

● ● ●

Relaciones Públicas en restaurantes ante el auge de la gastronomía en los medios



Lorraine M. Cruz Ithier
9 de septiembre de 2011



Motivación

- Desde pequeña he estado involucrada en el ambiente de restaurantes
- Visualizarme
- Conocimiento del tema
- Auge del tema en los medios



¿Qué hice?

- El auge sobre temas de gastronomía me motivó a investigar
- Iniciativa del medio
- Relacionista profesional que se encarga de gestionarlos



Importancia para nuestra industria

- Cliente potencial para las relaciones públicas
- Recomendaciones para una guía o programa de relaciones públicas
- Estrategias que debe utilizar para que su cliente tenga presencia en los medios

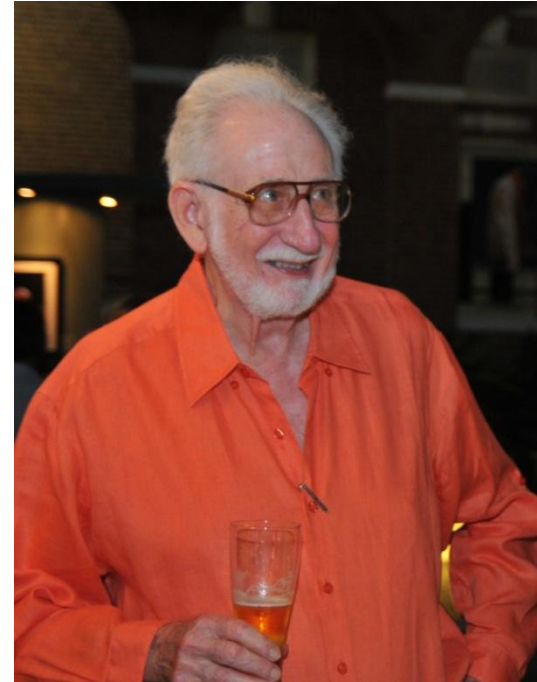


Auge de la gastronomía en los medios

- Presencia culinaria: la televisión, radio y reportajes periodísticos sobre el tema
- Institutos que forman chefs
- El reconocimiento social del cocinero gracias a la labor de periodistas gastronómicos

Auge de la gastronomía en los medios

- José Luis Díaz de Villegas promovió y defendió la revolución de temas dedicados a la gastronomía





Auge de la gastronomía en los medios

- Nunca la gastronomía había tenido tanto apoyo mediático
- No sólo publicaciones especializadas, sino que han abarcado otros medios
- Esta exposición en los medios resulta provechosa para la industria de restaurantes
- Sal! Restaurantes Puerto Rico



Auge de la gastronomía en los medios

- Se puede observar un auge en reportajes dedicados a gastronomía en los periódicos principales del país:
 - *El Nuevo Día*, sección Por Dentro
 - *El Vocero*, sección Paladar
 - *Primera Hora*, sección A tu manera.

12

PD - SABOR

lunes, 9 de noviembre de 2009



Diseño de espacios y el buen comer

Crear el ambiente adecuado en un restaurante puede mejorar la experiencia degustativa

**POR EL UNIVERSAL
MÉXICO/GDA**

Comer es uno de los actos más sutiles para los amantes del placer, y para que se disfrute esta experiencia al 100% es imprescindible que la arquitectura y el diseño interior de un restaurante estén en armonía.

El 'boom' gastronómico es una de las razones de esta necesidad, sobre todo porque, ante la creciente oferta, las propuestas buscan diferenciarse no sólo por el tipo de comida, sino a partir de todos los elementos conceptuales, donde la arquitectura interior es fundamental.

"Las sensaciones producidas al degustar un buen platillo deben estar rodeadas por un ambiente que enfatice esa experiencia gastronómica", dice la arquitecta Patricia Torres Sánchez.

"Cada uno de los elementos que componen un restaurante propicia en el comensal percepciones que hacen del buen comer uno de los placeres más apreciados por el hombre",

agrega. La propuesta arquitectónica y de diseño de un restaurante depende de muchos factores, entre los que destacan la zona geográfica donde se ubicará, el tiempo y presupuesto del proyecto, el público al que estará dirigido y, principalmente, el tipo de comida que ofrecerá.

Después de definir estos puntos, la tarea es crear un concepto que proporcione identidad al espacio, pero que no supere o compita con la propuesta gastronómica.

