

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Genio y figura

"Panamá, un lugar así, se queda en tí" es el lema de la nueva campaña publicitaria con la que se promociona ese país, y cuya principal figura es el ministro de Turismo, Rubén Blades.

Franquicia o marca propia 58

Antique: Fusión tica de exportación 44

Expo-Hoteles y Restaurantes 47

Nicaragua despierta al turismo 42





MONTINO
MONTE RICO LIGHT **NUEVO**
MONTE RICO
QUESO CREMA LIGHT **NUEVO**
CHEDDAR SHARP
QUESO PIZZERO
SALSA DE QUESO CHEDDAR
CREMA DULCE
BABY SWISS
BONSALUT
CHEDDAR
EDAM
EMMENTAL
GOUDA
MONTE SUIZO
MOZZARELLA
PARMESANO
TILSIT **NUEVO**
PROVOLONE
CHOCO CHEESE **NUEVO**
PROCESADO
QUESO CREMA
HELADOS SUPER PREMIUM

BARVA BLUE
CAPRINO
CHEVRE
EDAM
FETA
GOUDA ESPECIAS
GOUDA HIERBAS
GOUDA LITE
MAASDAM
MOZZARELLA FRESCA
BARCHEGO
CAPRINO BLUE **NUEVO**
CAPRINO HIERBAS **NUEVO**
CAPRINO ESPECIAS **NUEVO**
GOUDA BLACK LABEL
GOUDA STRONG
GOUDA GOLD
GOUDA CLASSIC
GOUDA MILD
QUESO QUARK DE VACA
QUESO QUARK CAPRINO



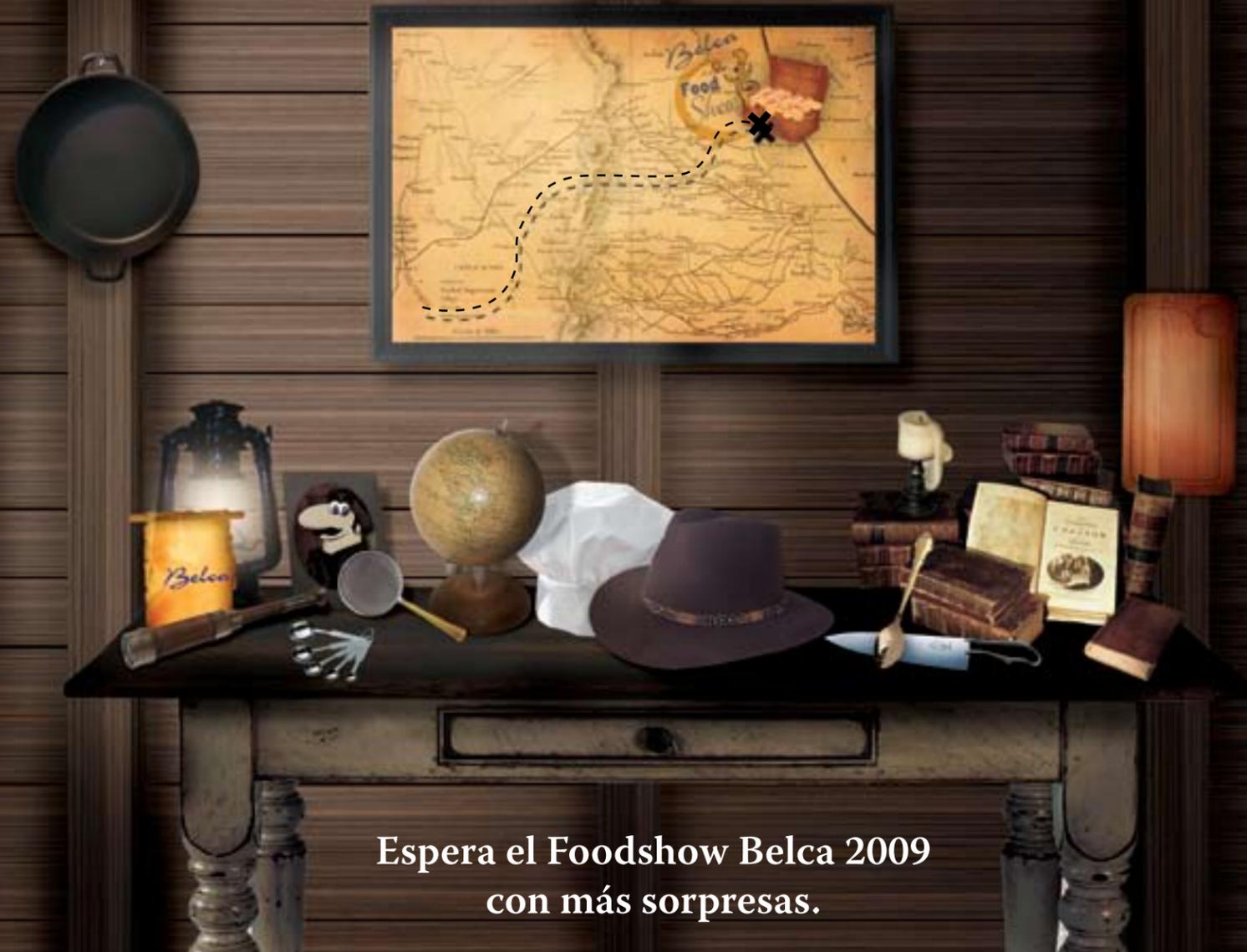
es Monteverde !!

