó Rodríguez.

En EXPHORE 2018 el stand de Epson recibió cerca de 60 clientes interesados en productos de la empresa, de los cuales al menos 25 manifestaron desear adquirir la dualidad de impresora y software, lo cual ratifica el éxito del trabajo conjunto entre ambas compañías.

Se estima, según la experiencia de años anteriores, que cerca de diez clientes adquieren el servicio después de la expo y otros más lo hacen tras un proceso de seguimiento y acompañamiento para adquirir el producto más acorde a sus necesidades.

¡DURADERO,  
SOSTENIBLE  
Y CONFIABLE!

Máquinas de hielo  
y Refrigeración

Tels. (506) 2215-3545 | Guachipelín, Escazú

**JOPCO**

ARTÍCULOS  
PARA HOTELES Y  
RESTAURANTES  
[www.jopco.net](http://www.jopco.net)

[info@jopco.net](mailto:info@jopco.net) | [www.jopco.net](http://www.jopco.net)



Sergio Riley y Leticia Mason,  
propietarios de Patty Factory.

# Creciendo a punta de patty

Sergio Riley es el propietario de Patty Factory, un negocio de comidas caribeñas que cuenta ya con tres restaurantes y se encuentra en proceso de crecimiento, este empresario tiene a su favor la receta de su abuela que le da sabor a los platillos y el espíritu emprendedor que lo caracteriza.

**C**uando le planteamos la idea de participar en EXPHORE, no lo pensó dos veces y dijo que sí, por suerte, pues su stand fue uno de los más visitados, no solo por el delicioso olor del patty y el rice and beans que atraía a los asistentes, si no por el carisma con el que él y su esposa, Leticia Mason atendían a quienes los visitaban.

La iniciativa de este empresario para darse a conocer en el sector fue constante, esto desde inicios de año, cuando decidió unirse a la lista de expositores de EXPHORE. Su misión: ofrecer a hoteles, restaurantes, catering service y demás negocios comida caribeña preparada, esto según sus necesidades, pues cuentan con una planta que les permite garantizar alto volumen de producción.

“Fue un proceso lleno de ilusión para nosotros, pues nunca habíamos estado en la expo y teníamos gran deseo de aprovechar este acercamiento con posibles clientes y dar a conocer todo lo que producimos, tanto insumos como producto terminado”, afirmó Riley.

La suerte estuvo de su lado, pues a unas horas de haber iniciado su primera participación en EXPHORE apareció el primer cliente. La empresa Aromas Campesinos, dedicada a la venta de comida por internet decidió cerrar negocio con Patty Factory y escogerlo como uno de sus proveedores.

“Ellos venden muchos postres y cajetas, así que nos van a empezar a comprar coco rallado, leche de coco y también patty para vender como parte de sus productos. La idea es reunimos después y ver que más les podemos ofrecer para agilizar su operación”, comentó Mason.

## Networking en su máxima expresión

Crear encadenamientos productivos, dar a conocer su oferta de productos y servicios y encontrar aliados estratégicos, eso buscan quienes participan en EXPHORE. Lo común, es que los visitantes recorran la expo para encontrar respuesta a sus necesidades, pero en ocasiones pueden entablarse relaciones entre proveedores.

Lo anterior sucedió, cuando el propietario de Patty Factory y su esposa visitaron el stand de Veromatic y decidieron adquirir varias alternativas de equipo que esta empresa ofrece para el sector.

Urnas para mantener el patty caliente, un procesador de alimentos industrial, un exprimidor y una pistola para sellado al vacío, fueron algunos de los productos que compraron en la más reciente edición de EXPHORE, esto ratificando que las relaciones entre expositores también son una posibilidad.

De acuerdo con Mario López, encargado de cuentas claves de Veromatic, la empresa ha participado a lo largo de los 18 años de la expo y oportunidades como esta son las que los llevan a ser tan constantes.

“En esta ocasión aprovechamos para dar a conocer a quienes visitaron el stand que en junio inauguramos nuestro nuevo showroom”, expresó López.

Veromatic ofrece una línea de más de cinco mil productos y desde mediados de junio cuenta con un nuevo espacio, más cómodo y amplio donde brindará una mejor atención a sus clientes.

Este espacio fue visitado por los propietarios de Patty Factory días después de EXPHORE con el fin de adquirir más equipo. Para Riley EXPHORE 2018 fue una primer experiencia exitosa, que asegura espera repetir el próximo año.



El propietario de Patty Factory y el encargado de cuentas clave de Veromatic, Mario López cerraron una compra en el segundo día de EXPHORE.

# Sostenibilidad e innovación: Las tendencias detrás de las barras



El uso de productos comestibles, preocupación por la salud de los clientes y reducción de desperdicios son acciones comunes para los bartenders. Estas son algunas de las últimas tendencias que se vieron en Expobares el pasado mes de junio.

Por: Arleth Badilla Morales

**P**arece que la moda de “ser sostenible” va más allá de las cocinas y ahora se impuso en las barras, pues los bartenders aseguran que la tendencia en su área es lograr reducir al máximo los desperdicios y utilizar elementos que impacten de forma mínima al ambiente.