Para Carlos y Gerard Pascal, directivos de Pascal Arquitectos, lo más importante en los recintos de los sabores es el equilibrio de elementos: "Crear un ambiente adecuado mejora la experiencia gastronómica, crear un espacio que la sobrepase, la demerita; lo ideal es que exista un término medio donde ambas estén equilibradas". Al hablar de tendencias, los arquitectos expresan que los proyectos se generan a partir de las necesidades particulares de cada establecimiento.

10 POR DENTRO
miércoles, 10 de noviembre de 2010

SABOR



Cumbre de talento culinario

Marco Bahena, estudiante de la Escuela de Cocina de Kendall College en Chicago, representa a Estados Unidos en el Segundo Encuentro Internacional de Escuelas de Cocina y Competencia de Tapas, que se celebra desde el lunes en Valladolid, España.

Bahena competirá frente a otros 13 estudiantes de escuelas de cocina de 11 pa-

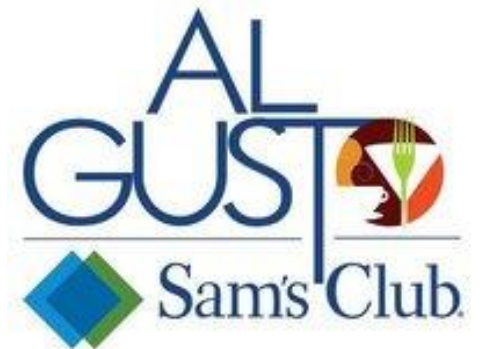
ses, incluido Puerto Rico. El joven de 21 años fue seleccionado, junto con otros dos estudiantes, para representar a Estados Unidos después de una ronda eliminatoria abierta a todas las escuelas de cocina en el país.

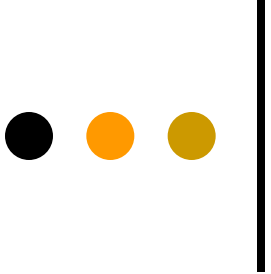
"Estoy muy emocionado con la oportunidad única de cocinar al lado de personas provenientes de todo el mundo. No

sólo voy a aprender sobre la cocina española, sino que probaré diferentes estilos culinarios y sabores de otras culturas".

Para perfeccionar su tapa, Bahena consultó con el Chef Michael Fiorello, de Mercat a la Planxa, un restaurante en Chicago propiedad de José Garcés, reconocido chef, empresario de restaurantes y ex-alumno de Kendall College.

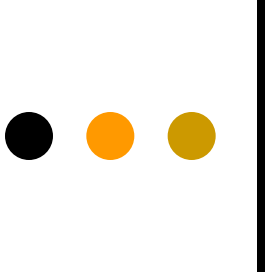
- ● ● | Auge de la gastronomía en los medios





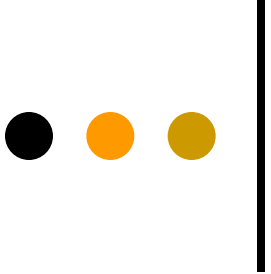
Relaciones públicas en la industria de la gastronomía

- Las relaciones públicas es la herramienta para establecer canales de comunicación
- Le ofrece los instrumentos necesarios para promover el negocio
- Establece credibilidad con los públicos
- Establece relaciones duraderas



Relaciones públicas en la industria de la gastronomía

- Las relaciones públicas adquieren cada vez mayor fuerza en la industria de la gastronomía
- Herramienta de promoción poco costosa
- Relaciones públicas herramienta promocional importante y asequible



Relaciones públicas en la industria de la gastronomía

- Necesidad de la industria
- Estrategias de relaciones públicas
- Word of Mouth
- Medios de comunicación
- Planes de comunicación
- Firms especializadas



Teoría utilizada

- Establecimiento de la agenda
- Interés por parte de los medios de comunicación
- Reseñar temas que formarán la opinión pública



Objetivos de investigación

- Dos objetivos para restaurantes
 - Estrategias actuales
 - Quién planifica, ejecuta y evalúa
- Dos objetivos para periodistas
 - Recursos para las historias
 - Prioridad a noticias de restaurantes



Técnica de investigación

- Entrevistas

- 20 dueños de restaurantes
- 8 periodistas de gastronomía



Instrumento

- Se utilizó una guía con preguntas abiertas
 - 20 preguntas dueños de restaurantes
 - 12 preguntas periodistas



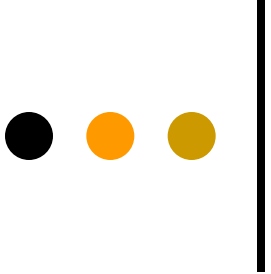
Recopilación y análisis de datos

- Trabajo de campo
 - 16 de julio- 3 de diciembre de 2010
- Transcripciones excluidas
 - confidencialidad
- Respuestas agregadas



Resultados

- Objetivo 1: Conocer qué estrategias de relaciones públicas utilizan actualmente los restaurantes, para lograr cobertura en los medios impresos del país



¿Cómo dan a conocer su restaurante?