DISTRIBUYE CAROMA TEL.: 240-4242

Corporación Monteverde, S.A. Tel: 293-3224, gcomercial@monteverde.net, www.monteverde.net



GRACIAS POR HABER SIDO PARTE DE LA GRAN AVENTURA



Espera el Foodshow Belca 2009
con más sorpresas.



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

¿A quién le sirven los frijoles fríos?

Érase una noche de verano en las montañas josefinas, cuando un grupo de amigos decidió ir a cenar. Las opciones muchas y el fin como siempre era disfrutar. Al sentarse, el mesero amable les dio la bienvenida. La noche fluía y se percibía la alegría. Tomaron un trago unos, vino otros y agua el que manejaba. Compartieron la entrada y conversaron sobre los temas que los unían. Todo iba perfecto hasta que llegó el plato fuerte, uno de los comensales llamó la atención al camarero del detalle que nos incumbe, estaban fríos los frijoles.

Al menos tres manos tuvieron contacto con la cazuela que traía los tesoros que brillaban y olían a memorias. El mesero recibió el azafate de la cocina y los presentó a la mesa. El ayudante de cocina los sirvió en su cazuela y los puso en la mesa de espera y el chef que supervisa, revisó la olla, su color, su sabor, su tersura y su temperatura.

La torta se arregló, como era de esperar, pero la noche en ese momento se partió. En fin, todos perdimos algo, pero aprendimos, que a nadie le sirven los frijoles fríos, ni siquiera a al que se los sirven. **A**

6 Aperitivos

32 Hotelería

Panamá: el sol brilla en un nuevo destino

Panamá.- A mediodía de ese miércoles más de un centenar de turistas desembarcaron y el sol radiante y tropical los recibió. Eran 171 pasajeros procedentes de Carolina del Norte, Estados Unidos, que hicieron un vuelo histórico al aterrizar en el Aeropuerto Internacional de Howard, en Panamá, el pasado 16 de enero del 2008.

36 Especial

Construcción y decoración de hoteles y restaurantes

42 Turismo

Nicaragua despierta al turismo

44 Gastronomía

Chef del mes. Antique: Fusión tica de exportación

Marco Antonio Ganoza abrió un nuevo restaurante, y su próxima meta es salirse de las fronteras ticas, para llevar su versión de comida fusión costarricense a Panamá y México.