Asimismo, queda claro que la salud de los clientes es un aspecto vital que no está estrictamente relacionado con la comida, sino que incluye también las bebidas, licores, frutas y demás elementos que son parte del trabajo de un mixólogo.

De acuerdo con Brenda Portugués, bartender de Bartender School, el comportamiento en este sector dicta que la fusión entre gastronomía y

coctelería es lo que está de moda.

Asimismo esta joven afirma que convertir los tragos del pasado, tomados por los abuelos en cócteles actuales, así como utilizar jarabes e infusiones es parte de las tendencias del momento en su área.

“La idea de mezclar productos secos o aromáticos como flores o semillas con agua tónica, es algo que está siendo muy solicitado por la gente. De igual forma, podemos mencionar por nuestra parte la propuesta de utilizar decoraciones comestibles y el hecho de preocuparnos más por la salud del cliente y la experiencia que viva con lo que le servimos”, manifestó Portugués.

El ambiente y la salud juegan un rol vital en la elaboración de bebidas. Las famosas sombrillas de papel en los cócteles son cosa del pasado, los bartenders ya no quieren utilizar este tipo de decoraciones y consideran que las hojas de la papaya, las cáscaras del limón o las cerezas son una mejor alternativa.

Para muestra de esto, un ejemplo, Bartender School representó a Costa Rica a inicios de este año en un concurso en Panamá, los nacionales obtuvieron el primer lugar al desarrollar un cóctel realizado con jarabe artesanal y el cual estaba servido en hojas de plátano.

“La decoración o el sabor ya no son lo único importante, todo lo que el ser humano consume debe ser objeto de una buena manipulación, esto no es solo en la comida, utilizar licores adulterados, por ejemplo, es una acción irresponsable que puede generar daños a la salud de los clientes”, expresó Portugués.

Acorde con esta bartender, un reto para ellos en la actualidad es que muchos bares caen en el error de comprar licores adulterados o mezclar jugos con agua u otros líquidos con el fin de ahorrar costos, esto sin tener en cuenta que eso podría costarles el cierre del negocio.

## ¿Bartender o mixólogo? lo mismo pero diferente

Según quienes encarnan estos roles la diferencia entre un bartender y un mixólogo, es que este último tiene la habilidad de preparar sus propios licores y logra crear experiencias e ilusiones con los mismos ingredientes con los que un bartender crea un cóctel básico.

## Los ticos consumen cada vez más vino: No lo piense más e incluya una carta de vinos en su restaurante

Julio González, sommelier de Sabores Argentinos asegura que en Costa Rica los restaurantes están interesándose cada vez más por lograr maridajes con los vinos que tienen en sus cartas, igualmente el mercado está exigiendo más cepas o variedades de uva distintas, ya que el consumidor es más exigente y conocedor.



“Convertir los tragos del pasado, tomados por los abuelos en cócteles actuales, así como utilizar jarabes e infusiones es parte de las tendencias del momento”.

Brenda Portugués, bartender de Bartender School.



“Las variedades de uva crean perfiles organolépticos nuevos y plantean diversas alternativas de platillos, por lo cual el crecimiento de la cultura del vino beneficia de forma directa al sector gastronómico”. Julio González, sommelier de Sabores Argentinos.

“Estas variedades de uva crean perfiles organolépticos nuevos y plantean diversas alternativas de platillos, por lo cual el crecimiento de la cultura del vino beneficia de forma directa al sector gastronómico”, expresó González.

Un restaurante que decida incluir vino en su carta, debe tener como mínimo ocho tipos diferentes de elaboración dentro de su oferta. Asimismo, debe contratar los servicios de un profesional o sommelier, quien debe trabajar, si es posible, de la mano con el chef para lograr buenos maridajes y una oferta integral que fomente el consumo.

“Un aspecto importante que a veces se deja de lado es la capacitación de los meseros, quienes deben saber los tipos de uva y elaboración, así como las temperaturas y formas de servir el vino, pues ellos juegan un rol importante en la experiencia que vive el cliente con esta bebida”, afirmó González.

### Productos nuevos a la orden del día

Flor de Caña lanzó hace pocos meses su nuevo jarabe de café, el cual se puede tomar tanto solo como en las rocas, todo esto como una estrategia de la marca para atraer a otro tipo de cliente y a la vez, ofrecer a los expertos una nueva alternativa para dar rienda suelta a su creatividad.

“La idea con esto es que aquellas personas que no consumen licor por su sabor fuerte o porque no les gusta, encuentren en este jarabe un sabor más suave y agradable. De igual forma, el producto fue diseñado para que los bartenders desarrollen sus propias propuestas con el e innoven desde las barras”, manifestó Fabián Trejos, bartender de Flor de Caña.

Por otro lado, parece que el café quiere abrirse espacio en el área de los licores, pues Meriche Dota Brewery presentó su cerveza de café, producto que lleva tan solo unos meses en el mercado y es una stout



Grupo Pampa en Exphore promocionando dos productos, un mezcal joven, hecho a base de Agave Espadín y un licor de Chile Ancho elaborado a partir de destilado de caña.

a la cual los empresarios de esta cervecería están apostando como parte de su propuesta.

