Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Receta de éxito

Agustín Monge, Gerente General del Grupo Marta, habla de las ventajas y desventajas de pertenecer a una franquicia.

Best estern

Especial Tecnología

Chef Carlos Enrique Zúñiga

Turismo de aventura

7 441025 500879

Octubre - Noviembre 06 • No.53 Año 8. • ¢1.500

www.apetitoenlinea.com

Porte Pagado
Port Payé
Permiso Nº130

CORREOS DE COSTA RICA

El Polo Norte
COLD STORAGE

El camino seguro para la adecuada
conservación de sus productos

24 horas

EL POLO NORTE COLD STORAGE le ofrece sus servicios de congelacióny enfriamiento las 24 horas del dia.
Le conservamos los productos o la materia prima esenciales de su empresa en excelentes condiciones y por el tiempo que usted requiera.
Tenemos a su disposición modernas y cómodas instalaciones dotadas
con la mejor tecnología y aun precio realmente accesible

Contáctenos para informarle sobre estas y otras ventajas de nuestros servicios

Teléfono: (506) 237-1660 • Fax: (506) 261-2321 • info@coldstoragecr.com

Belca
FOODSERVICE

Visítenos en Exphore 2006

Siéntase en Libertad de...

Elegir el mejor servicio que sólo Belca le puede dar y adquirir todo lo que necesite para su negocio al mejor precio.

Seguimos con precios de Feria
visítenos en Exphore y
durante todo el mes de setiembre *aproveche nuestros* Súper Descuentos.

Facilitamos sus procesos contables y financieros

Contamos con el mejor servicio personalizado

Solucionamos sus problemas de proveeduría

Tenemos la más amplia cobertura

Tenemos la flotilla más amplia de camiones con la mejor tecnología.

Tenemos la mayor variedad de productos nacionales e importados para Food Service

Pioneros del Food Service en Costa Rica lo que nos hace ser los mejores

Simplificamos sus suministros y el manejo de su bodega

Gracias por haber sido parte del exitoso
Primer Gran Foodshow de Foodservice
en Costa Rica

Acompáñenos en el
Foodshow Belca 2007.
¡No se lo puede perder!

Belca le suplirá todo lo que necesite en una sola entrega con el servicio que usted merece."

Dirección: 1 Km. al oeste de Firestone, contiguo a Intel. La Ribera de Belén.
Tel.: (506) 293-4075 Fax: (506) 239-0147 Apdo. 54-3006 Costa Rica E-mail: servicio.cliente@belca.co.cr

De la directora

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

¿Cómo ser el preferido?

¿Cuáles son sus metas con respecto al Índice de Satisfacción de los Clientes? Si al responder, lo primero que piensa es que antes que nada debe crear este indicador, ya sabe que está un paso atrás de muchos otros negocios del sector.

La cultura que señala que sonreír es la clave para hacer sentir bien a un cliente, se ha quedado corta. Las nuevas políticas definen al buen servicio como adelantarse a los problemas, de forma que el cliente ni siquiera tenga que ver lo "bien que lo atienden cuando plantea una queja". Un ejemplo de esto es la llamada "Chaqueta Roja" que funciona en varios hoteles y que permite que una persona sea capaz de coordinar todos los servicios.

Otro aspecto importante es llenar las expectativas del cliente, si toda su imagen se basa en el buen servicio hay que asegurarse que esto sea cierto. Tuve una mala experiencia en un hotel de San José, donde el gerente incluso se molestó porque solicité su ayuda. Así que a la hora de contratar este tipo de posiciones si el individuo sabe liderar al personal, posee buenas habilidades administrativas y financieras pero si no tiene la capacidad de atender clientes, esta cultura se derramará hacia abajo y ¡mucho cuidado con eso! A

contenido

32 Especial deTecnología

6 Aperitivos

24 Turismo
Turismo de aventura
Un negocio de cuidado
En Costa Rica se practican al menos diez diferentes deportes extremos. El turista se aventura bajo su propio riesgo.

26 Hotelería
Hotelero del mes:
Agustín Monge
En 1960, el Grupo Marta se convirtió en la primer empresa hotelera en Costa Rica en contar con una afiliación internacional. Su actual Presidente, Agustín Monge, habla de las ventajas y desventajas de pertenecer a una franquicia.

Gastronomía
29 Divina Comida:
Pecar al comer
30 Chef del mes
Carlos Enrique Zúñiga se fue de Costa Rica hace 18 años, trabajó con prestigiosos chefs internacionales, con quienes aprendió el arte culinario, y ahora el destino lo puso de nuevo en su país.

32 Especial de Tecnología
Negocios inteligentes
Hay quienes invierten en tecnología como una forma de mejorar su imagen ante los clientes, otros lo hacen para facilitar su trabajo, pero en definitiva, hacer un negocio más eficiente es la principal función de la tecnología, todo lo demás es ganancia.

42 Exphore
Por muchas razones

Capacitación
43 ¿Napoleón un Administrador y Mercadólogo?
"La victoria pertenece a quien persevera", Napoleón Bonaparte
44 El ServSafe y sus beneficios
Si los restaurantes son su negocio, no hay nada más importante que servir alimentos seguros a sus clientes.

De Compras
40 Interlinksupply Costa Rica
Cuando se quiere limpiar de manera profunda y efectiva, lo mejor es dejar que la tecnología intervenga.
45 Imesa
Una compañía que ofrece una solución completa en ingeniería, mantenimiento y equipos a empresas de servicio.
46 GasCo
Un mantenimiento adecuado de los equipos de gas en la cocina le pueden evitar muchos contratiempos.

47 Directorio

49 Ingredientes

50 Sobremesa
¿Debería ser la cocina de los hoteles y restaurantes abierta al público?

una solución
para cada necesidad.

Su empresa necesita calidad.
Su empresa necesita rendimiento.
Su empresa necesita productos de la línea institucional de SCA Consumidor Centroamérica.

Nuestros productos le brindarán la mejor relación servicio-conveniencia del mercado.

Servicio al cliente:
Tel.: 800-737-8424

SCA

nota de la editora

Shirley Ugalde Méndez
shirley.ugalde@eka.net

Locos en la vía

Hace unas semanas escuchaba a la periodista Amelia Rueda, en su programa Nuestra Voz, quejarse del irrespeto de los conductores, especialmente de los que manejan trailers y camiones. Ese mismo día, recibió varias llamadas de oyentes, quienes se sentían frustrados con la forma de manejar de estos individuos, alguien incluso denunció haber visto un camión de la empresa Dos Pinos y uno de la Coca Cola hacer "pique" en la autopista Bernardo Soto.

Experimenté esa misma frustración al día siguiente, cuando venía con mi esposo, y en una salida de una calle angosta, el camión de la Coca Cola placa C128452 conducido por Heriberto Barquero, colisionó nuestro vehículo. Esto pese a que en la salida, al ver que no teníamos espacio para ambos, le pedimos al chofer del camión que esperara un momento para retroceder, y para nuestra sorpresa, ignoró nuestra solicitud, avanzó y nos arrastró por varios metros.

Por suerte, el daño sólo fue material. Y bueno, psicológico también, porque en estas situaciones realmente se nota que estas personas conducen de manera irresponsable, y con un profundo irrespeto hacia las demás personas. El mismo oficial que atendió el "choque" nos dijo que esto sucede a menudo, y que con "ellos" es difícil pelear. Esto qué significa, que aunque no tengamos culpa, tenemos que asumirla, que posiblemente en el juicio no se llegue a nada, cada uno paga sus daños dirá el juez. Pero qué pasa cuando hay vidas de por medio, esa factura no hay quien la pague, y siguen nuestras carreteras llenándose de corazones, los hogares extrañando familiares que se han ido, y no hay quien pueda parar esta guerra en las carreteras.

El MOPT gasta dinero en campañas, pero no es suficiente, no si los ciudadanos no toman conciencia sobre el respeto a la vida, tanto la de ellos mismos como la de los demás. El hecho de conducir un camión de ese tamaño no los hace inmunes, aunque en la mayoría de los casos el peor golpe es para el otro.

Aprovecho para hacer un llamado a los empresarios que poseen flotas automotrices para que se limiten a hacer sugerencias a sus conductores de respeto a las normas de tránsito, sino que realmente asuman su responsabilidad y exijan a sus conductores se esmeren en hacer de sus vehículos herramientas de trabajo y no armas que recorren nuestras carreteras. Recuerden que estos vehículos también representan la imagen de su empresa, y en muy pocos casos dejan buenos comentarios a su paso. A

Presidente
Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net
directora
Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net
director editorial
Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net
editora
Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net
asesor comercial
Guillermo Rodríguez S.
guillermo.rodriguez@eka.net
Tel: 383-1651
subdirectora editorial
Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net
directora arte
Nuria Mesalles J.
nuria.mesalles@eka.net
diagramación
Liliana Castro Solano
Juan Carlos Conejo
fotografía
Shirley Ugalde
fotografía portada
Rónald Román
directora eventos
Carolina Martén
carolina.marten@eka.net
televentas
Melanie Töebe ext. 134
melanie.toebe@eka.net
colaboradores
Leticia Vindas

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Tel.: 520-0070 Fax: 520-0047
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
www.apetitoenlinea.com

Suscripciones

Suscripción anual: $40
Suscripción dos años: $50
Tel.:520-0070 ext.134

Ignacio Humanes, Gerente General Hotel Barceló Playa Langosta

"Los turistas no se acostumbran a los huecos"

Empezó su carrera profesional en Madrid, luego pasó 7 años en Venezuela, en la Isla de Margarita y en Caracas. Trabaja para la cadena Barceló desde 1989, donde inició como Maitre de Hotel en República Dominicana, ocupando diferentes puestos, hasta su actual cargo como Gerente General del Hotel Barceló Playa Langosta. Su especialidad es en Alimentos y Bebidas, y es uno de los énfasis que tiene su gestión.

¿Qué necesita Costa Rica para convertirse en un destino de preferencia?

- Costa Rica, si quiere tener un despegue en turismo, definitivamente tiene que mejorar infraestructura, carreteras, aeropuertos, servicios básicos como electricidad, agua, recolección de basura. El turista europeo y norteamericano no está acostumbrado a los huecos.

¿Cuál es la falta más grave del gobierno?

- Pagamos mucho impuesto, pero necesitamos que el gobierno tome acciones, el problema es que no estamos captando al cliente repetitivo, al igual que muchos países de la cuenca del caribe, como México y República Dominicana, que sí tienen alto índice de clientes repetitivos. La gente viene una vez, disfruta, es un país verde, el tico es amable, pero a la hora de elegir nuevamente un destino de vacaciones, no considera a Costa Rica, por la gran cantidad de problemas que deben enfrentar.

"No quiero ser alarmista, pero también hay que enfatizar en el tema de seguridad. En el caso del hotel, se paga servicio privado de seguridad en la playa y en la calle de enfrente, pero es muy caro, y son áreas publicas, que deberían ser responsabilidad del gobierno, pero se asume por el bien de los clientes".

¿Cuál es su principal competencia?

- Por ahora somos el único hotel todo incluido en Tamarindo y Langosta, con un 80% de ocupación promedio, el 60% de clientes es de Estados Unidos, el 15% de Europa, y el 25% de Costa Rica y Centroamérica.

"Sin embargo, los paquetes de todo incluido de San Andrés y Cartagena se han convertido en una competencia directa, no solo para hoteles de Guanacaste, sino para todo el país. Si queremos mantener un estándar de calidad no podemos competir con estas ofertas, por razones de costos". A

Encuentro de amigos

Exphore es por excelencia el sitio de encuentro entre clientes y proveedores de hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, y negocios afines. Ariel Faingezicht de La Canasterie, empresa que produce y distribuye bases para canastas, tartaletas y volovanes, realizó varias actividades donde promovió aun más esos encuentros. En la foto lo acompaña William Ortiz, Chef Ejecutivo del Hotel Fiesta Resort. A

Blanco y negro: Limpios y elegantes

Si alguna vez ha pensado en cambiarle el color al uniforme de los saloneros de su hotel o restaurante, debería tomar en cuenta algunos aspectos que explican el por qué del blanco y negro en la vestimenta de estos servidores.

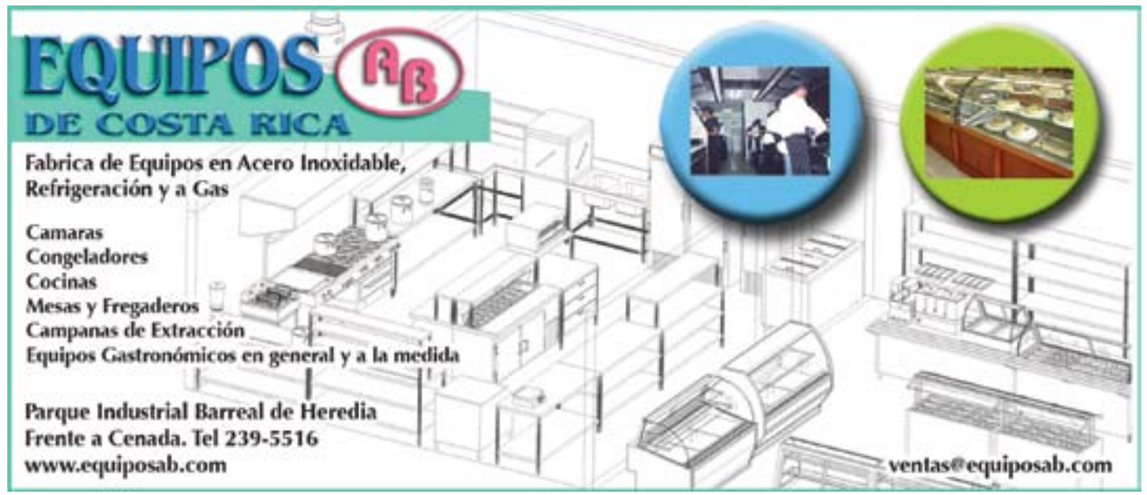
De acuerdo con la psicología del color, cada tono provoca sentimientos en quien lo aprecia. El aspecto sensorial del color es visual y tiene que ver con la filosofía y la psicología. Por ejemplo, el negro remite a la depresión y la muerte, pero también a la elegancia y la sobriedad. El blanco por su parte, es un color simbólico, que representa lo puro y lo limpio.

Un uniforme, rojo por ejemplo, podría provocar alteración en los clientes, pues es un color que produce actividad e insta al movimiento; mientras que uno verde podría reflejar tranquilidad y relajación, pero remitiría a la naturaleza y no a la elegancia.