El Colonial es un hotel 4 estrellas, ubicado en el centro de Granada, Nicaragua, un país que seduce al turismo. P 42

Ferias

46 Expovino

La primera feria de vinos en Costa Rica.

47 Expohore 2008

Una feria consolidada

De Compras

50 Restaurante Monteverde se moderniza

51 Kalú: un lugar de encuentro

52 Belca FoodShow

Tres años convocando al sector.

53 ADL SeaFood

Nuevo aliado de Caroma.

Capacitación

54 Capacitación y el servicio al Cliente

56 Ingredientes

59 Directorio

58 Sobremesa

Franquicia o marca propia: ¿qué conviene más?

LA DECISION ES FACIL



Tork es una marca mundial líder de productos de celulosa y servicio de valor agregado para lugares de trabajo en el área comercial y la industria, instituciones sanitarias, hotelería, servicio de banquetes y otros establecimientos públicos.

SCA es una compañía internacional de papel que produce y vende productos higiénicos absorbentes. Tiene presencia en cinco continentes, con más de 50,000 empleados alrededor del mundo.

Los productos fabricados por SCA apoyan el cuidado del medio ambiente y se producen en su mayoría con materiales renovables y reciclables.



SCA PRODUCTOS DE HIGIENE – www.scacentroamerica.com





Shirley Ugalde Méndez
shirley.ugalde@eka.net

¿Quién es su jefe?

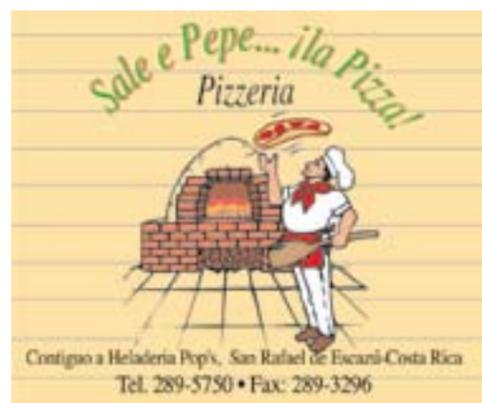
“Hay únicamente un jefe: el cliente. Y este puede despedir a todo el mundo en la empresa, desde el presidente hasta el de más abajo, simplemente gastando su dinero en otra parte”.

Con esta frase, Sam Walton simplificó la mayoría de los tratados sobre servicio al cliente que se puedan haber escrito, desde aquel conocido y casi trillado “el cliente siempre tiene la razón”, hasta las teorías más reciente en gestión empresarial, que buscan darle un nuevo giro a los departamentos de atención al cliente hacia departamentos de satisfacción al cliente.

Pero ¿qué significa realmente satisfacción al cliente?, por qué se insiste tanto en este tema, y qué es lo que hace la diferencia entre el éxito y el fracaso, entre un hotel con ocupación máxima, y uno que apenas alcanza la mínima. Todos los días abren y cierran restaurantes, esto no es una novedad, justificaciones sobran: que la ubicación no favorecía, que faltó parqueo, que no se hizo publicidad, y una lista interminable.

Antes de llegar a estos extremos deberíamos realizar un auto examen, desde nuestra posición, y considerar algunos aspectos. ¿Qué estamos ofreciendo a nuestros clientes?, ¿cómo es el servicio?, ¿sobrepasa las expectativas, o apenas cumple con lo básico? ¿Y qué significa satisfacción?, ¿qué busca un cliente? Algunos se conformarán con atender el teléfono antes de que el timbre suene tres veces, de ofrecer una sonrisa amable detrás del mostrador, si bien éste puede ser un punto de partida en el servicio, nunca debe ser el fin, no debemos conformarnos con ello.

Es necesario demostrar que estamos dispuestos a satisfacer las necesidades, que se puede resumir en resolver. Los clientes esperan que tras las formalidades de la atención venga toda una gestión que demuestre que todos en la empresa están preparados para satisfacer, e incluso superar, las expectativas de los clientes.