- Internet es la herramienta principal
 - Redes sociales, correo electrónico y páginas dedicadas a la industria de la gastronomía
 - “Facebook se ha convertido en el método más efectivo que utilizamos para dar a conocer cualquier comunicación del restaurante, la rapidez con la que llegan los mensajes y la cantidad de clientes que tenemos actualmente en nuestro grupo es impresionante”.

Bienmesabe Cocina Internacional - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.facebook.com/notifications.php#/profile.php?id=10000055438175

Más visitados Comenzar a usar Firefox Últimas noticias 0 Mark as ▼


Bienmesabe Cocina Internacional

facebook Search Home Profile Account ▼

Bienmesabe Cocina Internacional

Born on July 23, 1981

[Add as Friend](#) [Message](#) [Poke](#)



You and Bienmesabe

5 Mutual Friends

Arts and Entertainment


Music

Miracolo Italiano Alex Berne

Television

Aventura Culinary Flashazo VIP

Activities and Interests

Activities  Bienmesabe

Show Other Pages

Sponsored Create an Ad

Hot Shoes. Just \$39.95
shoedazzle.com

Join Kim Kardashian's shoe service. \$39.95 a pair. \$9.5/m to Puerto Rico. ShoeDazzle.com

In San Juan, PR
richdadstockseminar.com

Looking for your big chance? It's coming your way! Attend a free workshop in San Juan, April 26 - 28.

Kissimmee - The Heart of Florida

Like us for updates on specials, news, fun facts and more for the Walt Disney World®, SeaWorld®, Orlando and Universal Studios® Orlando

Like · Harold A. Wathey-Colon likes this.

NOVA Planters

Mama quiere decorar su hogar! Set de 4 testos desde \$140.00. Elegantes, modernos, exclusivos. Visitanos!

Wall


Info

Photos (85)

Questions

Friends

Friends (1118)

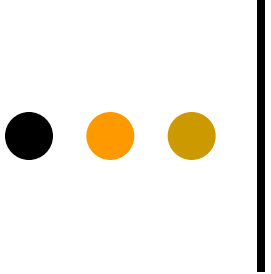
 Karina A. Mauro

Transfiriendo datos desde photos-e.ak.fbcdn.net...

Microsoft PowerPoi... Bienmesabe Cocina ... Descargas

03:16 p.m.





¿ Cómo dan a conocer su restaurante?

- Pautas en revistas, radio, televisión y periódicos
- Word of mouth
 - “Si tú brindas un buen servicio tienes probabilidad de que esa persona le hable bien de tu restaurante a otra persona, una buena comunicación de boca en boca, sin duda alguna puede llevar al éxito del restaurante”.
- Flyers
- Mensajes de texto
- Relaciones públicas



Para lograr cobertura

- Coordinación de reportajes con los medios
- Servicio al cliente
- Invitar a los medios al restaurante
- Correos electrónicos
- Conferencia de prensa
- Pautas en los medios- vienen acompañadas de editoriales



Conocen las relaciones públicas

- Todos los entrevistados coincidieron que las relaciones públicas son clave para dar a conocer un restaurante.
- “Las relaciones públicas son un mapa para que te encuentren y te des a conocer. Es la parte más importante de un negocio y si la gente no te conoce no puedes funcionar”.
- “Relaciones Públicas es crear conexiones o vínculos fuertes con el público que uno quiere cautivar para llegar a una meta ya sea de ventas, mercadeo o apoyo a cualquier estrategia deseada”.



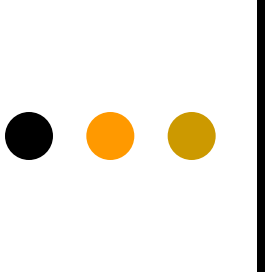
Estrategias de relaciones públicas

- Coordinación de reportajes- estrategia de relaciones públicas
- Servicio al cliente
- Word of mouth
- Pautas en medios
- Invitar a los medios

Objetivos

- o Objetivo 2: Identificar quién planifica, ejecuta y evalúa los esfuerzos de relaciones públicas del restaurante





Encargado de establecer contacto con los medios

- En siete de 20 restaurantes, relacionista profesional
 - “El relacionista y su equipo de trabajo se encargan de coordinar cualquier comunicación del restaurante con los medios”.
- El dueño
 - “Cuando tengo información importante del restaurante, llamo al medio y coordino con ellos el reportaje”.