Es claro que, pese a los estándares de interpretación, las sensaciones pueden variar de una persona a otra.

El traje monocromo de los meseros, según los estándares de Protocolo y Etiqueta aceptados, busca reflejar elegancia, seguridad y limpieza. Su objetivo es que el cliente sienta que el salonero es una persona que maneja el protocolo, que es serio en su trabajo y que la comida que le sirve fue preparada bajo circunstancias de aseo.

*Fuente: www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm A



EQUIPOS NIETO

FUNDADA EN 1946

60 años de experiencia...

brindando a usted todo el equipo y accesorios que requiere en su operación, las líneas más completas y de la mejor calidad, acompañadas por la mejor asesoría especializada y servicio de asistencia técnica.

Equipos para Hotelería y Restaurante

Sabemos que... el sabor, la textura, el aroma y la presentación de las más deliciosas comidas dependen del conocimiento y la maestría del chef.

Equipos para Lavandería

Comprendemos que...
un buen equipo de lavandería no debe garantizar la limpieza y presentación de sus prendas a costa de sus gastos de operación.

60 años NIETO EQUIPOS

Tel.:(506)222.6555 • Fax:(506)257.0570
www.equiposnieto.com
e-mail: ventas@equiposnieto.com
Ba. Amón, 100m oeste del INVU

¿Noches sin humo?

Podrá faltar la sal, la servilleta o hasta un mesero, pero el cigarro no, pues está siempre presente en los bares y restaurantes, aunque en unos más que en otros.

Un sondeo realizado por Apetito en cuatro locales diferentes ejemplifican lo dicho. Tanto en el bar Giros, en Tibás, como en El Pollo Cervecero, en Moravia y Cuartel de la Boca del Monte, en Barrio La California hay un 80% de clientes fumadores, afirmaron barteders del lugar.

"A los clientes por lo general, les gusta fumarse un cigarro luego de beberse un trago", agregó Esteban Méndez, de Giros.

En contraparte, la presencia de fumadores en La Princesa Marina, en Moravia, se reduce a un 30%, según Josué Jara, mesero del restaurante. La diferente presencia de humo podría deberse, en opinión de Jara, a que los restaurantes suelen ser más familiares y los mismos fumadores se restringen un poco por la presencia de niños, mientras que en los bares hay más libertad de fumar.

Las quejas de los clientes no fumadores se presentan poco en los cuatro establecimientos. "La gente ya sabe que viene a un lugar donde hay humo de cigarro", comentó John Herrera, de El Pollo Cervecero. Sin embargo, Jerry Manzanares, del Cuartel, manifestó que sería bueno que existieran bares donde no se permitiera el humo, pues ellos como personal se exponen a altas cantidades de éste, perjudicando su salud.

La presencia de fumadores en bares es muy alta, dado el placer que experimentan los clientes de disfrutar de un cigarrillo, mientras toman su bebida.A

aperitivos

Control del ruido

"Mientras los vecinos no se quejen, el ruido no cesará". Según el reglamento para el control de la contaminación por ruido, la inspección a posibles centros ruidosos sólo se realiza en caso de denuncia.

El Ministerio de Salud es el ente encargado de ejecutar este Reglamento emitido en junio del 2000. El documento clasifica el ruido por zonas: Residencial, Comercial, Industrial y Tranquilidad. En el caso de los lugares comerciales, que incluyen sitios como bares y restaurantes, los decibeles permitidos son de 65 de día y 55 de noche.

Olga Jiménez, de la Dirección de Protección al Ambiente Humano del Ministerio de Salud, afirmó que, una vez que se presenta una denuncia, se envía un equipo con un sonómetro calibrado para medir los niveles de ruido durante un mínimo de 30 minutos y proceder a sancionar, en caso de incumplimiento.

Tres administradores de bares de La Calle de la Amargura, en San Pedro de Montes de Oca, afirmaron que en cuestión de dos años, el Ministerio ha llegado a medir el sonido por lo menos seis veces. Cabe aclarar que esta calle es visitada por la entidad constantemente por situaciones de salubridad y la medición de sonido viene incluida en la revisión, agregó Rodolfo Coto, de Tavarúa.

Tanto en Mosaikos, como Tavarúa y en Terra U, confirmaron saber del reglamento y de los límites permitidos e inclusive en los dos últimos tienen un medidor de decibeles. No obstante, en el Bar Búffalos, ubicado en la misma zona, afirmaron que el Ministerio de Salud los ha visitado una sola vez en dos años y que desconocen la reglamentación.

Ante esto, Jiménez comentó que no existe en este momento algún desplegable o informativo para los administradores de locales que los informe sobre las regulaciones. El único vínculo entre ellos y la autoridad es la Ley de Salud, que se supone todos los establecimientos autorizados deben cumplir. Así que, si el local no se informa y los vecinos no presentan denuncias, el Ministerio desconoce si se respetan o no los niveles permitidos de ruido. A

"El nivel de decibeles permitido en bares es de 65 de día y 55 de noche".

IMESA SISTEMAS S.A.

HENNY PENNY
Global Foodservice Solutions

Freidoras eléctricas y a Gas
Exibidores de Alimentos
Rostizadores
Empanizadores

BUNN

Equipo de cafetería
Percoladores
Molinos

Puntos de venta
Hardware & Software

par home
PixelPoint
Simply Better POS.

Sistemas de Comunicación
HME

TAYLOR

Cocteles, batidos, conos, sundays, granizados

Distribuido por IMESA SISTEMAS S.A. Tel (506) 272 7536 Fax (506) 272 7583 info@imesasistemas.com

CAREFULLY GROWN & PREPARED
CAROLINA TURKEY

Comidas fáciles de hacer
De nuestra familia para la suya

Carolina Turkeys es una compañía familiar, por lo tanto comprendemos lo importante que es la familia. Sabemos que las mamás quieren lo mejor para sus familias: comidas prácticas, deliciosas y sanas. Y tenemos la solución perfecta. Por veinte años, Carolina Turkeys ha estado desarrollando productos llenos de sabor y fáciles de preparar. Con los productos de Carolina Turkey, hacemos que las comidas sean fáciles de hacer.

Espaguetis con salsa de carne

Cocine los espaguetis de acuerdo con las instrucciones del paquete. Desmenuce el pavo picado, la cebolla, el ajo y la sal. Cocine por 12 minutos en horno a temperatura media, revolviendo con frecuencia. Agregue salsa para pasta, hierva a fuego lento sin tapa por 5 minutos. Sirva la salsa para espaguetis sobre la pasta

Pavo envuelto

Cocine espárragos en el microondas, a temperatura alta, por 1 ó 2 minutos, o hasta que estén calientes. Tueste el croissant si así lo desea. Coloque rebanadas de pavo y los espárragos calientes sobre el croissant. Agregue queso parmesano por encima en forma generosa. Cierre el croissant y disfrútelo.

Rollos de pan sin miga y pavo

Distribuya queso con pimentón sobre el pan sin miga. Coloque una línea de lechuga en el centro del pan sin miga. Coloque rodajas de tomate sobre la lechuga. Coloque rodajas de pavo sobre los tomates hasta que queden completamente cubiertos. Doble el pan sin miga por sobre los ingredientes y enróllelo firmemente. Sujételo con dos palillos de dientes.

CAROLINA TURKEY

P.O. Box 589, 1628 Garner Chapel Road, Mt. Olive, NC 28365
Para obtener más información, comuníquese con Scott Singleton, Gerente de Ventas de Exportación, 919-658-6743, ext. 628
www.carolinaturkey.com

¿Quiere probar?

Como dice el viejo refrán "el que no enseña no vende", y en Exphore eso se toma muy en serio, sobre todo para quienes ofrecen productos alimenticios. Sino que les pregunten a los chefs de Unilever, quienes ofrecieron deliciosos platillos que robaron la atención de gran cantidad de visitantes. A

Con la camiseta bien puesta

La cadena de supermercados Price Smart, no se quiso quedar atrás y estuvo en Exphore con el objetivo de dar a conocer y promocionar todos los productos que ofrecen para hoteles, restaurantes, sodas institucionales y negocios afines.

Mauricio Gómez, Gerente de Membresías, comentó que además de atraer una mayor cantidad de clientes por membresía, "quisimos mostrar parte de nuestras más de 2500 líneas diferentes de productos, así como nuestro servicio personalizado". A

La gente de Price Smart que estuvo en Exphore tenían la camiseta bien puesta para mostrar a los clientes las diversas líneas de productos que ofrece la empresa para el sector de hoteles y restaurantes.

Sello de avanzada

La compañía SisPan (Sistemas Panamericanos) sacó toda la tecnología de la empresa y la llevó a Exphore.

Edgar Solano, Gerente de Ventas, indicó que los sistemas de puntos de venta para restaurantes y hoteles vienen a simplificar las labores de estos negocios.

"Somos distribuidores de Micros que son líderes a nivel mundial con 25 años de experiencia en este tipo de hardware y aprovechamos Exphore para presentar el sistema E7". Este sistema es dirigido a restaurantes medianos y pequeños y cuenta con un precio muy competitivo.

Edgar Solano, Gerente de Ventas de SisPan indicó que la tecnología que llevaron a Exphore con el sistema E7, le permite a un restaurante tener un mejor control a nivel integral.

"Con este tipo de tecnología, cualquiera puede administrar un restaurante desde su casa". A

Nieto y Nieto

Don Ángel Nieto, Fundador de Equipos Nieto, se dio una vuelta por el stand de esta empresa en EXPHORE. Lo acompañó su nieto Andrés Nieto, quien se desempeña como Gerente Comercial. Esta empresa ha permanecido activa en el mercado por más de 50 años, y siempre bajo el mando de la familia. A

aperitivos

Hotel Tequendama deja marca Intercontinental y se adhiere a Crowne Plaza

Con 53 años de historia y un prestigio ganado bajo la marca InterContinental, el hotel Tequendama se adhiere a la marca Crowne Plaza para explotar mejor sus fortalezas en un nicho que lo demanda.

Como una estrategia para redireccionar sus operaciones, el tradicional hotel Tequendama, de Bogotá, Colombia, ha negociado un cambio con el grupo Intercontinental (IHG) para cambiar su marca a Crowne Plaza.

La conversión es el resultado de una estrategia de posicionamiento en la que han invertido US$4 millones en los últimos 4 años.

Aun cuando el hotel Tequendama ha actuado por 53 años bajo la marca Intercontinental, su Gerente General, Orlando Salazar señaló que la fortaleza del hotel, así como la naturaleza del destino, ha variado en los últimos años.

Por esta razón, la sociedad propietaria y administradora, Sociedad Hotel San Diego SA, determinó con base en un sondeo del mercado, que hay un incremento en la demanda por mayores espacios para eventos y reuniones en el país, así como para ofertas de valor en lo referente a servicios, productos y programas de mercadeo, según un comunicado del grupo.

En este sentido, Alvaro Diago, presidente de la división Crowne Plaza para el grupo IHG, señaló que "la conversión llenará un nicho que la ciudad necesita.

De hecho, anticipamos que el hotel será pionero en este mercado en particular, ya que ofrecerá los exclusivos programas desarrollados por Crowne como "The place to meet" (un punto de encuentro) y "Sleep advantage" (la ventaja del sueño), los cuales responden a las necesidades de ejecutivos, huéspedes y organizadores de eventos, cuando estamos lejos de casa y tenemos negocios importantes que atender".

El hotel Tequendama está ubicado muy cerca de los centros financieros, de negocios, gubernamentales y turísticos de la capital colombiana y se ha destacado por haber albergado a dignatarios y líderes de todo el mundo, y como sede de importantes convenciones y congresos de entidades gubernamentales y mundiales. A

Gourmet Imports.
Estamos aquí para ayudarle
Hormel
HORMEL®. Aquí y ahora.

Para estar adelante en el negocio de alimentos y bebidas, usted necesita un socio que ofrezca más opciones para la mesa. Uno que cuenta con una amplia variedad de productos de calidad y soluciones únicas para su menú.

Con más de 100 años en el negocio, el nombre de HORMEL es sinónimo de calidad y constancia.

Le ofrecemos
- Jamón entero curado.
- Pechuga de pavo para sandwich, 99% libre de grasa, totalmente cocido, pieza entera.
- Jamón rebanado, cocido, 95% libre de grasa (en presentación para foodservice y al detalle).
- Pechuga de pavo rebanada, rostizada, 98% libre de grasa (en presentación para foodservice y al detalle)
- Tocineta Etiqueta Negra, rebanada.

Entre otros....

Aquí y ahora
Hormel
Sabor de calidad

Gourmet Imports D.C.R.
by Jürgen®
Distribuidores para Costa Rica
Para sus pedidos comunicarse al 281-2855.

Oktoberfest en Los Sueños

Klaus Thalau es el nuevo Chef Ejecutivo de Los Sueños Marriott. Este Alemán lleva más de 15 años de vivir y trabajar en Costa Rica, pero no olvida las costumbres de su país. Es por ello que durante el mes de octubre organizó un Oktoberfest en pequeño, en conmemoración a la fiesta del mismo nombre que se celebra en su país entre la última quincena de septiembre y la primera de octubre.

"Es una fiesta equivalente al thanksgiven que se celebra en Estados Unidos, se hace en Munich, en esa época se puede probar toda la cerveza que se fabrica en Bavaria, y la comida típica de la zona, como el codillo de cerdo, el sauerkraut (repollo agrio con salchicha alemana), la sauerbraten (carne en salsa agridulce) el bretzel (pan con sal). Y desde luego, una de las principales atracciones durante esta celebración en el Marriott fue la cerveza Paulaner, originaria de Alemania. Si bien el menú de Los Sueños tendrá un toque alemán, Thalau comentó que siempre busca un balance entre los sabores nacionales, pero no pierde la cuchara de su origen. Con nosotros compartió la siguiente receta.

Receta

Lomo de cerdo con glasé de café y fufú de plátano maduro, que sin duda mezcla no sólo sabores, sino ingredientes de ambos países.

Ingredientes:

150 gramos de lomo de cerdo con hueso, a la parrilla
50 gramos de puré de plátano
25 mililitros de glasé de café
20 gramos de tomillo, una ramita para decorar

Preparación:

Marcar en la parrilla el lomo de cerdo, y terminar su cocción en el horno hasta que marque 145°F. Ponga el puré de plátano hacia el centro del plato y monte el lomo sobre el mismo buscando un ángulo de 45°. Decore con una ramita de tomillo, ponga la salsa en forma de media luna. A

Seguridad y calma en la estadía

Recurrir a ciertas precauciones para evitar un asalto y saber cómo actuar en caso de que se realice el robo, son previsiones que darán tranquilidad a los cliente.