Grupo Pampa por su parte, se encuentra promocionando dos productos que se incorporarán pronto a su portafolio y son parte de los destilados en tendencia. Un mezcal joven, hecho a base de Agave Espadín y un licor de Chile Ancho elaborado a partir de destilado de caña, ideal para coctelería y gastronomía, son parte de las novedades.

“En cuanto a licores siguen predominando destilados clásicos como la ginebra ahora no solo en Gin and Tonics, sino en cócteles clásicos como Negronis y Martinis. Además del resurgir del ron, otro que se mantienen es el whisky, especialmente en las personas con poder adquisitivo medio-alto”, manifestó Fernando Rodríguez, embajador de marcas de destilados de Grupo Pampa.



Según este experto los millenials juegan un papel importante y marcan pauta en el patrón de consumo respecto al consumidor tradicional, razón por la cual, licores como Aperol, Campari y otros amaros de corte italiano se han puesto muy de moda.

El nuevo producto de Flor de Caña busca motivar la creatividad de los bartenders y darles una nueva opción.



Angie Abarca, encargada de producción de Fadiva.

# Productos diferenciados y tecnología se abren paso en el mundo del café

Por: Arleth Badilla Morales

Para los baristas la cantidad de productos relacionados con café que surgen resultado de la creatividad y los aportes tecnológicos son aliados de su trabajo

**L**a cultura del café crece en Costa Rica, las personas aprenden poco a poco a disfrutar de esta bebida más allá de la forma tradicional y esto fomenta la creatividad de los productores de café y de los proveedores de equipo, quienes en conjunto crean mayores oportunidades para que el barista desarrolle su arte.

Angie Abarca, encargada de producción de Fadiva, empresa que produce café desde hace cinco años en la zona de Tarrazú, considera que en temas de producción algo que está de moda son los procesos de lavado con miel, los cuales dan sabores acaramelados al café y bajan un poco la acidez, algo que le gusta mucho al consumidor.

“El trabajo del barista es súper importante para nosotros como produc-

tores, pues con su arte ellos resaltan el valor de nuestro producto y lo acercan más al consumidor final, que cada vez se convierte en un cliente más conocedor”, expresó Abarca.

Desde hace un año Fadiva comercializa también productos diferenciados relacionados con café, dentro de estos se encuentran mantequilla con sabor a café, crema de café, licor de café y presentaciones de café tipo infusión, que permiten consumir la bebida similar a como se toma el té.

En el caso del licor de café, el cual es fermentado durante tres meses, estos productores afirman que por sus características funciona para incorporarlo en cócteles, postres, panes y hasta en salsas para acompañar carnes.



Jesús Porter,  
barista de Grupo  
Capresso.

Lo anterior, ratifica la idea de que el café ya no es solo una bebida, sino que es un sabor, que poco a poco se abre paso en el área de la gastronomía tanto para incorporarse en recetas, como para ser parte de productos diferenciados como los que desarrolla Fadiva.

#### Baristas simplifican procesos gracias a la tecnología

Según Jesús Porter, barista de Grupo Capresso, el café que más pide la gente es la línea básica, que incluye, capuchinos, americanos y espressos. Sin embargo, están en tendencia los cafés o infusiones frías, los cuales son resultado de un método de infusión llamado cold brew, que es a base de agua fría.

"El factor innovación es vital, ya que nos lleva a interactuar con todos los elementos, lo cual nos permite combinar el aspecto técnico con nuevos productos del mercado como licores o cervezas de café. De igual manera, la tecnología y sus aportes se han convertido en aliados para simplificar procesos", comentó Porter.

#### ¿Quiere dedicar un espacio al café en su negocio? Además del barista, esto es lo que no puede faltar

Las herramientas básicas del barista como la máquina de espresso y el molino son vitales. Por otro lado, el espacio es importante, debe ser adecuado para el trabajo del experto y permitirle desarrollar su labor con comodidad y eficiencia.

Instrumentos como picheles, calentadores de agua y elementos que permitan varios métodos de infusión deben estar en ese espacio. Acorde

con Porter, para ser barista solo se necesita pasión, quien tiene este elemento, logra entender la clave del barismo, que es vender al cliente una experiencia en torno al café.

#### Tecnología: Máquinas programables y amigables con el ambiente

La tecnología marca tendencia en temas de café, pues los amantes del arte latte buscan máquinas que sirvan de apoyo para su trabajo y les ayuden a presentar el mejor resultado final a los clientes.

La máquina My Concept de Grupo Capresso es 100% digital y programable y es un claro ejemplo del aporte tecnológico, pues permite al barista trabajar con mayor rapidez, la misma puede encenderse desde el celular y funciona con wifi.

De acuerdo con Porter el hecho de que la tecnología permita tantas facilidades no limita la creatividad, simplemente es una forma de simplificar los procesos y dar un servicio más eficiente.