Acercamientos a los medios

- Lograr cobertura y posicionarse en la mente del consumidor
 - “El medio es quien te ayuda a transmitir tu mensaje y que el mismo llegue a tus clientes. Los acercamientos con la prensa se hacen para generar cobertura.”



¿Cómo surgen los reportajes?

- Iniciativa del medio
- “El relacionista se mantiene en contacto con el medio y le sugiere los temas, o le indica las actividades, pero el medio es el que decide.”
- Dueño



Cobertura

- El Nuevo Día
- El Vocero
- Primera Hora
- Caribbean Business
- Puerto Rico Daily Sun
- Periódico La Perla
- Caras
- Imagen



Cobertura

- Ocean Drive
- Modo de Vida
- Buena Vida
- Cásate
- Le Connoisseur
- Appoint
- Otros



Para lograr cobertura

- Invitar al medio al restaurante
- Disponibilidad
- Exclusivas
- Envío de artículos
- Chef reconocidos
- Participar en eventos gastronómicos



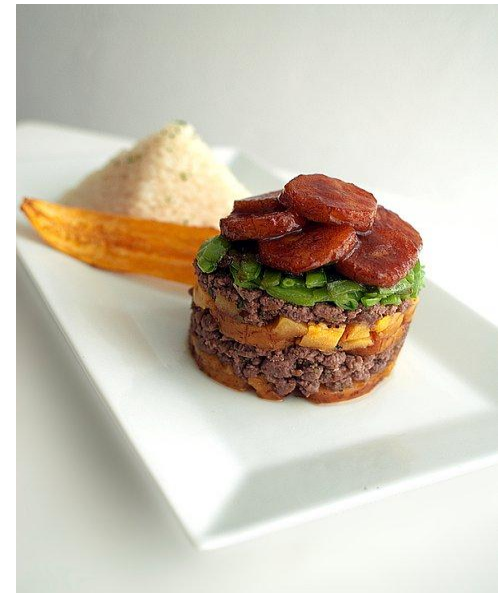
Temas

- El tipo de menú es lo que más llama la atención
 - “El restaurante puede tener el mejor servicio, la mejor vista y ambiente, pero si la comida no sorprende, las personas no van; por ende, el medio no lo cubre”.
 - Fiesta social, degustaciones, recetas nuevas, cambio de menú, la visita de un chef, festivales gastronómicos



Novedades en la mesa

EL CHEF WILO BENET tiene platos nuevos en el restaurante Varita, en el Conrad Condado Plaza. Entre las creaciones hay diez variaciones de 'Lettuce Wraps', que incluyen versiones con atún, guacamole y cebolla; Ceviche de camarones con mermelada de cebolla, pimiento y mangó y Queso de cabra, pimientos asados y espárragos. Además, variedad de carnes y aperitivos como sorullos de maíz, bolitas de queso gouda, almojábanas de bacalao y piononitos. También hay menú para niños. Para más información llama al (787) 919-7818.





Influencia

- “Los medios son los que le dejan saber al público lo que está pasando en el mundo gastronómico. Si el restaurante aparece en algún artículo aumenta la visibilidad y por ende las visitas”.



¿Qué hacen?

- Monitoreo
- Imagen
- Adiestramientos



Importancia de las relaciones públicas

- “Con el auge que ha tenido la gastronomía en los medios se hace necesario contar con un profesional que te brinde las estrategias necesarias para destacarte de la competencia.”

- ● ● | Medios efectivos

- Redes sociales

- “Escribo el menú o una actividad que tengo del restaurante en Facebook, y las respuestas de mis clientes son inmediatas”.



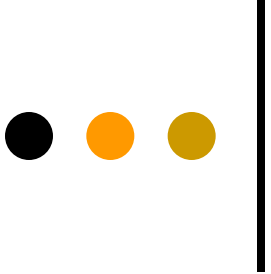
Objetivos

- Objetivo 3: Determinar si los reportajes publicados en medios impresos sobre la industria de restaurantes son coordinados por el relacionista, una iniciativa del medio o ambos.



¿Cómo se coordinan?

- “En mi caso, soy responsable de plantear, al menos, el tema principal de cada semana, además de otros temas para notas secundarias. De igual forma, constantemente recibo ideas y sugerencias de publicistas y dueños de restaurantes que canalizo para que la editora apruebe las que le parezcan llamativas”.



¿Cómo se coordinan los reportajes?