No pierda de vista quién es su jefe, y de esta manera será más sencillo lograr el éxito en su gestión. **A**

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
997-1651

subdirectora editorial
Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net
directora arte
Nuria Mesalles J.
nuria.mesalles@eka.net
diagramación
Liliana Castro Solano
Irania Salazar

fotografía portada
Andrés Villa
IPAT Panamá
directora eventos
Carolina Martén
carolina.marten@eka.net
circulación
Melanie Töbe ext. 134
melanie.toebe@eka.net
colaboradores
Lady Ann Umaña
Leticia Vindas
Felipe Rojas

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

Descubra la versatilidad y el valor de la Melamina y el Plástico



FUNCIONAL, MODERNO, ACCESIBLE Y ESTILOS DIVERTIDOS. PARA TI DE G.E.T.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO PARA COSTA RICA



Teléfonos:
Sabaná: (506) 2 290-2449
San Pedro: (506) 2 280-5857
San José: (506) 2 221-9564
Jacó: (506) 2 643-2878
Liberia: (506) 2 667-0738

PARA INFORMACION U OBTENER NUESTRO CATALOGO 2008 COMUNICARSE A G.E.T. ENTERPRISES AL 713-467-9394 O VIA E-MAIL A GETINC@GET-MELAMINE.COM
1515 W. SAM HOUSTON PKWY. N. | HOUSTON, TX 77043, USA | TEL. 713-467-9394 | FAX 713-467-9396 | WWW.GET-MELAMINE.COM

Cartas

Apetito en digital

Estoy interesada en recibir su revista. Prefiero por mucho la versión digital y de hecho felicito la iniciativa de hacerlo en esta forma salvando así muchísimos recursos en árboles para papel y en combustibles para transporte. Eso es verdadera responsabilidad sobre su impacto en el ambiente y ojalá muchas otras empresas tomen este tipo de iniciativas, en la que usan la nueva tecnología en pro de las ideas de protección del ambiente.

Susana González
USG Intemacional

R/ Estimada señora González, muchas gracias por formar parte de nuestro grupo de lectores y por alentar nuestras iniciativas. Comentarios como el suyo, hace que nos esforcemos todos los días por satisfacer las necesidades de quienes leen Apetito.

Alimentos y Bebidas en el Four Seasons

Llegué a Costa Rica hace un mes para tomar cargo del departamento de Alimentos y Bebidas del Four Seasons Papagayo.

Trabajé en el Intercontinental de San José, hace 9 años. Que alegría ver todos los cambios positivos que han ocurrido en Costa Rica en el mundo hotelero.

Nuestro nuevo Chef Ejecutivo, Michael Brough llegó hace 45 días directo de Dublin, Irlanda. Daniel Kenney, nuestro Executive Sous Chef llegó hace 2 meses desde Washington DC.

Como usted puede ver, muchos profesionales han llegado a Costa Rica. Si le podemos ser útil en cualquier cosa por favor de hacérmelo saber.

¡Hasta pronto!

Bixente Pery

Director of Food & Beverage

Península de Papagayo, Guanacaste, Costa Rica

Ahorro de energía

Mil gracias por sus consejos sobre ahorro de energía y la gran lista de proveedores hoteleros que se publica tanto en Apetito como en su sitio web. Ambos han sido de gran utilidad para encontrar esos pequeños artículos y servicios que tanto nos hacen falta y que muchas veces no podríamos encontrar sino fuera con su ayuda.

¡Sigamos adelante!

Yokebec Soto

Directora de Mercadeo

www.paradisecosmeticcinn.com



INNOVACIÓN + ECONOMÍA + CALIDAD

NUEVA servilleta Food Service Pop Up



- Máximo control y ahorro en el consumo
- Dispensado de una en una
- Capacidad de llenado de hasta 375 servilletas
- Impide el acceso a varias servilletas a la vez
- Reduce el desperdicio
- Mayor Higiene, evita la contaminación cruzada
- Mejora la imagen de su negocio

Encuéntralo en sus tres diferentes dispensadores

www.kcprofessional.com

Guatemala: (502) 7888-8100, El Salvador: (503) 2319-4551, Honduras: (504) 574-8966,

Nicaragua: (505) 266-6330, Costa Rica: (506) 298-3183, Panamá: (507) 360-0400.