"Las máquinas hoy en día son desarrolladas por equipos dentro de los que se incluye un barista, que es el único que puede aportar con objetividad los aspectos a mejorar, esto se da por el gran crecimiento que ha tenido la cultura del café", manifestó Porter.

La máquina que ofrece Grupo Capresso presenta un ahorro energético del 30% en su operación, lo cual muestra el interés de trabajar de forma eco amigable, que es sin duda, parte de las tendencias que se imponen no solo en el campo del café, si no en otras áreas en general.

Fadiva: Teléfono: + (506) 2546-2311

Grupo Capresso: Teléfono: + (506) 2234-7404

**Tamales**  
**GOURMET**  
**CON UN TOQUE ESPECIAL**

SABORES DISPONIBLES:  
Pejibaye • Plátano verde • Frijol molido  
Tomate seco con albahaca

\*Piña de tamalitos de 80 gramos aprox. 100% NATURALES.

2239-1019 | servicioalcliente@delika.cr | @delikacr | www.delika.cr

DISTRIBUYE:  
Delika  
by Gourmet Imports



CONVERSATORIO  
EXPHO|RE  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Pablo Abarca, Randall Brenes y  
Frederique Naffrichoux.

# Airbnb: ¿Aliado o enemigo del sector turismo?

Tres expertos en temas de hotelería expusieron sus puntos de vista en el I conversatorio de EXPHORE, esto en relación con la famosa plataforma dedicada a la oferta de alojamientos

Por: Arleth Badilla Morales

**F**rederique Naffrichoux, directora de mercadeo y ventas del Hotel JW Marriott Guanacaste ha trabajado para varias cadenas hoteleras en distintas partes del mundo, llegó a Costa Rica hace aproximadamente cinco años procedente de México y desde entonces está a cargo de este Resort ubicado en Hacienda Pinilla.

Pablo Abarca, fue presidente de CANATUR y actualmente es diputado por el Partido Unidad Social Cristiana. Este amante del turismo tiene toda la intención de que la Asamblea Legislativa apruebe un proyecto de ley que permita legalizar la operación de plataformas digitales, entre ellas Airbnb.

Finalmente, Randall Brenes es un joven empresario que desde hace algunos años decidió emprender en la zona de La Fortuna, esto al asumir la operación del Hotel Vagabondo. Sumado a lo anterior, Randall administró por varios meses una casa vacacional bajo la modalidad de hospedaje de Airbnb.

Estos tres apasionados por el mundo del turismo y la hotelería coinciden en que Airbnb representa una competencia directa para los hoteles tradicionales. Sin embargo, el legislador Abarca destaca que la plataforma genera fuentes de empleo sobre todo en zonas rurales donde no hay hoteles y por eso está enfocado en legalizar su operación.

"Airbnb permite que personas de zonas alejadas ofrezcan un servicio de hospedaje y esto genera que los turistas se trasladen a esas regiones y hagan uso de los servicios que ahí se brindan. Estamos de acuerdo en que no opera de forma legal, pero no se puede negar que también aporta al desarrollo del país", expresó Abarca.

De acuerdo con el ex presidente de CANATUR el mercado cambia con tal rapidez que saldrán más aplicaciones de este tipo y es algo inevitable, pues el mercado lo demanda. Lo correcto según su criterio es lograr regular la actividad de hospedajes no tradicionales y tratar a través del proyecto de ley de igualar las condiciones para todos.

## Servicio al cliente, acompañamiento y contacto humano hacen la diferencia

Lograr facilitar seguridad al huésped y ofrecerle lugares aptos para pasar la noche, alimentarse y hacer uso de otros servicios, es según Frederique algo que un hotel puede garantizar. La pregunta es ¿puede un Airbnb facilitar esto al cliente?

Para ella la respuesta no es del todo afirmativa, pues no todos los espacios de este tipo son aptos para hospedar personas, aún así muchos funcionan o son buscados por los turistas por su precio más accesible. "No se trata solo de lograr que paguen impuestos y listo, la preocupación va más allá, no solo en Costa Rica, sino en todo el mundo. Para quienes amamos esto la seguridad de los huéspedes y el servicio al cliente son aspectos difíciles de ignorar", comentó Naffrichoux.

Randall coincidió con su compañera de conversatorio y aseguró que él

al tener un hotel y también una casa operada bajo la modalidad de Airbnb pudo valorar las dos caras de la moneda y logró concluir que esto es un claro ejemplo de una distribución poco equitativa de la riqueza.

Según Brenes él en su casa vacacional no estaba obligado a cumplir con la Ley 7600, tampoco debía cumplir con las cargas sociales ni demás gastos y responsabilidades que sí son parte de la operación de su hotel. El proyecto de ley presentado por el legislador Abarca propone que este tipo de negocios que funcionan vía plataforma digital tengan patente, se inscriban ante tributación y sean parte de un registro del ICT en el caso de hospedaje.

"La idea es que los negocios presenten un reporte de ventas y gracias a esa información se establezcan los impuestos a pagar, aunque esto no es lo realmente importante, lo vital es más bien lograr que no hayan abusos, excesos ni inexistencia de regulación en ningún caso", afirmó Abarca.