Jorge Rojas Vargas, Director del OIJ desde 1997, comentó que son situaciones integrales donde, tanto el cliente como el local, deben colaborar. Rojas aseguró que la precaución inicia en la puerta, pues el guarda debe administrarla desde dentro para discernir a quien deja entrar.

Es recomendable que el local maneje poco efectivo, frecuente el uso de tarjetas de crédito y se acostumbre a hacer depósitos periódicos, explicó Rojas, para impedir grandes pérdidas en caso de asalto.

A esto, Osvaldo Alpízar Núñez, Director de la Fuerza Pública desde mayo del 2006, agregó que si el turista es extranjero, el hotel podría ofrecer la posibilidad de guardarle el pasaporte en la caja fuerte y sacarle una copia para que esté identificado, con la aclaración y firma del hotel de que la persona está siendo hospedado ahí.

Ambos coincidieron en el uso de una alarma, pero su activación debe darse luego del retiro de los asaltantes para evitar la toma de rehenes. "Es mejor tratar de detallar a los asaltantes para luego dar una descripción a la policía", expresó Alpízar.

Las cámaras de video pueden ser puestas en lugares visibles, para que las personas vean que están siendo filmadas y otras ocultas para que no sean destruidas o robadas, dijo Rojas.

En cuanto a los vehículos, los dos directores coincidieron que lo mejor es dejarlo en parqueo privado y con vigilancia, así como recoger el radio y los bolsos para evitar la tentación del hampa. Además, es aconsejable que el parqueo brinde un tiquete de ingreso y que solicite una identificación del cliente, para que al retirar el vehículo pueda comprobarse que es el dueño real.

Si, pese a las precauciones, el local es víctima del asalto, los consejos que tanto Alpízar como Rojas reiteraron fueron mantener la calma, no hacer llamadas durante el asalto, guardar las armas (principalmente el guarda) y no poner resistencia, "lo primordial es preservar la vida", recalcó el oficial.

Luego de la conmoción, el local puede poner a disposición de los clientes un teléfono donde puedan llamar a cancelar inmediatamente tarjetas y líneas de teléfono que hayan sido robadas. "El local puede ayudar a tranquilizar a los clientes con detalles como ese", concluyó Rojas. A

Madera plástica

Con la belleza de la madera y la durabilidad del plástico, la madera plástica se convierte en un producto muy atractivo que ofrece una práctica alternativa en todo tipo de construcciones.

La empresa Producol presentó esta novedad en Exphore. Se trata de productos elaborados con plástico reciclado, que permiten una amplia gama de posibilidades, con grandes ventajas para el uso en exteriores por su resistencia a los cambios climáticos, y por su fácil mantenimiento, también ideales para la industria alimenticia en aplicaciones como tarimas, muebles para cuartos fríos, y en cualquier artículo para reemplazar la madera.

Para más información sobre los productos de Producol y todas las posibilidades que ofrece esta empresa para su negocio, contáctelos al teléfono 213-5817, o por medio de su página www.maderaplastica-producol.com. A

Súper Apetitoso

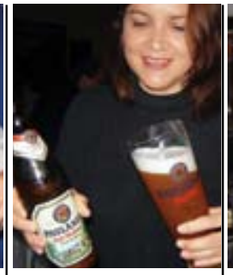
Consejos de colegas para un excelente servicio

Sírvala con espuma

Por alguna razón, algunos ticos prefieren y piden la cerveza sin espuma. Los bartenders, con tal de satisfacer esta exigencia, buscan la manera de servirla sin que aparezca la espuma en la jarra. No obstante, dicen los que saben de cerveza que en la espuma está el gusto. Peter Zhan, Gerente de Ventas para Latinoamérica y el Caribe de la cerveza alemana Paulaner, visitó recientemente Costa Rica, como parte de un evento promocional, ya que esta marca se introdujo al país a través de la empresa Holtermann & Cía. Zhan explicó que la espuma contiene un alto grado de levadura, por lo que libera el aroma y crea sensaciones únicas en el paladar. Explicó cómo servir de manera correcta una Paulaner, para disfrutar de todo su sabor. A

1. Antes de servirse, hay que refrescar el vaso bajo un chorro de agua fría para evitar la formación de burbujas y evitar la mala formación de espuma.

2. Luego, con una inclinación del vaso de 45 grados respecto de la botella, se deja caer lentamente la cerveza contra la pared del vaso, evitando así la formación de espuma.



3. Una vez que está medio lleno se coloca en posición vertical y se continúa, formándose ahora la espuma, hasta dejar un centímetro de líquido sin servir.

4. Se agita la botella con el líquido sobrante para mezclar los fermentos que permanecen en el fondo.

5. Se termina de vaciar el contenido dentro del vaso. Notará que tiene una consistencia diferente a la espuma que se forma al inicio.

Somos fabricantes, le diseñamos y confeccionamos el equipo a su gusto y medida. Todo en equipos de acero inoxidable, gas y refrigeración para restaurantes y supermercados. Pioneros en Costa Rica en equipo de refrigeración para con más de 30 años de experiencia

REHGO

Barva de Heredia, de la escuela Pedro Murillo, 100 m. oeste y 25 m. norte
Tel. (506) 260-5959 • Fax. (506) 260-5858 • Cel. 874-1187 / 833-5959
E-mail: reghosa@racsa.co.cr

Turismo para rato

"El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad y para el mundo entero". Este fue el mensaje de la Organización Mundial del Turismo (OMT) este 27 de septiembre, Día Mundial del Turismo con el fin de crear una conciencia de los beneficios que esta actividad genera para la sociedad.

Nuestro país es claro ejemplo de esta realidad. Según datos de la Cámara Nacional de Turismo, CANATUR, el turismo genera aproximadamente 110 mil empleos directos, que a su vez generan empleos indirectos en una proporción de 5 x 1, es decir un aproximado de 550 mil empleos están ligados al sector.

La cifra de ingresos totales en términos de divisas generadas por el Turismo, es de $1600 millones anuales, lo que representa el 8% del PIB y un 35% de los ingresos generados en Centroamérica por esta actividad.

El turismo representa cerca del 23% del total de las exportaciones, por encima de productos de exportación tradicionales como el café o el banano. "Sabemos que la competencia en los próximos años será mucho más intensa, y si sumamos las limitaciones físicas que existen, como es el caso del deteriorado estado de las carreteras, caminos y aeropuertos, la inseguridad para el turista, ausencia de seguridad jurídica que promueva la inversión, y la inexistencia de una Ley General de Turismo (que por iniciativa de CANATUR ya está siendo redactada), pues la balanza no está de nuestro lado. Por esta razón, instamos al Gobierno a que refleje en la práctica la importancia del turismo, a que incrementen sus inversiones en el desarrollo directo e indirecto de esta industria generadora de riqueza", expresó Gonzalo Vargas, Presidente de CANATUR.

"En promedio un turista que visita nuestro país invierte cerca de $950 por viaje (en un viaje de 10 días), y hemos logrado consolidarnos como un destino eco-turístico. Sin embargo, recientemente hemos tenido que rechazar turistas por falta de espacio en hoteles. No podemos darnos el lujo de descuidar esta fuente de riqueza por una falta de planeamiento acorde a las necesidades de este sector", finalizó Vargas.

Precisamente todas estas inquietudes se reflejan en el marco conceptual de la Ley General de Turismo que presentó CANATUR con el fin de contar con una herramienta legal que defina las disposiciones reglamentarias en esta materia. A

¿Qué hay de nuevo?

Gato encerrado

Ilario Giannoni, propietario del restaurante La Pecora Nera, ubicado en Puerto Viejo de Limón, recientemente abrió una pizzería en la misma localidad. El Gato Cicova es una opción de comida informal, como una alternativa para los clientes, ya que en este nuevo lugar la oferta incluye pizza y cerveza.

Según comentó Giannoni, el propósito de este nuevo restaurante es ofrecer una alternativa a turistas y locales que deseen un sitio para comer algo más casual y rápido, con precios muy accesibles, pero manteniendo el sabor y el servicio que caracteriza a La Pecora Nera, un restaurante que se ha convertido en todo una tradición en Puerto Viejo, este año cumplió seis años.

En la foto Giannoni junto al personal del Gato Cicova. A

Encuentro Hotelero

Bajo el nombre "Quartos" se realizará el encuentro hotelero de negocios este 21 y 22 de noviembre en el Hotel Costa Rica Marriott en San Antonio de Belén, donde proveedores y empresarios hoteleros podrán negociar directamente la compra de bienes y servicios.

Quartos se proyecta como una plataforma de negocios para que proveedores y los compradores de la industria hotelera centroamericana tengan un contacto directo para el suministro de bienes de consumo y servicios para los hoteles. 28 empresas proveedoras ofrecerán alrededor de 100 tipos de bienes y servicios distintos, y se espera una participación de aproximadamente 500 personas en el encuentro.

Los interesados en participar en el encuentro, deben registrarse en la página www.quartosynegocios.com/ y escoger las áreas y productos de su interés en sectores como colchones, cortinas, decoración, cajas fuertes, alfombras o muebles, y Quartos se encargará de programarles citas de negocios durante los días del encuentro y antes o después de la actividad, si así lo solicitan.

Esta actividad es patrocinada por Colchones Selther, la Cámara Costarricense de Hoteles y la revista Summa. A

"Tips del Chef"

Por: Chef Vicente Manrique Vinaly

Los tips son cortesía del Chef Mexicano Vicente Manrique Vinaly, del Hotel Gran Meliá México Reforma, Ciudad de México, quien estuvo de visita en Costa Rica invitado por Sol Meliá, Meliá Cariari, para el Festival Gastronómico Mexicano.

"La comida mexicana merece dedicación. La variedad de platos y alimentos producto de la diversidad regional y cultural le brindan una gran riqueza que debe aprovecharse. Así que lo primordial es conocer exactamente los ingredientes y los sabores, para poder combinar libremente y a su antojo".

"Lo más importante es cocinar con amor y dedicación. Considero que este factor es el toque mágico para que la comida quede excelente. En mi caso, el cocinar la comida típica de mi país hace que le imprima una gran pasión al arte culinario. Es ese amor el que permite desarrollar los platos de la mejor calidad".

"Hay que atreverse en la cocina. Saber experimentar, pero también animarse a experimentar. Es importante combinar, probar, mezclar, invertir las cosas, todo esto lleva a darle originalidad a los platos. La comida mexicana dichosamente se presta para esto, por la variedad antes mencionada. Para mí, la experimentación en la cocina es otro gran valor que puede forjar un chef en su estilo". A

Turismo de aventura

Negocio de cuidado

En Costa Rica se practican al menos diez diferentes deportes extremos. El turista se aventura bajo su propio riesgo.

Emoción al extremo con una fuerte ración de peligro… un reto sólo para valientes. Los deportes extremos mezclan el sano entretenimiento junto con los riesgos.

Costa Rica es uno de los destinos por excelencia para estas actividades a nivel mundial. Aquí se practican al menos diez diferentes actividades recreativas de este tipo. Todas involucran un nivel de habilidad física y un contacto directo con la naturaleza.

Los destinos turísticos satisfacen los gustos de quienes no le temen a las alturas con el alpinismo, el sky walk (caminatas sobre puentes colgantes), el salto bungee (desde un puente) y el canopy (deslizamiento de un árbol a otro). Además, complacen a los que se atreven a enfrentarse con el agua ofreciendo rafting y kayaking (rápidos del río), wind surfing y buceo.

Pero aún cuando el peligro es su principal componente, el Instituto Nacional de Turismo (ICT) en conjunto con el Ministerio de Salud, estipulan las normas de seguridad básicas a seguir para evitar accidentes.

Pese a las diferencias de cada disciplina, las normas son similares. Según el reglamento, para la operación de actividades de turismo aventura cada empresa turística se compromete a mostrarle al cliente las reglas del recorrido y de su comportamiento durante la estadía.

Es responsabilidad del empresario brindar una charla introductoria, que es vital para comprender el desarrollo de la actividad y disminuir las posibles eventualidades.

Una vez notificado verbalmente y por escrito, el usuario firma un contrato en el que acepta las estipulaciones y afirma que se aventura bajo su propio riesgo, pues, pese a los controles, los peligros existen.

Por ejemplo, en el caso de deportes acuáticos como el rafting (navegación por los rápidos en un bote para varias personas), el turista puede sufrir un golpe o fractura si pierde el control de la navegación. En el caso del canopy, existe el peligro de que un riel, que se sujeta de un árbol a otro, se desprenda o falle alguna de las cuerdas que atan al usuario y lo desplazan.

También cada empresa posee sus propias restricciones según el deporte. Jenny Duarte, de la empresa turística Amigos del Río para rafting y kayaking en Quepos, señaló que no permiten el ingreso de personas menores de edad ni de adultos mayores, pues estos deportes acuáticos requieren fuerza, principalmente en los brazos, para remar y mantener el control de la balsa.

Por su parte, Gerardo Villalobos, de Recreo Verde para canopy ubicado en San Carlos, declaró que limitan el ingreso de niños menores de tres años y los menores de doce deben ser acompañados por un guía. Además, restringen a las personas con alguna discapacidad fuerte, con problemas cardíacos, padecimiento de mareos o cualquier otra enfermedad que impida al usuario sostenerse de la cuerda y mantener la velocidad.

Los guías que acompañan los tour deben estar entrenados para atender primeros auxilios y, en casos de emergencia, los clientes deben ser trasladados al puesto de salud más cercano. El Reglamento estipula que cada empresa debe tener una póliza de seguros que cubre los gastos del cliente en caso de lesión.

Asimismo, es la institución recreativa la que brinda el equipo necesario para practicar el deporte. El canopy requiere como mínimo el casco, el riel de un árbol a otro para desplazarse y dos arnés (cuerdas): el principal y el de seguridad. El rafting y el kayaking necesitan del bote (grupal para el rafting, individual o doble para el kayaking), los remos, el casco y los chalecos salvavidas; cabe resaltar que no es indispensable saber nadar.

Para garantizar el buen estado de los equipos, Recreo Verde los revisa todos los días antes de los tour y Amigos del Río una vez por semana.

El clima puede convertirse en un enemigo de los aventureros. La tormenta y los rayos dificultan el buen desarrollo y rompen la seguridad del recorrido. Duarte comentó que, en época lluviosa, las inundaciones son frecuentes en Quepos, por lo que los paseos en kayaking o rafting no pueden realizarse.