Kleenex
MARQUE
BRAND

Equipos DE COSTA RICA

AB

**Fábrica de Equipos en Acero Inoxidable, Refrigeración y a Gas
Diseño e instalación.**

www.equiposab.com • Tel: 239-5516 • Parque Industrial Barreal de Heredia

Amait certificará a profesionales de Foodservice



Guillermo Alarcón, comentó que programa de certificación de Amait, es una oportunidad para que los profesionales del foodservice en Latinoamérica logren validar sus conocimientos.

Dentro del marco de Abastur Rest-Hotel, Amait, Abastecedores Turísticos A.C, firmará un acuerdo con NAFEM (North America Food Equipment Manufacturers Association) para ofrecer el programa de certificación CFSP (Certified Foodservice Professional) en su versión en Mx (México).

Este programa, que será impartido en español y dirigido a todos los socios de Amait, Abastecedores Turísticos, AC, busca elevar el estándar de la industria, incentivar el auto-desarrollo educativo de los profesionales del abastecimiento y el reconocimiento continuo de aquellas personas que han demostrado un alto nivel de

experiencia y ética en su trayectoria profesional.

Para ser considerados para la certificación CFSP MX, los candidatos requerirán completar un cuestionario acompañado de la información necesaria que avale su experiencia dentro de la industria del abastecimiento.

Conjuntamente, se ofrecerá un manual y un seminario de preparación para completar exitosamente el programa antes de presentar el examen de certificación.

Como siguiente etapa habrá un programa constante de capacitación y mantenimiento para conservar o avanzar en los diferentes niveles de certificación. **A**

Mr. Steam abre fronteras

Durante 35 años, Mr. Steam ha ofrecido servicios de limpieza especializados, que van desde el lavado de alfombras, muebles, colchones, restauración de pisos, limpieza de ductos y campañas, para evitar incendios por acumulación de grasa en cocinas, hasta el lavado de vehículos. Con el tiempo, estos servicios se han ido diversificando de acuerdo con las necesidades y exigencias de sus clientes. Como explica Ricardo Cedeño, Presidente de esta compañía, la variedad de servicios se ha desarrollado tanto como el mercado lo ha requerido, y este crecimiento no solo incluye los servicios, sino también el alcance territorial. "Hemos desarrollado nuevos servicios para clientes con necesidades

específicas, como es el caso de las empresas constructoras, con la limpieza total de los edificios antes de la entrega de un proyecto, o la limpieza de canchas de tenis para hoteles, el mantenimiento de yates, entre otros que han solicitado los clientes, y que hemos tenido capacidad de implementar gracias a la tecnología con la que cuenta la empresa".

En cuanto al crecimiento, Cedeño comentó que en el momento tienen capacidad de atender en todo el país, gracias a la tecnología y a la amplia flota vehicular, y al sistema de servicio Express con el que cuentan.

"Aumentamos el número de vehículos, por lo que tenemos capacidad para llegar donde el cliente nos necesita. En el caso de Guanacaste, como



Ricardo Cedeño, Presidente de Mr Steam, "no tenemos límites, llegamos donde sea necesario nuestro servicio, no importa el lugar, si es por tierra, por mar, y hasta en avión".

la demanda es tan alta, hemos instalado una unidad móvil que atiende toda la zona, y este sistema nos permite tener mayor cobertura y una respuesta inmediata". **A**

Somos los especialistas en equipamiento para sus proyectos hoteleros



"English spoken"

Frigidaire CONAIR HOSPITALITY SONY LG Serta

En **SM Soluciones** le ofrecemos variedad de equipos de alta calidad, la mejor asesoría, respaldo y servicio técnico en todo el país, además contamos con líneas Hospitality:

- Vitacola
- Plancha para ropa
- Radio-reloj despertador con CD
- Espejo de pared y mesa con luz
- Set de colchones
- Coffee maker de 1-4 y 10 tazas
- Ducha masajeadora clásica y de pared
- Secadoras de cabello para montaje en la pared o con cable retráctil
- Mini-bar
- Aire acondicionado



• Televisores de 32" y 42" diseñados específicamente para el uso en hoteles que trabajan con los sistemas **Logiport** o de **DaCommand PPU**

SM soluciones
Inmobiliarias y Hoteleras
Una empresa del Grupo M

Teléfonos: (200) 437-4100 • (200) 437-4210
Fax: (200) 437-4295
E-mail: sm.soluciones@grupom.com
www.sm.soluciones.com

2
INTENSO



Todo lo que necesita para el mejor café.



LA CIMBALI

GRUPO CAFÉ BRITT S.A.
Tel: +506 277-1620 | Fax: +506 277-1699 | www.cafebritt.co.cr | ventas@cafebritt.com

Pasqua es una de las 10 bodegas vitivinícolas más importantes de Italia, con una producción de 18 millones de botellas al año.

En el país, la calidad de estos vinos es distribuida, desde hace más de 15 años por la empresa Alpiste.

Precisamente, hace pocos días, Carlotta Pasqua Di Bisceglie, del Área de Relaciones Públicas de esta bodega, estuvo en el país, con la idea no solo de promocionar los vinos de la empresa sino para dar a conocer la adquisición de otros terrenos para producir y aumentar la calidad de sus variedades.

"Precisamente, ahora con la producción de vinos en la parte sur, éstos vendrán a innovar el portafolio", comentó Carlotta. La bodega Pasqua se encuentra en Verona, Italia.

Entre el portafolio de vinos que produce esta bodega destacan: Amarrote, Valpolicella, Soave, Bardollino, entre otros.



Carlotta Pasqua Di Bisceglie, del Área de Relaciones Públicas de la bodega Pasqua de Verona, Italia, estuvo en el país para promover el portafolio de los nuevos vinos que empezarán a producir en sus nuevos terrenos. La empresa Alpiste maneja en el país, la calidad de estos vinos. **A**

Con nombre de mujer



Fotografía tomada en la pasada Expovino

Carmen, es una de las más antiguas bodegas chilenas, la primera de las viñas que trabajó con los vinos orgánicos y la que más premios ha recibido en el 2007. Alejandra Vallejos,

Enóloga de Viña Carmen, explicó cómo esta bodega se fue renovando en el tiempo, hasta lograr posicionarse en altos sitios. Carmen nació en 1850, pero fue hasta 1987

cuando la renovaron, con el objetivo de hacer vinos, únicamente, de calidad.

Y de ahí en adelante, se esmeraron en diferenciar a esta viña con mezclas exclusivas, en la diversidad de líneas, de aromas, colores y sabores. La carta de presentación de Carmen: el Gold Reserve Cabernet Sauvignon, Wine Maker's Reserve, Reserve Cabernet Sauvignon, Nativa y el Sauvignon Blanc.

"Esos son los cinco vinos premiados por el concurso The Winery Of The Year 2007", dijo la enóloga de la viña.

Cinco por ciento del producto elaborado en estas bodegas se vende en Chile, mientras que un 95% es de exportación. En Costa Rica, estos vinos son comercializados por Distribuidora Isleña. **A**

A.D.L. Seafoods



Productos del mar con la calidad y el servicio que hacen la diferencia.