Esta nueva modalidad de negocio representa un ejemplo de actividad lucrativa moderna y se estima que el país deja de percibir cerca de \$88 millones en impuestos por ese concepto.

En el caso del Hotel JW Marriott han decidido en últimos meses agregar a esta experiencia contacto con los productos y empresarios locales, lo cual le permite al cliente tener dentro del Hotel la oportunidad de conocer y consumir platillos con ingredientes de la zona y convivir con artesanos y productores locales.

"Este tipo de aplicaciones no son del todo malas, dinamizan la actividad turística y la economía y nos obligan a ir más allá y estar en constante mejora e innovación no solo en el tema de hospedaje, sino en el de la oferta gastronómica del Hotel y sus servicios", comentó Frederique.

## Hay espacio para todos, la competencia es sana

En resumen los tres participantes del I conversatorio de EXPHORE opinan que la competencia es sana, pero en las condiciones idóneas y no al margen de la ley. "Hay que regular estas plataformas y no eliminarlas, el mercado está cambiando y hay que entenderlo y adaptarse, no cerrarse y buscar a toda costa acabar con la competencia", expresó Abarca.

De acuerdo con Frederique el mundo desde hace varios años está moviéndose de forma digital en muchos ámbitos y es una realidad que hay que enfrentar, pues vendrán muchas alternativas similares a Airbnb y lo mejor es entender que esa es la tendencia y prepararse de forma integral para hacerle frente a todo tipo de competencia.

En las redes sociales del diputado Pablo Abarca se publicará el número de expediente del proyecto de ley para que los interesados puedan acceder al documento e informarse sobre un tema que es de sumo interés para el sector.



CONVERSATORIO  
EXP|HO|RE  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Roberto Ruíz, Allan González, Adrián Cerdas y Jonathan Campos participaron en el Conversatorio: Rotación de personal ¿Chef pasión o moda? que se llevó a cabo en Exphore.

# Rotación de personal ¿Chef pasión o moda?

Tres chefs y un desarrollador de conceptos gastronómicos coinciden en que no todas las personas que ingresan al sector lo hacen movidos por la pasión

Por: Arleth Badilla  
Morales



**E**l hecho de que las personas estudien cocina o gastronomía solo porque es un tema de moda trae serias consecuencias a los hoteles, restaurantes, cafeterías, bares y demás lugares que emplean personal de este tipo, pues al no soportar las largas jornadas y complicados horarios dejan su puesto sin previo aviso.

Roberto Ruíz, es propietario del Restaurante Le Vongole, este empresario gastronómico considera de suma importancia el tema de la capacitación y no solo en quienes están en la cocina, sino también en meseros y demás colaboradores que laboran en el área del salón y conviven directamente con los clientes.

Por su parte, Jonathan Campos, chef del Hotel Nayara afirma que la profesión se ha popularizado tanto por pasión, como por moda, pero aporta un dato más y es que según su experiencia en zonas rurales, las personas ingresan en cocina por necesidad de empleo y terminan apasionándose por un mundo que no conocían.

Allan González, es chef ejecutivo del Hotel DoubleTree Cariari, él cree fielmente en el valor del reconocimiento y como las oportunidades y el apoyo pueden despertar pasión en las nuevas generaciones que se interesan por el sector gastronómico. Finalmente, Adrián Cerdas, chef del Restaurante Saga considera que programas de televisión y muchos medios de comunica-

ción, en ocasiones proyectan una imagen errónea del chef y su trabajo y eso puede confundir a los más jóvenes y hacerles creer que esta profesión sólo tiene partes buenas, cuando también está llena de entrega y sacrificio.

### La rotación es una realidad en el sector

En resumen estos cuatro expertos consideran que la cocina es una pasión y quien se mantiene en esto, es en definitiva por ese aspecto, pues aunque es una labor muy satisfactoria, factores como el alto grado de presión, las extenuantes jornadas y en muchos casos tener que trasladarse a las zonas turísticas hacen de este, un trabajo sacrificado.

De acuerdo con Roberto, la cocina y el mundo de la gastronomía ha sido en su vida una pasión que tras más de dos décadas de trabajo le ha dado grandes frutos, pues hoy en día tener su propio negocio es uno de sus mayores logros.

“Para mí el tema del servicio es vital, ese debe ser el ADN de quienes trabajan en este sector; propietarios, chefs, cocineros, meseros, todos, pues un buen plato puede verse opacado por un mal servicio y eso es algo inaceptable”, comentó Ruíz.

Según el chef de Nayara, un chef gracias a su trabajo puede conocer el mundo, viajar y acceder a muchos conocimientos, pero a la vez debe soportar calor dentro de la cocina, lidiar con cortaduras o el hecho de estar lejos de su familia, y ambas caras de la moneda deben conocerse y aceptarse.