En todo caso, aún cuando ninguna de las dos empresas consultadas ha enfrentado situaciones de emergencia con clientes, Duarte y Villalobos coincidieron en que la mejor forma de evitar una tragedia es apegarse a las normas presentadas por el ICT y solicitarle al turista que acate las indicaciones del guía.

Seguridad ante todo

Los deportes extremos en Costa Rica se controlan con el Reglamento para la operación de actividades de turismo aventura por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), en conjunto con el Ministerio de Salud.

El documento, que fue promulgado en el 2001 y modificado en el 2003, define turismo de aventura como "todas aquellas actividades recreativas que involucren un nivel de habilidades físico-deportivas con riesgo identificado y en contacto directo con la naturaleza".

Incluye una serie de requisitos que deben cumplir las empresas de este tipo, como por ejemplo:

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud, para lo que deben presentar el reglamento interno de operación, los manuales de seguridad y atención de emergencias (que deben dar a conocer al cliente), el manual, programa y bitácora mensual de mantenimiento del equipo utilizado en cada actividad y de la infraestructura, la póliza de responsabilidad civil, personal con certificado de primeros auxilios y resucitación cardio pulmonar y riesgos de póliza de trabajo, entre otros.

Deben brindarle al turista el reglamento de operación impreso en papel con membrete de la empresa, el horario en que se realizan las actividades y se ofrecen los servicios, las condiciones bajo las cuales se pueden o no realizar las actividades, las condiciones físicas mínimas que debe tener el usuario, los riesgos que puedan presentarse, el comportamiento que debe guardar durante su estancia, las actividades o acciones que debe realizar para disminuir el impacto ambiental en el lugar y una charla de orientación sobre el tipo de actividad. A

Franquicias: *receta que no falla*

En 1960, el Grupo Marta se convirtió en la primer em presa hotelera en Costa Rica en contar con una afiliación internacional. Su actual Presidente, Agustín Monge, habla de las ventajas y desventajas de pertenecer a una franquicia.

Actualmente, el Grupo Marta es uno de los más reconocidos de Costa Rica, y cuenta también con representaciones de hoteles en varios países del área.

Esta empresa nació en 1960, con el Motel Bemo, ubicado frente al aeropuerto de la Sabana. Su nombre es un seudónimo que utilizaba su fundador Bernardo Monge, para firmar los artículos que escribía en la Universidad de Costa Rica, donde fue un reconocido profesor.

Como explica Monge, el concepto de motel era muy diferente al que actualmente tenemos en nuestro país, "estaba inspirado en los "Motor Hotels" en boga en esa época, se construyó atendiendo las necesidades de mercado del turismo que venía con sus propios vehículos, muy de la mano con el desarrollo de la carretera interamericana. El Bemo era afiliado a la triple A (American Automovile Association), primera afiliación internacional de un hotel costarricense".

El nombre del grupo viene de una de sus sociedades: Hotelera Santa Marta S.A., denominada así para honorar a Marta, patrona de la hospitalidad. Actualmente, este grupo cuenta con cinco hoteles y cuatro restaurantes. "En la parte hotelera tenemos Best Western y Hampton Inn; en restaurantes, Dennys, y en la Agencia de Viajes, Grayline Tours, con operación en todo Centroamérica".

¿Porqué deciden incursionar en el manejo de una franquicia?

- Las afiliaciones internacionales se han dado en nuestra empresa por muchas décadas. Decidimos incursionar en el manejo de franquicia, principalmente porque es lo que el mercado pide y espera.

¿Cuáles son las ventajas de trabajar con una franquicia?

- Las ventajas son vastas: mercadeo, diferenciación, diseño de producto, control de calidad, volumen, "networking", actualización, fórmula de operación (estándard), facilidad de repetir concepto, entre otras.

¿Qué es lo más difícil de llevar en una franquicia?

- El precio. Es caro. Hay exigencias de inversión que no siempre son las más rentables o adecuadas para el medio. Muy frecuentemente, se es la cola del león. "Se compite con franquiciados que tienen 60 restaurantes y están con-

Agustín Monge, Presidente del Grupo Marta: "En la empresa hago lo que nadie más quiere hacer, como aquí hay gente tan buena, entonces no hago casi nada".

centrados en zonas geográficas muy accesibles para la casa matriz. El sistema oneroso, lento y engorroso de importación de productos y equipo".

¿Cómo tropicalizar una marca extranjera?

- La experiencia nos ha enseñado a apegarnos lo más posible al concepto original de una franquicia. Es poco lo que tropicalizamos. Entre más reproducimos el concepto original, mayores éxitos hemos obtenido.

"Lo que sí hacemos es tratar de reproducir el concepto de la mejor forma posible. Así, nos han nombrado dos años el mejor franquiciado del año en Dennys. Lo cierto es que, la gran mayoría de los comensales, lo hacen con buena noción de lo que es un Dennys y quieren comprar alguno de sus reconocidos artículos".

¿Hay excepciones?

- ¡Claro que las hay! En Dennys, por ejemplo, servimos el mejor café del mundo, el tico, y no puede faltar el gallo pinto. Aunque esto último lo ofrecemos principalmente para que los huéspedes de los hoteles cercanos al restaurante, tengan acceso a algún platillo nacional.

¿Hay planes de expansión a futuro?

- Estamos presentes en varios países del área centroamericana. Guatemala, Honduras, Belice y Nicaragua. Nos parece que hacia futuro, Panamá tiene un potencial particularmente bueno, especialmente por la inversión en los mega puertos y la ampliación del canal.

"Los proyectos actuales del grupo se centran en bienes raíces. A muy corto plazo, daremos inicio a unas torres de condominios en La Sabana. Tenemos proyectado también involucrarnos en desarrollos en Ocotal, Jacó, Alajuela y en la radial de San Antonio de Belén-Santa Ana. ¡El plato está lleno!" A

En corto

Agustín Monge es administrador de negocios graduado en hotelería de la Universidad de Houston, también completó el módulo de Alimentos y Bebidas en la escuela hotelera de Lausanne en Suiza. Desde 1984, asumió la presidencia del Grupo Marta, que actualmente cuenta con cinco hoteles y cuatro restaurantes (Best Western y Hampton Inn, Dennys, y la Agencia de Viajes, Grayline Tours).

"El concepto de las franquicias es producto de investigación y talento. Tiene también un gran porcentaje de prueba y error. Por ello, es muy difícil lograr una fórmula de resultado tan feliz en negocios, de manera independiente. Hampton Inn, por ejemplo, fue diseñado por Holiday Inn, su diseño tiene el bagaje de miles de hoteles que lo antecedieron. Ahora Hampton pertenece a los hoteles Hilton".

Restaurante La Divina Comida

Pecar al comer

Una opción de comida Fusión peruana es lo que presenta el Restaurante La Divina Comida y en la que su chef Marco Ganoza ha basado su éxito desde que abrió en Guachipelín de Escazú, en Plaza Boulevard.

El mismo chef, fiel a su estilo de buscar que los clientes disfruten al máximo cada platillo, asegura que "este es un restaurante boutique donde se complace y se conquista".

Y es que Ganoza no descuida un solo detalle, pues indica que la decoración también cumple un papel importante.

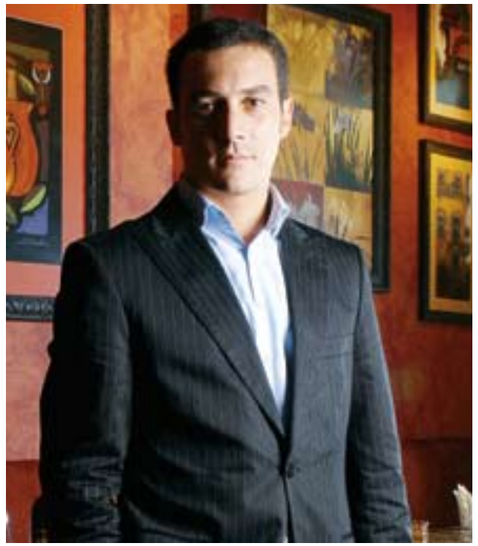
"Tratamos de asemejar el lugar con el purgatorio, porque cuando uno peca comiendo es porque se deleita", indica y a la vez agrega que el piso negro y el techo rojo del lugar representan esta parte, mientras que la cocina representa el cielo…

Toda la base de la comida es peruana con una mezcla de cocina china, mediterránea y japonesa.

"En mi restaurante además de chef, soy un cocinero y un salonero más, pues me gusta estar al pendiente de los clientes, verlos disfrutar y si alguien pide algo especial, preparárselo al instante".

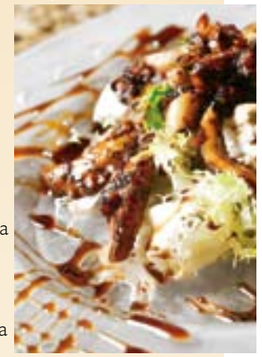
Asegura que cuando se trata de vino, no es necesario que los clientes adquieran toda una botella. "Si alguien desea disfrutar de nuestra carta de vinos, pero tan solo una copa o dos, le ofrecemos esta alternativa".

Estudió y trabajó en Barcelona y Milán, hasta que decidió incursionar en su propio negocio y precisamente se inclinó por Costa Rica. "Este es un mercado pequeño, pero exigente y eso me motiva más a conquistar su paladar".



Marco Antonio Ganoza, LA DIVINA COMIDA. "Fusion Peruano".

"Escargots a la peruana"



Dificultad: Media
Tiempo: 20 minutos
Porciones: 4

12 Scargots con conchitas
1 atado de perejil
1 atado de culantro
2 cdas de hierbas italianas
1/2 taza de Aceite de Oliva
2 ajíes amarillos
6 cdas de mantequilla
1 cda de ajo
1/2 cda de cebolla Echalota
3 onz de Brandy de Jerez
1 cda de sal
1/4 cda de pimienta

Preparación:

En una sartén de fondo grueso poner el aceite de oliva y el ají finamente picado, tener cuidado con las venas y las semillas que son sumamente picantes.

Sofreír por 3 minutos los Scargots e ir salteando, rectificar con sal, pimienta y sal de ajo, solo un poco ya que la diferencia se le irá echando de a pocos al final. Calentar la mantequilla hasta que se negree, picar finamente el culantro y el perejil, añadirlos de a poco, cuidado que la mantequilla muy caliente salpica. Añadir el resto de condimentos (sal, pimienta, sal de ajo) pero poco a poco, hay que ir rectificando el sabor. Añadir las 3 onzas de Brandy de Jerez, cuidado con la flama de fuego que se flameara.

Recomendación, prenda la campana extractora de su casa y que la botella de licor no este cerca por ningún motivo.

Preferentemente poner las 3 onzas en un recipiente plástico o vaso y no echarlo directo de la botella. Agregar los Scargots previamente cocinados, remover por 2 minutos a fuego bajo y retirar.

Meter los Scargots en sus conchitas y precalentar el horno a 220° C, y dejarlos cocinar en su concha por 5 minutos. Preferentemente colocarlos en un Pirex. Con un guante de cocina retirarlos y servir. A

Chef del mes

Talento de exportación

Carlos Enrique Zúñiga se fue de Costa Rica hace 18 años, trabajó con prestigiosos chefs internacionales, con quienes aprendió el arte culinario, y ahora el destino lo puso de nuevo en su país.

Como buen neoyorquino, Michael Cangiano estaba leyendo el New York Times, fue ahí donde se enteró que el chef tico Carlos Zúñiga se destacaba por su trabajo en el Restaurante Vida, calificado por ese mismo medio como uno de los mejores del área metropolitana de New Jersey. Aprovechando su relación con los propietarios del Vida, llamó para proponerle al tico que pasara un mes a manera de intercambio en su hotel. En el momento que llamó, Zúñiga se encontraba en Costa Rica, logró localizarlo y así comenzó la historia, sólo que la estadía de Zúñiga no sería por tiempo limitado.

Michael Cangiano es el propietario del Hotel Alta, un hotel boutique ubicado en Guachipelín de Escazú. Para Cangiano, el corazón de su hotel es el restaurante La Luz, de hecho asegura que "es un restaurante con hotel", sino que hablen los números, el hotel tiene capacidad para 46 personas, pero su cocina va más allá.

En el restaurante hay espacio para 70 personas, y además cuentan con dos salones para eventos con capacidad para 50 y 70 personas, y en el área de la piscina se pueden realizar actividades hasta con 140 personas, de ahí que para Cangiano sea tan importante la figura del Chef Ejecutivo.

"Carlos calza perfectamente con el restaurante porque domina la cocina fusión continental, pero también la alta calidad de comida italiana, se educó junto a los más reconocidos chefs en Nueva York, tenemos mucha suerte de contar con él", comentó.

Trabajo en equipo

El chef Carlos Zúñiga asumió el reto con tranquilidad, asegura que encontró un restaurante de alta calidad, y que su meta es convertirlo en el mejor restaurante del país, para lo que cuenta con un excelente equipo conformado por dos chefs asistentes, quienes gozan de amplia experiencia, ya que ambos se han desempeñado como chefs ejecutivos de otros hoteles.

Si bien Zúñiga ha introducido algunos nuevos platos en el menú de La Luz, no considera necesario cambiar toda la oferta. "No es necesario cambiar lo que está demostrado que a la gente le gusta, para qué vamos a quitar los platos que más piden, lo que sí estamos haciendo es agregando nuevas recetas, y quitando algunas que no son muy solicitadas, además las nuevas recetas están dirigidas a comida liviana, acorde con nuestro clima tropical".

Algo que Zúñiga aprendió muy bien sobre un excelente menú es que debe tener consistencia, "debemos garantizar que un plato siempre salga con la misma calidad, la misma presentación. El cliente puede estar seguro de que si hoy probó un plato, mañana o dentro de un mes puede pedirlo y será exactamente igual, creo que ahí radica gran parte del éxito de un lugar, en poder dar esa garantía".

Zúñiga comenta que hay lugares donde no se toman en serio ese tema, "si hoy el chef está de buen humor los clientes tendrán suerte, o incluso qué pasa si el chef tiene el día libre, no puede ser que de cosas como esas dependa el buen servicio de un restaurante".

La estricta formación que recibió Zúñiga al lado de chefs italianos, franceses, norteamericanos, no le permite dar un no por respuesta a la solicitud de un cliente, y esa es también la filosofía del Hotel Alta. "No podemos decir no a un cliente, no importa si es la hora de la cena, si el cliente quiere un desayuno se lo preparamos, no tenemos horarios limitados para servir los platos, lo que nos rige es horario del cliente".

