

Apetito

La revista de hoteles y restaurantes

¿Cómo servir en

80 países?

Sodexo tiene la fórmula

**Especial de
Comedores
Institucionales**

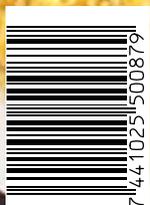
P. 33

**Seguridad:
Prostitución
en Jacó** P.38

**Beneficios
del kosher** P.30

**Responsabilidad
en la venta
de licor** P.70

**Hotelería:
Palacio
Zephyr** P.48



Junio - Julio 07 • No. 57 Año 9. • €1.500

www.apetitoenlinea.com

Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130



La Cultura del Vino

Es un evento donde el vino es el protagonista. Distribuidores y productores exhibirán sus mejores marcas y usted tendrá la oportunidad de conocer, degustar y escoger entre los mejores vinos del mundo.



No. S.C.P.75519.06

Actividades

- Exposición
- Degustación
- Cenas
- Charlas
- Concursos



Patrocinan:

Apetito

REAL
INTERCONTINENTAL
COSTA RICA

Servicio al cliente:
Milagro Obando 520-0070 ext132
Para exponer:
Guillermo Rodríguez 383-1651
www.expovinocr.com

ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

23,24 y 25 de octubre 2007 Hotel Real Intercontinental

EL TOMAR LICOR ES NOCIVO PARA LA SALUD



¡ No Busque más!

Somos la pieza que mejor se adapta a sus necesidades de **servicio, calidad y rapidez.**

Belca:

-  Tiene la mayor variedad de productos nacionales e importados para Foodservice
-  Incluye constantemente nuevos productos y servicios
-  Cuenta con el mejor servicio personalizado
-  Soluciona sus problemas de proveeduría
-  Tiene la más amplia cobertura
-  Facilita sus procesos contables y financieros
-  Simplifica sus suministros y el manejo de su bodega
-  Posee una moderna flotilla de camiones para el mejor manejo de sus productos

" *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 E-mail: servicio.cliente@belca.co.cr
Apdo. 54-3006 Costa Rica



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Enfocar la energía

El éxito de una empresa se centra en saber aprovechar las oportunidades de crecimiento que se le presentan.

Es importante que éstas se centren en concentrar los recursos en este sentido y no en gastar la energía en pleitos, amenazas y otros aspectos negativos que deterioran el desarrollo empresarial.

Por ejemplo, hemos hecho muy bien el esfuerzo de aprovechar la naturaleza para atraer el turismo, pero también hay que luchar por enfocar la energía para mejorar nuestros aeropuertos, por ejemplo, sin caer en enfocarse en debates que hacen que haya un desgaste innecesario de energía.

En el sector, hemos mejorado en muchos aspectos, pero hay que tener presente que con ese mismo potencial, se pueden mejorar en muchos más.

Aprovecho la oportunidad para desearles que esta nueva edición de Exphore haya estado llena de buenos negocios y sobre todo, que haya contribuido a engrandecer y proyectar aún más su presencia en el sector de hoteles y restaurantes.

Como siempre, quedo a la espera de sus comentarios...

contenido

8 Aperitivos

Gastronomía

Comedores

Institucionales

34 **Guzfood: Cuidar los detalles**

35 **Sodexo: Más que comida**

36 **Hospital México: Prueba de fuego**

Especial de seguridad

38 **Jacó, al mejor postor**

42 **Tips de expertos para estar seguros**

44 **Productos para una mayor seguridad**

48 Hotelería

Sueño que deslumbra

Denis Roy llegó hace 16 años a Costa Rica, para imponer un estilo diferente en hotelería. Su más reciente capricho es el Palacio Zephyr, un lugar con características únicas en nuestro país.

50 Expovino

La cultura del vino

51 Feliz Cumpleaños Sale Pepe

54 Ferias

NRA Show brilló una vez más

De Compras

56 Equipos Nieto

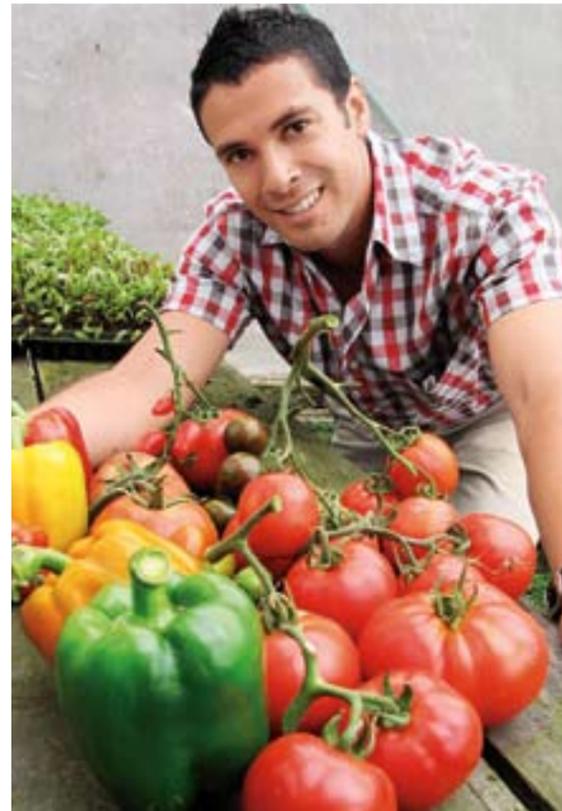
"Crecemos con el mercado".

57 Gourmet International Nikimar S.A.

Europa en la mesa costarricense.

58 Electrofrío

Equipos con historia



Más que verduras... Cebollas amarillas, blancas, rojas, moradas, tomates rojos, verdes, rayados, en diferentes formas, tamaños y sabores, son sólo algunas de las opciones que Fresh Crop tiene en su lista de productos. **P. 18**

59 SyG Sistemas

Control y seguridad a puro dedo.

60 Equipos Solano

Nueva alternativa con soluciones a la medida.

61 Epson

Al mejor estilo japonés.

Capacitación

63 Limpieza Verde

64 Prácticas globales de propina

70 Sobremesa

¿Hasta dónde llega la responsabilidad del establecimiento, en la venta de licor?

Nuevo

Lleve la suavidad y el confort **Benefit** a sus habitaciones.

Producto biodegradable

SCA

800 7378424

nota de
la editora



Shirley Ugalde Méndez
shirley.ugalde@eka.net

El negocio de ahorrar energía

En una reciente encuesta que realizamos en www.apetitoenlinea.com, preguntamos a los lectores sobre las opciones que utiliza para ahorrar energía. Más de un 33% escogió capacitar al personal como la principal opción, seguida por un 23.8% que prefiere invertir en equipos ahorradores, y una cantidad similar eligió como opción cambiar focos incandescentes por fluorescentes, un 14% dice que su alternativa es reemplazar los equipos por otros más eficientes.

Llama la atención que solo un 2.4% se inclina por educar al cliente e igual cantidad asegura utilizar fuentes alternativas de energía.

En momentos en donde el calentamiento global dejó de ser un discurso de lo que podría ocurrir, y pasó a convertirse en protagonista, llenando los noticieros de sucesos, donde se resaltan los efectos de un cambio climático que nos afecta todos los días de manera directa, no es posible que sigamos pensando qué podemos hacer, creyendo que ahorrar energía es una política más en los planes de relaciones públicas, o que sembrar árboles nos traerá unos cuantos periodistas que hablen de nuestro hotel. Es momento de actuar, invertir seriamente en planes ahorradores de energía, hacer las operaciones de hoteles y restaurantes más eficientes, aplicar formas alternativas de ahorro energético que nos permitan sobrevivir, y dejar un planeta mejor del que encontramos.



Presidente
Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net
directora general
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
Leticia Vindas
Shirley Ugalde
fotografía portada
Frank Guevara
directora eventos
Carolina Martén
carolina.marten@eka.net
circulación
Melanie Töbe 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

**Suscríbase
gratis**

Ingrese sus datos en
www.apetitoenlinea.com
ó llámenos al Tel.: 520-0070 ext.124

Su negocio merece UN MENÚ MÁS VARIADO

Compre más productos para su negocio en

PriceSmart.com



Porque sabemos que usted confía en la calidad y garantía de PriceSmart para todas las necesidades de su Negocio, hemos ampliado nuestra variedad de equipo industrial para cocina. De venta exclusivamente a través de nuestra página web.

Aproveche las ventajas de comprar en
www.pricemart.com



BarTec®



ICE o-Matic®





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.



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

cartas

Estimados señores Revista *Apetito*:

La presente es para saludarles y a la vez para felicitarlos por la excelente publicación que están realizando. Debido a que me encuentro interesada en continuar recibiendo la revista, les informo del cambio en la dirección de mi lugar de trabajo.

Les agradezco la atención brindada y la gentil ayuda ante esta circunstancia.

Melissa Ureña Avalos
Nutricionista

R/ Estimada señora Ureña, es un placer para nosotros tener de nuestro lado el interés de los lectores hacia nuestra publicación.

Ya hemos tomado nota de su petición, por lo que esperamos seguir siendo un aporte de valor para usted y su gestión empresarial.

Agenda

Feria de la Iluminación y el Sonido

Londres, del 09 al 12 de septiembre del 2007.
www.plasashow.com

ABASTUR REST HOTEL 2007

22a. Edición - Alimentos, Bebidas y Suministros para Hoteles, Restaurantes y Catering de México y el Caribe, del 3 al 5 de octubre del 2007. Mexico DF.
www.abastur.com

Hotel Emotion, Feria de innovaciones en la industria hotelera

Milán, Italia, 19 octubre del 2007. www.expocts.it

Feria Internacional de Hoteles y Restaurantes

Bolzano, Italia, 22 al 25 octubre del 2007.
<http://www.fierabolzano.it>

Expovino Costa Rica del 23 al 25 de Octubre 2007

Hotel Real Intercontinental, San José Costa Rica.
www.expvino.cr

FHC CHINA 2007 Food & Hotel China

Shanghai, del 14 al 16 de noviembre del 2007.
www.fhcchina.com

Horeq

Madrid del 24 al 27 de noviembre del 2007.
www.horeq.ifema.es/ferias/horeq

WYPALL®

PAÑOS DE LIMPIEZA MULTIUSO



- ✓ Alto nivel de absorción
 - ✓ Excelente desempeño con desinfectantes y químicos
 - ✓ Lavable, reutilizable y desechable
 - ✓ No generan estática
 - ✓ No adquieren olores
 - ✓ No desprenden pelusa
- Más económico que un trapo común**

 **Kimberly-Clark**
Professional

Más información:

www.kcprofessional.com

(506) 298-3183

*Soluciones
todo incluido*



- Soluciones en línea blanca, muebles, aires acondicionados, audio y video
- Gran diversidad de marcas y precios
- Profesionales de primer nivel, comprometidos en asesorarle los proyectos
- Asesoría en decoración de interiores
- Línea de crédito revolutiva para su empresa
- Descuentos especiales por volumen
- Talleres de servicio propios, cubriendo la garantía a nivel nacional
- Servicio de transporte e instalación
- Aliados comerciales de CANATUR



SM soluciones
Inmobiliarias y Hoteleras
Una empresa del Grupo M

Tel: (506) 437-4198 • (506) 437-4210
Fax: (506) 437-4245
Apdo Postal: 1131-4050 Aiquelá
E-mail: solucionesm@grupom.net



Alimentos limpios

El Ozono Láser Burbujas, es un sistema de purificación de alimentos, mediante ozono, que distribuye de manera exclusiva Industrias Montero en Costa Rica.

Según comentó Marcelo Montero, Gerente General de esa compañía, el Ozono Láser tiene un poder desinfectante, 3 mil veces más poderoso que el cloro, pero sin efectos dañinos para la salud.

Con un sencillo procedimiento se trata el agua con ozono, y luego se remojan las frutas, legumbres y hortalizas, durante cinco minutos, garantizando la eliminación de pesticidas, plaguicidas y hasta contaminación fecal que muchas veces contienen los alimentos, según el sistema de riego que se ha utilizado en su producción, o bien por la manipulación posterior.

Montero comentó que el Ozono Láser también puede utilizarse en la limpieza de pollo y mariscos, así como en la desinfección de tablas y otros implementos de cocina. Esta es solo una de las novedades que tendrá Industrias Montero en Exphore. Su lista de productos incluye sistemas de purificación de agua, mediante ciclo hidrológico, proceso que reproduce la forma natural de purificación en una máquina: evaporación, condensación y precipitación. Además, calentadores de paso láser y duchas láser, que permiten el ahorro de agua y energía.

Para más información sobre los productos y servicios, puede contactarlos al teléfono 250-0241. Encuéntrelos en Exphore.

Sabía que...



Aunque comúnmente la berenjena se considera un vegetal, en realidad es una fruta. Historiadores creen que la berenjena tuvo sus orígenes en la India, pero descubrimientos recientes del escrito chino de agricultura, del siglo V, llamado el "Ts'i Min Yao Shu", indica su cultivación en China. El sureste de Asia también se considera posible como lugar de origen, por la gran variedad de este vegetal en la zona.

La berenjena llegó a Europa cuando los Moros invadieron España en el Siglo VIII. Los españoles y portugueses trajeron la fruta a América en los años 1500. La berenjena es utilizada como antídoto de hongos venenosos y ayuda a bajar los niveles de colesterol y presión alta.

NEW from G.E.T.

New Yorker

Bold Them Over!

G.E.T. se complace en presentar nuestra más nueva línea de productos – New Yorker!

Líneas onduladas y un acabado rústico definen estas piezas y nos muestran su sentido Bohemio. Una selección vibrante de colores nos ofrece versatilidad para esa presentación especial.

Estas piezas son hechas de melamina y son seguras para usarse en máquina lavaplatos

Ciertamente esta Línea resaltará y hará lucir más sus presentaciones.

Contacte G.E.T. para un Catálogo Completo de nuestros productos!

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO
PARA COSTA RICA



Teléfonos:
Sabana: (506) 290-2449
San Pedro: (506) 280-5857
San José: (506) 221-9564
Jaco: (506) 643-2878
Liberia: (506) 667-0738



G.E.T. Enterprises, Inc.
1515 W. Sam Houston Pkwy. N.
Houston, Texas 77043
Toll Free: (800) 727-4500
Tel: (713) 467-9394
Toll Free Fax: (800) 755-1668
Fax: (713) 467-9396
getinc@get-melamine.com
www.get-melamine.com

Desarrollo hotelero y turístico con las de ley



El turismo se declaró como utilidad pública y por ello, esta industria recibe incentivos para mejorar su calidad. Este y otros instrumentos jurídicos reglamentan en el país al sector hotelero, gastronómico y turístico en general.

Licor y patentes:

La Ley General de Licores (No. 10) data de 1936, y es la que regula la obtención de patentes para la apertura de bares. Pese a su antigüedad, las reformas que se le han hecho son mínimas, lo que propicia un mercado negro para los dueños de patentes y grandes diferencias de trámites entre las municipalidades.

Con el objetivo de ampliar los alcances de esta ley, se creó en 1987, el Reglamento para ampliar e interpretar la Ley sobre la Venta de Licores (Decreto Ejecutivo No. 17757-G).

Bandera Azul:

El Programa Bandera Azul Ecológica

(PBAE) fue creado en 1996. (Decreto Ejecutivo No. 25636).

El decreto original ha sido modificado en varias ocasiones. El último cambio se realizó el 31 de enero, del presente año con el objetivo de ampliar los alcances a Espacios Naturales Protegidos (privados).

Entre los aspectos que evalúa, se encuentra la calidad del agua de consumo humano y la del mar, la calidad de las costas, la educación en medio ambiente y la seguridad.

Incentivos y propinas:

La clasificación de las diferentes áreas del sector turístico se definió desde 1996, en el Reglamento de las empresas y actividades turísticas (No. 25226).

En el documento, se detallan las obligaciones de propietarios y clientes, los requisitos básicos del establecimiento turístico y los trámites para obtener una declaratoria turística.

Por otra parte, la Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico (N° 6990), que data de 1985, declara "de utilidad pública la industria del turismo". Su objetivo es establecer incentivos y beneficios que se otorgan como estímulo para la realización de programas y proyectos de esta actividad. Esta ley 6990, detalla los aspectos que se tomarán en cuenta para el otorgamiento de incentivos y los tipos de alicientes.

Finalmente, si en algún momento dudó sobre la legalidad de las propinas, la Ley sobre propinas (No. 4946), fue creada desde 1972, y garantiza el derecho a la propina de los trabajadores de restaurantes, bares y otros establecimientos análogos, que corresponde a un 10% del monto total del consumo.

Ver textos completos en www.apetitoenlinea.com

Costa Rica en los "Oscar" del turismo mundial

Hoteles, playas e incluso el aeropuerto Juan Santamaría y la página web del Instituto Costarricense de Turismo, fueron nominados en el World Travel Awards 2007 en diferentes categorías.

The World Travel Awards equivalen en la industria del turismo a los premios "Oscar" en el cine. Se trata del reconocimiento más prestigioso e integral en la industria viajera. Estos premios fueron establecidos en 1993, con el fin de reconocer y celebrar la excelencia en los viajes mundiales y en la industria del turismo a través de miles de votos de viajeros profesionales de 160 mil agencias en más de 190 países. La selección de los nominados se basa en una votación anual previa y en las recomendaciones de los profesionales de la industria viajera. Las premiaciones se realizan por región: una para Medio Oeste y África,

otra para Asia, Australia e India, otra en Europa, y la del Continente Americano. Esta última tendrá lugar el próximo 17 de setiembre, en un exclusivo hotel en Nueva York.

Finalmente, en diciembre, se realiza una ceremonia en la que se anuncia el nombre de los ganadores en las diferentes categorías a nivel mundial. Este año se realizará en las Islas Turcas y Caicos, ubicadas en el Caribe.

Algunos nominados son:

Principal playa de Centro y Latinoamérica: Playa Jacó.

Principal destino para buceo en Centro y Latinoamérica: Islas Catalinas, ubicadas en el Pacífico Norte de Costa Rica.

Principal agencia de convenciones y turismo: Costa Rica Turismo y Viajes.



<http://www.worldtravelawards.com/>

Principal página de información turística: www.visitcostarica.com, del ICT. Principal resort: En esta categoría hay varios hoteles nacionales nominados: Four Seasons, Parador Boutique, Occidental Grand Papagayo. Marcas líderes en Centro y Latinoamérica: Barceló Hotels & Resorts, InterContinental, Marriott Hotels Resorts & Suites, Occidentals Hotels & Suites, Radisson Hotels, Sol Meliá Hotels & Resorts, entre otras. Otras categorías donde sobresale Costa Rica como destino, es en hoteles familiares, resorts de golf, y ciudades de destino.

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
PixelPoint.
Simply Better POS.



- Sistemas de Comunicación



TAYLOR®



- Cocteles, batidos, conos, sundays, granizados

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



JOPCO®
Artículos para hoteles y restaurantes

Distribuidores de artículos para hoteles y restaurantes

Tels. (506) 215-3545 • 213-7624
jopcoer@racsa.co.cr • jopcoer.com
Guachipelin, Escazú.



aperitivos Pequeños y rentables



Desde el sitio electrónico de Small Luxury Hotels, pueden verse los detalles de los hoteles miembros, tales como ubicación exacta, contacto, servicios, hasta hacer las reservaciones en línea. El Hotel Gaia en Manuel Antonio, es uno de los hoteles que pertenece a esta organización.

Frente a las grandes cadenas de hoteles, las pequeñas opciones tienen también su espacio bien ganado en el mercado.

La organización Small Luxury Hotels of the World (<http://www.slh.com>) agrupa a más de 400 pequeños hoteles lujosos que pertenezcan a un dueño independiente. Los miembros se encuentran distribuidos alrededor de 60 países en todo el mundo.

Estos hoteles poseen la característica de tener pocas habitaciones, en comparación con las cadenas hoteleras. Las comodidades que brindan están hechas para proveer economías de escala, similares a las logradas por las grandes cadenas, pero manteniendo la individualidad y la independencia de cada pequeño hotel.

La marca Small Luxury Hotels of the World fue creada en 1991, como resultado de una mezcla entre dos organizaciones de mercadeo para

hoteles: Prestige Hotels Europe and Small Luxury Hotels & Resorts of North America.

Los hoteles Punta Islita, en Guacaste y Gaia en Puntarenas, son los únicos dos miembros de esta organización existentes en nuestro país. Pertenecen a la organización desde 1996 y 2005, respectivamente.

Adriana Castro, Gerente de Mercadeo de Punta Islita, comentó que para ingresar a la organización tuvieron que realizar cambios en la infraestructura, la calidad de las amenidades y del restaurante, entre otros.

Estos estándares deben mantenerse de manera continua porque la organización envía agentes de incógnito para realizar inspecciones.