“En mi caso he visto muchas personas irse sin avisar y dejar el trabajo por no aguantar las condiciones normales de una cocina y eso en el caso de un hotel es caótico porque las labores deben seguirse realizando y el huésped debe atenderse, yo agradezco que al menos si se van a ir me lo digan para saber cómo afrontar el siguiente día con esa baja”, manifestó Campos. Para este chef existen dos tipos de rotación la negativa que es aquella en la que un colaborador no se mantiene en su puesto de trabajo ni por seis meses y la positiva que es aquella en la que a los dos años o más una persona se va a otro lugar para crecer, ampliar conocimientos o seguir sus sueños.

Por su parte, Adrián afirma que el principal problema con las nuevas generaciones es que quieren crecer muy rápido, buscan ascender en cocina en cuestión de meses y eso les impide vivir el proceso y adquirir la experiencia y conocimientos necesarios.

“Son muy impacientes y esto afecta a los jóvenes, algunos si tienen la pasión suficiente y eso los lleva a tener muy altas expectativas, todos los que trabajamos en esto hemos empezado desde abajo y eso nos ha llevado hasta donde estamos hoy”, expresó Cerdas.

Allan considera que hoy en día ver las cocinas de hoteles y restaurantes llenas de jóvenes menores de 20 años es una constante y eso no siempre es bueno, pues esa inexperiencia juega a favor de la rotación, pues los muchachos no entienden el valor de la espera, ni creen que ser ayudante de cocina los puede llevar a ser chef ejecutivo.

“Las personas en general buscan crecer y eso es bueno, pero en cocina, sobre todo los más jóvenes, quieren hacerlo muy rápido y no es tan fácil. En mi caso trato de manejar esto con los chicos dándoles oportunidades de protagonismo, incluyéndolos en momentos clave y dándole reconocimiento a su trabajo, eso los motiva mucho”, aseguró González.

### Ir y venir de un trabajo a otro no es bueno para el currículo

Roberto afirma que no considera para su restaurante a aquellas personas que incluyen dentro de su currículo tres, cuatro o más experiencias laborales en un mismo año, pues no lo considera un buen indicio.

“Una persona que en un año o menos trabajo en tantos lugares puede creer que es bueno, pero quienes tenemos experiencia en esto nos preguntamos porque pasó por tantos lugares y no se quedó en ninguno y eso para mí es un filtro”, comentó Ruíz.

Según el chef de Saga, en años pasados para ser chef había que salir del país, actualmente hay mucho acceso a las oportunidades y cualquiera puede estudiar cocina o gastronomía.

“El hecho de tener estudios o capacitación, no quiere decir que ya se está destinado a ser jefe de cocina y las personas deben entender eso, hay que trabajar duro. La pasión puede ser natural o puede generarse con el tiempo y ver esos procesos suele ser muy satisfactorio”, manifestó Adrián.

Para estos expertos establecer planes de crecimiento, generar un buen ambiente laboral, ofrecer salarios justos y fomentar el crecimiento de los colaboradores, son solo algunas de las estrategias para reducir la rotación y lograr que la pasión gane la batalla.



CONVERSATORIO  
EXP|HO|RE  
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

Marcel Khoury, propietario de Falafel House, Gabriel Raffaelli, chef y propietario de los restaurantes Terruño y Rincón Famoso, Melissa Aguilar, encargada de mercadeo del restaurante Taj Mahal y Mauricio Mora, propietario del restaurante Ruisseñor.

# Redes sociales ¿Herramienta de posicionamiento o arma de doble filo?

En ocasiones pueden servir para atraer clientes o dar a conocer el menú, sin embargo, cuando alguien hace un comentario negativo en el perfil del restaurante, las redes sociales dejan de parecer aliadas del negocio

Por: Arleth Badilla Morales

**Y**a sea que el mismo dueño maneje las redes sociales o que haya contratado a algún experto para que lo haga, lo importante es que haga uso de esta herramienta que poco a poco se posiciona en el sector; pues según los expertos, quien no está en las redes no existe.

Facebook funciona más para tener seguidores, crear una comunidad y compartir información como cambio de menú u horarios. Por su parte, Instagram, permite mostrar imágenes de platillos y ambiente del restaurante, pues se centra más en las imágenes.

Marcel Khoury, propietario de Falafel House considera oportuno ser parte del mundo digital, pues asegura hoy en día todo se mueve a través de la redes. Gabriel Raffaelli, chef y propietario de los restaurantes Terruño y Rincón Famoso, coincide en este criterio y además afirma que en su caso se encarga personalmente de administrar los perfiles.

Melissa Aguilar, es la encargada de mercadeo del restaurante Taj Mahal, para ella, al menos en el caso de este restaurante de comida de la india, las redes sociales han sido vitales, pues les ha permitido dar a conocer la propuesta gastronómica y tener un acercamiento con los clientes, que en muchos casos no prueban porque no saben de qué se trata.

Por su parte, Mauricio Mora, propietario del Restaurante Ruiseñor, cree también que los restaurantes deben invertir en este recurso, sin embargo, asegura que en ocasiones no es tan fácil de manejar y existen clientes que critican con mucha rudeza en redes y al menos en su caso, lo han sacado de quicio.