La cocina del restaurante La Luz atiende tanto a los huéspedes del hotel, como a los eventos que se realizan en los diferentes salones, lo cual garantiza la misma calidad tanto en eventos como en el restaurante, con ingredientes muy frescos, algunos preparados por el mismo chef. "Se hacen las mermeladas que se sirven al desayuno, lo mismo que todo el pan y algunos otros ingredientes como los ravioles y salsas".

Enviado por Katrina

En el menú del Restaurante La Luz, hay varios platillos especiales preparados por el chef Thomas Robey de New Orleáns. Esto se debe a que luego del huracán Katrina, a Michael Cangiano se le ocurrió invitar a un chef de la zona a pasar un tiempo en su hotel, ofreciéndole trabajo temporal. "El sur de Estados Unidos es una zona de gran riqueza gastronómica, y el chef invitado fue Thomas Robey del Commander's Palace, uno de los más sobresalientes de Nueva Orleans, fue una gran experiencia, tanto para Robey como para nosotros, el aprendizaje se dio en ambos sentidos, y nos parece una buena idea seguir con intercambios así, invitando a chefs de otras partes del mundo. Es como tener cursos intensivos de cocina, con el profesor aquí".

Receta

Lomito en salsa de fresa

Corte de lomito a la parrilla cubierto de salsa de fresa y balsámico acompañado de risotto de champaña y espárragos salteados cubiertos de escamas de queso parmesano y pesto de trufa blanca con fruta fresca picante

Ingredientes:

200grs lomito
100grs de risotto,
3 onzas salsa de fresa
4 espárragos
pasta de trufa al gusto
queso parmesano al gusto.

Salsa para 2 porciones

100 grs de fresas
50 grs de azúcar
6 onzas de balsámico
4 onzas de caldo de pollo

Risotto para 2 porciones

150 grs de risotto
1cebolla
1/2cucharada de ajo picado
100 grs de vino blanco
300 grs de caldo de pollo
mantequilla
crema y queso al gusto

Preparación

De antemano, se marina el lomito con sal, pimienta y se cocina en la parrilla al termino deseado.

Ya preparado el risotto y la salsa de fresas, se calienta y cuando el lomito esté preparado al gusto se monta el plato. Primero el risotto, luego el lomito encima y luego la salsa de fresa y se le coloca los esparrágos el queso parmesano y la salsa de trufa, y se termina de decorar. A

Negocios inteligentes

Hay quienes invierten en tecnología como una forma de mejorar su imagen ante los clientes, otros lo hacen para facilitar su trabajo, pero en definitiva, hacer un negocio más eficiente es la principal función de la tecnología, todo lo demás es ganancia.

Posiblemente, para muchos la tecnología se ha convertido en algo tan cotidiano que ni siquiera se cuestionan cómo funcionarían sin ella. Sin embargo, el alto costo de este tipo de inversión la convierten en un aliado de pocos, y en un privilegio al que no todos tienen acceso.

El tema económico es uno de los principales limitantes que hacen que el propietario de un hotel o un restaurante lo piense varias veces antes de hacer esta inversión. No obstante, como manifiesta Tania Murillo, de la empresa Logical Data, si se invierte correctamente, esto le traerá grandes beneficios que se verán reflejados de manera directa en el crecimiento del negocio. "Cuando un empresario comienza a pensar en tecnología es por una necesidad de crecimiento".

Para Murillo tener acceso a información, más control sobre los datos y más conocimiento del negocio es lo que permite tomar decisiones. "No se puede pensar en crecer si uno está ocupado resolviendo los problemas del día a día". Afirma que los más reacios al cambio son los que tienen miedo de invertir, en su mayoría por un desconocimiento de los beneficios que se pueden obtener, y por falta de visión del negocio.

Según Murillo es difícil resistirse a la tecnología, "en el último año ha habido un despertar en el área de restaurantes hacia la tecnología, en Costa Rica más aun que en el resto de Centroamérica, esto como consecuencia de la inversión extranjera, que obligan a las empresas a invertir para ser competitivas".

Por su parte, Juan Ibarra gerente general de Teltian, también ha percibido un cambio en la forma en que los empresarios asumen la tecnología, cada vez más como una rentable inversión. "Hay un cambio en la visión de los hoteleros, por ejemplo antes el servicio de Internet se limitaba a los hoteles de negocios, pero ahora se ve que Internet es un servicio necesario para todo tipo de turista, los que descansan también necesitan estar informados".

Juan Ibarra Gerente General de Teltian: "Hay un cambio en la visión de los hoteleros, por ejemplo antes el servicio de Internet se limitaba a los hoteles de negocios, pero ahora se ve que Internet es un servicio necesario para todo tipo de turista, los que descansan también necesitan estar informados".

Tania Murillo, de la empresa Logical Data: "Cuando un empresario comienza a pensar en tecnología es por una necesidad de crecimiento".

Ibarra concibe la tecnología desde dos puntos de vista, uno es hacia el cliente y el otro es hacia lo interno del negocio, ambos indispensables para la productividad.

Muchas son las aplicaciones que se le pueden dar a la tecnología en un negocio de servicio, desde el uso de un software para manejo y control de inventarios, con el que es posible llevar un control detallado por receta de cada platillo en el menú; sistemas de control para bares, en donde sólo permiten dispensar licores si estos son facturados; equipos de limpieza de avanzada; equipos de cocina; sistemas de seguridad y control de acceso que van desde las tarjetas electrónicas de ingreso de habitaciones, hasta las controladas por medio de huella digital.

Las posibilidades que ofrece la tecnología son muchas, el nivel de especialización lo define el presupuesto y las necesidades propias de cada negocio.

A continuación les presentamos algunos productos que ofrece el mercado nacional y que pueden hacer más eficiente su negocio. A

El precio de la eficiencia

Garantizar la eficiencia y la seguridad a los clientes es uno de los principales retos que se plantean las empresas de servicio.

Alberto Serrano, Gerente General de Bearcom Costa Rica: "Las empresas que no invierten en tecnología se quedan rezagadas. No se trata simplemente de vender un producto, sino de ofrecer soluciones, con productos que le ayudan a mejorar su gestión".

Mauricio Badilla, Gerente de Marca de Imax: "Los clientes buscan la mayor cantidad de ventajas tecnológicas, por ejemplo una sala de reuniones bien equipada, servicios de Internet inalámbrico y el que se quede rezagado va a perder competitividad en el mercado".

Johnny Cruz Cruz, Gerente General de Seguridad y Más: "Invertir en seguridad digital es un asunto de prevención. La idea es que todo el mundo vea que usted cuenta con equipo de seguridad y al hacerlo público se evitan muchos problemas. En cuanto a precios, los equipos son muy accesibles, tenemos cámaras que van desde lo $60 en blanco y negro, hasta domos de $1800, todo depende de lo que se busque y el presupuesto con que se

Jorge Salas, Gerente General de SyG Sistemas: "Con la tecnología tenemos acceso a información indispensable para la toma de decisiones, como por ejemplo, qué es lo que más vendo, a qué hora lo vendo, a quién le estoy vendiendo, y detalles de inventarios semanales, diarios, y hasta por turnos, que de otra manera sería imposible tener".

Mp160 de Canon

Método de Impresión: Inyección por Burbujas.
Velocidad de Impresión Fotográfica: Fotos 4x6" sin bordes en 55 segundos (modulo estándar).
Velocidad de Impresión: Hasta 22 ppm en texto negro, y hasta 17 ppm a color.
Resolución: 4800 x 1200 dpi .
Impresión directa: PictBridge. Manejo de papel: Alimentador automático.

Mp530 de Canon: Todo en uno

Impresora, fax, escaner, y copiadora en un solo, que provee impresiones a alta velocidad. Con cinco diferentes tanques de tinta para mejores resultados.

Distribuye: Imax
Contacto: Mauricio Badilla
Tel: 297 09 01
E mail: mbadilla@imax.co.cr

LDCOM:

Es un sistema integrado que automatiza la operación de los negocios de retail desde la puesta de una orden de compra hasta la venta al cliente. El sistema ofrece: automatización de la operación del negocio, interface intuitiva y a la medida, solución que le permite crecer, abrir nuevas sucursales y administrar su operación de manera eficiente y al mínimo costo operativo.

LDFOOD:

Sistema integrado especialmente diseñado para administrar eficientemente los negocios de restaurantes. El sistema ofrece: automatización de la operación del negocio, interface intuitiva y totalmente parametrizable, controles efectivos de la producción (recetas, inventarios, desperdicios y medición de tiempos). Es un sistema completo al poder ofrecer y combinar todas las formas posibles de venta como autoservicio, servicio en mesa, servicio a domicilio, todo dentro del mismo concepto de venta de restaurante y de información.

Distribuye: Logical Data
Encargado: Tania Murillo
Tel: (506) 256 69 69
www.ld.co.cr

Power Lite 1715

Luminancia: 2700 ANSI Lúmenes
Multipantalla: proyecta hasta cuatro pantallas distintas desde una sola PC.
Conectividad inalámbrica y transmisión de videos y sonido MPEG2.

Distribuye: Conisa
Teléfono: 281-0100

Cerraduras electrónicas para hoteles Saflok:

Con lector de doble tecnología, el de banda magnética que por lo general se usa para control de acceso de huéspedes y el chip electrónico para el personal, que almacena la información de dónde entró y salió el personal, permitiendo un control detallado de horarios, información indispensable para el manejo y control del recurso humano.

Minibares Dometic:

Su diseño con tecnología de absorción lo convierte en un minibar 100% silencioso, equipados con un sistema patentado de control de energía que garantiza una reducción del consumo energético. Con varios diseños, elegantes y prácticos que se adaptan a los diferentes perfiles de clientes.

Distribuye: T.A.S Tecnología Acceso y Seguridad
Contacto: Juan Diego Vargas
Tel: (506) 280 5503
Fax: (506) 225 0467

Power Lite 1715

Luminancia: 2700 ANSI Lúmenes
Multipantalla: proyecta hasta cuatro pantallas distintas desde una sola PC.
Conectividad inalámbrica y transmisión de videos y sonido MPEG2.

Distribuye: Grupo Eracom
Teléfono: 218-1815

Adaptador de voz por IP para teléfono de línea fija

Permite conectarse a dos teléfonos de línea fija para establecer comunicación de voz vía Internet, sin perder la comunicación tradicional, logrando una reducción de costos en llamadas a larga distancia.

Servidor wireless con impresora

Ideal para cafeterías, restaurantes y hoteles que deseen brindar acceso inalámbrico a Internet. Permite asegurar que sólo sus clientes utilizarán el servicio y por el tiempo que usted lo determine, por medio de tiquetes impresos con el tiempo de uso y contraseña de acceso. Es de fácil manejo, requiere poco mantenimiento.

Distribuye: Teltian
Encargado: Juan Ibarra
Cargo: Gerente General
Tel: (506) 258 8114
www.teltian.net

Canopy:

Sistema de conexión inalámbrica para hacer redes internas y externas. Permite la aplicación de datos (voz, video) y múltiples aplicaciones. Uno de los principales usos es el VOIP, voz IP. Es una red privada que permite conectar de manera interna las empresas, con una cobertura desde 16 hasta 200 kilómetros.

Distribuye: Bearcom
Contacto: Alberto Serrano
Teléfono: (506) 256 1340
www.bearcomlatam.com

Detectores de humo con cámara y micrófono incorporado:

Con cámara sony de 470 líneas, lente de 3.7 mm tipo "pin hold", permite grabar audio y cumple con la función de alarma para detección de humo.

Mp4

Cámara portátil, graba audio y video en formato mpg, en tarjeta de memoria SD, hasta un máximo de cuatro horas.

Distribuye: Seguridad y Más
Encargado: Johnny Cruz Cruz
Cargo: Gerente General
Tel: (506) 236 62 50

Radio digital de dos vías DTR 620

Poderosa herramienta que ofrece una solución total de comunicación para su equipo. Permite la comunicación digital de persona a persona, una llamada digital de un usuario a un grupo definido, servicio de mensajes de texto cortos, programados o creados por el usuario. Ofrece privacidad, desempeño, eficiencia y capacidad de datos. Los DTR 620 cuentan con amplia cobertura en el sitio, mayor vida de la batería y calidad mejorada de audio. Además utilizan frecuencias asignadas en banda libre.

Distribuye: Bearcom
Contacto: Alberto Serrano
Teléfono: (506) 256 1340
www.bearcomlatam.com

Front Suite:
Software para administración de reservaciones, ama de llaves con interface a cerraduras electrónicas y centrales telefónicas. Es un sistema para administración de propiedades (más conocido como pms). Programado para cobrar en euros, dólares y colones.

Aldelo:
Se trata de un software bastante conocido en el mercado, especial para bares y restaurantes. Se adapta a diferentes tamaños de negocio, se puede usar desde un puesto en un food court hasta un restaurante de 200 o más mesas. Su función original es llevar todas las cuentas de las mesas, control del inventario por medio de recetas, manejo de ingresos y salidas de empleados, programas de clientes frecuentes y cuentas por cobrar. Lo nuevo del software son las interfaces que tiene con lectores de huella digital, interfaces con dispensadores de licor electrónicos (los cuales permiten dispensar licores solo si se ha facturado), además de interfaces contables con quickbooks, cruzando la información de ventas con la contable. Despliegue de la información directamente de las "palm" de los saloneros a pantallas en la cocina, etc. Muchas de las aplicaciones que se han agregado al sistema original se deben a solicitudes de los clientes.

Distribuye: SyG Sistemas
Contacto: Jorge Salas
Cargo: Gerente General
Tel: (506) 290 19 70
www.sygsistemas.com

Cerradura electrónica para hoteles;
Vector con tecnología SmartAir
Cerradura de alta seguridad para tecnología de chip sin contacto SmartAir.
Con esto cualquier elemento puede sustituir a la llave o tarjeta: un brazalete, pulsera, reloj, una llave sin tener que introducir una tarjeta llave. Una revolución para el hotel.

Cerradura electrónica para hoteles
Spy design con tecnología SmartAir:
Diseño de vanguardia, que combina con los edificio más modernos.
Cerradura de alta seguridad para tecnología de chip sin contacto SmartAir.
Igualmente, con cualquier elemento se puede sustituir a la llave o tarjeta: un brazalete, pulsera, reloj, etc. sin tener que introducir una tarjeta llave.