- Editora
- Dueño de restaurante
- Relacionista profesional



Temas

- Estilo culinario
- Diseño del menú
- Fusiones de sabores
- Precios, en términos de cuán accesibles sean
- Creatividad de los chefs
- Nuevos restaurantes



Acercamientos

- Los acercamientos a la prensa se deben hacer de manera constante, siempre y cuando sea novedoso
- Por periodos determinados
 - “En un momento me sentí acosado por un dueño de un restaurante que pretendía que le hiciera un artículo, pero hay que mantenerse en una posición, el crítico no puede venderse y son varias las veces que he visto esta situación. En el caso de los restaurantes, si no llenan los criterios no deben cubrirse”.



Experiencia

- La relación entre el periodista y el relacionista es una de colaboración y la mayoría lo ve como un recurso importante
 - “Me colaboran mucho con ciertos temas que podemos discutir en un artículo y me apoyan en momentos de estrés, particularmente cuando necesito fotos de alta resolución. También controlan un poco el ímpetu de los chefs o dueños de restaurantes”.



Objetivos

- o Objetivo 4: Identificar la prioridad que los medios impresos otorgan a noticias de restaurantes



Sección

- Los distintos medios cuentan con secciones dedicadas al tema de gastronomía
 - “La gastronomía es parte del diario vivir y, como tal, esta sección contribuye a que se afiance lazos con los lectores”.



¿Por qué se crea la sección?

- “La gastronomía es parte fundamental de la cultura de los pueblos.”
- “El auge que ha tenido la gastronomía en los últimos años fue el motivo principal para que se creara una sección dirigida a este tema.”
- Aceptación del público



Motivación

- El tema culinario se deja sentir con fuerza en los medios impresos
 - “Me atrevo a decir que toda publicación de variedades siempre dedica algún espacio a ello, sin sumar publicaciones especializadas en el área. La información relacionada, siempre que esté atada a un contenido novedoso y fotos que apelen al gusto, a los sentidos (comer debe ser entendido como una experiencia multisensorial) provocarán al lector”.



¿ A que se debe este auge?

- La oferta es más amplia
- El público tiene un paladar más educado y exige cada vez más
 - “Esto se debe ya que en Puerto Rico tenemos excelentes chefs, buenísimos restaurantes y una oferta culinaria muy amplia, estas son las razones principales”.



Conclusiones

- Estrategias de relaciones públicas para dar a conocer su negocio
- La variedad de restaurantes y el auge tema de la gastronomía mueve a los restaurantes
- Contacto con los medios
- Redes sociales
- Servicio al cliente



Conclusiones

- El dueño es el encargado de establecer contacto con los medios
- Actualmente los restaurantes están incorporan distintas actividades
- Lograr generar cobertura y diferenciarse
- Actividades sociales, degustaciones, presentación de artistas y cambio de menú



Conclusiones

- Los periodistas tienen el conocimiento de cuáles son los temas noticiosos
- Acercamientos por el dueño del restaurante
- Motivación del medio a ofrecerles a los consumidores distintas ofertas gastronómicas
- Expansión en espacio dedicado al tema



Conclusiones

- Los restaurantes utilizan los distintos medios sociales para darse a conocer, pero deben entender que esta nueva forma de comunicación segmentada no sustituye a los medios ya disponibles e históricos, sino que los complementa.



Recomendaciones

- En la industria de la gastronomía se construyen un sinnúmero de escenarios, nuevas propuestas y retos profesionales para el relacionista.



Recomendaciones

- Redes Sociales
- Viabilidad de establecer consultorías especializadas en gastronomía
- Desarrollar un estudio para identificar el perfil o características que debe tener un relacionista que trabaje dentro de la industria
- Evaluación de la satisfacción del cliente



Recomendaciones

- Necesidad de restituir premiaciones
- Plan de comunicación
 - Identificar portavoces
 - Análisis DOFA
 - Determinar los públicos
 - Identificar objetivos
 - Desarrollar los temas
 - Manual de manejo de crisis



Recomendaciones

- Temas para futuras investigaciones
 - Importancia del servicio al cliente
 - Investigación sobre utilización de medios sociales en las estrategias de relaciones públicas
 - Auge sobre los blogs de gastronomía en el País y la influencia que ejercen en el consumidor

Recomendaciones

MILES DE COMERCIANTES SE DARÁN CITA EN MAGNO EVENTO GASTRONÓMICO DE PUERTO RICO



REDACCIÓN ARTES Y OCIO | 08/25/2011



San Juan- Tras el paso del huracán Irene, la industria de los establecimientos de comida preparada impulsa la actividad económica con la celebración del evento *The Bakery & Restaurant Show del Caribe 2011*; durante este fin de semana en el Centro de Convenciones de Puerto Rico, conforme al itinerario original.