“Una vez recibí una crítica y aunque tratamos de disculparnos y darle un buen manejo al tema, el cliente fue tan incisivo que llegué a molestarme mucho y terminé discutiendo con él, eso no debe pasar y no es la forma de manejarlo, pero somos humanos y tratamos siempre de dar lo mejor y a veces duelen las críticas”, manifestó Mora.

De acuerdo con Gabriel, no siempre hay que tomarse tan a pecho los comentarios negativos de los clientes, pues aunque puede ser cierto que hubo una falla en el servicio, puede pasar también que el cliente haya tenido un mal día y ande de mal humor y eso puede generar que sea más susceptible de lo normal ante cualquier situación.

“No son ni buenas, ni malas, es solo saber darles el uso correcto. Por ejemplo, resultan muy útiles para sacar el máximo provecho a fechas como día del padre, día de la madre o similar; se convierten en un problema, cuando ocurre algo negativo y no le damos el mejor manejo”, manifestó Raffaelli.

## 90% de los ticos tienen un celular con acceso a internet

Es imposible obviar que la mayoría de personas en el país utiliza redes sociales, lo cual les convierte en clientes potenciales y consumidores activos de publicidad que podrá guiarlos a tomar la decisión de visitar un lugar.

“Por ejemplo en un mes he llegado a invertir casi 200 mil colones en pautas y contenidos para redes, más cuando se trata de un negocio nuevo que hay que ser más agresivo para darse a conocer; uno podría pensar que es mucho, pero tener miles de seguidores lo vale, pues eso te da posicionamiento”, comentó Mauricio.

Marcel por su parte, contrató este año a un director de marca y afirma que la experiencia ha sido positiva, pues poner a un experto a cargo de este aspecto le ha traído resultados positivos para sus restaurantes.

“En mi caso trato de responder cada mensaje, comentario o forma de interacción, pues eso da buena imagen al restaurante. Lo importante es tener en cuenta el tipo de público y saber generar contenido acorde a cada uno”, aseguró Melissa Aguilar.

## Saber separar lo personal de lo comercial

Esto es un punto clave en el manejo de redes, pues el perfil del negocio no debe ser nunca un reflejo de la personalidad del propietario o administrador de las redes y debe usarse exclusivamente para compartir información alusiva al negocio.

“La gente come algo y sale de inmediato a contar su experiencia en todos los canales que le sean posibles, si la experiencia fue buena, no hay problema, pero si algo salió mal, los problemas empiezan para el restaurante, pues esa persona se encargará de que los demás lo sepan”, manifestó Mauricio.

Para Marcel la clave es mostrar en todo momento interés y preocupación por la queja o comentario del cliente, pues eso genera confianza. “Aún así no hay que confiarse porque hay personas que por envidia o mil razones más se dedican a desprestigiar lugares o esperan ver que hacen u ofrecen para ir a hacer lo mismo y eso no es bueno pero pasa”, comentó.

## Claves para lograr el éxito en su perfil

De acuerdo con Melissa es indispensable destinar una parte del presupuesto mensual a las redes, pues es una herramienta económica y que permite gran alcance. Responder todos los mensajes, subir contenido de forma constante y analizar el tipo de público y mensaje son algunos puntos a tener en cuenta.

“Considero que ser constante, mantenerse ahí presente siempre, generando contenido, subiendo imágenes y vendiendo la idea de vivir la experiencia del negocio son las claves, pues este no es un medio inmediato, y cualquiera podría ser el día en que pesquemos un cliente gracias a las redes”, afirmó Raffaelli.

Estos expertos aconsejan también aprovechar la oportunidad que brindan varias plataformas de realizar videos cortos, pues estos hablan más que las imágenes. Asimismo, no aconsejan utilizar fotos tomadas de internet, sino vender lo propio.

# PREMIACIÓN EXP|HO|RE EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES 2018

Los asistentes al evento votaron y estos son los resultados.



## Stand más Innovador

**Primer Lugar:** Grupo Pampa

**Menciones:** OPE publicidad gráfica | FIFCO / Heineken | Arté Costa Rica



## Stand Mejor Organizado

**Primer Lugar:** Equipos AB

**Menciones:** Global Partners | Jopco | Equipos Nieto, S.A.



## Mejor Servicio al Cliente

**Primer Lugar:** Grupo Pampa

**Menciones:** Grupo Pampa | Jopco | Equipos AB



## Mayor Poder de Convocatoria

**Primer Lugar:** Tips S.A.

**Menciones:** Jopco | Grupo Pampa | CACORE 51 / MacroComercial 32

**f** EXPO FERIA ALEMANA

Viva una Experiencia Alemana  
Erleben Sie Deutschland

# EXPO FERIA ALEMANA

10 Y 11 DE NOVIEMBRE, 2018 | CENTRO NACIONAL DE CONVENCIONES, COSTA RICA



Preventa en: [www.expoferiaalemana.com](http://www.expoferiaalemana.com)  
Tel: (506) 4001-6746  
Guillermo Rodríguez  
[guillermo@ekaconsultores.com](mailto:guillermo@ekaconsultores.com)  
Cel: (506) 8997-1651