Distribuye: Nordic Traders, S.A.
Contacto: Stephan Volling
Tel : (506) 289 0215
Fax: (506) 289 0317
www.hotelproveedor.com

Sistemas de control de acceso marca Keyking
Cuenta con software muy avanzado que se puede personalizar en muchos aspectos, por ejemplo puede dar ingreso y salida de cada empleado. Puede programarse para que al momento del ingreso del huésped a la habitación se active el aire acondicionado, la luz y otras funciones electrónicas. Dependiendo del software del hotel, se puede programar incluso para que el huésped realice compras en las tiendas de conveniencia de hotel, así como en los restaurantes y bares del hotel, de manera que el cliente no necesita efectivo mientras permanece dentro del hotel. Sistema compatible con lectores Hid. Es un software muy amigable, dependiendo de las necesidades, el cliente lo puede usar como una llave, o le puede sacar un máximo provecho.

Distribuye: RS Seguridad Digital
Contacto: Rogelio Sáenz
Cargo: Gerente de Proyectos
Teléfono: (506) 280 27 70

LA TECNOLOGÍA:

Un aliado en la limpieza

Cuando se quiere limpiar de manera profunda y efectiva, lo mejor es dejar que la tecnología intervenga.

En la mayoría de los casos, la limpieza común engaña nuestra vista. En apariencia los pisos pueden verse limpios, pero si hacemos un examen más profundo nos damos cuenta que existen lugares en donde las bacterias se establecen, y en estos casos la única manera de eliminarlas y prevenir su crecimiento es por medio de la limpieza profesional.
Un ejemplo de ello son las sisas de los pisos duros los cuales se pueden dividir en dos tipos, los sintéticos creados por el hombre como la cerámica, la baldosa, el azulejo, etc., y las piedras naturales, como es el caso del mármol, el granito, el terrazo, el travertino, ambos con características propias de su formación y por lo tanto que requieren de cuidados y productos específicos para su limpieza adecuada, sin afectar su apariencia.
Uno de los puntos críticos en la limpieza de los pisos duros es la sisa, la cual es conformada por un material distinto al piso, por lo tanto para su limpieza se recomienda utilizar un producto diferente, de acuerdo al grado de suciedad que presente. En algunos casos la sisa ni siquiera conserva el color original debido a la grasa y manchas de sarro que tiene impregnadas. Otro aspecto a considerar en la limpieza de una sisa es que varía su calidad y resistencia, en muchos casos se puede encontrar una sisa mal instalada, resquebrajada, que da como resultado mayor humedad, y por ende más propensas a la mugre.
Con un procedimiento normal de limpieza es posible que la sisa, lejos de quedar más limpia, acumule más suciedad, esto por las características propias del material, que al ser poroso, absorbe bacterias y es apto para su crecimiento. Esto con el agravante de que su limpieza requiere equipo y productos especiales que no la dañen, para ello es necesario que un profesional se encargue de su aplicación.

Mayor eficiencia

Muchas firmas de limpieza, o compañías o empresas con servicio de limpieza "inhouse", cometen el error de comprar una maquinaria nueva que no es apropiada para el tipo de trabajo o las necesidades específicas. Tal error puede costar cientos de dólares. Si usted va a estar haciendo trabajo residencial, no va a necesitar equipo grande o pesado, ó grandes cantidades de materiales caros. Pero si usted está haciendo un trabajo comercial bien grande, ese tipo de equipo y materiales son una inversión inteligente.
Cuando decida comprar equipo o materiales, busque alrededor. Use Internet, refiérase a un directorio bueno y contacte a todos los nombres de suplidores y pida los catálogos.
A continuación, dos ejemplos de productos básicos de limpieza, pero no podemos olvidar que la elección correcta depende de las necesidades específicas.

Viper Venom

Un producto muy efectivo para la limpieza de sisa y baldosa es el Viper Venom, diseñado para usar en manchas difíciles y mugre encontrada en la sisa y grietas de cualquier tipo de baldosa. Este limpiador de base alcalina removerá años de grasa acumulada, mugre y manchas. Trabaja mejor cuando se combina con presión y calor mientras se usa la herramienta de sisa Viper. El Viper Venom también se puede usar en una amplia variedad de otras superficies duras cuando sea diluida en agua apropiadamente.

Olimpos M1200

Automática con un sistema de bombeo de alto volumen. Trabajo de inundaciones es una cosa fácil con esta máquina. Con auto llenado y medición química, el control del nivel proporcional permite el llenado de agua y de químicos completamente automático para una operación fácil y eficiente. También tiene un innovador sistema de mango diseñado para permitir un rápido descargue en camionetas ó camiones y grandes llantas que no dejan marcas para

subir gradas fácilmente. Cada una viene con 50' de manguera de 1.5", una manguera de alta presión, y una manguera para agua con gancho y manguera con barril. Para la limpieza de superficies como sisa y baldosa. Contiene dos motores de 2 niveles y permite ajustar la presión del spray hacia abajo para limpiar los niveles de la alfombra.

Valor del mantenimiento de los pisos

Los pisos son una parte integral del diseño de un edificio, funcionamiento y apariencia. Si los pisos están limpios, la mayoría de la gente asume que el edificio tiene un buen mante-nimiento. Los pisos influyen en crear una primera impresión bien positiva con los empleados, clientes y el público. El tráfico diario de pies, el aire que transporta partículas, uso de maquinaria pesada, la contaminación ambiental, y otras fuentes contribuyen a que grandes cantidades de suciedad se depositen en el piso y estas deben ser removidas regularmente. Por lo tanto, el cuidado del piso es una mayor responsabilidad de la limpieza profesional y representa un costo sustancial al dueño del edificio.
El cuidado exitoso del piso incluye prevención y procedimientos de mantenimiento a una frecuencia que necesiten las áreas específicas del edificio.
El cuidado del piso es importante en cualquier lugar. Usted no puede ingresar o salir de un edificio sin ver y usar el piso. Estas superficies tienen uso pesado en prácticamente cualquier lugar. El cuidado del piso muestra el estado de la apariencia total de la construcción. Si los pisos lucen bien, el dueño luce bien. El cuidado del piso también impacta la seguridad, salud, responsabilidad, moral, producción, imagen, costo y el ciclo de vida útil de las superficies.
Como con todos los servicios, usted puede adquirir los mejores procesos que obtendrán los resultados máximos sin dañar los pisos naturales.

interlinksupply
Costa Rica

La meta de InterlinkSupply Costa Rica, es ofrecer información valiosa en cómo mantener y cuidar los pisos naturales y evitar problemas potenciales. Si usted necesita más información en su situación particular, recuerde que parte de nuestra misión es educar a nuestros clientes en el cuidado apropiado de cualquier piso.

Para mayor información puede comunicarse al teléfono 236-8191.

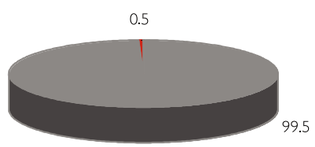
Exphore: por muchas razones

Según la encuesta realizada por la empresa API sigma SIGMADOS, entre expositores y asistentes de Exphore 2006, la feria es considerada como uno de los eventos más importantes del sector, tanto por los nuevos productos, la variedad de ofertas, el encuentro de proveedores en un mismo lugar, como por la oportunidad de actualización que representa para los profesionales del campo. Para la mayoría de los encuestados, Exphore cumplió las expectativas.

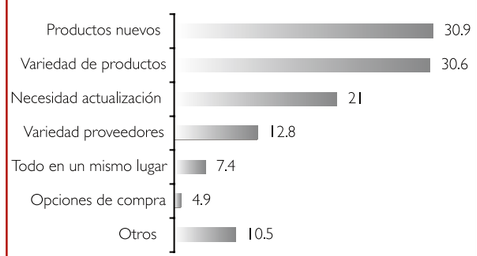
En el primer gráfico se refleja claramente que más del 99 por ciento de los entrevistados considera a Exphore importante para el sector.

Las razones para asistir a Exphore van desde encontrar productos nuevos, contactar a diferentes proveedores, facilidad de tener todo en un mismo lugar, e incluso se resalta la necesidad de actualización, pues los asistentes aseguran que aprovechan cada minuto en los pasillos para enterarse de todo lo nuevo que hay en el mercado, y de cómo las aplicaciones de nuevos productos les ayudan a mejorar sus negocios.

Considera importante Exphore para el sector



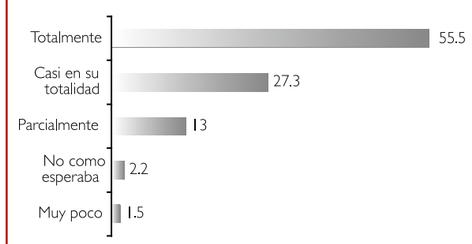
Razones por las que se considera a Exphore importante para el sector



El cumplimiento de las expectativas de la feria fue bastante alto, más del 82% se mostró satisfecho con el evento.

El próximo año, Exphore se realizará nuevamente en Eventos Pedregal, del 4 al 6 de septiembre. A

Nivel de cumplimiento de expectativas sobre el evento Exphore



¿Napoleón un administrador y mercadólogo?

"La victoria pertenece a quien persevera", Napoleón Bonaparte

*Por: José David Ulloa Soto**

Así como encontramos grandes ideas relacionadas con mercadeo y administración por parte de grandes estrategas militares y gobernantes como SunTzu, Alejandro Magno y Nicolás Maquiavelo; no podemos olvidar a uno de los más grandes estrategas militares: Napoleón Bonaparte.

Napoleón rompió muchas de las reglas de estrategia militar establecidas por Sun Tzu y otros y de esta manera creó el Imperio más grande que ha existido sobre la faz de la tierra después del Imperio Romano.

La estrategia militar de Napoleón es muy sencilla y es similar a muchas de las estrategias que nos dictan varios libros de mercadeo y algunos gurús de la administración.

Principios militares de Napoleón y aplicación en la Administración y Mercadeo:

• **Napoleón nunca cambió su objetivo.** En lo personal, no he visto una sola empresa que cambie de objetivos continuamente, sea famosa y sea la compañía líder en su mercado.

• **En lugar de utilizar ejércitos mercenarios, que luchan sin amar a la patria, Napoleón utiliza el ejército nacional constituido por los ciudadanos que luchan por amor a su país.** No mantenga personal que no esté dispuesta a sacrificarse por la compañía y que sólo busca mejorar su currículum, mantenga sólo a los que quieren que su compañía logre resultados y saben que la gloria personal vendrá por añadidura.

• **Napoleón consideró inútil y demasiado costoso mantener y pelear por una posición que ya es ocupada por el enemigo.** Marketing es una guerra de percepciones, no de productos. Es mejor ser el primero que ser el mejor, por eso trate de buscar un segmento o nicho que este desocupado. El mayor desperdicio de dinero en marketing es ambicionar cambiar una percepción en la mente humana.

• **Napoleón concentraba sus fuerzas en un solo punto.** Enfoque y reúna todos sus recursos en la mejor oportunidad.

• **Rapidez en el ataque.** Cree un plan estratégico para su organización, simplifíquelo, perfeccione la fórmula y repítala acelerando siempre.

• **Napoleón dividió su ejército en varios grupos.** En una organización siempre habrán personas que tienen habilidades naturales para ciertas tareas, no trate de hacer a un vendedor un contador ni viceversa.

• **Napoleón animaba a su ejército antes, durante y después de la batalla.** ¿Sin motivación quién puede hacer algo bien? NADIE… el optimismo multiplica la fuerza y esta viene después de la motivación y para poder motivar se necesita a un gran líder, ya que el buen líder es quien infunde moral y motivación a su equipo.

Francia tuvo a Napoleón, Microsoft a Bill, Papa John´s tuvo a John y FORD a Henry, pero… ¿Tiene usted a un buen líder en su organización?

* *Consultor en Mercadeo, graduado en la Universidad de Costa Rica.. Gerencia Comercial - Grupo Singer Global.*

Tomado de Mercadeo.com A

ANCYFER
大榮貿易公司
Productos Orientales

Líderes en distribución de Productos Orientales

Especiales para la cocina: china, japonesa y demas países orientales, con una cobertura en hoteles, restaurantes y supermercados en todo el país.

TEL: (506) 256-8106 / 223-3082, FAX: 256 5840 • Avs. 10-12, calle 11, SAN JOSE CR. • E-Mail: chikfung@racsa.co.cr

El ServSafe y sus beneficios

Si los restaurantes son su negocio, no hay nada más importante que servir alimentos seguros a sus clientes.

Por: Juan Carlos González

Aparte del costo del sufrimiento humano asociado a cualquier trastorno de salud, un caso de una enfermedad trasmitida por alimentos en su establecimiento puede causar un daño enorme a su reputación, así como también bajar la moral de sus empleados y liquidar sus ventas.

Con la constante exposición de los medios de comunicación sobre temas de salud y prácticas seguras de manejo de alimentos, sus clientes se encuentran ahora entre el grupo de conocedores del tema y no se conformarán con menos que con la perfección en cuanto a lo que deben o no deben comer. Aquí es donde un programa como el ServSafe le puede ayudar.

El programa de Certificación en ServSafe fue creado por la Fundación Educativa de la Asociación Nacional de Restaurantes de los Estados Unidos (NRAEF) sin fines de lucro, para educar en las prácticas seguras sobre alimentos a todos aquellos involucrados en su manejo alrededor del mundo.

Es el programa de entrenamiento en salubridad de los alimentos mejor reconocido en los Estados Unidos y en los últimos años, cada vez más a nivel internacional. Más de dos millones de profesionales han sido certificados a través de este programa. La Certificación ServSafe ha sido reconocida también por la Conferencia de Protección de los Alimentos (CFP) en los Estados Unidos.

Este programa debería ser llevado y aprobado por todos aquellos que desempeñan puestos tales como cocineros, chefs, gerentes, meseros, supervisores y propietarios en cualquier establecimiento de servicio de alimentos.

¿Qué incluye esta Certificación?

- Un proceso en dos etapas: la **primera etapa** consiste en leer y estudiar el manual: Esenciales del ServSafe (ServSafe Essentials). La **segunda etapa** consiste en una sesión de uno o dos días de clases (al menos de 8 am a 5 pm, si se hace en un solo día) la cual termina con el examen de certificación.

¿Qué beneficios tiene esta certificación?

- Se enseña a los gerentes y al personal los conceptos básicos de la salubridad de los alimentos.
- Ayuda a los gerentes y al personal a protegerse contra brotes de enfermedades trasmitidas por los alimentos. Ayuda a reducir las pérdidas por demandas y pérdida de imagen.
- Les permite a los participantes demostrar su compromiso con la seguridad de los alimentos.

¿Qué se aprende en el programa?