Por su parte, Kimberly Barron, Gerente General del Hotel Gaia, resaltó que el mayor beneficio de pertenecer a la organización es el reconocimiento mundial.

VAMOS AL GRANO... SOMOS LOS ESPECIALISTAS EN MEZCLAS!

La Esquina del Café, tostadores de café gourmet que desde 1992, tenemos el mejor café de seis diferentes zonas de Costa Rica, para crear, según el gusto de nuestros clientes, la mezcla ideal y exclusiva para sus cafeterías o restaurantes. Además, tostamos en cantidades pequeñas para tener el más estricto control de calidad. ¡Visítenos y pruebe el mejor café de Costa Rica!



LA ESQUINA DEL CAFE
Plaza Mundo, Guachipelín, Escazú.
Tel: (506) 228-7927 Telefax: (506) 228-9541. email: coffeecorner@racsa.co.cr

Visite nuestro NUEVA Sala de Exhibición

HOTELES Y RESTAURANTES:

¡La mesa está servida!

Todo lo que necesita para ver crecer su negocio lo encuentra en **MACRO**

Variedad de artículos de primera calidad, con excelente servicio y ágil entrega.

- Toallas
- Art. de mesa
- Cubillería
- Empaque
- Cristalería
- Art. de bar
- Equipo liviano
- Desechables
- Utens. de cocina

¡Llámenos para concretar una cita o bien visítenos en nuestra NUEVA Sala de Exhibición, en la Aurora de Heredia, 800 metros Noroeste del Mall Real Carat, Condominio de Sodegas Tierra Uno #22

Tel.: 293-6970 - Fax: 293-6963
www.macrocomercial.com
La Aurora, Heredia

Equipos

UNA FÁBRICA A SU SERVICIO



Fábrica de Equipos en Acero Inoxidable - Equipo de Refrigeración - Equipo de Cocina.
Diseñamos, Fabricamos e Instalamos a su gusto y necesidad.

Parque Industrial, Barreal de Heredia, frente a CENADA • Tel.: 239-5516
www.equiposab.com • E-mail: ventas@equiposab.com

Las tres C

Aunque muchas personas adoptan una determinada marca de cerveza como su favorita, lo cierto es que cualquiera de ellas puede ser la mejor en algún momento especial. También es importante probar la forma en que las diversas cervezas se complementan con distintos platillos. Según explicó Alfredo Echeverría, durante la charla "Cerveza y Buena Mesa", hay tres formas en que la cerveza interactúa con el sabor de los alimentos y las tres comienzan con la letra "c": cortar, complementar y contrastar. El ejercicio de experimentar con "las tres c" es toda una aventura gastronómica.

¿Qué significa cortar, complementar y contrastar?

¿Qué pasa cuando probamos un plato picante o condimentado y luego bebemos un poco de cerveza fría? El paladar se limpia y se despeja, por lo que el siguiente bocado nos sabrá como si fuera el primero. En ese caso, la cerveza cortó el sabor de los condimentos.

En el caso de platos fritos o preparados con queso, que son ricos en



Alfredo Echeverría, durante la charla "Cerveza y Buena Mesa", explicó que hay tres formas en que la cerveza interactúa con el sabor de los alimentos y las tres comienzan con la letra "c": cortar, complementar y contrastar.

aceite, el sabor ligeramente amargo de la cerveza produce el mismo efecto. Cuanto más neutral sea el sabor de una cerveza, sin fuertes acentos de amargor o malteado - como es el caso, por ejemplo, de la cerveza Imperial-, se presta mejor para esta función de cortar los sabores de los alimentos.

En otras ocasiones, la cerveza complementa el carácter de platos tales como un ceviche o una ensalada, ya que hace eco a su frescura.

El complemento de sabores es lo que generalmente busca el conoedor de vinos. Es por eso que los vinos robustos, de gran cuerpo, acompañan carnes de caza y quesos de sabor fuerte, mientras que para mariscos, por ejemplo, se tiende a usar vinos blancos secos.

Un efecto semejante se logra con la cerveza. Las que son fuertemente malteadas, de gran cuerpo -como Bavaria- son especialmente aptas para acompañar carnes y quesos; en tanto que la Pilsen, que es seca y ligeramente amarga, es ideal para ceviches y mariscos en general.

Por otro lado, la cerveza contrasta con sabores simples y robustos como el de las pastas, el pollo a la parrilla o, incluso, el pan de un buen emparedado.

En estos casos, el que sobresale es generalmente el sabor de la cerveza y no el de la comida.

Ya sea que se escoja la cerveza para cortar, complementar o contrastar, tiene en ella una opción para acompañar el sabor de sus platillos predilectos.

"Naranja exótica" irá a Japón

"Naranja exótica", fue la bebida original con la que José Miguel Coto se coronó ganador de la Competencia Nacional de Barismo, que por cuarto año organizaron la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica y el Instituto del Café de Costa Rica, como parte de sus actividades para promover el consumo de café en el país.

De los 18 baristas que compitieron, clasificaron seis a la final que se realizó el sábado 2 de junio en el área de comidas de Terramall. Ellos fueron: Wendy Jiménez (Coopedota RL, sexto lugar), Ana Lorena Cerdas (Cafetería Coffee Time, quinto lugar), Ricardo Quesada (Cremas y Siropes Las Torres, cuarto lugar), Melina Ureña (Coopedota RL, tercer lugar), Rosibel Cerdas (Cafetería Coffee Time, segundo lugar), y José Miguel Coto (barista independiente, primer lugar).

El ganador viajará a Tokio, Japón, el próximo 2 de Agosto para representar a Costa Rica, en la Competencia Mundial de Barismo.

Con seis años de desempeñarse como barista, esta será la tercera vez que Coto participe en una competencia mundial. La promesa de los organizadores del concurso nacional, es que este año el repre-



sentante de Costa Rica contará con más apoyo que en años anteriores, pues la idea es dejar el país muy en alto.

Orden, presentación y sabor

El panel de jueces estuvo compuesto por expertos de reconocida trayectoria nacional en el arte de preparar café, además de un representante de la World Barista Championship y de dos jueces internacionales de amplia experiencia en competencias mundiales, provenientes de Dinamarca.

Durante la final, los seis participantes tuvieron un total de 45 minutos cada uno, para preparar su área de

trabajo (15 minutos), realizar cuatro espressos, cuatro capuchinos, cuatro bebidas originales a base de espressos (15 minutos) y limpiar su zona de trabajo (15 minutos).

Los aspectos evaluados fueron la presentación, el sabor de las bebidas, la originalidad de la receta propia, creatividad y limpieza del lugar de trabajo.

La bebida ganadora fue la "Naranja exótica", que incluía jugo de naranja, limón, mantequilla, azúcar moreno, cáscara de naranja y espresso. "Este triunfo no es para mí, todos ganamos, es un triunfo para Costa Rica", manifestó emocionado Coto, al recibir el premio.

un café es un *café* un café CON LAS TORRES es una experiencia inolvidable

Sirope para Café
MASTERPAC S.A.
Tel: (506) 2581236
Fax: (506) 2257873
info@masterpac-cr.com
www.masterpac-cr.com

Impresos como recién salidos del horno

Impresión digital en gran formato
Banners, mantas, afiches, tallas, rotulación vehicular...

Impresión offset
Posavisos, menús, brochures, facturas, recibos...

Impresión digital
Volantes, tarjetas, gafetes y más...

Nuestra fórmula secreta: calidad y precios justos.

Consulte nuestros servicios a La Carta, cotizaciones en menos de 24 horas. Servicio Express a todo el país.

T. 221-3737 / ventas@gozaka.co.cr / www.gozaka.com

INDUSTRIAS GOZAKA ETIQUETAS E IMPRESOS

Más que verduras...

Cebollas amarillas, blancas, rojas, moradas, tomates rojos, verdes, rayados, en diferentes formas, tamaños y sabores, zanahorias moradas, amarillas, blancas, coliflor verde y blanca, chile dulce de diferentes colores, son sólo algunas de las opciones que Fresh Crop tiene en su lista de productos.

Esta empresa se dedica a la producción y comercialización de hortalizas para el consumo nacional y de exportación.

Según comentó Alonso Venegas, Gerente de Mercadeo y Ventas de Fresh Crop, la compañía tiene como prioridad, la distribución de producto fresco en Costa Rica, con la misma calidad que destinan a la exportación.

“Los clientes de hoteles y restaurantes del país merecen un producto de alta calidad, para nosotros no hay diferencia entre los vegetales que exportamos y los que distribuimos en el país, todo es de primera”.

Fresh Crop pertenece a Eurosemillas, una empresa que se dedica a la importación y distribución de semillas híbridas en Costa Rica, Nicaragua y República Dominicana.



Es representante de Bejo Zaden, compañía holandesa especialista en semillas híbridas y orgánicas. También es representante de la empresa mexicana Quimia, fabricante de productos para la nutrición, balances hormonales y surfactantes, que se comercializan a nivel latinoamericano.

La representación de Bejo Zaden, le permite a Eurosemillas y Fresh Crop, tener acceso a productos innovadores como los “tomates cebrá”, entre otras variedades, que además de contar con una apetitosa presentación, son productos exclusivos de la compañía con características muy diferentes a los existentes en el mercado.

“Algunas de las semillas, como las del tomate cebrá o las zanahorias moradas, son exclusivas de Eurose-

millas”, Alonso Venegas, Gerente de Mercadeo y Ventas de Fresh Crop.

millas, nadie más las importa en Costa Rica, y son productos que han sido el resultado de muchos años de investigación y desarrollo.

Por ejemplo estos tomates tienen propiedades que ayudan a prevenir el cáncer de próstata, y la zanahoria tiene un mayor contenido de betacaroteno, así que no sólo tienen una apariencia más atractiva, sino que son productos beneficiosos para la salud”.

Para conocer más sobre los productos de Fresh Crop, puede contactarlos al teléfono 271-3373.

Compromiso de innovación

Hoy, difícilmente, alguien puede imaginarse una cocina sin una de ellas, pero en realidad hace solo 70 años que Fred Waring inventó la licuadora, un producto que revolucionó el mercado, tanto en hogares como en la industria de alimentos y bebidas. Su espíritu creativo, lo

impulsó a seguir evolucionando, no sólo con este producto sino con otras líneas, llegando a posicionarse como una de las marcas de más prestigio en el mundo.

Los productos de Waring Pro ahora tienen un representante en Costa Rica. Se trata de la empresa Multiformas, y según explicó Marianella Paniagua, Gerente General de esta compañía, “el propósito es ofrecer un producto de alta calidad, en un mercado que desde hace tiempo lo viene demandando, y con las líneas de Waring Pro estamos seguros que se llenará el vacío de productos profesionales”.

Marianella Paniagua de Multiformas y Doris Goldgewicht de Tips, una de las empresas distribuidoras de los productos Waring Pro.



Flor en el ojal

“Guaria Morada”, es el nombre de la nueva línea de amenities de Megalife, que poseen una práctica presentación que sin duda, dará mucho que hablar entre los huéspedes.

Como asegura Rebeca Rodríguez, Directora General de Megalife, esta nueva línea tiene como principal propósito satisfacer las expectativas de los más exigentes gustos, sin descuidar ningún detalle.

“La presentación es uno de los puntos fuertes de esta línea, ya que viene en una cajita muy estética y cómoda, además cada uno de los amenities se presenta en una bolsa plástica individual muy higiénica, que a su vez facilita su visibilidad para el cliente final”.

Dentro de la caja, se encuentra perfectamente acomodado el kit completo para el huésped, que consiste en un peine, un costurero, lima de uñas, toallita para desmaquillar, aplicadores, gorra de baño, cepillo, pasta e hilo dental, rasuradora, crema de afeitar,

jabón de baño, calzador y lustrador. La línea tiene champú, acondicionador y crema, también en presentación diferente a lo que normalmente se utiliza, con colores llamativos y una forma aerodinámica muy agradable a la vista.

Pero la estética no es lo único sobresaliente en “Guaria Morada”, ya que estos productos son amigables con el medio ambiente. “Todos los ingredientes son biodegradables, fabricados bajo los más estrictos estándares de calidad, y los materiales cuentan con el certificado de reciclaje, es decir, encajan en los programas de responsabilidad con el ambiente, que más hoteles buscan promover cada día, entre empleados y huéspedes”.

Todos los amenities están disponibles en su versión genérica, o bien se pueden personalizar con el logo del hotel, además la descripción de cada empaque viene en cuatro idiomas. Si desea más información sobre estos y otros productos de Megalife puede comunicarse al teléfono (506) 290 3737. ¡Converse con ellos en EXP-HORE!



Gas Safe
Protección para fugas de gas

Web: <http://www.ccsr.com/gassafe/> Tel: 282 59 45 Fax: 282 59 54

Gas Safe hace 3 cosas a la vez:

1. Detecta las fugas de gas.
2. Activa inmediatamente alarmas.
3. Cierra instantáneamente el flujo de gas.

Cumple con la ley 8228
"GAS LICUADO DE PETROLEO"

Hecho en Alemania por Selectronic Funk GmbH

i-Evitelo!

Café Astoria

Fresa de Café

Astoria
MÁQUINAS PARA CAFE ESPRESSO

Ingredientes:

- Dos porciones de Helado de crema
- Dos onz de leche entera
- Una pizza de canela.
- Una Onza de crema de freza
- Dos frezas enteras
- Un espresso

Preparación:
Todo se licua por dos minutos, adicionamos a una copa y se decora con chantilly y una o dos frezas.

¡Disfrutelo!

ELECTROFRIO
Somos equipo para su negocio

Tel. (506) 244-5530
www.cafe-electrofriocr.com
Ofrecemos cursos de preparación de bebidas a base de café
Tel. 244-4981

Marriott con energía

Con la etiqueta Estrella de la Energía, fueron condecorados recientemente en Boston, 12 hoteles de la cadena Marriott International. Este reconocimiento es otorgado por la Agencia de Protección al Medio Ambiente de los Estados Unidos (EPA), a las empresas que gastan hasta un 35% menos de energía en sus actividades.

Con esta nueva etiqueta, Marriott ya completa cerca de 85 hoteles a los que se les ha entregado la Estrella de la Energía y se convierte en la cadena hotelera con más condecoraciones de este tipo, lo que los ha llevado a fijarse como meta, certificar alrededor de ocho hoteles por mes.

"Tenemos una iniciativa a nivel global que se centra en programas ambientales y de conservación de energía y agua, así como para la protección de la fauna que se inició hace 10 años", dijo Pat Maher, Vicepresidente Senior del Programa de Administración e Ingeniería de Marriott International.

Por su parte, esta cadena hotelera informó que redujo las emisiones de gas de invernadero a 70 mil toneladas en tan sólo un año, lo que equivale a sacar de circulación cerca de 10 mil vehículos en Estados Unidos. También manifestó que en los próximos 5 años busca disminuir la emisión de gases de invernadero en un 6% por habitación, meta que espera cumplir antes del 2010.

Definición de "Green" Hotels (Hoteles Verdes) según www.greenhotels.com

"Son propiedades que sus administradores están ansiosos de institucionalizar programas que ahorran agua, energía y reducen los desechos sólidos, mientras ahorran dinero, para proteger nuestra tierra". El propósito de la Asociación Green Hotels es agrupar a todos los hoteles interesados en temas ambientales. Al asociarse, los miembros reciben una guía de 135 páginas con ideas y técnicas para reducir las facturas y el impacto en el ambiente de la zona en la que se encuentra el hotel. Otros de los beneficios de pertenecer a la Asociación son: newsletters cada dos meses con ideas, identificación pública como un "Green" Hotel.

Cervecería se anota más puntos

Con artículos de alta tecnología en audio y video, así como equipos informáticos modernos para restaurantes, bares y discotecas, el programa Puntos Cerveceros de Cervecería Costa Rica, busca ofrecer nuevas oportunidades de entretenimiento para los consumidores en todo el país.

Este programa, que nació en el 2005, anunció su segunda etapa, en la que no solo aumentará su cartera de beneficios en esos locales, sino que incrementará el número de negocios afiliados.

Puntos Cerveceros está dirigido a los restaurantes, bares, hoteles, discotecas y otros centros de entretenimiento nocturno, que registran los mayores volúmenes de venta, de productos de Cervecería Costa Rica.

El programa provee a los locales de recursos (adaptados según sus necesidades), que contribuyen a ampliar las opciones de entretenimiento en sus negocios, así como a mejorar el servicio a los consumidores.

"Los miembros de Puntos Cerveceros acumulan puntos de acuerdo con sus ventas, los que pueden canjear por premios que van desde televisores, pantallas de plasma, equipos de sonido y juegos de mesa, hasta uniformes para su personal", explica Jenny Ledezma, Coordinadora de Proyectos de Lealtad de Florida Bebidas.



Además de material promocional como jarras, camisetas, jackets y vasos, el programa ha incluido entre sus premios pólizas de seguros, infraestructura y recursos para la realización de shows especiales en los locales, como la Fiesta Imperial y el Simulacro de Fin de Año, entre otros.

En la segunda etapa del programa, la empresa incrementará el número de establecimientos afiliados. "Se incorporarán unos 200 locales más. Puntos Cerveceros estará contando así con una cartera de 700 miem-

"Esta exclusiva cartera de premios ha hecho de Puntos Cerveceros un proyecto único en su género, pues con ellos no solo se benefician los centros de entretenimiento, sino las personas que frecuentan estos lugares". Henry Zúñiga, Gerente de Mercadeo de Punto de Venta de Cervecería Costa Rica.

bro activos", indica Henry Zúñiga, Gerente de Mercadeo de Punto de Venta de Cervecería Costa Rica.

Equipos Solano

- Fabricamos y diseñamos equipos gastronómicos.
- Restaurante - Panadería - Refrigeración.
- Diseños - equipo de acero inoxidable.

Tel. (506) 226-8686 • 286-1670
San José - Costa Rica - zona industrial San Sebastian

www.equiposolano.com

POS Software
AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO EN LA ADMINISTRACION DE SU RESTAURANTE

SG SISTEMAS ALDELO

San José: 290-1970
Guanacaste: 670-1758

- Manejo de Operaciones de caja.
- Manejo de Inventarios.
- Control y precisión.

ventas@sygsistemas.com www.sygsistemas.com

“Me convertí en hotelero”

Con cuatro estrellas, y poco más de un año de haberse lanzado en la aventura de abrir un hotel, el propietario de Casa Cambranes ubicado en los Yoses, asegura sentirse muy cómodo en su nueva profesión.

Hasta hace dos años, Julio Castellanos Cambranes, era un académico, profesor, historiador y escritor, que no tenía ninguna relación con el negocio de la hospitalidad. Pero, bajo el principio de que siempre se puede aprender algo nuevo, Castellanos se lanzó en la aventura de construir este hotel, de cuyo diseño

también es el responsable.

Con una inversión cercana al millón de dólares, Casa Cambranes es un hotel estilo boutique, inspirado en la milenaria filosofía del feng shui, que combina, entre muchos detalles, la ubicación de los elementos y los colores que según Cambranes tiene como principal objetivo lograr que el cliente tenga un sueño placentero y relajante.

Castellanos asegura que ha tenido una experiencia muy intensa en este primer año, con buenos y malos momentos, de los que en definitiva ha aprendido muchas lecciones, tanto que este catedrático universitario asegura que un año después de inaugurado el hotel, siente que ya se convirtió en un hotelero, y que difícilmente dejará

“Para contratar a un empleado se debe buscar gente de confianza, recomendados por otros empleados del hotel. Cuando dicen que tienen 20 ó 30 años de experiencia mejor no contratarlos, porque tanta experiencia puede ser peligrosa”. Julio Castellanos.



Nuevo reconocimiento para Lapa Ríos



Rainforest Alliance, una organización internacional sin fines de lucro dedicada a la conservación, elogió a Lapa Ríos por sus avances como una compañía pionera en la tendencia del turismo enfocado al medio ambiente, y le otorgó el pre-

mio Corporate Sustainable Standard-Setter, por sus esfuerzos promoviendo la sostenibilidad tanto con el medio ambiente como con la comunidad.

“Rainforest Alliance está orgullosa de reconocer a estos líderes del negocio que han estado incorporando un enfoque responsable a cada una de sus decisiones y alentando prácticas sostenibles en la agricultura, la silvicultura y el turismo”, expresó Tensie Whelan, Director Ejecutivo de Rainforest Alliance. “Somos alentados por la expansión de una cultura corporativa más amigable con el entorno que ayude a los mercados globales hacia la sostenibilidad”.

A 350 pies sobre el nivel del mar, escondido bajo las densas copas de los árboles tropicales, Lapa Ríos se mezcla sutilmente con su entorno 16 bungalows con techo de paja suiita y el lobby que alberga un exclusivo restaurante y bar.