Organiza:



Deutsch-Costarricense  
Industrie- und Handelskammer  
Cámara de Comercio e Industria  
Costarricense Alemana



Embajada  
de la República Federal de Alemania  
San José

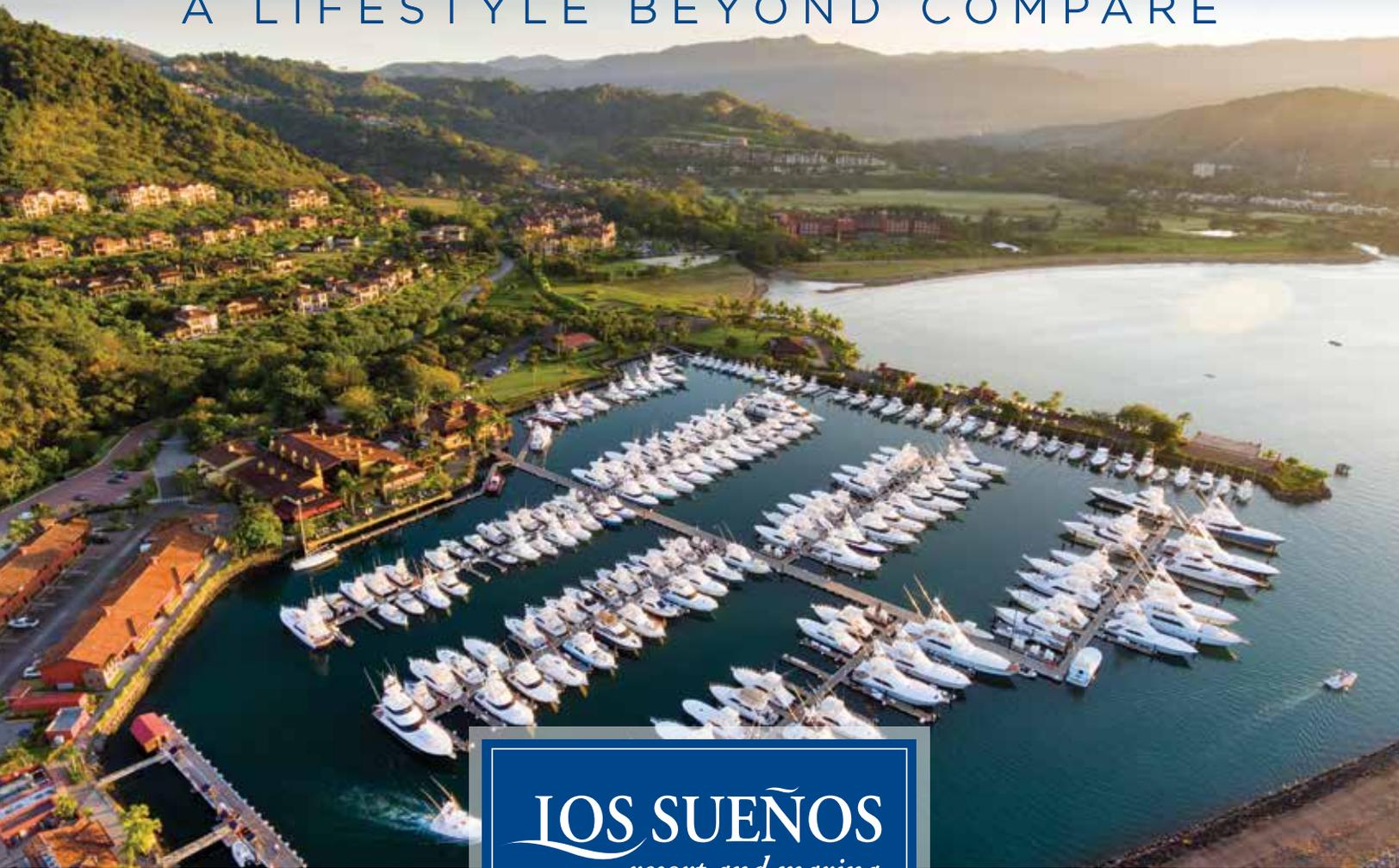
Produce:

**EKA**  
CONSULTORES INTERNACIONAL



**COSTA RICA**  
CONVENTION CENTER

A LIFESTYLE BEYOND COMPARE



**LOS SUEÑOS**  
*resort and marina*  
PLAYA HERRADURA

**YOU HAVEN'T LIVED UNTIL YOU'VE LIVED LOS SUEÑOS**

Los Sueños Resort and Marina, on Costa Rica's Central Pacific Coast, is the Billfish Capital of the World, providing a luxury gateway to incredible inshore adventures and the best offshore marlin fishery in the world.

**WE INVITE YOU TO EXPERIENCE A LIFESTYLE BEYOND COMPARE.**



Toll Free: 866-865-9759 • [info@lossuenos.com](mailto:info@lossuenos.com) • [lossuenos.com](http://lossuenos.com)