- Cómo minimizar el riesgo de una enfermedad trasmitida por alimentos.
- Las causas de las enfermedades trasmitidas por los alimentos.
- Los puntos claves de la salubridad alimenticia.
- La aplicación del sistema de Análisis de Puntos Críticos de Control (HACCP) para la salubridad alimenticia.
- Cómo establecer sistemas para recibir, almacenar, preparar, cocinar, mantener, servir, enfriar y recalentar con seguridad los alimentos.
- Cómo establecer programas de limpieza, de saneamiento y de control de plagas.

Para mayor información, puede llamar a Ecolab, Socio Fundador de la Fundación Educativa de la Asociación de Restaurantes (NRAEF) al teléfono 438-1725 extensión 24. A

Imesa

Solución integral

Con cinco años en el mercado, Imesa se consolida como una compañía que ofrece una solución completa en ingeniería, mantenimiento y equipos a hoteles, restaurantes y afines.

Imesa "ingeniería, mantenimiento y equipos", su propietario Rodolfo Jiménez es ingeniero en mantenimiento industrial, y durante 20 años fue el encargado de mantenimiento de McDonald's Costa Rica. Esta experiencia la quiere poner al servicio de sus clientes.

Su relación con McDonald's sigue siendo muy cercana, actualmente es uno de sus principales clientes, al igual que otras empresas de comida rápida como KFC, Taco Bell, Campero, As de Oros, Burger King entre otros, a quienes suple gran variedad de equipos, como es el caso de los sistemas de comunicación para los autoservicios.

Algo que Jiménez se propuso fue que sus clientes identificaran a Imesa con los tres fuertes que son ingeniería, mantenimiento y equipos. En cuanto a las dos primeras, el compromiso es contar con un excelente equipo de técnicos, quienes en su mayoría lo han acompañado por más de diez años, y que se mantienen actualizados con capacitaciones que reciben directamente de los fabricantes.

En el campo de los equipos, Imesa cuenta con representaciones de reconocidas marcas en el área de food service, como es el caso de Henny Penny, fabricante de equipos de cocina, con productos innovadores como rosticeros, freidoras abiertas, urnas de exhibición de productos terminados.

Además son representantes de Partech, empresa fabricante de puntos de venta, (cajas registradoras, impresoras y periféricos para restaurantes y afines). Partech recientemente lanzó al mercado el software "Píxel Point", el cual permite manejar el punto de venta con una función de administración de inventarios, llevar control de costos para alimentos y manejo de recetas.

A corto plazo

Entre los planes a corto plazo de esta compañía se incluye la instalación de una sala de exhibición de productos. Jiménez comentó que la idea es propiciar un ambiente de desarrollo a sus clientes, en donde tendrán la oportunidad de ver los equipos en funcionamiento, experimentar las diferentes aplicaciones, de tal manera que al utilizarlos le puedan sacar el máximo de utilidad. "No se trata sólo de vender un producto, sino de dar soluciones integrales a las necesidades, por eso nuestra filosofía es trabajar hombro a hombro con nuestros clientes, sabemos que con su éxito nosotros también ganamos."

"Nuestra filosofía es trabajar hombro a hombro con nuestros clientes, sabemos que con su éxito nosotros también ganamos". Rodolfo Jiménez, Gerente General de Imesa

Marcas reconocidas

Imesa es representante en Costa Rica de:

- HM Electronics (sistemas de comunicación)
- Henny Penny (hornos, urnas, freidoras)

Además ofrecen servicio certificado para compañías como:

- Taylor Company
- Frymaster
- Bunn O Matic

Para más información sobre productos y servicios de IMESA Sistemas S.A llamar al Tel: (506) 271-4590 / Email, info@imesasistemas.com A

GASCo:

Mejor prevenir

Un mantenimiento adecuado de los equipos de gas en la cocina le pueden evitar muchos contratiempos, no sólo con pérdidas materiales sino también con accidentes lamentables.

El mantenimiento de equipos de gas en las cocinas es una de las especialidades de GASCo , una empresa con amplia experiencia en el campo, que ofrece un servicio de primera calidad a hoteles y restaurantes.

Luis Gerardo Avendaño, socio fundador de GASCo, asegura que algunas empresas no le dan importancia al mantenimiento de sus equipos, y en el caso de las cocinas esto puede convertirse en un arma de doble filo."Hay una falta de conciencia de la importancia del mantenimiento preventivo en las cocinas, lo grave de esto es que, por no detener la operación de la cocina por unos minutos, se exponen a riesgos innecesarios".

Avendaño comentó que además de pérdidas materiales, la falta de mantenimiento puede llevar incluso a una fatalidad como un incendio, poniendo en riesgo la vida de clientes y empleados.

El mantenimiento es algo sencillo, pero que requiere disciplina, pues según Avendaño debe realizarse al menos una vez cada seis meses. "Detalles como revisar el grafito de las válvulas, el cual con el calor se seca y hay que sustituirlo. Además limpiar los quemadores, revisar las cañerías del gas, todo para evitar un accidente".

"La cocina es como el corazón del hotel o restaurante, y hay que mantenerla en buen estado" es el principal consejo de Luis Gerardo Avendaño, socio fundador de GasCo.

GASCo ofrece asesoría en el manejo de los equipos, para que se utilicen de la manera más segura, algunas de las recomendaciones generales para el uso de cocinas de gas son: utilizar tuberías de cobre y llaves de paso que permitan cerrar la salida de gas, el cilindro debe estar fuera de la cocina, en un lugar ventilado para evitar una explosión en caso de un fuego menor, además estar protegido con una malla, para evitar que personas ajenas tengan acceso al gas.También es recomendable la instalación de detectores de fugas de gas y humo, no fumar en el área de cocina, mantener limpia las chimeneas para evitar chispas por calentamiento de grasa acumulada.

Además del mantenimiento, GASCo ofrece servicio de instalación de equipos, venta de repuestos, reparación, y todo lo necesario para tener su cocina fuera de peligro.

directorio...

Donde los ejecutivos de la industria de la gastronomía y hospitalidad encuentran ideas y soluciones para incrementar su productividad, bajar costos y ser más competitivos. Su guía #1 para identificar proveedores que harán una diferencia en su negocio.

tarifas.....precio anual/6 ediciones

Mención teléfono/fax (1 línea).....**$115**
Mención en rojo.....**$125**
Línea adicional (99 caracteres con espacios).....**$105**
Anuncio 1 pulgada alto blanco y negro.....**$460**
Anuncio 2 pulgadas alto blanco y negro.....**$950**
Anuncio 3 pulgadas alto blanco y negro.....**$1200**
Anuncio 3 pulgadas a color.....**$1350**

Información: Melanie Töebe al Tel.: 520-0070 ext134
Le elaboramos el arte sin ningun costo adicional.

AIRE ACONDICIONADO

CLIMA IDEAL.....TEL.: 232-0460 / FAX: 232-4516
MULTIFRIO.....TEL.: 226-8071 / FAX: 226-3868

ALIMENTOS

ALIMER.....TEL.: 222-6722 / FAX: 223-2768
ANCYFER.....TEL.: 256-8106 / FAX: 256-5840
AQUA CORPORACIÓN.....TEL.: 668-4000 / FAX: 669-0593
BARDÚ CAFÉ CORPORACIÓN.....TEL.: 297-5539 / FAX: 297-5539
LA CANASTERIE.....TEL.: 383-0554 / FAX: 258-2755
COMERCIAL TAYÚ.....TEL.:221-1263 / FAX: 221-3730
COMPAÑÍA NESTLÉ.....TEL.: 209-6600 / FAX: 239-0527
COSTA RICA WAFFLE.....TEL.: 824-8596 / FAX: 292-3314
DISTRIBUIDORA ANCLA S.A.....TEL.: 234-2248 / FAX: 234-2348
EMBUTIDOS ZAR.....TEL.: 442-2627 / FAX: 440-1555
GLOBAL PARTNERS.....TEL: 293-3896/ FAX: 293-2601
GOURMET IMPORTS.....TEL.: 288-6017 / FAX: 289-3112
GOURMET INTERNACIONAL (NIKIMAR).....TEL.: 289-3112 / FAX: 288-6057
ITALCONAM.....TEL.: 239-0000 / FAX: 239-3021
LA YEMA DORADA.....TEL.: 296-1155 / FAX: 232-1468
VEGETALES FRESQUITA.....TEL.: 573-7753 / FAX: 573-8395

AMENITIES

PUNTO ROJO.....TEL.: 440-2140 / FAX: 442-5009

ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

MACRO COMERCIAL S.A. .....TEL: 293-6970/ FAX: 293-6963

CAFE

CAFÉ 1820.....TEL.: 233-8544 / FAX: 221-7340
CAFÉ MONTAÑA.....TEL.: 442-0000 / FAX: 442-0025
CAFÉ REY.....TEL.: 272-2323 / FAX: 272-0622
CAFÉ TRIÁNGULO DE ORO.....TEL.: 247-7900 / FAX: 235-6573
CAFÉ VOLIO.....TEL.: 272-2727 / FAX: 272-1212
CÁMARA DE TOSTADORES DE CAFÉ.....TEL.: 443-2676 / FAX: 443-2676
COOPETARRAZÚ.....TEL.: 546-6098 / FAX: 546-7098
COOPRONARANJO.....TEL.: 451-3733 / FAX: 450-0486
GRUPO CAFÉ BRITT.....TEL.: 277-1621 / FAX: 277-1699
ICAFÉ.....TEL.: 243-7863 / FAX: 223-6025

CRISTALERIA

DISTINCOMER.....TEL.: 550-3201 / FAX: 552-4819

DECORACIÓN

ARTE ARVEX.....TEL.: 225-0765 / FAX: 234-0938

DESECHABLES Y EMPAQUES

MACRO COMERCIAL S.A. .....TEL: 293-6970/ FAX: 293-6963

DETERGENTES ORGANICOS BIODEGRADABLES

QUIMISUR .....TEL: 237-3077 / FAX: 260-6340

EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTES

ARTICA S.A.....TEL.: 257-9211 / FAX: 222-0992
COMERCIAL CAPRESSO.....TEL.: 234-7404 / FAX: 253-5296
EHASA.....TEL.: 236-4994 / FAX: 236-3309
ELECTROFRÍO.....TEL.: 244-5530 / FAX: 244-5830
EQUIPOS AB DE COSTA RICA.....TEL: 239-5516/ FAX: 239-5516
EQUIPOS NIETO S. A.....TEL.: 222-6555 / FAX: 257-0570
EUROTRADE, S. A.....TEL.: 296-0100 / FAX: 296-4304
GRANITTORE.....TEL.: 257-2828 / FAX: 257-5253
GRUPO FERGUIS.....TEL.: 260-5282 / FAX: 260-5282
IMESA.....TEL.: 272-7536 / FAX: 272-7583
KEITH Y RAMÍREZ.....TEL.: 221-1111 / FAX: 223-2873
REGISTEK.....TEL.: 253-3535 / FAX: 225-9718
REHGO.....TEL.: 260-5959 / FAX: 260-5858
REPRESENTACIONES ROMA.....TEL.: 224-9491 / FAX: 225-9298
ROMANAS OCONY.....TEL.: 253-3535 / FAX: 224-4546
SAECO.....TEL.: 291-1151 / FAX: 291-1656
TIPS.....TEL.: 290-2449 / FAX: 231-6042
TROPIGAS CR S.A.....TEL.: 438-2815 / FAX: 438-3720

FRUTAS Y VEGETALES

HORTIFRUTI.....TEL.: 272-1058 / FAX: 272-1995
Importación por avión de Champiñones frescos, enteros, rebanados, y "jumbo"; Portobello, Crimi y Ostra. También Espárrago Fresco.
VEGE - PAC.....TEL.: 282-4746 / FAX: 282-2245

FOODSERVICE

BELCA C.R.....TEL.: 293-4075 / FAX: 239-0147
COMPROIM S.A.....TEL.: 290-8159 / FAX: 291-5734
DIPO - PEDRO OLLER.....TEL.: 256-0550 / FAX: 223-6045
DISTRIBUIDORA ISLEÑA DE ALIMENTOS.....TEL.: 290-6612 / FAX: 290-6615
DISTRIBUIDORA PANAL.....TEL.: 235-6898 / FAX: 235-2986
GLOBAL PARTNERS.....TEL.: 293-1896 / FAX: 293-2601
GRUPO CONSTENLA (DIVISIÓN FOOD SERVICE).....TEL.: 264-5000 / FAX: 254-8786
HORTIFRUTI.....TEL.: 272-1058 / FAX: 272-1610
KION.....TEL.: 680-0139 / FAX: 680-0679
MAYCA DISTRIBUIDORES.....TEL.: 209-0505 / FAX: 293-2326
PRICESMART.....TEL.: 283-4494 / FAX: 234-8937
PROVÉE.....TEL.: 216-3700/ FAX: 272-1995
RETANA Y SALMERÓN S.A. .....TEL.: 440-1631 / FAX: 440-3745
COMERCIAL TAYÚ:.....TEL.: 221-1263 / FAX: 221-3730
UNILEVER C.A. FOOD SOLUTIONS.....TEL.: 293-4411 / FAX: 293-4420

FUMIGADORAS

FUMIGADORA TRULY NOLEN.....TEL.: 258-0608 / FAX: 255-2533
FUMIGADORA DELGADO.....TELEFAX: 444-0538

IMPRENTAS

CONLITH.....TEL: 277-4646/ FAX: 277-4619
INDUSTRIAS DE CARTON.....TEL.: 231-4655 / FAX: 231-0713
LÍNEAS BÁSICAS.....TEL.: 283-5244 / FAX: 283-4806
ROTINSA.....TEL.: 282-1313 / FAX: 282-5467

LIBROS

EDISA.....TEL.: 235-8955 / FAX: 235-8955

LICORES Y BEBIDAS

ALPISTE LTDA.....TEL.: 215-3300 / FAX: 220-3728

Apetito .....GUIA DE PROVEEDORES PARA HOTELES Y RESTAURANTES clasificados

ASEHOT INTERNACIONAL.....TEL.: 235-7151 / FAX: 235-3373
BEBIDAS DEL TRÓPICO.....TEL.: 256-3516 / FAX: 258-8404
DISPAL S.A.....TEL.: 293-1224 / FAX: 293-6064
DISTRIBUIDORA YAMUNI.....TEL.: 227-2222 / FAX: 227-2535
E Y E SEGURA INTERNACIONAL.....TEL.: 257-9914 / FAX: 221-8279
FLORIDA BEBIDAS.....TEL.: 522-6925 / FAX: 257-6312
GRUPO PAMPA.....TEL.: 296-0797 / FAX: 296-2736
HOLTERMAN.....TEL.: 297-1212 / FAX: 297-2423
LAS TORRES.....TEL.: 551-1298 / FAX: 551-4903
LA NACIONAL S.A.....TEL.: 227-9494 / FAX: 227-9393
PERCHERON.....TEL.: 234-0338 / FAX: 253-7715
PRODUCTOS MAKY S. A.....TEL.: 232-8515 / FAX: 280-0359
WAGNER.....TEL.: 223-3013 / FAX: 223-6847