Un brindis por las tortugas



Desde hace más de 10 años, hoteleros y otros empresarios de la zona de Corcovado, preocupados por la tala indiscriminada de árboles y la falta de planes de manejo forestal en la Península de Osa, activaron la Fundación Corcovado, que se había creado desde 1992.

Esta fundación sin fines de lucro, ha venido trabajando en planes de conservación, que incluyen la contratación de guarda parques, y otros proyectos que buscan mantener y conservar la belleza natural de la zona.

Recientemente, realizaron una cena para recaudar fondos en el restau-

Alenandra Monge, Directora Ejecutiva de la Fundación Corcovado, “con las donaciones se han realizado proyectos como el vivero de tortugas, ya en el 2006 se logró salvar el 90% de los nidos, frente a un 80% que en promedio eran saqueados durante la temporada de desove”.

rante El Galeón, en la Marina Los Sueños, en Jacó, donde los participantes, además de aportar una valiosa contribución, probaron la cuchara de Darrell Thomas, Chef Ejecutivo de los restaurantes de la marina.

Ideas with passion

Saeco
CENTROAMERICA S.A.

MAQUINAS PARA CAFE ESPRESSO Y CAPPUCINO

- Doméstico y Profesional
- Oficina Automático
- Profesional de Grupo
- Vending (autoservicio)



Servicio Técnico Profesional
Tel.: 291-1151 | Fax: 291-1656

Diagonal a oficinas centrales de Pizza Hut, Pavas Condominios Zora, Local No. 15
www.saeco.com • E-mail: info@saeco.co.cr • ventas@saeco.co.cr • www.saecocentroamerica.com



Su proveedor de confianza

Telefono: 680-0139 • Fax: 680-0679
Cubrimos el sector de Guanacaste • E-mail: servicios@ckion.com

KION
FOODSERVICE

El negocio de servir porciones más pequeñas

T.G.I. Friday's anunció lo que se podría llamar un "movimiento sin precedentes en la industria de los restaurantes casuales", cuando la cadena de restaurantes comenzó a ofrecer porciones más pequeñas, a menores precios.

Con esta nueva promoción, llamada "la porción justa, el precio justo", T.G.I. Friday's ofrece seis nuevas entradas más pequeñas y pronto empezará a ofrecer cuatro de sus platos de siempre, también con porciones más pequeñas. Estas "porciones justas" ofrecen aproximadamente un tercio menos de comida a un tercio menos del costo, que los platos regulares.

De acuerdo con expertos, esta iniciativa de T.G.I. Friday's refleja la preocupación del público estadounidense por el problema de

la obesidad. Sin embargo, independientemente de lo tentadora que pueda ser la "porción justa", continúa la pregunta: ¿morderán los consumidores? O, en este caso, ¿morderán menos?

Aunque la campaña de T.G.I. Friday's está bien fundamentada, algunos conocedores señalan que la verdadera gracia detrás de los restaurantes casuales, es la cantidad de comida que se percibe en el plato. De hecho, hace tres años, la cadena Ruby Tuesday redujo sus porciones y fue ampliamente criticada, así que tuvo que ofrecer las porciones originales.

Lisa E. Bolton, profesora de marketing de Wharton, cree que esta iniciativa difiere de otras iniciativas parecidas porque "el problema de la obesidad está más presente".



Pero Bolton no está segura de que esto sea suficiente para propiciar que los consumidores coman menos. "A los consumidores les gusta un buen negocio; y más comida por menos dinero es considerado un buen negocio". Además, "a los consumidores no les gusta botar comida; así que continuamos comiendo. Todo esto nos lleva a comer más".

Fuente: degerencia.com



Esas añoradas estrellitas...

Los hoteles tipo boutique son una de las particularidades que tiene el sistema de certificación de estrellas en Costa Rica.

La categorización que extiende el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) a los hoteles se convierte en un incentivo para mejorar los servicios de estas empresas turísticas. Se valora la arquitectura, jardinería, vestíbulos, espacios públicos, habitaciones, equipo recreativo, zonas de comida, hasta el punto de vista del huésped, entre otros.

La calificación y el número de estrellas que alcance un establecimiento depende de la evaluación realizada por los técnicos de acuerdo con una serie de parámetros preestablecidos, donde se señalan rangos mínimos para ubicar los niveles.

Se necesitan 100 puntos para una estrella, 161 puntos para dos, 261 puntos para tres; 361 puntos para cuatro y 461 puntos para cinco

estrellas.

En un hotel de cinco estrellas, por ejemplo, prevalece su ubicación en su entorno natural, por sobre su tamaño.

Se busca que resalte las líneas de su arquitectura, que sea un espacio enriquecido por la belleza y gracia del trópico, representado por sus áreas verdes, arreglos y espacios internos.

Los técnicos del ICT realizan inspecciones periódicas al menos una vez al año. En caso de que el hotel incumpliera algún estándar, podría perder su categoría.

Según la Oficina de Prensa y el Departamento de Gestión del ICT, los estándares para cada país son adaptados a la zona, por tal motivo la comparación de la calidad de las estrellas entre un país y otro resulta poco equivalente.

En Colombia, por ejemplo, la Dirección General de Turismo

(Ditur) es el ente encargado de establecer y certificar los estándares propios de ese país. Tanto las características a tomar en cuenta como el proceso, es similar al de Costa Rica, aunque el nivel de exigencia es acorde con su realidad.

En el caso de Costa Rica, cuando se diseñó el "Manual de Categorización Hotelera", se analizaron los manuales de cadenas internacionales como Mobil, Michelin, Holiday Inn, Best Western, Hilton, entre otras y posteriormente se valoró la oferta del país.

Costa Rica cuenta un grupo empresarial particular compuesto por hoteles pequeños, con un diseño arquitectónico para el trópico con acabados de lujo, y con un gusto refinado por el arte en todas sus dimensiones. Esa modalidad de hoteles tipo boutique es un elemento a resaltar dentro de nuestra oferta.

PROLIM
TODO EN EQUIPO Y PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA

Italimpia
GOJO
VIPER

¡No busque más!
Ya tiene la solución integral para la limpieza de su negocio.

Ofrecemos:

- Calidad
- Servicio
- Entrega Rápida

Informe de este anuncio y se le dará un **10%** de descuento.

E-mail: prolim_3m@racsa.co.cr
Tel: 216-0538 / 216-0557 Fax: 216-0529

Comercial TAYU

Pioneros líderes en gastronomía Oriental con Soluciones para su cocina

Alimentos preparados para su salud
Nuestros alimentos no contienen ningún tipo de aditivos (transgénicos o vegetales)

Nuestros Servicios:
Trasporte (soluciones personalizadas) servicio al por mayor y minorista Supermercado Sunny Tel: 221-1263

Representantes exclusivos de las siguientes marcas:

- YAMAHA
- CEACORCHI
- YAMATO
- JFC
- NISSEI
- YAMATO

200 W. 3rd Street, Miami, FL 33130, USA
Tel: 221-1263 • Fax: 221-3730
E-mail: info@comertayu.com • www.comertayu.com

LA MARZOCCO
HECHO A MANO EN FLORENCIA, ITALIA.
www.lamarzocco.com

PS PS PS

Equipos de Calidad para Baristas Profesionales

DISTRIBUIDORA ESPRESSO

Distribuidora Espresso S. A.
Costa Rica (506) 361-0338 • Honduras (504) 9891-5402
mccercone@espresso.co.cr

KEITH & RAMÍREZ
El equipo que le brinda soluciones...

- Equipos para Hotelería y Restaurante
- Equipos de Limpieza e Higiene
- Equipos de Panadería y Pastelería
- Equipos de Lavandería
- Servicio Técnico y Repuestos
- Diseño de Proyectos

Keith & Ramirez
Avenida 12 Calles 16-18 Bx. Los Angeles,
San José de la terminal de buses de Puntarenas 25 mts. Oeste
Teléfono: (506) 223-0111 Fax: (506) 222-2412 www.kr.co.cr

Aquí y ahora



Sabor de calidad



Gourmet Imports D.C.R. by Jürgen

Distribuidores para Costa Rica

Visitenos en Exphore 2007 • Local # 814

Canatur dice sí a lunes feriados

La Cámara Nacional de Turismo, Canatur, realizó una consulta a 50 empresarios afiliados a esta cámara, con el fin de recopilar el criterio sobre el traslado de feriados a los días lunes, además de conocer los beneficios que han recibido con respecto a la ley, que aprobó el Congreso, desde el 2005.

Entre los resultados más importantes, resalta que la ocupación durante los fines de semana largos aumenta un 30%. Además, un 22% de los empresarios indicó que su principal mercado es el nacional, y aseguraron que se han beneficiado con el cambio del fecha de los feriados.

El resto de los empresarios argumentó que no les beneficia porque trabajan exclusivamente con turismo extranjero, pero apoyan la ley.

Los empresarios que más defienden la ley son los hoteles y las empresas de alquiler de autos, mientras que las agencias de viajes y tour operadores son más indiferentes al tema, porque trabajan poco con turismo nacional, y se trata de un público que es más dado a organizarse el viaje.

Ante la eventual derogatoria de esta Ley, Gonzalo Vargas, Presidente de CANATUR asegura que "el traslado de los feriados es una muy buena opción para incentivar el turismo nacional, ya que le ofrece posibilidad al residente de contar con más tiempo para vacacionar y conocer su país. Nos parece injusta la decisión, ya que estamos limitando las oportunidades de crecimiento que han mostrado estos empresarios, principalmente nacionales, quienes encuentran en el turista local su fuente de trabajo, y gracias a esa mayor ocupación registrada durante los fines de semana largos, pueden continuar con su negocio".



"Estamos concientes que para el país, el desarrollo del turismo es de gran relevancia, ya que tanto el turismo internacional como nacional generan importantes divisas, empleo directo e indirecto y desarrollo económico y social en los distintos lugares del país, por esta razón nos oponemos a esta iniciativa", Gonzalo Vargas, Presidente de Canatur.

Por Cavendish Farms
Secreto del Chef

"El secreto está en el ahorro"



"Comprar menos cajas"

Cada caja de esta crujiente, extra larga y deliciosa papa rinde un 15% más que las cajas comunes. Esto se traduce en que usted compra menos y sirve más porciones.



"Ahorro de hasta un 20%"

El nuevo proceso único e innovador permite que la papa limite la absorción. Esto se traduce en más aceite en la freidora y menos en la papa, por lo tanto un considerable ahorro de aceite.



"Caliente y crujiente 20% más!"

El nuevo proceso hace que la papa se mantenga caliente y crujiente 20% más que las papas regulares. Esto significa menos pérdidas, ahorro en trabajo, energía y cocción.



Chef's Secret

Nueva creación de Cavendish Farms



"0 Gramos Trans Fat!"

Todas las papas Cavendish Farms son hechas con aceite NO HIDROGENIZADO por lo tanto contienen 0 Trans Fat. Esto significa que servir papas Cavendish Farms es saludable para usted y sus clientes.



En conjunto con la confianza y fidelidad de nuestros clientes, y el creciente gusto por nuestros productos Cavendish Farms en el mercado, hemos decidido, ofrecer a nuestros presentes y futuros clientes, cortes nuevos como los deliciosos trozos de papa (sazonados o con cáscara), corte tradicional extra crujiente (clear coat), corte fresco (Fresh cut) y "Chef Secret's".



DISTRIBUIDAS POR GLOBAL PARTNERS

Tel: (506) 293-3896 • Fax: (506) 293-2601

E-mail: foodservice@gpartners.com

Barreal de Heredia, Costa Rica

Vodka y samba



El sabor de Brasil se mezcló con el sabor del vodka Smirnoff, para dar origen a Smirnoff Caipiroska, una presentación de la tradicional bebida brasileña, lista para consumir. Esta bebida que Smirnoff lanzó recientemente, al mercado latinoamericano, tiene como base el Vodka Smirnoff, con el equilibrio perfecto de limón y azúcar, solo basta agregarle hielo.

El resultado, es una nueva experiencia de sabor, fácil de tomar, un trago fresco e innovador, que facilitará el trabajo de bartenders, en hoteles, bares y restaurantes, quienes tendrán oportunidad de ofrecer un Caipiroska, al mejor estilo brasileño, sin necesidad de ser expertos en esta bebida.

"Smirnoff Caipiroska, refleja la personalidad de Smirnoff: una bebida joven, espontánea y desinhibida; una marca Premium, internacional, de alta calidad, diferente y sofisticada, particularmente distinguida por su pureza, su sabor delicado y su elegancia", comentó Felipe Guardia, Gerente de Marca de Smirnoff.

Esta bebida está diseñada para atraer a personas que buscan nuevas experiencias y sabores refinados, que priorizan la calidad del producto y practicidad a la hora de consumirlo, aseguró Guardia.

Smirnoff Caipiroska es distribuido en Costa Rica por Holtermann & Co., representante de las marcas de Diageo.

Los países que más participan en el consumo de vino son Francia (consume un 13,59% del total de consumo mundial), Italia (13,40%) y Estados Unidos (9,75%).

Costa Rica importa cerca de 5 millones de botellas al año, lo que equivale, aproximadamente a 1.1 botellas por habitante.



"Tips del Chef"

Por Chef Douglas Rodríguez

¿Cómo descongelar productos en forma segura?

Los expertos en salud alimenticia recomiendan deshielar los alimentos en el refrigerador, microondas o poner el paquete en una bolsa hermética de plástico, sumergida en agua fría y cambiarla cada 30 minutos.

El descongelamiento gradual de los alimentos durante la noche en el refrigerador es mejor porque ayuda a mantener la calidad de los mismos. Cuando use el microondas siga las instrucciones del empaque.

Deje aproximadamente 2 pulgadas (aproximadamente 5 centímetros) entre el alimento y la superficie interior del microondas para permitir que el calor circule. Las porciones pequeñas se descongelarán más uniformemente que los pedazos grandes de alimento.

La comida descongelada en microondas debe ser cocinada inmediatamente después de ser deshielada. No deshiele las carnes y pescados sobre la mesa o en el lavadero sin agua fría; las bacterias pueden multiplicarse rápidamente en la temperatura ambiente.

Consejos de colegas para un excelente servicio



Súper Apetitoso

¿Qué hacer si hay sobreventa de habitaciones?

Lo primero que hay que decir al respecto es que esta situación es la "pesadilla" de un hotelero por las muchas implicaciones que tiene, especialmente en cuanto a la imagen y seriedad de su hotel.

Lamentablemente, nadie está exento de situaciones imprevistas y fuera de su control y que de seguro, resultarán en una sobreventa en la que el último afectado resulta siendo el Señor Cliente.

Pero, como de todos modos, hay que afrontar este tipo de situaciones, lo primero que cualquier hotelero hace es asegurar suficientes cupos en un hotel alternativo y observar en todo momento, los estándares de cada marca o cadena hotelera.

Luego, se analiza cada reserva detenidamente para establecer prioridades. La primera prioridad la tienen los clientes que hayan garantizado sus reservas.

Es importante tratar de ayudar también a quienes llegan con reservas no garantizadas, pero en tales casos, el compromiso es algo más limitado.

Lo que sigue en adelante es hacer un acercamiento muy positivo con los clientes que resulten afectados, para tratar de ganar su cooperación eliminando situaciones de confrontación. Lo mejor es hablar claro, decir la verdad sobre la situación, y hacer lo necesario para minimizar las incomodidades que, la situación, de por sí supone, además de cortesías comerciales y sobre todo, seguimiento al resto de la estadía del huésped para brindarle los servicios del hotel al día siguiente.

Cada situación es tan única y particular que no será fácil dictar una norma que de solución a todos los casos que se puedan presentar.



Carlos A. Aya R. Gerente División Cuartos, Hotel Real Intercontinental Costa Rica.

En la actualidad, el mercado mundial de consumo de vinos se encuentra en ascenso. Diversos estudios y mediciones estadísticas dan cuenta que el mercado ha experimentado cuatro etapas, desde 1965 a la fecha. La primera etapa es de franca expansión, la segunda (1975-84) de estancamiento, la tercera (1984-95) de disminución pronunciada en el consumo y una última a partir de 1995 de recuperación, con tendencia a la expansión.

TEL TIAN

¡ Dé en el punto con nuestra tecnología !

Integramos soluciones para hoteles y restaurantes:

- » Redes de comunicación inalámbrica (wireless)
- » Control de acceso y cobro de usuarios de hotspot
- » Cámaras de video en red con grabación digital
- » Sistemas empresariales de hardware y software
- » Voz sobre IP (VoIP)

Contáctenos para más información: Tel: 258-8114 | info@teletian.net | www.teletian.net

Resistencia y calidad para sus mejores platillos

Vajillas | Ollas | Accesorios de cocina

yamuni
MAYOREO

www.yomuni.com Tel: 255-2066 | Fax: 222-6607
Avenida 12, calle 36, 200 m este de
ITC: Donald F. de la Jibona

SUNNEX | [Logo] | [Logo] | [Logo] | [Logo]

Nosotros le damos la base



usted tiene la creatividad



Con los múltiples productos para rellenar que le ofrece La Canasterie, usted podrá elaborar recetas originales, tanto dulces como saladas, de una manera sumamente práctica y eficiente. Ideales para sus necesidades gastronómicas.



Para sus pedidos:
Tel/Fax.: (506) 248-1495
arielsamuel@gmail.com
Certificado Kosher por:
Rabinato Costa Rica




Alimentación Kosher Rito judío que concede salud

El brócoli y la coliflor son dos de las pocas verduras que quedan excluidas de la dieta kosher, pues su composición dificulta su limpieza y, por ende, es difícil garantizar que el alimento es 100% sano.

La palabra hebrea "kosher" significa apto o apropiado. Los alimentos kosher, más que tipos específicos de comidas sanas, son un sistema de revisión de alimentos de acuerdo con el ritual judío y cuyo significado se regula por un conjunto de criterios religiosos preescritos en la Torah (Leyes judías de hace más de 3.000 años).

Estas leyes buscan establecer un régimen que beneficie al cuerpo y al alma, para lograr un equilibrio tanto físico como mental, explicó Ariel Faingezicht, de La Canasterie.

Eventos con valor extra

Aún cuando la dieta kosher es parte de los rituales de la comunidad judía, personas "no judías" tienden a seguir esta línea.

"Con tantas pandemias que se han presentado los últimos años, como el mal de las vacas locas y la gripe aviar, las personas buscan consumir alimentos que hayan pasado por procesos de manufacturación que los haga más seguros", agregó Faingezicht.

En el caso de Costa Rica, el pueblo

en general, no frecuenta esta dieta. Pero ciertas prácticas kosher se han ido adaptando en las cocinas de los hoteles para dar un mayor valor a los alimentos. "Aunque la persona no sea judía, si entiende el concepto, va a saber que su comida fue elaborada bajo altos estándares de limpieza, desde el momento en que se sembró la planta o mató el animal, hasta que se sirvió".

Las leyes judías especifican que solo se pueden consumir animales rumiantes que tengan la pezuña partida (vaca o cordero), aves de corral (pollo o pavo), pescado que tenga escamas y aletas, todo tipo de verduras y frutas excepto brócoli y coliflor porque tienen gran probabilidad de tener bacterias de difícil eliminación.

En el matadero, los animales deben sufrir el menor daño posible y se les debe extraer toda la sangre. Tanto en el almacenamiento como en la vajilla a utilizar, deben ser espacios y utensilios exclusivos kosher, es decir, purificados debidamente por el rabino.

Estricta purificación

El Centro Israelita Sionista de Costa Rica es el ente encargado de otorgar la certificación kosher a los productos en el país.

Fernando Castro, Gerente Ven-

tas y Distribución de Café Britt, comentó que todas sus presentaciones de café se encuentran certificadas desde el año 2000. Por su parte, Rodrigo J. Bettoni, Gerente General de Prima, S.A., empresa certificada Kosher desde hace 4 años, comentó que conseguir esta certificación le ha permitido a su representada, proveer de materias primas a aquellas empresas que siguen estrictamente el sistema de revisión alimentaria, según el ritual Judío que conlleva; además de un fin religioso primordial, también garantizar al consumidor final un producto totalmente apropiado que a su vez haya superado previamente un proceso de elaboración, que garantice su calidad en aspectos tan importantes como

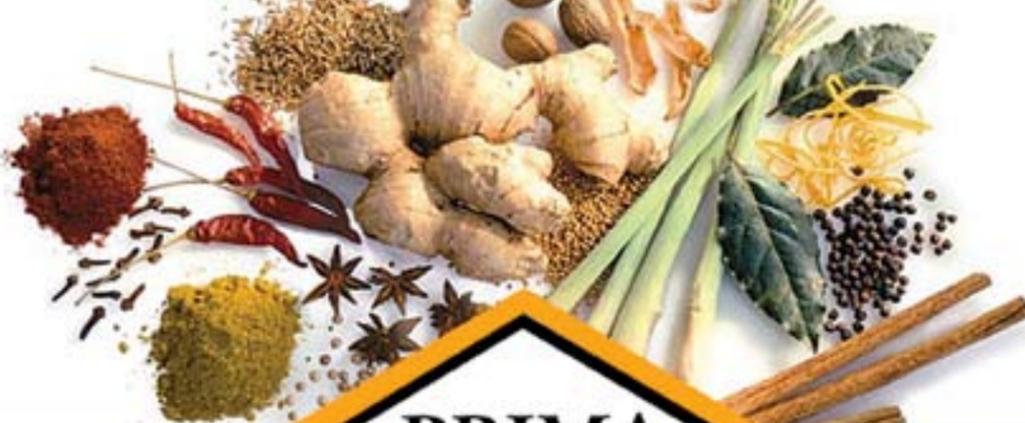
su composición físico química y su contenido biológico.