El presidente de la **Asociación de Restaurantes de Puerto Rico (ASORE)**, Humberto Rovira, dijo que el evento, organizado por ASORE y la **Asociación de Industriales del Pan de Puerto Rico (AIPPR)**, reúne en un mismo espacio a más de 100 suplidores de la Isla, el Caribe y otras jurisdicciones de los Estados Unidos para que realicen negocios con los más



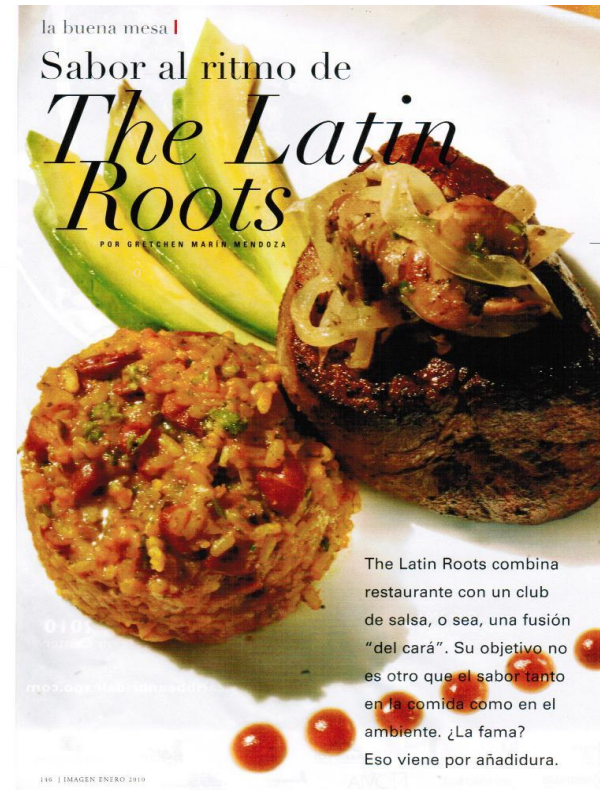
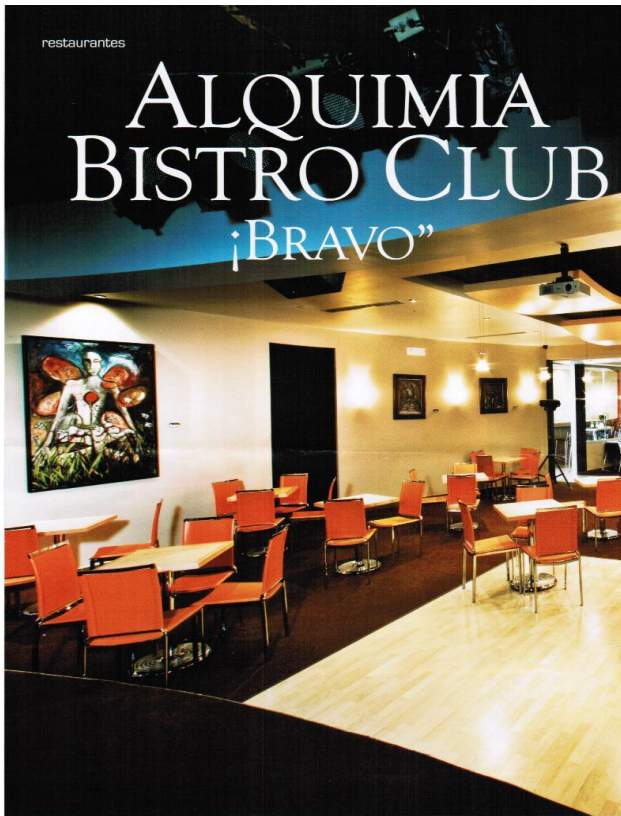
Tus Comentarios

- Tremendo articulo...
- Exacto. Lo que NADIE te puede quitar es la posibilidad de ELEGIR....
- Ya es hora de que el Presidente vea a China como lo que es: un ADVERSARIO

Restaurantes



Reportajes



Reportajes



Primera Hora / Ilustración / Aracelis Galarza García

Christian Quiñones, Laissez Faire, Mayagüez

Este joven chef es todo un experto en cocina francesa, europea e internacional.

- Para un risotto bien cremoso, bate un poco de crema espesa. Añade sal y pimienta y cualquier tipo de infusión -como aceite de trufas-. Vierte sobre el risotto y mezcla bien. Esto hará que el arroz quede cremoso y le añadirá brillo al plato final.
- Para hacer papas fritas a la francesa, fríelas a 300° F hasta que se formen burbujas. Retíralas del fuego y congélatas antes de freirlas de nuevo. Cuando las frías por segunda vez,

hazlo a 350° F hasta que estén doraditas.