LIMPIEZA

AGUAS INDUSTRIALES S.A.....TEL.: 260-9393 / FAX: 237-1111
BETCO DE COSTA RICA.....TEL.: 250-7180 / FAX: 250-1679
ECOLAB.....TEL.: 438-1725 / FAX: 438-1682
FERVA DEL NORTE.....TEL.: 221-0361 / FAX: 257-4935
GERMAN-TEC.....TEL.: 220-0303 / FAX: 220-0310
KIMBERLY CLARK..... TEL: 298-3183/ FAX: 239-1027
LAVA SPLASH.....TEL.: 281-2949 / FAX: 225-0005
MISTER STEAM.....TEL.: 240-9812 / FAX: 236-7849
PROQUIMIA.....TEL.: 443-8644 / FAX: 443-8548
QUIMISUR .....TEL: 237-3077 / FAX: 260-6340
SABO.....TEL.: 244-1880 / FAX: 244-3033
S.C.A.....TEL.: 519-3500 / FAX: 519-3594
S.C. JOHNSON DE CENTROAMÉRICA S.A.....TEL.: 213-5000 / FAX: 213-5001

LINEA HOTELERA

CATÁLOGOS HOTELEROS.....TEL.: 281-3536 / FAX: 281-3534
JOPCO.....TEL: 215-3545/ FAX: 215-3545
LÍNEAS INTERNACIONALES.....TEL.: 265-6890 / FAX: 265-4782
PROVEHOTEL.....TEL.: 249-2207 / FAX: 249-1985

MUEBLES Y DECORACION

ALMACÉN EL ELÉCTRICO.....TEL.: 286-2828 / FAX: 286-1414
ALMACÉN MAURO S.A. .....TEL: 220-1955/ FAX: 220-4456
INDON LATINOAMERICA.....TEL.:845-5204 / FAX: 296-1231
Muebles en madera sólida. Fabricamos según sus requerimientos o puede escoger de nuestra amplia variedad de modelos. www.indonlatinoamerica.com
MUEBLE AMÉRICA.....TEL.: 228-8124 / FAX: 289-3411
MUEBLES NUEVO CONCEPTO.....TEL.: 285-2020 / FAX: 285-3772
PERGO.....TEL.: 225-2552 / FAX: 280-2592
SPANISH ROYAL TEAK.....TEL.: 282-4010 / FAX: 282-7306

PINTURAS

PINTURAS LANCO..... TEL: 438-2257/ FAX:438-2162

PRODUCTOS PROMOCIONALES

ANÚNCIESE EN CLASIFICADOS

Oportunidades de trabajo, venta de propiedades, negocios u artículos relacionados con la industria.
Línea de texto (73 caracteres).....**$50**

Para más información: 520-0070 Apetito

S.O.S PROMOCIONAL.....TEL.: 290-4348 / FAX: 290-4314

REFRIGERACION

POLO NORTE.....TEL.: 327-1660 / FAX : 261-2321

REVISTAS

REVISTA APETITO WWW.APETITOENLINEA.COM.....TEL.: 520-0070 / FAX: 520-0047
La revista para ejecutivos del sector de Hoteles y Restaurantes y negocios afines como: cafeterías, reposterías, sodas institucionales, supermercados, casinos, servicios de catering, bares, hospitales, clubes. Además Apetito circula en Universidades, Instituciones gastronómicas, Instituciones turísticas, Embajadas. email: suscriipciones@eka.net

SEMINARIOS CAPACITACION

GRUPO HRS.....TEL.: 350-9898 / FAX: 234-0856
SEMINARIOS CAPACITACIÓN.....TEL.: 520-0070 / FAX : 520-0047

SISTEMAS SEGURIDAD

MUL-T-LOCK.....TEL.: 221-6000 / FAX: 221-9859
NORDIC TRADERS..... TEL: 289-0215/EMAIL: SVOLLINC@NORDICTRADERS.NET

TECNOLOGIA

CONTINENTES LG.....TEL.: 208-2900 / FAX: 208-2908
COMUNITEC.....TEL.: 283-0707 / FAX: 225-2056
ELECTRÓNICA DAYTRON (SAMSUNG).....TEL.: 232-4242 / FAX: 232-4234
GRUPO INTEGRACIÓN DIGITAL.....TEL.: 296-2851 / FAX: 296-2854
INFORMÁTICA PARA H & R.....TEL.: 265-7222 / FAX: 278-1260
INTEGRA HOTEL.....TEL.: 240-6585 / FAX: 240-6541
INTEGRAL BUSINESS SOFTWARE.....TEL.: 261-9343 / FAX: 261-9040
MARCOSOFT.....TEL.: 240-7773 / FAX: 236-6802
S Y G SISTEMAS.....TEL.: 290-1970 / FAX: 232-1293
SU GRUPO CONSULTOR INTERNACIONAL.....TEL.: 296-2851/ FAX: 296-2854
TECNOLOGÍA ACCESO & SEGURIDAD.....TEL.: 226-6215 / FAX: 226-6172
TELTIAN.....TEL.:258-8114 / FAX: 222-8233

TRANSPORTE / REFRIGERADO

EUROKIT DE CENTROAMÉRICA..... TEL: 258-0006/ FAX: 222-6103
TRANSCLIMA DE CENTROAMÉRICA S.A. ..... TEL: 220-3801/ FAX: 220-3884
SAVA .....TEL:284-8900 / FAX:284-8929

TURISMO

UNIFORMES

ALMACÉN LA OPERA.....TEL.: 222-1836 / FAX: 233-4284
GOODY GROUP.....TEL.: 389-1406 / FAX: 289-3445

UNIVERSIDADES

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA.....TEL.: 261-4242 / FAX: 261-3212

VAJILLAS Y CUBIERTOS

ALMACÉN YAMUNI.....TEL.: 255-2066 / FAX: 222-6507
INVERSIONES R.B. S.A.....TEL.: 225-3603 / FAX: 280-1203

RESTAURANTES

SALE E PEPE.....TEL.:289-5750

SERVICIOS DE CARGA

JET BOX.....TEL.: 253-5400 / FAX: 234-2311

SUMINISTROS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

MACRO COMERCIAL.....TEL.: 293-6970 / FAX: 293-6963
CANNON PILLOWS..... TEL:296-0913 EMAIL:CAPILLOWS@HOTMAIL.COM

Muebles de Indonesia y Filipinas

Sobrios y originales muebles capaces de cambiar y mejorar el ambiente de cualquier salón. Además, East Indies Trading es distribuidor exclusivo de los muebles Yamakawa en Latinoamérica y Costa Rica es el primer país donde serán introducidos.
Distribuye: East Indies Trading Co.
Teléfono: 232-4308

Alfombras antifatiga

Si quiere que sus chefs estén descansados y seguros al cocinar, las alfombras antifatiga son una buena opción. Especiales para cocina, amortiguan el golpe del zapato, no recogen grasa y por lo tanto no resbalan (especiales para evitar accidentes).
Distribuye: Equipos Nieto
Teléfono: 222-6555

Vollmond Bier

Cerveza ligera y afrodisíaca, por ser hecha en la región de Appenzell una única vez al año en noche de luna llena. Ideal para ofrecerle algo exótico a los clientes acostumbrados a las cervezas tradicionales.
Distribuye: Gourmet Internacional
Teléfono: 289-3112

Copas Odelia

Vidrio con temple, vidrio de seguridad. Una sola pieza de la base a la burbuja, tolera golpes y cambios de temperatura.
Especial para hoteles y restaurantes. Precio especial por introducción.
Distribuye: Grupo CICADEX
Tel.: (506) 240-3600
www.cicadex.com

Mousses

Polvos de mousses de diferentes sabores, mezclados con chantilly y decorados con brillo, fruta y chocolate constituyen un postre delicioso y de excelente presentación. Es un producto marca Marguerite, importado de Francia.
Distribuye: Soluciones Creativas Bake & Cook
Teléfono: 234-9204 / 234-7583

Jamón Serrano Bloque 1/ 2 piezas

Marca Casademont
Exquisito jamón serrano reserva de 12 meses proveniente de España. Ofrece una garantía de curación de 11 a 14 meses.
Distribuye: Belca Food Service
Tel: 255-2066
Solicítelo bajo el código: 220962
Email: servicio.cliente@belca.co.cr

¿Debería ser la cocina de los hoteles y restaurantes abierta al público?

José Salom

Eduardo Martín

Ignacio Sánchez

En la pasada edición de Apetito, realizamos un especial de limpieza, donde los expertos en productos y servicios del área destacaron sobre la importancia de garantizar estricto control de limpieza a los clientes, siendo la cocina el corazón de los restaurantes, este es uno de los principales focos de atención.

De ahí surgió la idea de realizar este foro, escogimos un cliente, es decir alguien ajeno al negocio, un representante del sector hotelero y otro de restaurantes, para conocer su opinión sobre la idea de tener una cocina "abierta al público".

José Salom, Propietario del restaurante Rouge Kitchen & Bar, está totalmente de acuerdo con que la cocina debe ser un lugar accesible para el cliente, si este así lo desea. De hecho él mismo lo aplica en su restaurante, pues la cocina se conecta con uno de los salones por medio de una ventana de vidrio, "en algunas ocasiones los clientes sienten curiosidad por ver al chef en plena acción, y pueden hacerlo con toda libertad", asegura.

Además de lo atractivo que esto puede resultar, casi a manera de espectáculo, Salom asegura que se trata de una forma del restaurante de obligarse a mantener siempre un mismo estándar de calidad, y que los restaurantes y hoteles deberían exponer de esta manera sus cocinas.

Lo que no considera muy posible, es el hecho de que un cliente quiera ingresar de manera física a la cocina, esto por razones de higiene y por un asunto práctico.

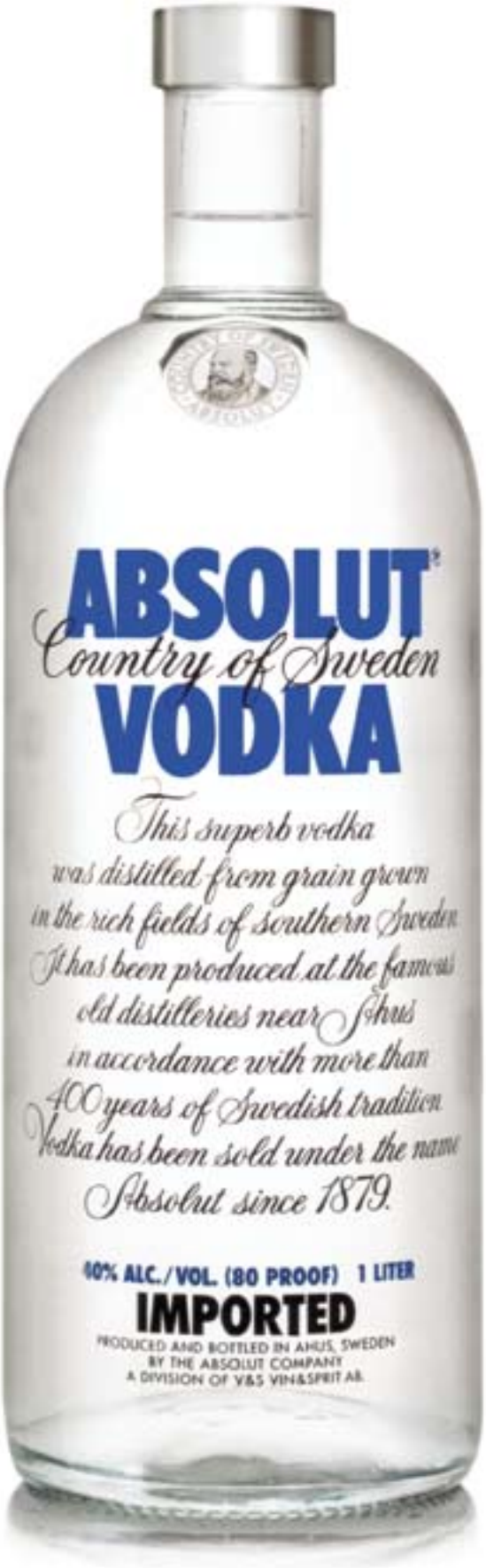
"En primer lugar sería muy difícil poder controlar que las personas que quieran ingresar tengan su ropa limpia, pelo limpio, en fin todos los requisitos necesarios para evitar contaminación de los alimentos, por otro lado, sería complicado tener personas entrando y saliendo de la cocina, no creo que a ningún chef le guste la idea", comenta.

Con él coincide **Eduardo Martín, gerente de alimentos y bebidas del hotel Aurola Holiday Inn**, quién definitivamente rechaza la posibilidad del ingreso de extraños en la cocina. "No estoy de acuerdo con que cualquier persona pueda entrar en la cocina, es un lugar de mucho cuidado como para dejar libre ingreso".

Martín considera que esta propuesta sólo es posible en la teoría, pero difícilmente se pueda cumplir en la práctica, "usted se imagina que llegue un grupo de 20 o 30 personas que quieran ir a hacer un tour en la cocina, y talvez el chef con un banquete o en medio de un almuerzo, lo considero inapropiado y lejanamente posible".

El gerente de alimentos y bebidas comentó que para eso existen los estándares de calidad, que cada hotel o restaurante debe ser conciente de cumplir, sin necesidad de que cada cliente tenga que entrar a una cocina para ver cómo se preparan los alimentos, agregó que existen muchos otros factores para medir la calidad de una cocina, y que están al alcance de la mano del cliente, como lo son la presentación de la comida, la atención de los saloneros, el servicio en general.

Esta opinión la comparte **Ignacio Sánchez**, a quien entrevistamos como cliente. Sánchez asegura que no necesita entrar a una cocina para saber si un restaurante es de confianza, eso sí acepta que es un cliente exigente, y que ante la mínima sospecha de que algo no anda bien, no regresa a ese lugar. A



DISTRIBUIDORA Yamuni S.A.

Tel: 227-2222 / Fax: 227-2535. Distribuyendo las mejores marcas del mundo en vinos y licores.

El abuso del licor es nocivo para la salud. CP-266-06-02