"El que Prima, S.A., haya obtenido la certificación Kosher, reafirma su filosofía de calidad. Una supervisión externa a la empresa nos inspecciona, garantizando de esta manera el perfil de nuestra producción, precisamente, en este aspecto tan importante relacionado con los cánones de salud y sus recaudos, los que hay que tener en cuenta para conservar la misma en óptimas condiciones".

Un certificado de este tipo significa que un individuo religioso observador y entrenado en las leyes y métodos de producción, determinó que el alimento fue procesado de acuerdo con los requisitos de la religión judía.



Todas las presentaciones de café Britt se encuentran certificadas con sello Kosher desde el año 2000.





PRIMA S.A.

CONDIMENTOS Y MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Tel: (506) 257-5455
E-mail: ventas@primainteramerica.com
www.primainteramerica.com



CLABBER GIRL CORPORATION

Empresa Norteamericana con mas de 150 años de experiencia en la fabricación de productos de horneado llega a Costa Rica y a toda Latinoamérica después de lograr su indudable posicionamiento dentro del mercado norteamericano.

Dentro de los productos que ofrece CLABBER GIRL en Costa Rica se detallan los siguientes:

- Polvos de horneado doble acción
- Mezclas mulsas (especial para biscuits, waffles, biscuits, queques, entre otros)
- Premezclas de galletas y brownies gourmet
- Polvo para crema pasteleira
- Bicarbonato de sodio
- Almidón de maíz

Ahora un excelente producto se lanza al mercado para innovar la industria de las frituras:

OILFLEX:
Estabilizador de aceite para frituras (prolonga la vida del aceite)

Es importante indicar que CLABBER GIRL ofrece apoyo técnico para sus clientes desde su laboratorio en Terre Haute, Indiana EE.UU. La empresa cuenta con expertos quienes están disponibles para contestar preguntas de clientes y consumidores ya sea en los usos y aplicaciones así como en la solución de problemas. CLABBER GIRL sabe lo importante que es hacer llegar hasta la cocina productos que garanticen la descarga uniforme de sus propiedades y es por eso que todos sus productos cuentan con empaques que dan garantía que sus contenidos no han sido expuestos al ambiente y la humedad, dichos empaques garantizan las mejores prácticas sanitarias de seguridad e higiene que dan como resultado final un producto de la mejor calidad.

Biscotti de De Pecanas y Doble Chocolate

- 2 T. Mezcla Multipropósito Clabber Girl
- 1/2 T. cacao en polvo amargo (cerda)
- 1 Cta. bicarbonato de sodio Clabber Girl
- 6 Cda. mantequilla suave
- 1 1/4 T. azúcar
- 2 huevos grandes
- 1 1/2 T. Pecanas picadas
- 1 T. chips de chocolate semi-dulces

Precalente el horno a 350 of. Cubra una bandeja con papel encerado. En un tazón pequeño bata la mezcla de horneado Clabber Girl cacao en polvo y bicarbonato de sodio Clabber Girl. En un tazón bata la mantequilla y el azúcar a velocidad baja hasta que esté clara y esponjosa. Agregue los huevos y bata hasta mezclar. Agregue la mezcla seca para formar una masa dura. Envuelva las pecanas y las chips de chocolate. Divida la masa en dos y forme dos rollos (levemente aplastados de 12 pulgadas de largo y 2 pulgadas de ancho). Hornee por aproximadamente 35 minutos o firme al tacto. Enfrié los rollos, transfiera a una tabla de cortar y corte en tres diagonales. Coloque de vuelta en la bandeja y hornee por 5 a 10 minutos hasta estar crujientes.

Sirve 20 porciones.
Visite clabbergirl.com para otras fabulosas recetas.

CLABBER GIRL
#1 Selling Retail Brand of Baking Powder in the U.S.A.

Deliciosos bizcochos...
Delicadas tortas...
Textura excelente...
Uniformidad en descarga de moléculas...
Consistencia...
Control de calidad.

Por casi 150 años, el polvo de hornear Clabber Girl ha sido el preferido de cocineros y profesionales de la culinaria por igual, para obtener productos horneados de buena calidad y consistentes. Los demás productos de Clabber Girl: Bicarbonato de sodio, almidón de maíz y mezclas para galletas y panificación con calidad gourmet están formulados y mezclados con el mismo cuidado. También se ofrecen opciones en tamaño industrial.

All of our products are made in the U.S.A.
Todos nuestros productos se fabrican en los EE. UU.
*Based on AC Nielsen volume sales data 12 weeks ending 10/28/11

Biscuits de Queso y Ajo

- 3 T. Mezcla Multipropósito Clabber Girl
- 2 T. leche o leche cultivada
- 1 T. queso Cheddar rallado
- 1 Cta. ajo en polvo (Tone's)
- Cubierta de Queso y Ajo
- 1/2 barra de margarina
- 2 cta. ajo en polvo
- 2 Cta. perejil picado

Precalente el horno a 425 of. Combine los ingredientes anteriores y mezcle suavemente hasta formar una masa. Con una cuchara pase la mezcla a un molde para panecillos engrasado (aproximadamente a la mitad). Hornee por 12 a 14 minutos o hasta dorar bien.

Mientras los panecillos todavía estén calientes, rocíe con la cubierta de queso y ajo.

Sirve: 12 a 14 panecillos.

Visite clabbergirl.com para otras fabulosas recetas.

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO



Para más información sobre nuestros productos visítenos en EXHORE o comuníquese con COMPROIM, S.A. a los teléfonos: (506) 261-6821, (506) 261-7354, al fax: (506) 261-5843 o al correo serviciocliente@comproim.net Visite nuestro Website: www.clabbergirl.com/internacional

Comedores Institucionales



Es un restaurante que todos los días sabe la cantidad de platos que servirá en cada uno de los turnos, con un práctico menú, y clientes siempre fijos a la misma hora. Innovación permanente y un balance entre precio y calidad, son las principales armas para el éxito de los comedores institucionales, que si bien una de sus mayores ventajas es el público cautivo, caer en la rutina se puede convertir en su fracaso.





“El proyecto para el próximo año, es incursionar con nuestros servicios en Nicaragua”. Gerardo Guzmán, Gerente de Operaciones de Guzfood.

Guzfood: cuidar los detalles

Para Gerardo Guzmán, Gerente de Operaciones de Guzfood, empresa que ofrece servicio de alimentación a comedores escolares y empresas, el cuidado de los detalles y la excelente comunicación con el cliente y el usuario final, es fundamental para el éxito de este negocio.

“Hay una constante retroalimentación, tanto escrita como oral con nuestros clientes. La relación es muy estrecha, de manera que ellos me comunican todo muy abiertamente. También por medio de nuestra página web, nos envían muchos comentarios, que tomamos en cuenta al momento de elaborar las propuestas de menú”.

Precisamente, el menú se cambia cada mes, tomando en cuenta diferentes factores.

“Nos reunimos una vez al mes con los cocineros y el nutricionista para elaborar la propuesta del menú. Procuramos presentar al menos, tres opciones para elegir. Se incluyen nuevos platos, se eliminan otros, de acuerdo con las sugerencias de los clientes, y el aval del nutricionista, logrando un balance entre costo, calidad, nutrición y preferencias”.

Uno de los comedores que administra Guzfood es el de la Escuela y Colegio Saint Mary, ubicado en Guachipelín de Escazú, en el que diariamente sirven en promedio 150 almuerzos, más los servicios de café y merienda en la mañana y tarde.

Guzmán asegura que en este caso específico, es de gran importancia mantener esa

relación directa con el cliente, puesto que los padres de familia se preocupan por la alimentación de sus hijos.

“El ritmo en la escuela es un poco diferente que en los otros lugares. Con los niños hay que estar pendientes de lo que come cada uno, incluso cuando terminan de comer ellos nos muestran el plato, nosotros los controlamos mucho, porque los padres necesitan estar tranquilos de que sus hijos se están alimentando bien”.

Así como mantiene esa relación con los clientes, Guzmán exige lo mismo de sus proveedores, de quienes espera la mayor responsabilidad y compromiso.

“El principal requisito para elegir un proveedor es la calidad del producto, por tratarse de alimentos no se puede jugar con este factor, tiene que ser de primera porque estamos hablando de la salud de nuestros clientes, además que nos garanticen productos frescos, y un servicio con mucho compromiso, que sean nuestros socios”.

Asegura que de los productos más difíciles de conseguir son los mariscos, pues la disposición de algunos varía con las temporadas y no siempre se logra consistencia en la calidad.

Guzfood también tiene que librar una constante lucha contra el tedio, pues como es normal los clientes se cansan de la rutina. Para ello, además de variar el menú, Guzmán encontró otra salida. “Una estrategia es rotar a los cocineros entre las diferentes sodas, para que cambie la sazón. Por más que se estandaricen los menús, siempre cada cocinero imprime su toque personal, y esto lo tomamos como una ventaja para tener pequeñas variaciones de las mismas recetas”.

Sodexho: más que comida

Sodexho es una empresa francesa fundada en 1966, que se dedica a la administración de comedores institucionales, entre otros servicios externos a empresas. En total, manejan 28.300 contratos en 80 países, y en Costa Rica, administran 23 comedores, uno de ellos es la soda de Amanco, donde sirven en promedio 500 platos diarios, entre desayunos, almuerzos y café de la tarde.

Verónica Amador, Administradora de la soda, asegura que la constante renovación es la principal herramienta para mantener el alto estándar de calidad. “Al trabajar con un menú institucional se debe buscar el balance entre la satisfacción de nuestros clientes y la rentabilidad del negocio, lo que no es fácil. Para ello se requiere de varios factores, gustos y preferencias del cliente, innovación, un agudo control de costos, entre otros. Además, es justo decir que bajo el esquema institucional es básico romper la rutina por el tipo de población a la que se brinda el servicio”.

Para Leslie Castro, Jefe de Operaciones de Sodexho Costa Rica, la estabilidad de las ventas es una de las principales ventajas de contar con un público “cautivo”, aunque reconoce que mantener estas ventas es uno de los principales retos de la compañía. “Ofrecer diariamente un producto de alta calidad, que cumpla con las expectativas de la mayoría de nuestros clientes”.

Según comentó Castro, para mantener y cumplir estas expectativas, es de suma importancia el trabajo conjunto entre el cliente y el administrador del comedor, quienes al inicio del contrato establecen el tipo de comidas que se van a ofrecer, de acuerdo con perfil de los clientes. El menú es elaborado por el chef y el administrador, y varía en ciclos de 4 a 6 semanas.

Amador asegura que son varios los elementos que se toman en cuenta al momento de elaborar y cambiar el menú. “Hay una serie de factores importantes que no se pueden perder de vista a la hora de realizar cambios en un menú, entre ellos están los gustos de nuestros clientes, la necesidad de brindar una alimentación balanceada, obviamente el factor costo es un determinante a la hora de organizar las preparaciones, y elementos estéticos como los colores, texturas, entre otros”.

COMPRAS POR SEMANA

Carne: 60 kilos
Pollo: 70 Kilos
Huevo: 65 kilos
Arroz: 75 Kilos
Azúcar: 16 kilos

Uno de los más recientes proyectos de Sodexho es desarrollado en esta soda, y se trata de un plan piloto que busca promover el consumo de comida sana y balanceada.

“El programa comer sano y vivir sano, consiste en ofrecer diferentes alternativas saludables en el menú, de manera que el cliente puede elegir, pero con información de lo que está consumiendo. En la campaña, se incluyen colores para distinguir los diferentes tipos de comida, verde es bajo contenido de calorías, amarillo es medio y rojo es alto. Lo bueno es que no sólo tienen la oportunidad de elegir, hacer sus propias combinaciones, sino que se genera conciencia sobre la importancia de una nutrición balanceada”, comentó Amador.



El menú es elaborado por el chef y el administrador, y varía en ciclos de 4 a 6 semanas. Verónica Amador, Administradora de la soda de Amanco y Leslie Castro, Jefe de Operaciones de Sodexho Costa Rica.

Hospital México: prueba de fuego

Si se comparara con un hotel, su operación sería una de las más grandes del país. Cuenta con 600 camas, 3 mil trabajadores, (es decir 5 empleados por cliente), y un envidiable promedio de ocupación del 89% todo el año.



Yolanda Barboza, Jefe de Nutrición del Hospital México

COMPRAS POR SEMANA

Huevos: 350 kilos
Arroz: 4 mil kilos
Azúcar: 2500 kilos
Bistec: 550 kilos
Pollo limpio entero: 1200 kilos

Mensualmente, se sirven en promedio 32 mil raciones

Se trata del hospital México, donde su cocina no se detiene, pues trabaja las 24 horas, los 365 días del año. La encargada de coordinar toda esta operación es Yolanda Barboza, Jefe de Nutrición del centro hospitalario.

La cocina atiende tanto a pacientes como empleados del hospital. A los primeros, se les ofrecen todos los turnos de comida, y los trabajadores tienen derecho a 2 tiempos, por cada 8 horas laboradas. Además, se dan algunas comidas extra, para pacientes de consulta externa que vienen de zonas muy alejadas, o los que son atendidos en quimioterapia, que pasan muchas horas en el hospital.

"Mensualmente, se sirven en promedio 32 mil raciones, cada ración equivale a 4 tiempos de comida, y el almuerzo es el tiempo más recargado de la cocina, porque es cuando hay más personal laborando en el hospital".

Barboza sabe que con tantos comensales, difícilmente va a lograr un 100% de satisfacción, pero asegura que su departamento mantiene una constante retroalimentación, tanto verbal como escrita, que les permite tomar decisiones en cuanto al menú.

"Trabajamos con un menú único que rota cada 42 días, que toma en cuenta los diferentes gustos y hábitos alimenticios. Lo que hacemos es que se revisa cada semana para ver la disponibilidad de ciertos productos, y dependiendo de la aceptación o no de los platos, se cambia cada seis meses, los cambios son programados con tiempo, no se pueden hacer antojadizos, porque los pedidos se hacen con 15 días de antelación".

En cuanto a los proveedores, pese a ser un cliente muy fuerte, Barboza comenta que en algunas ocasiones se le hace difícil conseguir ciertos productos, como es el caso del pescado.

Ella atribuye este inconveniente a los altos estándares de calidad que exige la institución, y a la gran cantidad de trámites que deben pasar los proveedores para convertirse en oferentes. "Como cualquier institución pública, para realizar compras debemos pasar por el proceso de contratación administrativa, además el control sanitario en el manejo de producto, la calidad que se exige, especificaciones técnicas del producto como peso y tamaño, en fin, una serie de factores que hacen que el grupo de proveedores interesados en ofrecer sus productos se reduzca".

El control de la calidad que ofrecen los proveedores es una de las más importantes tareas, pues como asegura Barboza, de ello depende ofrecer calidad y aprovechar al máximo los recursos sin desperdicio. "Todo se revisa minuciosamente, cada producto debe ser entregado de acuerdo con los parámetros preestablecidos, pues cualquier variación puede alterar la estandarización de recetas. Todo debe seguirse al pie de la letra, por eso es tan importante las especificaciones como tamaños de cada porción".

Por ADL Seafood

Mariscos frescos todo el año

Con una moderna planta de procesamiento, y estrictas técnicas de producción, ADL Seafood garantiza mariscos frescos y de primera calidad.

En menos de 24 horas, desde que el pescado o marisco ingresa a su planta, los empleados de ADL Seafood se encargan de procesarlo y empacarlo. Como asegura Javier Valerio, Gerente General de ADL Seafood, se trata de la forma más segura de garantizar la calidad de los productos que se ofrecen.

"En 24 horas, se cumplen todas las etapas de producción, desde la pesca, el corte o selección, el proceso de desinfección, el empaque y congelamiento. Este último se realiza en dos horas (dependiendo del producto), con un golpe de temperatura de menos 30 grados centígrados.

Valerio comentó que ADL Seafood es la única planta de mariscos en Latinoamérica que desinfecta el 100% de los productos que procesan. "Se trata de un plan piloto en el que tenemos la asesoría de Ecolib, con un laboratorio monitoreado por la American Proficiency Institute, especializado en microbiología de alimentos, quienes avalan que los productos han sido debidamente desinfectados".

Con esta técnica, el pescado puede llegar a conservarse en óptimas condiciones hasta año y medio, y los moluscos y crustáceos hasta tres años, a menos 20 grados centígrados, garantizando así, un abastecimiento continuo".

Valerio comentó que otra de las ventajas que ofrece ADL Seafood a los hoteles y restaurantes es la posibilidad de personalizar sus compras. "Nos adaptamos a cada cliente. Hemos logrado personalizar los productos. Estamos en capacidad de responder a



Javier Valerio, Gerente General de ADL Seafood
"El futuro de los hoteles y restaurantes es reducir las pérdidas a cero, esto sólo se logra al tener un control real, consumiendo productos hechos a la medida".

pedidos muy específicos". Esta característica beneficia a los clientes en varias direcciones: por un lado el hotel o restaurante puede tener recetas únicas, además de que se evitan las pérdidas por el desperdicio de productos o por los robos hormiga.

Para más información sobre los productos y servicios que ofrece ADL Seafood, comuníquese al teléfono 228-1898. ¡Encuéntrelos en Explore!

Más valor, más rentabilidad

5 años ofreciendo productos a la medida del cliente.

Porque sus clientes exigen lo mejor, nosotros le garantizamos un producto fresco, de primera y manipulado con los más altos estándares de calidad.

Especialistas en mariscos
Contamos con más de 75 líneas

A.D.L.
Seafood

Contáctenos y garantice la calidad y rentabilidad en sus mariscos Teléfono: (506) 228-1898

Jacó, al mejor postor

Mientras la prostitución es para algunos el principal atractivo de Jacó, es muy diversa la forma en que los hoteleros han asumido esta realidad.

Hay quienes tomaron la decisión de convivir con ella, mientras otros asumieron la lucha en su contra, pues la definen como la madre de todos los males de Jacó, incluida la inseguridad. En esta posición se encuentra el hotel Best Western Jacó Beach, que desde hace más de dos años inició una fuerte campaña en contra de la prostitución, que no solo incluye un explícito material gráfico, sino también acciones específicas del personal de seguridad, que se encarga de mantener a las y los practicantes de este oficio fuera de sus instalaciones.

Como asegura Mario Barrantes, Jefe de Relaciones Públicas del hotel, quien asumió desde el inicio la campaña, se trata de una segmentación de mercado, con muy buenas consecuencias a futuro, aunque de momento se deja de percibir ingresos económicos de manera directa.

"Es evidente que el hotel pierde dinero por cada prostituta que no ingresa, pero es una inversión a largo plazo, por un turismo más limpio".

Aunque se trata de una difícil tarea, todos los departamentos del hotel se encuentran coordinados en pro de la campaña. Por ejemplo, la primera etapa le corresponde al personal de recepción, que detecta el "perfil" del cliente más propenso a este tipo de situaciones. "En el momento del chequeo de ingreso, se le advierte al huésped que no permitimos el ingreso de acompañantes al hotel. En algunos casos prefieren irse a buscar otro lugar".

El departamento de seguridad juega un papel protagónico en el seguimiento de los casos, ya que conforman la principal barrera física.

Barrantes comentó que el hotel ha liderado esfuerzos para llevar esta campaña a otros hoteles y restaurantes, además de generar mayor conciencia entre agencias de

viajes, para que no promuevan Costa Rica como destino sexual.

"A nivel de hotel ya se logró neutralizar el problema, ahora lo que queremos es proyectar esto en la comunidad, no queremos que Jacó se pierda. Sé que a largo plazo vamos a ganar esta batalla".

Guerra

Horacio Quesada, propietario del hotel Balcón del Mar también le ha declarado la guerra abierta a la prostitución.