- Cuando cocines sopas, salsas o cualquier otro tipo de líquido, espera al final para añadir la sal y la sazón, ya que si lo haces al principio, los líquidos se reducirán y se concentrarán y el sabor podría quedar muy fuerte o salado.



EVENTOS

La oferta francesa

VIVA LA FRANCE! EN LAISSEZ FAIRE CUISINE DE MAYAGÜEZ

EMPRESARIOS y profesionales de la región oeste se dieron cita en el evento Vive la France! que llevó a cabo el restaurante Laissez Faire Cuisine Internationale para conmemorar la Terna de la Bastilla, la fiesta nacional francesa. En un ambiente tipo café de París, los connotados distriteros de un cóctel de bienvenida cortesía de Peñón, exquisitos entremeses, comida y vinos franceses, música en vivo y exposición de obras de arte, Sandra Caro, quien fungió como maestra de ceremonias de la noche, presentó a los reconocidos artistas puertorriqueños, Juan Salazar y Estela Robles Delano. Sus obras estarán expuestas para la venta durante el mes de agosto en las instalaciones del restaurante localizado en la Salsara del Oeste.

El restaurante Laissez Faire Cuisine Internationale, cuyo nombre está inspirado en la expresión francesa que significa "dejar hacer", se especializa en platos de distintas partes del mundo, entremeses y una amplia carta de vinos finos. El chef Christian Quiñones, propietario de Laissez Faire Cuisine Internationale, ha trabajado con reconocidos chefs como Alain Alessandri, Melie (la chef de Oprah Winfrey) y Jean George Vongerichten. Ha sido cenar para invitados especiales, tales como la Princesa de Jordania, la Duquesa de York y Sarah Ferguson. Trabajó, además, para el International Polo Club de Palm Beach y Mar-A-Lago del empresario Donald Trump. Participó también en la confección de la cena de casamiento de Donald y Melania Trump. (S.M.)

DE ARRIBA
 (de izquierda a derecha)
 Patricia Suñer,
 Susan Sanje,
 Diana Mena,
 Estrella y
 Eduardo J. Jimenez.
 (de izquierda a derecha)
 Juan Salazar,
 Christian Quiñones, Estela
 Robles Delano y
 Sandra Caro.

Reportajes

14

PD - SABOR

martes, 15 de diciembre de 2009

La diferencia está en la salsa

En The Latin Roots cobran una nueva dimensión tanto el condimento criollo como la música tropical

POR JOSÉ R. PAGÁN
JPAGAN@ELNUEVODIA.COM

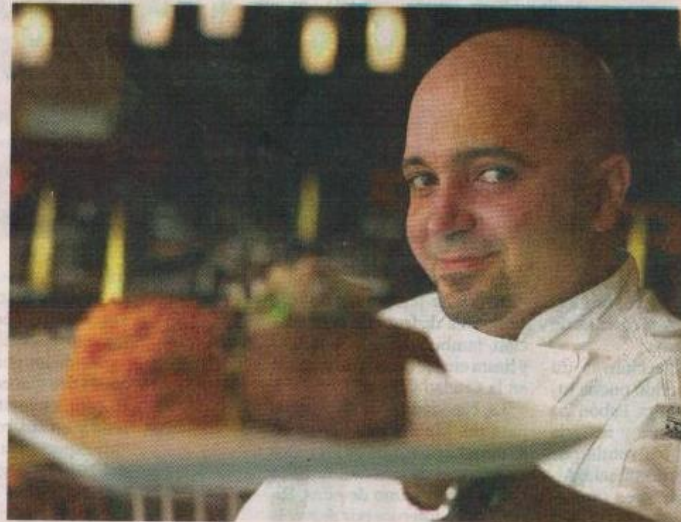
La raíz de la cocina latinoamericana está en los ingredientes del sofrito, afirma el chef Raúl Correa. Por eso, desde que llegó al recién inaugurado restaurante The Latin Roots se asegura de que no le falte ají dulce, ajo, cebolla, cilantro y recaó.

“Tenemos una combinación muy consistente con esos ingredientes para asegurarnos de que ofrecemos una experiencia grata al paladar”, agrega el chef, quien diseñó para este lugar un menú

que se actualiza según los productos locales de temporada.