A.D.L. Seafoods

Teléfono: 2 228-1898 • Fax: 2 289-2674

CAROMA S.A.
DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS

Teléfono: 2 240-4242 / 2 240-2424 • Fax: 2 240-6263 • Tibás, Costa Rica

LIMPIEZA INTEGRAL

amigable con el ambiente



Con nuestra solución su EMPRESA recibirá:

- Productos de limpieza elaborados a partir de materias primas 100% BIODEGRADABLES y de poca toxicidad. Altamente concentrados y de acuerdo con normas de calidad internacionales
- El más completo equipo y utensilios de limpieza y seguridad, de calidad internacional
- Servicio de Asesoría Técnica especializada en limpieza, incluyendo el uso y aplicación de nuestros productos
- Servicio a Domicilio

Distribuidora **FLOREX**

Tel.: (506) 447-2323 / 447-3240 / Fax: 445-3248 / www.florexcr.com

LA MARZOCCO

HECHO A MANO EN FLORENCIA, ITALIA.



Equipos de Calidad para Baristas Profesionales

Máquinas Espresso, molinos, accesorios y detergentes para su estación de preparación de café.



Distribuidora Espresso S. A.

Tels: (506) 8347-2460. • 8361-0338

mcercone@espresso.co.cr • www.lamarzocco.com



Distribuidores de artículos para hoteles y restaurantes

Tels. (506) 215-3545 • 213-7624

jopcoer@mesa.co.cr • jopcoer.com • Guachipelin, Escazú.



Pastelería convertida en Arte



SOLUCIONES CREATIVAS BAKE & COOK

Importadores y distribuidores de materia prima para pastelería y decoración de queques

- Cremas para decoración
- Mousses (de sabores y neutro)
- Premezclas (queque, galletas y otras)
- Rellenos de frutas y coberturas
- Accesorios para decoración
- Colorantes



Tel (506) 2349204
Tel/Fax (506) 2347583
ingridse@racsa.co.cr



Impuesto de venta obligatorio

Con el afán de defender el derecho del consumidor a recibir información real, la inclusión de los precios con el impuesto de venta en el menú es una obligación del comerciante.

De acuerdo con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y, más específico, el Reglamento de esta ley, se establece que los servicios comerciales deben exhibir sus precios de manera visible en los menús. "Los precios deben estar indicados de manera que no quede duda de su monto preciso incluyendo los impuestos cuando corresponda", define el artículo 43 del Reglamento.

Los comerciantes que desacaten la ley podrán incurrir en un proceso judicial en su contra por divulgar información inexacta.

Pero más que un requisito legal para poder ejercer su negocio, algunos comerciantes consideran que debe ser una obligación moral con el consumidor. "El cliente debe saber exactamente cuánto le costará el servicio por el que está pagando, omitir el impuesto de venta no solo es ilegal, sino que es una forma de engaño", comenta María Cordero, Administradora del Restaurante Tintos y Blancos.

Este argumento lo comparte Luis Díaz, Administrador del Restaurante Limoncello. "En vez de ganar una venta al mostrar precios supuestamente más baratos, podría resultar el efecto contrario y perder para siempre un cliente". **A**



Hamburger Grill en franquicia

Ocho años después de abrir su primer local de hamburguesas, el restaurante Hamburger Grill abrió su primer restaurante en franquicia. Se trata de un nuevo local en Alajuela, que funcionará bajo los mismos estándares de los otros restaurantes de la cadena.

Hamburger Grill abrió su primer restaurante en San Francisco de Dos Ríos, en el 2000, y un año después, abrieron el segundo local en Pavas. Según comentó su propietario Mohammed Reza, la constancia en la calidad de los productos y en el servicio ha sido la clave para el éxito de su fórmula, ya que los clientes saben qué esperar y por ello repiten su visita.



Mohammed Reza, Propietario de Hamburger Grill comentó que la franquicia del restaurante en Alajuela, contará con el mismo estándar de servicio, e incluso utilizará los mismos proveedores, para asegurar la calidad de los ingredientes. **A**

La experiencia del té

Tea Forté es la nueva línea de productos para el té que Delika by Gourmet Imports está distribuyendo en Costa Rica. Se trata de una completa gama de opciones para ofrecer toda una experiencia alrededor del té.

Es un producto elaborado en Estados Unidos, con materia prima de diferentes países, donde la presentación de lujo de cada bolsita, (elaborada con tela de seda) y la suavidad de sabor, son los principales aliados para lograr la preferencia de sus clientes.