En la parte económica, Quesada calcula que su hotel deja de percibir alrededor de 10 millones de colones al mes, por no recibir clientes con prostitutas, y pese a ser un hotel pequeño que ha ido creciendo con inversión propia, asegura que prefiere renunciar a este ingreso a tener que lidiar con todos los problemas que acarrea este tipo de clientela.

"Todos los días rechazamos clientes porque nos piden traer prostitutas, las agencias que se encargan de promover este tipo de turismo, saben que en este hotel no tienen espacio. Para algunos, puede que esto sea un mal negocio, me dicen que soy mal hotelero, porque no es ningún secreto que el turismo sexual es un negocio muy lucrativo, pero yo me siento satisfecho porque esta política motiva mucho a los empleados, quienes comparten la misma moral".

Desde el punto de vista de seguridad, Quesada asegura que es otra ventaja que tiene en su hotel al mantener esta política. "Es conocido que algunas prostitutas tienen métodos para robarle dinero a sus clientes. Si esto llega a pasar, el huésped puede culpar al personal del hotel, y es exponer al personal a problemas innecesarios".





Con un explícito material gráfico, que se encuentra en recepción y en todas las habitaciones, el hotel Best Western Jacó Beach, apoya su campaña contra la prostitución.

Realidad innegable

“Cada quien hace lo que quiere. Esto no es un convento, ni yo soy la madre superiora”, aseguró un hotelero de Jacó, quién prefirió no ser identificado, ante nuestra pregunta sobre su posición con respecto a la prostitución. Al parecer, esta es una posición bastante generalizada ante una situación nada nueva en la zona. De hecho, la mayoría de sus visitantes son atraídos por la fama internacional que tiene esta playa de ser un destino sexual turístico. Para este hotelero, el tema de la seguridad va más allá de permitir o no el ingreso de entrar prostitutas a un hotel, él asegura que se trata de una realidad con la que no sólo hay que convivir, sino que saber manejar, de manera que en su hotel se toman ciertas medidas para evitar problemas a los huéspedes que utilizan estos servicios de compañía.

“En el hotel se conoce el perfil del huésped que, por lo general, sale en busca de estas damas, son clientes varones, entre 20 y 40 años, que se registran solos. Por lo general, salen después de la cena, y regresan con la acompañante. El personal de recepción está en la obligación de pedir una identificación de la misma, que debe dejarla y antes de salir debe reportarse para retirarla. En

ese momento, el recepcionista a cargo, llama a la habitación para asegurarse de que todo está en orden, y le pregunta al cliente si esta persona se puede retirar. Todo como una medida de seguridad para evitamos cualquier problema”.

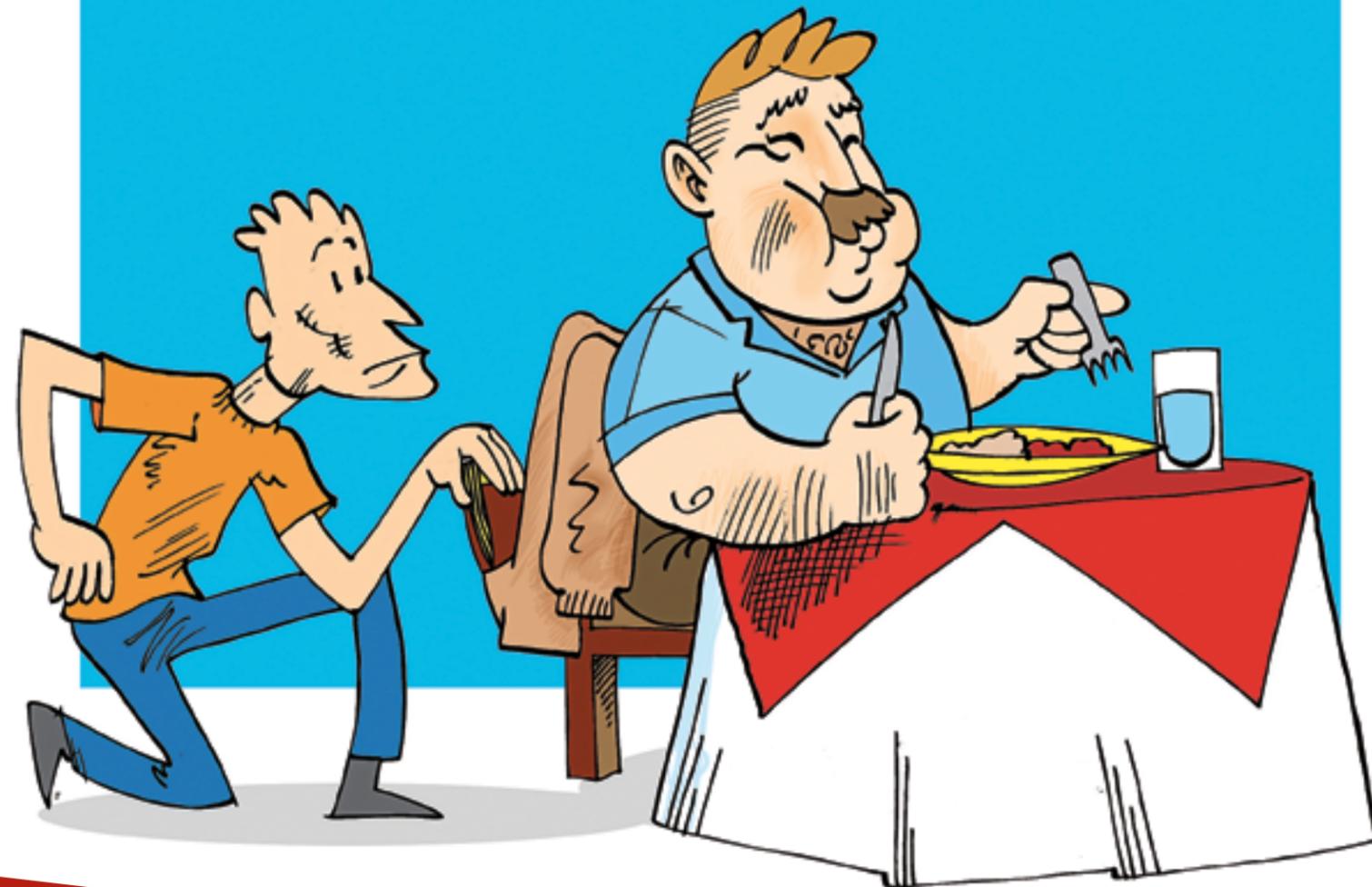
El asegura que con estas sencillas medidas ha logrado mantener el orden, sin afectar la privacidad de los clientes. Además, considera que si existe un problema en Jacó es de inseguridad, pero esto es un tema que debe asumir la municipalidad, y el Ministerio de Seguridad, ya que esta situación afecta de manera directa al turismo de la zona. Asegura que en una encuesta que él mismo realizó entre agencias de viajes receptoras, casi un 20% aceptó que había eliminado a Jacó, Manuel Antonio y Tamarindo, de su oferta de viajes por los problemas de inseguridad y



“Para alejarse del turismo sexual, hay que desarrollar otros mercados, como el turismo orientado a grupos de estudiantes, eventos, bodas, clases de buceo. Hay muchas otras formas de percibir ingresos en turismo, pero hay que buscarlas”. Horacio Quesada, Proprietario del hotel Balcón del Mar.



“Otros hoteles se han interesado en conocer sobre nuestra experiencia con esta campaña contra la prostitución, y nosotros con mucho gusto estamos dispuestos a compartirla, lo mismo con operadores de turismo, porque la idea es hacer conciencia en la mayor cantidad de personas”. Mario Barrantes, Jefe de Relaciones Públicas del hotel Best Western Jacó Beach.



Caricatura: Daniel Solano

Tips para estar seguros

Todo dinero que se invierta en seguridad se recupera con la primera acción delictiva que se logra evitar o castigar.

Hay diferentes formas de garantizar seguridad a clientes y empleados, desde personal capacitado, controles de acceso, sistemas de circuito cerrado de televisión, entre otras. Son muchos los consejos de los expertos sobre el tema, la mayoría de ellos ligado a la tecnología de punta, pero en lo que definitivamente todos coinciden es en que la seguridad lejos de ser un gasto es una inversión.

En la mayoría de casos, el simple hecho de contar con un sistema de alarma, funciona como una barrera para los delincuentes, quienes prefieren buscar un lugar más vulnerable para cometer sus delitos, pero no se debe caer en la tentación de colocar cámaras para “aparentar”, es decir, sin un software para grabar. Aquí una serie de consejos que se deben tomar en cuenta al momento de pensar en seguridad.

Tips de expertos para estar seguros

Doble vía

Marcell Cardon, de Mas Seguridad, empresa distribuidora de sistemas de vigilancia por cámara digital, y cajas fuertes, asegura que la vigilancia tiene tres funciones básicas que son control, seguridad y gestión del negocio.

"La estadística en Estados Unidos y Canadá es que uno de cada tres empleados roba en sus trabajos. Es por ello que la seguridad tiene que orientarse también hacia lo interno de la empresa, controlando el ingreso y salida de empleados, gerentes, proveedores, e incluso personas de confianza de la empresa".

Cardon recomienda utilizar cámaras en comedores de empleados, entradas y salidas de empleados y proveedores, casilleros, cocina, despensa, cuartos fríos, basureros internos y externos, parqueos, oficinas administrativas.

Por seguridad de los empleados y clientes, ubicar cámaras en la entrada y salida del hotel o restaurante, en pasillos, la puerta del elevador, lobby, restaurantes, áreas de piscina, entre otros.

En cuanto a la gestión del negocio, la ubicación de cámaras aumenta considerablemente la productividad, porque influye en el control de los productos que se ofrecen, en el ritmo de los trabajadores, así como observación de aspectos como la necesidad de aumentar o disminuir el número de salones, o distribuir mejor sus horarios.

De acuerdo con la experiencia de Cardon, la distribución de cámaras debe ser un 80% visibles, y un 20% ocultas. "Es importante que clientes y empleados sientan la presencia de las cámaras, pero también existen lugares, como los comedores, donde se recomienda cámaras discretas, porque a nadie le gusta sentirse vigilado mientras come".

Máximo control

Juan Diego Vargas, Gerente General de TAS, empresa especializada en sistemas de control de acceso y circuito cerrado de televisión, aconseja contar con medios electrónicos para evitar el error humano. Al contar con controles de acceso a las habitaciones, control de acceso de vehículos, circuito cerrado de televisión, y cajas de seguridad en habitaciones, disminuyen las probabilidades de que se presenten situaciones como robos. "En algunos casos se da el auto-robo por parte de los huéspedes de un hotel, pero con los sistemas de control de acceso se puede tener un informe detallado de entradas y salidas de la habitación, y de esta manera determinar con exactitud lo ocurrido".

Vargas asegura que muchas de las situaciones se presentan por descuido, simplemente por no acatar las medidas básicas de seguridad, por ejemplo, no manejar mucho efectivo en las cajas, contar con cajas fuertes para el almacenamiento temporal del dinero, tener una política de recolección de dinero, por medio de un servicio profesional de transporte de valores.

Además, contar con cámaras en lugares visibles, pues tiene un efecto psicológico tanto para el antisocial, que se ve persuadido a no cometer sus crímenes, como para el cliente que se sentirá más seguro al saber que el hotel o restaurante cuenta con un sistema de vigilancia profesional.

Según lo indica Vargas, un error común es grabar los videos en sitios cercanos a la cámara, lo ideal es grabar en un sitio alejado, aprovechando la tecnología que permite el acceso remoto de los sistemas, y de esta manera evitar que el delincuente se lleve o destruya la grabación.

Muy confiados

La confianza es uno de los principales enemigos de la seguridad. Para Luis Diego Trejos, Gerente General, Costa Rica VSR CA, empresa especializada en sistemas de rastreo de vehículos, existen ciertas medidas básicas a tomar en cuenta, para evitar situaciones de riesgo.

Siempre utilizar rutas alternas. En el momento que se sospeche de ser seguido, buscar un lugar seguro para estacionar, si es posible ubicar la policía más cercana. Evitar dejar el vehículo en la vía pública, ni en lugares oscuros, cerca de arbustos donde se pueden esconder los asaltantes. No dejar el portón eléctrico abierto, o el carro encendido mientras se baja a abrir el candado.

Además de tomar en cuenta las medidas de precaución, Trejos asegura que es muy difícil evitar un robo de vehículo, por lo que su principal recomendación es contar con un sistema de rastreo satelital, mediante el que se puede detectar con efectividad la ubicación del automotor.

La tecnología no duerme

Para Stephan Volling, Gerente General de Nordic Traders, empresa dedicada a la importación y distribución de controles de acceso, la mayor ventaja de contar con tecnología en el campo de la seguridad es la eficiencia a toda hora. "Una buena cerradura nunca duerme, por lo tanto siempre será más eficiente. La cerradura puede controlar el acceso de personas, para determinar quien entra y quien sale de una habitación, en caso de que se presente una queja por robo".

Volling comentó que los hoteleros en Costa Rica cada vez le dan más importancia al tema de seguridad, tanto en el aspecto relacionado con robos y delincuencia, como en la parte de seguridad contra incendios y desastres naturales, en cuanto a este tipo de seguridad, los productos INHOVA tienen cerraduras electrónicas, certificadas como resistentes al fuego.

Además, las cerraduras también permiten la salida de la habitación con menos esfuerzo y rápidamente. En un solo movimiento se puede accionar la cerradura y salir. Para abrir las cerraduras en una emergencia, no es necesario tener la llave.

Otro producto que sobresale en situaciones de emergencia son las barras antipánico, éstas se deben colocar donde hay puertas con salida de emergencia. En una situación de pánico, como terremoto, apagón, o incendio, se empuja la barra antipánico sin necesidad de tener una llave, activando de esta manera la apertura de la puerta.

Finalmente, el cierra puertas. Este dispositivo le da seguridad de cierre y es una garantía para evitar la propagación del fuego en el caso de incendio.

"Con los sistemas de control de acceso se puede tener un informe detallado de entradas y salidas de la habitación, y de esta manera determinar con exactitud lo ocurrido".

"1 de cada 3 empleados roba en sus trabajos. Es por ello que la seguridad tiene que orientarse también hacia lo interno de la empresa"



ANCYFER

大榮貿易公司

Productos Orientales

Líderes en distribución de Productos Orientales

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

Representamos:

Korimoto Trading Inc. / Mutual Trading Inc. (Productos japoneses)	Wah Luck Co. Inc. / Hong Shing Co. Ltd. (Productos Orientales)
Lee Kuen Kee (USA) Inc. (Salsa Oshiro y Salsa Oshiro)	

Importador y Dist. Exclusivo para CR por Ancyfer S.A.

Marcas y diseños Registrados:

Importador y Dist. Exclusivo para CR por Ancyfer S.A.	• Marca: 999 (Caramelo chinos)
• Marca: Ory Fu (Salsa y Fideos)	• Marca: Sushiro (Ts. verde y Japones)
• Marca: Ocho Ocho (Cantinas)	

ADVERTENCIA: Nos reservamos el DERECHO LEGAL de propiedad intelectual de nuestras marcas registradas para el caso de violación e éste hecho se aplicará las acciones respectivas de acuerdo a la ley correspondiente. No garantizamos el consumo de productos no registrados a copias y se vende en el mercado. Cualquier consulta puede llamar al 256-8106 de servicio al cliente.

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

Productos para una mayor seguridad



Cerraduras electrónicas

Marca Inhova, para las habitaciones, con la característica que permite la edición, copia y cancelación inmediata de llaves en caso de robo o pérdida. Se puede controlar accesos (quién, cuándo y dónde ha estado el personal del hotel y huéspedes). Además, a estas cerraduras se les puede incorporar dispositivos sofisticados para evitar los robos en habitaciones.

Distribuye: Nordic Traders, S.A.
Tel : (506) 289-0215



Cajas fuertes

Cajas fuertes electrónicas, con posibilidad de hacer auditorías.
Distribuye: Nordic Traders, S.A.
Tel : (506) 289-0215



Sistema de rastreo satelital de vehículos Detektor

Por seguridad del usuario, no se le revela donde se oculta el dispositivo, sino que se instala en sitios aleatorios, camuflado como un componente más del vehículo. En el momento que el cliente reporta un robo, se localiza el carro por medio de la red de antenas ubicadas en todo el país, y adicionalmente se hace una búsqueda por tierra, con los vehículos de la compañía en conjunto con la policía, gracias a un convenio entre ambos, ubicando el sitio exacto donde se encuentra el carro. La efectividad del sistema es superior al 97%, y la entrega del vehículo se hace de dos a cuatro horas después del reporte de robo.

Distribuye: VSR de Centroamérica
Teléfono: (506) 231-4580



Cámara IP

Al ser cámara IP no necesita de ningún sistema adicional (tarjeta, grabador) sino que puede ser monitoreada a través de Internet. Cuenta con 48 LEDs infrarrojos color azul que mejoran la tecnología de infrarrojos, dando como resultado una mejor calidad de imagen. Distribuye: Seguridad y Más
Teléfono: (506) 236-6250



Cámara tipo bazuca

Cuenta con sensor de movimiento, y graba en forma automática cuando el sensor se activa. Al mismo tiempo, el sensor dispara una luz de 120 LEDs, asegurando la fidelidad de la grabación ya sea en el día, o en la noche. Cuenta con lámpara y alarma programables. Distribuye: Seguridad y Más
Teléfono: (506) 236-6250

NORDIC TRADERS **INHOVA**

Soluciones de fácil manejo para su huésped, valor agregado para su hotel

- Cerraduras Electrónicas
- Cajas fuertes

www.parahoteles.com

NORDIC TRADERS
Tel. (506) 289-0215 • Fax: (506) 289-0317
info@parahoteles.com

Vigile su negocio a toda hora y desde cualquier parte

Le mantenemos el precio de feria (Exphore).

\$200 con instalación

Seguridad y más...
Tel. (506) 236-6250
Cels. (506) 384-4607 ó 886-9292

Seguridad y más...



Llavines electrónicos

Cerraduras electrónicas marca Salto Virtual Network. Es una cerradura inteligente. Permite programar o cambiar de forma ágil el control de acceso a las habitaciones. Al mismo tiempo, graba en su chip de memoria, un récord de todos los movimientos realizados por el usuario, tanto en la tarjeta como en el llavín, con lo que se logra un control cruzado. También se puede utilizar por el huésped como una tarjeta para cargar todas sus cuentas durante su estadía en el hotel, como restaurantes y otros servicios. Distribuye: Tecnología Acceso y Seguridad TAS Teléfono: (506) 280-5503



Cajas fuertes

Marcas Premier y Optima. Cuentan con variedad de estilos. Sobresalen las cajas fuertes compactas, pero con el tamaño mejorado para contener un computador portátil, porque cada vez más clientes, sin importar si viajan por negocios o placer, llevan su oficina portátil. Tres años de garantía y amplio stock de repuestos. Distribuye: Mas Seguridad Teléfono: (506) 253-7892



Cámaras de vigilancia digital

Sistema IP, para el acceso y control remoto desde cualquier parte del mundo. Con un software que permite ver en un mismo monitor desde 4 hasta 32 cámaras, al mismo tiempo. Una forma fácil y segura de tener siempre un ojo en el negocio. Distribuye: Mas Seguridad Teléfono: 253-7892



IP cámara y grabador digital

Permite la conexión remota en tiempo real, a través de TCP/IP, UDP, Internet, LAN, WAN, ISDN y PSTN. Se puede comunicar por cualquier medio y protocolo de redes existentes. Marca Toshiba. 3 años de garantía. Distribuye: Tecnología Acceso y Seguridad TAS. Teléfono: (506) 280-5503

Su proveedor de Seguridad



Sistemas de vigilancia por cámara digital:
Refuerce su seguridad y aumente su productividad.



Su Distribuidor
MAS SEGURIDAD



GARDEX®

Cajas Fuertes

Con tres años de garantía, servicio de repuestos.

Teléfono (506) 253-7892 • 253-7893 • 225-3156

Fax: (506) 283 8761 • E mail: masseguridad@racsa.co.cr

www.masseguridad.co.cr

Alto de Guadalupe, del Colegio Madre del Divino Pastor, 100 sur y 200 oeste, casa esquinera blanca, rejas café.



hotelería

Sueño que deslumbra

Hace 16 años Denis Roy llegó a Costa Rica para imponer un estilo diferente en hotelería. Su más reciente capricho es el Palacio Zephyr, un lugar con características únicas en nuestro país.

Hace más de 16 años, este francés tuvo la visión de hacer una propuesta diferenciada, buscando cautivar clientes de alta categoría. Fue así como nació Villa Caletas, un hotel boutique de lujo, cuyo estilo arquitectónico es definido por su propietario como "tropical victoriano, mezclado con neo-clásico".