Ubicado en el sótano del estacionamiento Paseo Portuario, en el Viejo San Juan, The Latin Roots rinde homenaje a la tradición gastronómica criolla desde una plataforma que combina la oferta musical. Como suele suceder en la típica escena de Guavate o Piñones, aquí puedes escuchar y bailar salsa mientras degustas morcilla, bacalaitos, alcapurrias y tostones rellenos de longaniza, entre otros aperitivos.

Así mismo, puedes optar por



EL CHEF Raúl Correa diseñó el menú y está a cargo de la cocina.

JUAN ANGEL ACEA

Reportajes

Defensora de su "herencia"

Entre las muchas recetas que **CARMEN DEL AMO**

aprendió de sus tías está la del pastel bienmesabe. Es una de sus favoritas y la tiene tan presente que le dio la idea a su hija de que usara este nombre para el restaurante que tiene en Guaynabo.

"No me quedaba cocinar, pero fui aprendiendo poco a poco. Las recetas que preparo, entre las que hay varias que me enseñó mi mamá, son la herencia que dejé. Solo sé las comparto a mi hija", afirma Del Amo, quien está muy familiarizada con la gastronomía ibérica gracias a su mamá y esposa, ambas españolas.

En cada oportunidad que tiene, Del Amo aprovecha para enseñar a su nieto de tres años de edad. Le prepara sopas de calabaza, crema de salsita, pastas y nabizas. "Las abuelitas pasaban mucho tiempo en la cocina, pero ahora la juventud quiere las cosas más fáciles. Prefieren comer en restaurantes y no se meten a cocinar", concluye esta defensora de las tradiciones culinarias.



Bienmesabe

INGREDIENTES

- 6 huevos separados
- 1 taza de azúcar
- 1 taza de harina
- 1 cda. de miel natural
- 1 cda. de vainilla

PROCEDIMIENTO

• Bate los 6 claras a punto de merengue, añade vainilla y la miel. Cuando la mezcla esté unida, agrega la harina. Baté hasta que todo esté mezclada.

• Bate la mantecilla y mézcala con los 6 yemas y el azúcar. Ingresa la mezcla y pon la mezcla en el horno a 350 grados hasta que estén dorados.

Bienmesabe

- 4 tazas de crema de coco
- 6 yemas

PROCEDIMIENTO

• Pon ambos ingredientes en una olla y mezcla. Espere a que hierva y cuélelo.

Merengue

- 4 claras de huevo
- 4 tazas de azúcar
- 2 tazas de azúcar

PROCEDIMIENTO

• Bate las claras a punto de merengue. Aparte pon a hervir el agua y el azúcar hasta que se ponga espesa (que quede como un arroz). Mezcla el azúcar con el merengue.

• Cuando el azúcar esté todo bañato con bienmesabe y añade el merengue en el tope.

Opcional: Decora con smp de chocolate o "pinchos" de mariposas.

16 POR DENTRO
miércoles, 20 de abril de 2011
SABOR

Cocina de sabores internacionales

Bienmesabe en Guaynabo presenta un innovador concepto

POR MELISSA MEDINA
www.16pr.com

Si vas transitando por la calle Carazo de Guaynabo, una pequeña casita con balcón en madera llamará tu atención. No es muy grande, pero no te dejes llevar por su tamaño. De su cocina, salen succulentos platos que complacen hasta al más exigente comensal. Se trata de la propuesta del restaurante Bienmesabe

Cocina Internacional, espacio que recientemente cumplió un año de operaciones. Desde que entras te enamoras. Sus coquetas mesitas, colorida decoración y música que relaja harán que no quieras salir del lugar.

Los maestros detrás del creativo concepto lo son el matrimonio de José Nicolás Rivera y Ana Del Amo. Desde pequeño, José sabía que algún día tendría su propio restaurante. "Siempre soñaba con abrir un restaurante familiar, pequeño, que fuera acogedor. Un lugar donde el contacto con el cliente fuera fácil y directo", comentó. Luego de años de trabajar como gerente de varias tiendas, "Niki" (como muchos lo conocen) de-

cidó aventurarse en la industria culinaria. Su esposa no dudó ni un segundo en apoyarlo.

Rivera siempre tuvo claro que el secreto para un negocio exitoso estaba en la sazón de la comida. Por tal razón, recurrió a la experiencia de su suegra, Carmen Del Amo, para diseñar el menú. Carmen, quien es famosa por sus servicios de catering, fue la de la idea de dividir el menú por regiones. También, fue quien encargó el nombre del local. "Queríamos un nombre pegajoso, que llamara la atención, y que mejor que el nombre de un postre". Además de ser la responsable de modificar el menú cada cierto tiempo para añadir nuevas propuestas, Carmen es quien pre-



● ● ● |
Gracias por su atención