Recientemente, Denis Roy, quien no descansa en la aventura de crear nuevas propuestas, inauguró el Palacio Zephyr, un sitio inspirado en las grandes casas de fiestas de la Europa del siglo pasado.

El lugar está completamente equipado para eventos especiales, como lo explica Roy, al indicar que un grupo de amigos puede separar el palacio para una boda o cualquier celebración, y además de utilizar los salones, pueden hospedarse en el palacio, con mucha privacidad, y siempre disfrutando de los servicios del hotel, pero sintiéndose en un lugar completamente diferente.

"Queremos ofrecer a nuestros clientes y amigos la posibilidad de vivir un sueño de exclusividad, de gran confort y descubrir una experiencia inolvidable".

El público meta de este lugar, según comentó Roy, es un mercado internacional, pero sobre todo está dirigido a clientes exigentes, con deseos de vivir una experiencia diferente en Costa Rica.

Para Roy, la falta de personal capacitado en la zona y en el país en general, ha sido una dificultad, pero no un inconveniente, pues asegura que en el hotel se ha capacitado la mayor parte sus empleados, y consciente de la importancia de mantener a este recurso humano, frente a la oferta de trabajo en otras zonas, en Villa Caletas, cuentan con un programa de incentivos laborales que reconoce y premia el esfuerzo individual.

"Tenemos un incentivo para todo el personal de una bonificación anual que varía de una semana a un mes de salario, dependiendo de sus logros, de su tiempo de laborar con la empresa, y de su motivación. Además, tenemos transporte y alimentación para todos, y en caso del personal de fuera de la zona, hospedaje subvencionado, y el beneficio de una asociación solidarista".

De los proveedores, exige buena reputación, honestidad y puntualidad, elementos que se deben ver reflejados tanto en el servicio a tiempo, como en los productos, los que deben gozar de una calidad constante.

Proyectos de muy largo plazo...

Denis Roy asegura que "descubrió" Costa Rica hace más de 20 años, y fueron muchos los elementos que se



En breve:
Hotel Villa Caletas
37 habitaciones
8 en construcción
Palacio Zephyr: 7 suites
Porcentaje de ocupación: 75%

confabularon para que este francés decidiera instalarse en nuestro país.

"Desde que lo conocí, me gustó por ser un lugar tranquilo, con gente muy agradable, nivel de vida de país moderno y desarrollado, país joven y con un clima muy bueno, y con un respeto por la naturaleza y con grandes variedades de vegetación".

Precisamente, cuando inició la construcción del hotel, ya se había trazado la ruta de la carretera a Puerto Caldera, y consideró que ésta quedaría lista al momento de terminar su edificación, o incluso antes. Sin embargo, el hotel ya ha sido remodelado varias veces, se construyó el Palacio Zephyr, y la carretera continúa en una promesa de campaña de cada nuevo gobierno, por eso ahora que la actual administración retomó este tema, Roy asegura

que ya no cree en estos "cantos de sirena".

"Hace más de 20 años, cuando vine a Costa Rica, el proyecto era muy interesante. Era una esperanza muy valiosa para nuestro futuro y desarrollo". "Como Santo Tomás yo creo solo lo que puedo ver y tocar. Creo que el gobierno debería cambiar su visión tan tranquila y pobre y pensar en una Costa Rica en expansión".

"Creo que el gobierno debería cambiar su visión tan tranquila y pobre y pensar en una Costa Rica en expansión". Denis Roy, Propietario del hotel Villa Caletas.



ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

23,24 y 25 de octubre 2007 Hotel Real Intercontinental

La cultura del vino

Del 23 al 25 de octubre en el Hotel Real Intercontinental, se realizará Expovino Costa Rica, un evento que reunirá a distribuidores de clase mundial y productores con amantes del vino, consumidores e intermediarios profesionales.

Karl Hempel, Director del evento comentó que el propósito de Expovino es "fomentar la cultura del vino, promover negociaciones estratégicas, dar a conocer productos destacados, contribuir a un mejor conocimiento sobre el consumo inteligente del vino, estrechar, renovar y crear nuevos lazos, así como abrir nuevos mercados".

¿Quién visita Expovino Costa Rica?

Consumidores que aprecian el vino y desean conocer más de éste, bartenders, catering service, chef funcionarios de embajadas, enólogos, gerentes de Alimentos y Bebidas, licorerías, maitres, propietarios de restaurantes, proveedores institucionales, salonerías, supermercados, wine bars.

¿Qué oportunidades tendrá el visitante?

Conocer los mejores vinos, según diferentes regiones, asistir a degustaciones, disfrutar de cenas privadas, incrementar su bagaje de conocimientos, contactar directamente con las empresas importadoras de vinos, aprovechar ofertas especiales, expresar su preferencia por vinos, participar en eventos especiales como wine tasting, wine dinner, wine classes.

Apoyo fuerte

Durante un desayuno de presentación del evento, algunos importadores de vinos confirmaron su participación, y resaltaron la importancia de este tipo de actividades para fomentar la cultura del vino en Costa Rica.



Danuta Sarnecky
Gerente de Ventas, OW S.A.

"Se puede decir que el mercado nacional ha pasado por varias etapas, en un primer momento era imposible vender un vino de calidad, porque no existía un gusto desarrollado, pero ahora tenemos un consumidor que sabe distinguir y se interesa por conocer más sobre todo lo relacionado con esta bebida, por lo que Expovino Costa Rica es una oportunidad para que los consumidores amplíen sus conocimientos sobre esta bebida".



Sergio Altmann
Director Comercial Alpiste

"Hay un crecimiento acelerado en el consumo del vino, y cada vez el consumidor se vuelve más exigente, hay más oferta, por lo que debemos capacitar a todos los involucrados en el proceso, dueños de restaurantes, salonerías, bartenders y consumidor final. Es un proceso complejo, muy costoso, pero necesario, por esto en Alpiste apoyamos muy fuertemente Expovino Costa Rica".

Para más detalles visite: www.expovinocr.com

Feliz cumpleaños Sale e Pepe



Desde no tener competidores hasta enfrentar el boom de la moda restaurantera en Escazú, Sale e Pepe siempre se ha mantenido estable. Hoy, al cumplir 15 años de apertura, su propietario asegura que la pizzería se queda por mucho tiempo más.



Cuando abrió Sale e Pepe, Renzo Bolzoni, ya era conocido por su trabajo en un restaurante de línea elegante. Así, se propuso abrir una pizzería donde predominara el ambiente informal, y como el mismo asegura no tenía ni manteles. "La idea era muy sencilla: ofrecer pizza y pasta en un lugar sin lujos, donde la gente se sintiera a gusto". El ambiente cómodo y acogedor que lo caracterizó desde su inicio, se ha mantenido invariable, siendo una de sus principales características. Aunque el menú es otra historia. "Los clientes que me conocían comenzaron a presionar para que ofreciera otros platillos, y esto nos obligó a ampliar el menú a lo que tenemos hoy". Esta capacidad de evolucionar y adaptarse al mercado, y la constancia en la calidad y el servicio son las principales fortalezas que le han garantizado su permanencia a través del tiempo, pasando por etapas difíciles como enfrentar el famoso "boom" del oeste. "Una de las etapas más difíciles que vivió Sale e Pepe fue hace 4 ó 5 años, con la rápida expansión de restaurantes en la zona. Pero nosotros hemos entendido que la clave es ofrecer altos estándares de calidad, de manera invariable. La constancia es lo único que puede mantener un restaurante, porque la competencia siempre estará al frente, o al lado, y es sana porque nos permite una constante comparación. Hasta cierto punto es un empujón". Otra de las pruebas fuertes la vivió Bolzoni hace un año, cuando por accidente se quemó parte de la cocina y el salón. Asegura que es una etapa que no le gusta recordar, pero reconoce que fue un momento en el que pudo visualizar con mucha claridad, todo lo que había construido en estos años. "El accidente me golpeó en la parte económica, pero me fortaleció mucho el aspecto emocional. En estos momentos difíciles, es cuando uno se da cuenta donde está parado. El apoyo incondicional de clientes, proveedores y empleados me dio la fuerza para seguir adelante".

Sin clones

Sale e Pepe solo hay uno, y así se quedará, pese al consejo de proveedores y clientes de abrir una sucursal en otras zonas del país, Bolzoni asegura que no le interesa la expansión, pues algo que disfruta mucho es pasar tiempo en el restaurante, conversar y atender a los clientes, y sabe que con otro local esto sería cosa del pasado. "Estoy orgulloso de ser uno de los pocos dueños de restaurantes que logran mantener esa relación con sus clientes, esta es la mejor manera de tener la retroalimentación constante que nos ayuda a mejorar cada día".



Expositores EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES



Distribuidora Pedro Oller S. A. Spanish Royal Teak S. A. Expositores confirmados al 13 de junio, 2007



PATROCINA
Apetito
La mesa para todos y momentos

¡Hará grandes negocios!

www.exphore.com

EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

- No se pierda la exposición más grande del país de proveedores de hoteles y restaurantes, donde los visitantes buscan:
1. Ver nuevos productos
 2. Encontrar nuevos proveedores
 3. Ampliar contactos
 4. Reforzar relaciones con sus proveedores actuales

26 al 28 de junio del 2007
 Centro de Exposiciones Eventos Pedregal
 Tel. (506) 520-0070, ext 132
 Para exhibir: Guillermo Rodríguez,
 Asesor Comercial • Tel. 383-1651

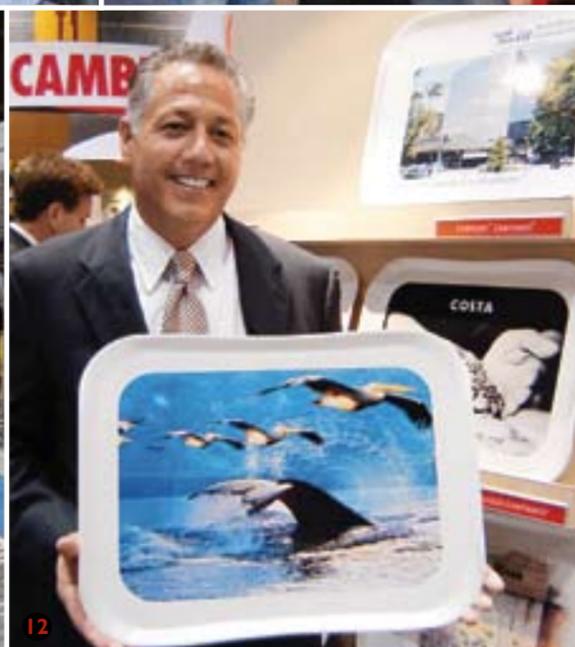
26 al 28 de junio del 2007.
www.exphore.com

PATROCINA
Apetito
La mesa para todos y momentos

ferias

NRA Show brilló una vez más

La NRA Show es la feria que cada año, organiza la Asociación Nacional de Restaurantes de Estados Unidos, dirigida principalmente a los propietarios de restaurantes, hoteles y moteles, donde reúne a los más importantes proveedores del sector, que presentan propuestas innovadoras para hacer más eficientes los negocios. Apetito estuvo presente en la edición número 88 de esta feria, que tuvo lugar del 19 al 22 de mayo, en el McCormick Place en Chicago, y aquí les presentamos algunas de las novedades.



Caras conocidas

1. Guillermo Rodríguez de Apetito, con André Porras y Max Aragón de Keith y Ramírez.
2. En el stand de Claver Girl, encontramos a Max Jiménez de Comproim, empresa que distribuye este novedoso producto en Costa Rica.
3. Mario Colombo y Enrique Zamora de Global Partners.
4. Eduardo Von Chong presentó atractivos productos en G.E.T Enterprices, Inc., empresa que también estará en Explore.
5. Eduardo Yamuni, Gerente Administrativo de Almacén Yamuni
6. Juan Carlos Jop, Gerente de Ventas de Jopco y Sandra Puebla, Gerente de Área de H.D Sheldon & Company Inc., en el stand de Waring, donde presentaron varios de sus productos estrella, como las licuadoras de 3.5 hp, muy utilizadas en coffee shops y para preparar smoothies, por su baja contaminación sónica, la capacidad de tener varios programas y el control de poder y tiempo.
7. Antonio Estevez de Vollrath Co, y José Tayver, de Macrocomercial.
8. Guillermo Mora (centro), Gerente General de Rostipollos, y dos acompañantes.
9. En el stand de Astoria, presentaron diseños innovadores de máquinas para preparar café.
10. Guillermo Alarcón de Henny Penny, presentó el horno Combi que funciona con vapor, calor seco o una combinación de ambos, puede cocinar cualquier cosa, desde pan hasta pescado y tiene la función de lavado automático.
11. Daveen Meyers de CAMBRO, presentó la caja de seguridad para estantería CAMshelving que permite asegurar inventarios de alto valor, como el licor.
12. Mark Johnson, de Johnsons Sales Company, mostró el nuevo diseño de azafate con bordes más bajos de Cambro, que permite a los clientes utilizar el azafate como individual y pueden personalizarse con un dibujo.
13. Carlos M. Cardona, Gerente Regional de MerkoLAT, y Mark D. Kreple, Vice President and Managing Director de la División Internacional de Alto Shaam.
14. Estuardo Herrera (derecha), Director Internacional de Mercadeo y Ventas de Hoshizaki y Carter Cars.

Equipos Nieto

“Crecemos con el mercado”

Johnny Ramírez, Gerente General de Equipos Nieto, afirma que el segmento de mercado que atienden

ha crecido y se ha consolidado en los últimos años, lo que los lleva a crecer como empresa.

El vertiginoso crecimiento de las industrias, como la turística, que se ha venido dando los últimos años, ha sido uno de los principales motores de crecimiento para Equipos Nieto. “La empresa ha crecido con el mercado. Cada vez hay más sectores con necesidades que nosotros podemos atender”, comentó Johnny Ramírez, Gerente General. Ramírez considera que este crecimiento de mercado, principalmente en el sector hotelero y de restaurante, se debe al “boom” turístico del país, así como a la tendencia de comer cada vez menos en los hogares. “Parte de la estrategia de toda empresa debe ser aprovechar la coyuntura de su mercado. Nosotros confiamos en el mercado y crecimos, ahora tanto los clientes como los proveedores confían en nosotros”.

Equipos Nieto ofrece equipos desde 1946. Sus productos satisfacen necesidades de la industria alimentaria en el área de hotelería y restaurante, panadería y pastelería y la línea complementaria que comprende utensilios para cocina y menaje. Además, brindan al mercado las líneas de higiene y limpieza, lavandería y dry cleaning.

Estas líneas las suministran proveedores de Estados Unidos, Europa y Asia.

Compromiso con el cliente

Los clientes que visitan Equipos Nieto salen por la puerta luego de haber recibido una atención integral. Andrés Nieto, Gerente Comercial, explicó que para la empresa es muy importante el servicio que ofrecen al cliente desde el primer contacto hasta que terminan el trabajo. Esto incluye asesoramiento de compra, implementación e instalación del equipo, soporte posventa y demás necesidades que el usuario pueda tener. “No es solo vender un equipo, es comprometernos con el cliente a través de equipos y servicios de calidad”, agregó Nieto.



Equipos Nieto tiene 61 años de estar en el mercado como proveedores de equipos para el sector gastronómico y afines. Ricardo Nieto, Presidente, Andrés Nieto, Gerente Comercial, Ángel Nieto, Fundador y Johnny Ramírez, Gerente General.

Segunda edición Maestro Culinario

Equipos Nieto organizará, por segundo año consecutivo, el Concurso Gastronómico de Chefs “Maestro Culinario”, en conjunto con Florida Bebidas y Unilever. “Nuestra meta ahora es duplicar la participación del año pasado. Estamos entusiasmados y comprometidos con el proyecto porque consideramos que es una oportunidad de desarrollo para el sector gastronómico”, manifestó Nieto. La empresa se prepara para las próximas eliminatorias en agosto, las que se realizarán en el área de Guanacaste y en el Valle Central y, principalmente, para la final el 2 y 3 de octubre.

Para más información sobre sus productos y servicios al llamar al teléfono 222-6555

Gourmet International Nikimar S.A.

Europa en la mesa costarricense

“El mercado nacional en el área gastronómica gourmet está muy consolidado, son clientes fieles”, Karol Guevara, Gerente General.

Por: Nikimar S.A.

Cada vez que brilla la luna llena sobre el valle de Appenzeller en Suiza, nativos de la zona realizan diferentes danzas y ceremonias para producir la cerveza Vollmond, conocida por sus efectos afrodisíacos. “Las personas que producen la cerveza creen que si la luna mueve mareas, ¿qué podrá hacer con el cuerpo humano que tiene un 80% de agua?”, comentó Karol Guevara, Gerente General de Gourmet International Nikimar S.A., importadora y distribuidora nacional de esta cerveza y otros productos gourmet de Italia y Suiza. “Nuestras marcas están certificadas en cuanto a calidad, por eso el mercado confía en nosotros. Los instamos a ser más selectivos y exigirle más al proveedor para evitar engaños, pues existen personas que venden productos locales con precio de importación, deteriorando la calidad”.

Desde Suiza e Italia

Gourmet International tiene la representación exclusiva en Centroamérica y parte de Suramérica de las casas comerciales que importa.

Entre sus principales productos se encuentra, la variedad de quesos, pastas, fiambres y vinos.

Los chocolates que venden fueron elaborados en medio de los montes suizos con la receta exclusiva que los caracteriza.

También ofrecen dos tipos de agua bajas en sodio con y sin gas. Y por supuesto, varios tipos de cerveza, donde destaca la Vollmond y la Hanfbluten con cannabis.

Recientemente, importaron al país salchichas para desayuno, hot dog y coctel; además de la carne light marca Fiorucci que contiene 0% grasa.

La empresa amplió su variedad de quesos e introdujo la línea de aceites de oliva extra virgen marca Isnardi.

“Tenemos un mercado conformado y estable para nuestros productos. Aún durante la temporada baja de turismo, nuestros clientes se mantienen fieles a la empresa; lo que refleja un avance en la cultura gastronómica de nuestro país, ya que nuestros productos no solo dependen de los turistas sino del cliente local”, agregó Karol Guevara.

Servicio amplía fronteras

Para la empresa, el servicio es fundamental para mantener al cliente. Su forma de atención es a través de los agentes vendedores que tienen ubicados en Guanacaste, San Carlos, Quepos, Jacó y San José.

“Buscamos satisfacer la necesidad del cliente de la manera



Karol Guevara, Gerente General: “Buscamos satisfacer la necesidad del cliente de la manera más integral”.

más integral”, mencionó Guevara. Para lograrlo, ofrecen el servicio de decoración y entrega a domicilio para eventos especiales. Además, en caso de que el cliente necesite piezas más pequeñas que las que se importan, cuentan con personal capacitado por las mismas casas comerciales para realizar los cortes correctos y empacar el producto al vacío.

Los diferentes productos se distribuyen en diferentes cadenas de supermercado, hoteles, restaurantes y bares ubicados en el casco metropolitano y zonas estratégicas como San Carlos y Guanacaste.

Gourmet International Nikimar S.A., proyecta conquistar el mercado centroamericano el año entrante, además de lograr un mayor posicionamiento en Guanacaste con la creación de una sede.

Para más información llamar al teléfono 289-3112.

Equipos con historia

Electrofrío se consolida como una empresa que sabe identificar las diferentes necesidades de sus clientes, ofreciendo productos de alta calidad y con mucha demanda.

Por Electrofrío

Electrofrío nació hace 18 años, como representante de equipo de refrigeración marca Fogel. Al principio, se dedicó a surtir de estos equipos a embotelladoras y detallistas, pero con el paso del tiempo, el mercado fue exigiendo nuevos productos y la empresa ha ido incursionando en otros campos, ampliando su oferta a mercados como el de alimentos y bebidas, y al público en general.

Marcas líderes

Luis Diego Ramos, Gerente de Ventas de la empresa, comentó que la compañía se caracteriza por representar marcas líderes en su campo, lo que les permite ofrecer al mercado productos de alta calidad, con una excelente garantía.

1. Equipos de refrigeración Fogel: Electrofrío cuenta con la representación de esta marca en Costa Rica y Panamá. En estos mercados distribuyen equipos para cervecerías, embotelladoras, mayoristas y público en general.
2. Torrey: la empresa tiene ya 10 años de representar Torrey en Costa Rica, se trata de una marca mexicana líder en equipo para carnicería, con representantes en todo el mundo.
3. Equipos para panaderías: un campo en el que se incurrió por una oportunidad de mercado.
4. Máquinas de café marca Astoria: es una marca italiana de muy alta categoría.

Pasión en cada taza de café

El campo del café es el más reciente en el que incursionó esta compañía, y como asegura Ramos, se trata de una de las divisiones más fuertes, pues va más allá de la venta de máquinas para preparar café.

“El tema del café nos apasiona. Además de las máquinas, tenemos nuestra propia mezcla de café. Y algo que nos separa de la competencia, es nuestro énfasis en la capacitación. Contamos con personal calificado para asesorar al cliente en todos los aspectos, y una sala de capacitación en nuestras instalaciones con capacidad para 25 personas, donde una vez por semana ofrecemos cursos de preparación de bebidas a base de café”.

Según comentó Ramos, estos cursos van más allá de la

“A mayor educación en el consumo del café, aumenta la posibilidad de desarrollo de cafeterías, por lo que la educación es un tema primordial en el desarrollo de esta línea”. Luis Diego Ramos.



Arturo Ramos, Gerente de Operaciones; Marlin Ramos, Gerente General y Luis Diego Ramos, Gerente de Ventas.

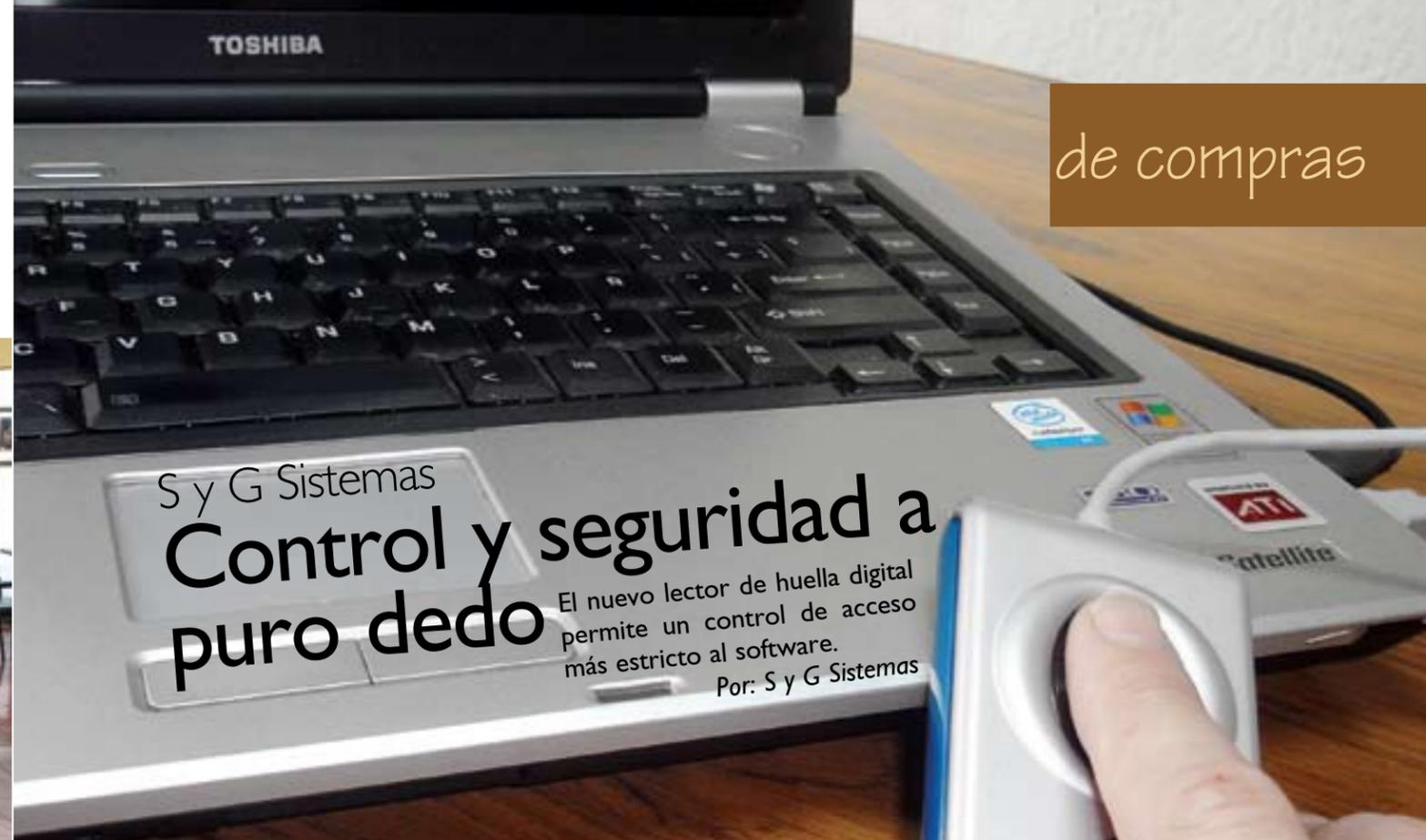
preparación de las bebidas, ya que constan de dos módulos: el teórico y el práctico, donde se cubren temas como historia del café, y aspectos básicos para el manejo y administración de una cafetería.

“Hemos marcado una diferencia. En este momento, contamos con tres baristas y otras dos personas que se están preparando para dar los cursos”.

Otra de las ventajas que ofrece Electrofrío es la posibilidad de adquirir el equipo por medio de financiamiento, o bajo el sistema de alquiler. “Sabemos que abrir una cafetería requiere de una gran inversión, por eso hemos establecido diferentes facilidades para los clientes, de manera que puedan contar con un excelente equipo, sin necesidad de hacer un gasto inicial muy alto”.

“Por otro lado, ofrecemos asesoría sin costo adicional, en cuanto a lo relacionado con el montaje y decoración de la cafetería, porque el éxito de nuestros clientes es nuestro éxito”.

Para más información sobre los productos y servicios que ofrece Electrofrío, puede contactarlos al teléfono 244-5530. También encuentrelos en Exphore.



Una pequeña caja de tan sólo una palma de longitud, es la responsable del nivel de seguridad y acceso del sistema Aldelo que distribuye la empresa S y G Sistemas, para bares y restaurantes.

El lector de huella digital controla los sistemas de una mejor manera que la clave de acceso, pues las huellas digitales de cada persona son imposibles de copiar.

Este hardware es una de las nuevas adquisiciones que la empresa ofrece al mercado.

S y G Sistemas se especializa desde hace cuatro años, en la distribución de software de punto de venta para bares y restaurantes, que satisface principalmente las necesidades de facturación e inventario.

Ingresaron al mercado desde hace más de 10 años como desarrolladores de diversas aplicaciones; sin embargo, desde hace cuatro que se convirtieron en distribuidores de la empresa estadounidense Aldelo. Además, desde el 2005, tienen la comercialización exclusiva para México, Centroamérica y Panamá.

“Nuestro principal producto es el software, pero apelamos a brindarle al cliente un servicio completo, por ello también insertamos en el mercado tecnología actual como el lector de huella digital e inclusive ofrecemos suministros varios para los equipos”, explicó Jorge Salas, Presidente de la compañía.

Seguridad dactilar

Para transgredir las barreras de una clave de acceso de cualquier sistema no es necesario un pirata de la computación, pues los usuarios comunes han encontrado vías alternativas para conocer los códigos de otros usuarios. Pero ¿para modificar las huellas digitales...?

El lector se encuentra disponible desde noviembre del año pasado, en todo el mercado con el que S y G Sistemas comercializa.

Esta tecnología de punta permite tener un control mucho más estricto en las marcas de salida y de entrada del personal, así como los niveles de acceso que cada usuario tiene al sistema, entre otros beneficios.

El sistema guarda cada una de las huellas de los empleados. El acceso al registro de huellas es controlado por este mismo medio, lo que lo hace aún más seguro.

“Es importante resaltar que es una tecnología con precio accesible, pues el aparato cuesta \$125 más impuesto de ventas. Es una facilidad a la que pueden aspirar muchos empresarios pequeños”, resaltó Salas.

Monitores viables

La sustitución de la impresora en la cocina de cualquier restaurante es otra novedad de S y G Sistemas al introducir el equipo adaptable a monitores para estas áreas, a precios accesibles.

Un “pequeño cpu” y un teclado especializado es el equipo que la empresa ofrece para ser conectado a cualquier monitor y ser instalado en las cocinas de los restaurantes. “Es común que los restaurantes individuales creen que solo las grandes cadenas de comidas rápidas tienen los medios económicos para instalar los monitores que muestran la orden en la cocina, pero resulta ser que este equipo que nosotros ofrecemos es de un precio bastante accesible”, agregó Salas.

Este hardware ya se encuentra disponible en el país.

Para más información llamar al teléfono 290-1970.

Nueva alternativa con soluciones a la medida

Con más de 20 años en el mercado nacional, Equipos Solano continúa diseñando alternativas exactas para cada cliente.

Por: Equipos Solano



La nueva sala de exhibición ubicada en la planta de producción de Equipos Solano, refleja la preocupación de la empresa por complementar los servicios que ofrecen a los costarricenses, hace más de 20 años. Esta compañía se especializa en la fabricación y diseño de equipos en la línea gastronómica conforme con la necesidad del cliente. Entre sus principales productos se encuentran, hornos turbo, cocinas industriales, mesas y cámaras refrigeradoras, mesas de trabajo, fregaderos y cuartos frigoríficos.

Compromiso de venta

Como signo de compromiso, esta empresa de capital nacional ofrece un servicio integral. Durante la pre venta, los asesores especializados orientan al cliente para que realice la mejor y más indicada inversión. Luego de diseñar, construir y colocar el equipo que se solicitó, se firma un contrato que asegura una garantía de dos años para cada pieza, además de reparaciones preventivas y correctivas. "Tenemos la logística necesaria para garantizar este servicio completo, pues tenemos el compromiso de sustituir o reparar en menos de 24 horas, cualquier producto que falle y contamos con un taller propio de servicio especializado", comentó Manrique Solano, Gerente General.

Personalización del servicio

Uno de los principales valores agregados de Equipos

Manrique Solano, Fundador de la empresa, junto con su hijo, Manrique Solano, Gerente General y Eliécer Alvarado, Gerente de Ventas.

Solano es solucionar las necesidades del cliente tal y como éste lo necesita.

Para ello, diseñan de acuerdo con el espacio, presupuesto y necesidad, con el fin de atender de la mejor manera. "La solución es que, por ejemplo, quien desee una cocina para ubicarla en un espacio definido y tiene determinado presupuesto, acuda a nosotros, juntos evaluaremos estos aspectos y así personalizamos el servicio y el cliente sale con lo que pidió exactamente de acuerdo con su presupuesto y necesidades", agregó Solano.

Con el objetivo de atender a todo el territorio nacional, el equipo de ventas de la compañía dispuso un sistema de trabajo con agentes especializados en cada zona del país. "Atendemos a todo Costa Rica, solo deben contactarse con el agente de la zona. Nuestro personal tiene formación académica y es bilingüe, características que ayudan a dar orientación al cliente asesorando, diseñando y solucionando", aseguró Eliécer Alvarado, Gerente de Ventas.

La empresa se ubica en la zona industrial de San Sebastián, frente a la circunvalación "esperando que nos visiten", añadió Solano.

Para más información llamar al teléfono 226-8686.

Epson al mejor estilo japonés

Epson Costa Rica desarrolla stand con un estilo japonés, propio de las raíces de la casa matriz ubicada en este país. Por Epson

San José, 11 de junio del 2007. El crecimiento acelerado del sector tecnológico exige a las empresas incorporar avances tecnológicos en sus negocios, con la finalidad de ofrecer una propuesta de valor atractiva a sus clientes.

Esta convergencia tecnológica es la base por la que Epson desarrolla una variedad de productos de elevada tecnología, que se convierten en satisfactores de las más elevadas exigencias del mercado y a la vez son usados por los negocios para desarrollar ventajas competitivas y diferenciadoras en el mercado.

Y para demostrar la manera como restaurantes, hoteles, sodas, discotecas, bares y otros tipos de negocios incorporan las diversas soluciones que brinda, es que se desarrolló un stand donde se mostrará el producto usado en ambientes reales como una zona recreativa de piscina, un restaurante, una cocina y para los más animados un bar al estilo "visual lounge".

Concepto que se diseñó pensando en las raíces de la marca Epson, la que pertenece a Seiko Epson Corporation de Japón y justamente en la propuesta se pretende explotar la riqueza que ofrece la cultura japonesa.

En medio de bambú y una arquitectura al estilo japonés, podrá encontrar las soluciones para punto de venta llamadas System Device o más conocidas como "SD", pequeñas y resistentes impresoras usadas en comercio de todo volumen, desde las grandes cadenas comerciales hasta comercios más pequeños, impresoras que permiten imprimir recibos, etiquetas y facturas timbradas.

Para aquellos que buscan simplificar y optimizar la administración del negocio, pueden incorporar además de las impresoras de la línea SD, una solución

llamada "Intelligent Register", equipos compactos y modernos para facturación, registro de información, control de inventario y más.

Rodeado de una galería de imágenes digitales impresas en gran formato, luces y proyecciones que cubren toda una pared, serán la base que ambientará el bar estilo "visual lounge". Efectos y proyecciones logradas con los videoproyectores Epson, usados en bares, restaurantes, salas de reuniones y todo lugar que requiera de un producto que ofrece una elevada calidad de proyección para garantizar el entretenimiento del lugar. Los Videoproyectores Multimedia Epson, son diseñados con la exclusiva tecnología de proyección 3LCD, que garantiza imágenes con colores naturales, brillantes y reales.

No se puede obviar la elevada calidad de impresión de las impresoras de gran formato Epson, que imprimen desde 24" hasta 44", permitiendo al usuario diseñar e imprimir todos aquellos materiales promociones como menús, afiches y cualquier otra necesidad del negocio. O mejor aún, decorar con obras artísticas estos rincones del negocio que merecen un estilo especial como el caso del bar creado en el stand Epson, donde podrá encontrar una galería de obras impresas en estos productos.

Una mezcla de innovaciones tecnológicas, detalles al estilo japonés, color e innovación son algunas de las cosas que podrá encontrar en el stand Epson.

Para mayor información comuníquese con:

Ronald Thámez Mata
Especialista en Marketing
EPSON Costa Rica
Tel: (506) 210-9578

En medio de bambú y una arquitectura al estilo japonés, podrá encontrar las soluciones para punto de venta llamadas System Device o más conocidas como "SD", pequeñas y resistentes impresoras usadas en comercio de todo volumen.

Dosa Contract Hospitality



DOSA CONTRACT HOSPITALITY es una empresa especializada en la atención a la hotelería y proyectos, proveedora de bienes y servicios de calidad mundial, de marca reconocida, amoldándose a las necesidades de los clientes respecto a entregas, ubicación geográfica o desarrollo del proyecto.

Con la experiencia de DOSA en el mercado costarricense, DOSA CONTRACT HOSPITALITY aprovecha su plataforma logística y diferentes sinergias para convertirse en la opción más importante para el hotelero en Centroamérica y el Caribe.

La alianza con Intercorp Hotel Resources, la empresa de la hospitalidad más exitosa de México, hace que diferentes marcas como Whirlpool y Kitchen Aid en línea blanca, electrónica Samsung, electrodomésticos Oster y Rival, muebles INDON, alfombras Lexmark y Milliken, vajillas Christoffle, cubertería Bernardaud, textiles Hunter Douglas Hospitality, linos Anichini y colchones Sealy, por primera vez estén bajo un mismo techo, a disposición de todos nuestros clientes.



Arriba, Lorena Conejo (Gerente Dosa Contract), Juan José Mora (Vicepresidente para América Latina de INDON). Abajo, Javier Ordoñez (Gerente General Dosa), Abraham Shveid (Gerente General de Intercorp Hotel Resources).

Nuestro personal especializado, compuesto por expertos en los diferentes campos, le ofrecerán la asesoría que necesita en cada una de las áreas, procurando que su inversión sea la adecuada al proyecto, con una rápida respuesta y pleno compromiso con sus objetivos, los que tomaremos desde un principio como propios.

Al momento de tomar la decisión de equipar un hotel, sea éste familiar o de cadena, o un proyecto habitacional, DOSA CONTRACT HOSPITALITY le garantiza lo mejor, con la experiencia de más de treinta años en el mercado y con el respaldo de las mejores marcas del mundo, para así alcanzar el éxito que usted desea.



Tel. (506) 824-2720
Showroom: Ofi bodegas Capri contiguo
al colegio Blue Valley

dosacontract@dosacr.com
www.dosacontract.com

Limpieza Verde

capacitación

Hace algunos años, el tema de la limpieza de instalaciones era un tema relegado a un segundo plano y sin mucha cabida en el presupuesto del mantenimiento del edificio. Hoy, eso ha cambiado, ya que como sabemos, la limpieza ha pasado a ser un rubro muy importante, sin importar el tamaño de las instalaciones. Parte de la evolución que ha tenido la limpieza, implica que actualmente se haya incorporado este tema dentro de lo que se denomina como administración sostenible de edificios, que abarca todo lo que incide directa e indirectamente en el medio ambiente.

¿Cómo se define Limpieza Verde (Green Cleaning)?

Limpieza Verde es una nueva tendencia en la Industria de la Limpieza a nivel mundial, que incluye todas aquellas acciones que puedan minimizar el impacto en el medio ambiente y en las futuras generaciones.

El concepto de Limpieza Verde sugiere que la limpieza tiene un valor más allá de lo estético, y puede impactar positivamente la salud humana y ambiental, al reducir la

exposición a químicos dañinos, mejorando la calidad del aire y reduciendo los gérmenes que producen enfermedades tanto en los ocupantes de las instalaciones como en el personal de limpieza.

La organización impulsora de "Green Cleaning" fue el Consejo de Edificios Verdes de los Estados Unidos (USGBC, por sus siglas en inglés) quien desarrollo los Sistemas de "Rating" llamados LEED (Leadership in Energy & Environmental Design), que reúne toda la reglamentación y guía necesaria para desarrollar, implementar y mantener una política de uso de los productos y equipos misceláneos que maximice la reducción de los contaminantes de edificios con el mínimo impacto ambiental.

Los 3 principales componentes de un Programa de Limpieza Verde son:

1. Químicos verdes. Son aquellos productos químicos de limpieza que cuentan con cualquiera de los diferentes

¿Cómo implementar los principios de Limpieza Verde en mis instalaciones?

Por Santiago Loaiza*

"sellos verdes", los que le otorgan a los fabricantes de químicos aquellas organizaciones independientes (como por ejemplo, Green Seal) que certifican que los productos no cuentan con ingredientes y formulaciones tóxicas para las personas, ni dañan el medio ambiente. Una característica de los químicos verdes, es que son completamente biodegradables.

2. Equipo de limpieza verde. Los equipos de limpieza se están rediseñando para cumplir con los requerimientos que hacen a una máquina verde. Algunas de esas características son el nivel de ruido, diseño ergonómico que evite lastimar al operario, reducción de contaminación ambiental, disminuir la exposición a los químicos, al usar el equipo, entre otras. Actualmente, ya hay disponibles equipos de limpieza que reúne los estándares verdes y que además se desempeña igual o mejor que el equipo tradicional.

3. Procesos y procedimientos verdes. Trata sobre la nueva cultura en el personal de limpieza de usar los productos químicos

y equipo de limpieza verde, sumado a una correcta utilización de los recursos como el agua, la energía y la correcta manipulación de desechos.

Promover la Limpieza Verde rinde dividendos

- Mantiene o aumenta la calidad del aire interior
- Mejora la seguridad de los trabajadores y ocupantes
- Incorpora una administración sostenible
- Reduce los costos al maximizar los recursos y aumentar la productividad.

Más información sobre Limpieza Verde y cómo puede empezar a implementarla en sus instalaciones, pueden contactar a:

*Santiago Loaiza, Gerente División Industrial

Distribuidora Larce S.A. Tel. 221-1100

E-mail: santiago_loaiza@dilarce.com

El concepto de Limpieza Verde sugiere que la limpieza tiene un valor más allá de lo estético, y puede impactar positivamente la salud humana y ambiental.

Prácticas globales de propina

La propina, es una jungla de reglas no escritas y una ofensa en potencia, un tiquete a la humillación. Veamos cómo se manejan las propinas en diferentes países.

Por Nuria Mesalles

“No se espera, ni es requerido”. En Japón no hay propinas. Ni siquiera dejar unas monedas. La única posible excepción es cuando el turista se hospeda en un hotel y se le asigna una mucama especial para su estadía. Es normal, pagar la factura del bar o restaurante en la caja en vez de darle dinero al saloner. Es considerado poco cortés contar el cambio, luego de haber pagado la cuenta en una tienda o restaurante.

En Singapur, dar propinas no es popular y está prohibido en el aeropuerto. El gobierno siente que dar propinas incentiva el mal comportamiento y la corrupción. Es usual que en este país la gente rechace una propina y diga orgulloso: “nosotros no recibimos propinas aquí”.

A todos les gusta recibir propina, pero en Italia no esperan una de extraños. La filosofía italiana: “¿Cuál es el punto de dejarle propina a un extraño? Por ello tampoco esperan una ellos mismos. Entonces, ¿cuál es la propina que los italianos dejan en los restaurantes? Un poco de menudo, tal vez un 1%. Jamás dejar 10% a un saloner. En Inglaterra, se acostumbra a dejar un 10% de la cuenta,

no importa que tan grande sea.

¿Y en Francia? La palabra francesa para propina es “pour-boire”, literalmente: “por una bebida”, que dice mucho de los orígenes de la propina en este país. Un 15% es automáticamente incluido en los menús de casi todos los restaurantes. Si el comensal desea demostrar su apreciación por un buen servicio, puede dejar un par de euros extra.

En Estados Unidos, algunos empleados son pagados con salario mínimo, y aquellos trabajando ilegalmente dependen completamente de las propinas. Es normal una propina de un mínimo de 15%, aunque un 20 ó 25% no es poco común. ¿Y si no se da propina? El resultado será un servidor furioso.

Las propinas en Grecia, son confusas para los visitantes.



Los taxistas no la esperan, pero tampoco la rechazan. Hay un cargo oficial cobrado por cada pieza de equipaje transportada.

En los baños públicos, si el turista no da propina se queda sin papel higiénico ni jabón.

Dar propina en Mongolia no es una costumbre local. Pero con el crecimiento del turismo, los locales que trabajan en el sector turístico se están acostumbrando a ella. Algunos locales se sienten avergonzados de recibir grandes sumas de dinero de los extranjeros, por lo que se recomienda moderación, eso sí, acompañada de una gratitud muy expresiva.

Dar propina, es una parte integral de la vida del Sur de África, y se espera recibir propina por servicios que en otros países se toman por sentado. El 10% es el estándar para restaurantes, bartenders, taxistas, botones y guías turísticas.

Baksheesh es la palabra que todo turista debería aprender primero cuando viaja a Egipto. Quiere decir propina, y se usa bastante. Personas que atienden gasolineras, baños, teatros, la reciben. No se acostumbra dar mucho dinero, pequeñas cantidades bastará.

En Tailandia la práctica de la propina es muy poco usada, excepto para dejar unas cuantas monedas en el restaurante o taxi. Una minoría de tailandeses que trabajan con turistas no solo esperan propina, sino que además preguntan por ella. Esto no es el estilo tailandés y se considera poco apropiado. A los turistas se les recomienda sonreír e ignorar el comentario.

¿Cómo ganar más propina?

Los pequeños detalles en el servicio son los que realmente hacen la diferencia. El Centro de Investigación Hospitalaria Cornell University, ha hecho varios estudios que arrojan interesantes datos acerca de los hábitos del personal de servicio que pueden incrementar los porcentajes de propina. Aquí algunos de ellos:

Contacto: saloneros evidenciaron un incremento de un 11.8% a un 14.8% de la cuenta total, cuando tocaron levemente el hombro de su cliente.

Cuclillas: se encontró que los saloneros que se arrodillaron a la par de la mesa para tomar la orden o hablar con sus clientes, incrementaron sus propinas de un 14.9 a un 17.5%. Aparentemente, el contacto visual y la interacción cercana crean una más íntima conexión.

Dar dulces: Parece ser que dar un confite junto con la cuenta, aumenta la posibilidad de recibir más propina. Además, el estudio revela que depende de la manera en que se da el dulce, así se serán los resultados. El estudio hizo la siguiente prueba: el saloner dio personalmente un confite a cada comensal y luego espontáneamente ofreció una segunda ronda. Este método aumentó la propina en un ¡23% de la cuenta!

Ser colaborador: Los botones subieron sus propinas de \$2.40 a \$4.77, con solo dedicar unos minutos extra, explicando a los clientes cómo operar el control remoto, el aire acondicionado, abrir las cortinas y ofrecer llenar el pichel de hielo. Estudio tomado de <http://people.howstuffworks.com>



Un desastre puede ocurrir en cualquier momento

micros
Lider Mundial en Hospitality Systems

Soluciones diseñadas para la industria de la hospitalidad por expertos en hospitalidad

Prepárese:

- Con los mejores sistemas para darle continuidad a su negocio.
- Para exceder las expectativas de servicio a sus clientes.
- Para mantener segura la valiosa información de su negocio.
- Para asegurar la lealtad de sus clientes.

+ de 200.000 instalaciones de sistemas de Hotelería y Restaurant en todo el mundo

SIS-PAN
SISTEMAS PANAMERICANOS

Micros Integra Software y Hardware en una solución eficiente y competitiva que crece con su negocio

Sistemas Panamericanos Teléfono: 253-0007 – Fax: 225-4621
www.sispan.com • ventas@sispan.com • randall.chacon@sispan.com
Apdo. 8367 San José, Costa Rica



dul-c
para tu negocio

Paletas y Confites promocionales...

Pedido Mínimo 10 Bolsas.

su logo aquí

su logo aquí

www.dul-c.co.cr
256 5595 / 394 4842

www.dul-c.co.cr • carlosvega@dul-c.co.cr
Tels.: 394-4842 o 846-2727

Novillo Alegre

Sello Invariable

Cientes fieles sólo se consiguen ofreciendo calidad de manera constante. Eso lo comprende muy bien el grupo gastronómico que administra el Novillo Alegre.

Para Leandro Aldaburu, Administrador del Novillo Alegre en Santa Ana, la fuerte aceptación que ha tenido esta parrilla típica argentina, se debe principalmente a que han logrado ofrecer calidad de forma constante desde que abrió sus puertas en el 2001.

"Actualmente, tenemos tres puntos de venta donde mantenemos idéntica nuestra filosofía de negocio: un ambiente acogedor que no cae en las formalidades, donde nuestros comensales se sienten tan a gusto, casi capaces de quitarse la corbata, recibiendo el mejor de los tratos, disfrutando nuestra especialidad con la mejor calidad del mercado, pagando un precio justo por ello".

Aldaburu, quien también tiene a su cargo la administración del Restaurante La Tisica en Santa Ana, es consciente de que en la zona cuenta con fuerte competencia y la respeta. "En los últimos años, Costa Rica ha experimentado un acelerado incremento de negocios dedicados a la gastronomía en diversas especialidades, hoy los ticos tienen un sinfín de opciones donde satisfacer sus antojos, tanto en especialidades, variedad de precios, como en ubicación geográfica. Definiría a nuestra competencia como grandes trabajadores".



Leandro Aldaburu, Administrador del restaurante El Novillo Alegre en Santa Ana. "Con excelente calidad y servicio personalizado no existe dificultad para un negocio de comida".

Bife de chorizo a la parrilla

Las cervezas malteadas complementan las notas dulces, típicas de la carne asada y su grasa. En la cebada germinada y tostada (malta) presente en este tipo de cerveza se encuentran también notas dulces producidas por el azúcar residual, que al combinarse con la carne en el paladar, produce un eco del sabor predominante en ésta, lo que resulta en un perfecto y refrescante complemento.

En el caso de la Bavaria Gold, las notas dulces son más redondas y notorias, siendo las de la Bavaria Dark, más complejas, ya que la malta con la que se produce ésta es más tostada, (razón del color de esta cerveza), lo que produce una ligera y deliciosa sensación de sequedad y amargor en el gusto final.

Ambas cervezas complementan perfectamente este plato. Recomendación: servir la cerveza a una temperatura entre 3 y 5 grados centígrados para maximizar el sabor.

Ingredientes

- Una porción entera de Bife de Chorizo de al menos 2 Kg.
- Aceite
- Sal fina y pimienta negra molida al gusto

Preparación

Por otro lado, limpiar y desgrasar el bife de chorizo. De preferencia, colocarlo entero en la parrilla. Salpimentarlo, untarlo con aceite, sellarlo en la parrilla a fuego justo, evitando darle vuelta a cada rato, ya que perdería los jugos. Ase a la parrilla el bife de chorizo, con el fuego bien encendido. Verificar el punto de cocido.

Salte en el momento de llevar a la parrilla, preferentemente con sal gruesa. Acompañarlo con papas asadas y ensalada, por supuesto no pueden faltar las típicas salsas.

Salsa criolla para el asado:

- 2 Tomates
- 1 Chile dulce rojo en cubos pequeños
- 1 Chile dulce verde en cubos pequeños
- 1 Cebolla mediana finamente picada
- 2 Dientes de ajo picados
- Sal fina
- Pimienta negra
- Vinagre
- Jugo de limón
- Aceite de oliva

Salsa chimichurri para el asado:

- 3 Dientes de ajo finamente picados
- 2 Cucharadas de perejil fresco picado
- Sal fina
- Pimienta negra molida
- 1 Cucharada de orégano
- 1 Cuchada de chile dulce
- Jugo de limón
- Vinagre
- Aceite de oliva

Se recomienda acompañar con:
Bavaria Gold y Bavaria Dark.



ApetitoGUIA DE PROVEEDORES PARA HOTELES Y RESTAURANTES clasificados

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: Karina Delgado al Tel.: 520-0070 ext:150
Le elaboramos el arte sin ningún costo adicional.

AIRE ACONDICIONADO

CLIMA IDEAL.....	TEL.: 232-0460 / FAX: 232-4516
HI-TEC.....	TEL: 293-6811 / FAX: 293-6708
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
-----------------	--------------------------------

ARTÍCULOS 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
------------------	--------------------------------

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
CCS COSTA RICA.....	TEL: 282-5945 / FAX: 282-5954
COMERCIAL CAPRESSO.....	TEL.: 234-7404 / FAX: 253-5296
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.: 223-0111 / FAX: 222-2412
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: 261-6918 / FAX: 261-7354
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

LICORES Y BEBIDAS

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

.....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: 234-9821 / FAX: 225-7873
 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
 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
 PROLIM.....TEL: 248-0538 / FAX: 248-0529
 PROQUIMIA.....TEL: 443-8644 / FAX: 443-8548
 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

AGENCIA JOP.....TEL: 257-3868 / FAX: 223-3112
 CANNON PILLOWS.....TEL: 296-0913
 CATÁLOGOS HOTELEROS.....TEL: 281-3536 / FAX: 281-3534
 FARO SUPPLIES.....TEL: 290-2028 / FAX: 231-4065
 JOPCO.....TEL: 215-3545 / FAX: 215-3545
 LÍNEAS INTERNACIONALES.....TEL: 265-6890 / FAX: 265-4782
 PROVEHOTEL.....TEL: 249-2207 / FAX: 249-1985
 SOLUCIONES MONGE.....TEL: 437-4100 / FAX: 437-4245

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
 LÁZARO FEINZILBER.....TEL: 257-0220 / FAX: 222-4839
 MUEBLES NUEVO CONCEPTO.....TEL: 285-2020 / FAX: 285-3772

ANÚNCIESE EN CLASIFICADOS

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

Para más información: 520-0070



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

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

REFRIGERACION

POLO NORTE.....TEL: 327-1660 / FAX: 261-2321
 THERMOTEC DE CA.....TEL: 232-1414 / FAX: 232-0643

REVISTAS

REVISTA APETITO WWW.APETITONLINEA.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, etc; además circula en Universidades, Instituciones gastronómicas, Instituciones Turísticas, etc. **E-mail: suscripciones@eka.net**

SISTEMAS SEGURIDAD

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

TECNOLOGIA

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
 INTEGRAL HOTEL.....TEL: 240-6585 / FAX: 240-6541
 INTEGRAL BUSINESS SOFTWARE.....TEL: 261-9343 / FAX: 261-9040
 MARCOSOFT.....TEL: 240-7773 / FAX: 236-6802
 MAS SEGURIDAD.....TEL: 253-7892 / FAX: 283-8761
 S Y G SISTEMAS.....TEL: 290-1970 / FAX: 232-1293
 SEGURIDAD Y MÁS.....TEL: 236-6250 / FAX: 240-4479
 SISSPAN.....TEL: 253-0007 / FAX: 225-4621
 TECNOLOGÍA ACCESO Y SEGURIDAD.....TEL: 280-5503 / FAX: 225-0464
 TELTIAN.....TEL: 258-8114 / FAX: 222-8233

TRANSPORTE / REFRIGERADO

EUROKIT DE CENTROAMÉRICA.....TEL: 258-0006 / FAX: 222-6103
 THERMOTEC DE CENTROAMÉRICA.....TEL: 232-1414 / FAX: 232-0643
 TRANSClima DE CENTROAMÉRICA S.A.....TEL: 220-3801 / FAX: 220-3884
 SAVA.....TEL: 284-8900 / FAX: 284-8929

UNIFORMES

ALMACÉN LA OPERA.....TEL: 222-1836 / FAX: 233-4284

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
 EMAIL: CAPILLOWS@HOTMAIL.COM



Limoné

Licor de limón de 39 grados. Se puede servir como aperitivo o digestivo, puede usarse como base para diferentes cócteles. Con esta edición especial de su botella, y con un empaque fabricado a mano por artesanos de Sarchí, participó en el Concurso Internacional Feria Vinitaly, que se realizó en Verona, Italia, en marzo.
Distribuye: Amalfitalia
Teléfono: (506) 573-3024



Bombones de Chocolates Britt

Tres diferentes tipos de bombones para complacer los gustos más exigentes.
 Chocolates rellenos de Licor de Café Britt, Macadamia gourmet cubierta con chocolate blanco y oscuro; y Macadamia Britt cubierta de chocolate oscuro.
Distribuye: Grupo Café Britt S.A.
Teléfono: (506) 277-1620
vyd@cafebritt.com



Secador de manos

Eficiente, automático y con un diseño excepcional. Los secadores de American Dry son de excelente calidad y traerán economía, elegancia y limpieza a su negocio.
Distribuye: Jopco
Tel.: (506) 215-3545



HotSpring: Spa portátiles

El Jetsetter, es uno de los modelos de spa distribuidos en Costa Rica, con capacidad para tres adultos. El asiento del diván dispone de dos Jet Moto Masaje DX para la espalda, el Jet Precision para cuello y hombros, y un Jet Stream para los pies. Sus cuatro HydroStream Jet proporcionan opciones de hidromasajes adicionales. Sin duda alguna se convertirá en el amenitie favorito de sus clientes.
Distribuye: Nutripro S.A.
HotSpring de Costa Rica
Teléfono: 253-5074



Helados Frizz

Helados Frizz nace para deleitar las necesidades de hoteles, restaurantes y sodas. Los ingredientes de alta calidad y la amplia experiencia de los fabricantes, dan como resultado un producto caracterizado por su cremosidad, sabor y textura suave.
Distribuye: Industrias Lácteas de Costa Rica, (INDULAC)
Teléfono: (506) 296-2929.



Parrilla Slimfold3

Es una parrilla portátil, fabricada en Inglaterra, de pata plegable, construida en acero inoxidable y finamente decorada con madera. Parrilla de 85 centímetros de alto, 67 centímetros ancho y 103 centímetros de largo. Pesa 59 Lbs, construida en una sola pieza, 34.000 btu/hr de calor recirculante. Asa hasta 16 porciones en 8 minutos, con sistema auto cleaning.
Distribuye: Direx Internacional
Teléfono: (506) 240-4049

¿Hasta dónde llega la responsabilidad del establecimiento, en la venta de licor?

La reforma que pretende modificar la Ley de Tránsito actual, cobraría a los choferes ebrios una multa de \$153.000

Durante los primeros cuatro meses de este año, hubo 132 muertes en la vía pública, de las que, 29 fueron por motivos de alcohol.

La "Reforma Parcial de la Ley de Tránsito por Vías Públicas Terrestres No. 7.331" (expediente No. 16.496), que se encuentra en estudio en la Asamblea Legislativa, pretende crear una conciencia en el conductor sobre las consecuencias de su comportamiento inseguro en las carreteras.

Proyecto con multas de rigor

La reforma la presentó la Ministra de Obras Públicas y Transportes, Karla González Carvajal, el 14 de diciembre del 2006.

Busca la aplicación de normas más rigurosas que establezcan una sanción económica para el ciudadano irresponsable.

En el caso del consumo de alcohol, con la reforma al artículo 131 de la actual Ley de Tránsito se cobraría a los choferes en estado de preebriedad, una multa del 95% de un salario base mensual del oficinista, es decir, este salario asciende a \$161.114, por lo que la multa sería de \$153.000.

Círculo perverso del alcohol

Roy Rojas, Presidente Ejecutivo del Consejo de Seguridad Vial (COSEVI), manifestó que los locales que expenden licor tan sólo tienen una responsabilidad ética, con respecto al consumo de bebidas alcohólicas de sus clientes. Sin embargo, si "de verdad desean cuidarlos", como él mismo afirmó, evitarán que éstos dejen el local en estado de ebriedad.

"A ningún comerciante le sirve que su cliente pueda morir en la calle y matar a otros si sale ebrio, esto es un círculo perverso", comentó Rojas.

Otro motivo que Rojas señaló por el que los locales deben controlar el consumo de alcohol es por la tranquilidad de la clientela interna. "Las

personas ebrias causan problemas, en ocasiones se ponen violentas o necias y eso molesta a los demás clientes".

Esteban Castro, Gerente General del restaurante "El Pollo Cervecero", coincidió que la responsabilidad del local es solo ética, pero que podría convertirse en legal. "Por ejemplo, nosotros tenemos la política de que, cuando el bartender ve que el cliente comienza a caer en estado de ebriedad, no se le vende más, así sea que salga disgustado del restaurante".

Castro comentó que, aún cuando evitan que el cliente se emborrache, si el mesero nota que no está en condiciones óptimas de salir, es su responsabilidad preguntarle cómo se va a ir, llamarle un taxi o, en algunos casos y si es tarde, el mismo mesero lo lleva a su casa.

"La calle se ha vuelto muy peligrosa y el alcohol es un motivo fuerte. Apoyo que este nuevo proyecto busque multar con un monto tan alto al chofer ebrio, a ver si así le duele de verdad, las cervezas de más que se tomó".

Responsabilidad propia

Gerardo Lizano, Gerente de Recursos Humanos y Corporativos de Holtermann y Compañía, reiteró que, antes que cualquier campaña o ley, la responsabilidad está en cada persona.

"La compañía tiene en este momento la campaña de "No le dejes toda la responsabilidad a tu ángel guardián", donde apelamos a la conciencia de cada uno".

Pese a que apoyó una eventual reforma de la Ley de Tránsito e, inclusive, avaló la implementación de otras leyes, recaló que el consumo responsable es el eje central para disminuir los accidentes de tránsito por motivos de alcohol. "Los patrones de consumo se obtienen con educación y el cambio final está en cada uno".



Roy Rojas



Esteban Castro



Gerardo Lizano

CARRITO UTILITARIO

- Maneja carga hasta 180 kg.
- El más grande para platos

TAPA CON CIERRE HERMETICO

- Excelente contra derrames
- Económica tapa para Camwear Rounds

Utensilios para bar Aliso

- Elegantes suministros para bar
- Ideal para piscina, patios y centros informales

UPCS 400 TRANSPORTADOR AISLADO DE COMIDA

- Muy seguro y conveniente para transportar recipientes
- Clip para Menú, sello interno y área para apilar

TENAZAS LUGANO

- Diseño ergonómico que facilita el agarre
- Para servir comidas calientes o frías

COLADORES PARA RECIPIENTES DE COMIDA

- Conserva la calidad de la comida y evita desperdicio
- Simplifica el escurrido
- Disponible en policarbonato Camwear y Hi-Pan resiste al calor de los materiales

¡Nuevo!

CADDY AJUSTABLE PARA PLATOS

- Soporta platos de tamaños entre 11.75 y 33 cm
- Fuertes divisiones protegen la loza

ESTANTERIA DE PARED Y EXTENSIONES

- Se aprovecha más el espacio de la pared
- Libre de oxidación y fácil de limpiar.

Admire estos productos en **EXPHORE** stand 518

**Nuevos Productos
Más Economía**

- Reduce trabajo.
- Mejora eficiencia.
- Minimiza deterioro

Cada producto Cambro está diseñado para ser duradero y fácil de limpiar. Estos nuevos productos ayudan a hacer su trabajo más fácil y sus negocios más rentables.

Para más información de estos nuevos productos o de la línea completa de productos Cambro, contacte su distribuidor, visítenos a través de www.cambro.com o llame al (714) 848-1555



CAMBRO.

DURABILITY THAT MAKES A DIFFERENCE

www.cambro.com

Cambro Manufacturing Company
5801 Skylab Road, Huntington Beach, CA 92647
1-714-848-1555 www.cambro.com
©2006 Cambro Manufacturing Company



Tel. (506) 293-6970
Fax. (506) 293-6963

El tomar licor es nocivo para la salud / CP-224-2001



Ron Importado, Añejado para un mejor sabor

DISTRIBUIDORA
Yamuni S.A.
Tel.: 227-2222 · 227-2535