Esta línea, ampliamente utilizada en reconocidas cadenas hoteleras del mundo, cuenta con diferentes accesorios diseñados especialmente para el uso de esta marca, como tazas con tapa, para mantener el té caliente, pero que dejan a la vista la característica hoja de la bolsa, bandejas para servir, ya sea de forma individual o para ofrecer el producto en banquetes, restaurantes, o en el spa.

Cuenta con cajas de diferentes tamaños, muy útiles para incluirlas en las amenidades, e incluso en las tiendas de regalo.

Para más información sobre los productos Tea Forté, puede comunicarse con Delika by Gourmet Imports, al teléfono (506) 281-2855. **A**

Cursos de Café

Taller de preparación de bebidas a base de café

Somos los especialistas en preparación de personal y equipos para café.



Astoria

Máquinas para café

Distribuye:

ELECTROFRIO

• Tel: 244-5530

• www.electrofriocr.com



El arte del buen vino



Aunque se trata de una bodega muy pequeña y joven, nació en el 2001, el sabor de sus vinos tintos refleja un gran conocimiento y sobre todo, una altísima calidad durante todo el proceso.

La enóloga de este viñedo en el que nacen los vinos Altair y Sideral es Ana María Cumsille, responsable de la bodega chilena Altair Vineyards & Winery, ubicada en Valle Alto Cachapoal, y su distribuidor en el país es Delika by Gourmet Imports.

Las características del clima propias de las montañas de Los Andes, hacen sus taninos suaves y elegantes, lo que contribuye a un sabor exquisito. A ello se suma que el trabajo en el viñedo es planta por planta, lo que garantiza una calidad de boutique.

El vino Sideral posee un color intenso, con mucha fruta roja y muy madura, es fresco, jugoso y expresivo. Posee de 12 a 15 meses en barrica y se vinifica en cuba de acero. Su mezcla es 84% Cabernet Sauvignon, 10% Merlot y 6% Syrah-Sangiovese.

El vino Altair posee una mezcla de 86% Cabernet Sauvignon, 7% Carmenère y 10% Merlot. Este vino es más tímido, le cuesta más mostrarse, es necesario decantarlo por lo menos media hora antes de servirlo, sus aromas son de cedro, violeta, chocolate, cacao y frutas. Sin lugar a dudas, se trata de un vino penetrante, con mucha concentración y una persistencia muy larga. ▲

El Tannat uruguayo: robusto, desafiante y seductor

Saber diferenciar los sabores, aromas y colores del vino es un arte. Cuando se toma vino, nuestros sentidos experimentan miles de sensaciones y ahí es cuando empieza el juego y por qué no, hasta la seducción. Esa seducción puede incrementarse cuando se trata de un tannat, especialmente si hablamos del Tannat uruguayo, la cepa emblemática de ese país.

Marisol Narváez de Stegen, Gerente de Marketing de Sol Amerika, distribuidora en Costa Rica de estos vinos, califica al Tannat como "el mejor secreto guardado del Río de la Plata".

"El Tannat es la alternativa perfecta para despertar la curiosidad de un cliente y la promesa de quien lo recomienda jamás será defraudada", destacó Narváez.

Es un vino de gran estructura, con alta capacidad colorante por la elevada carga tánica, alto potencial de guarda, ideal para maridar con carnes rojas, de caza, quesos tipo pamesano o con especias y platos con salsas fuertes. Su cepa posee una estructura y carga tánica que otras cepas no tienen, se caracteriza por su intenso color y sabor, que mejora con la guarda, dados sus componentes tánicos. Este vino presenta alta concentración de antioxidantes, que entre otras cosas, previenen enfermedades y hacen más lento el envejecimiento celular. ▲



Tips de cómo vender más vino:

- Decante el vino media hora antes de servirlo.
- La temperatura ideal para un vino tinto es entre los 15 y 17 grados.
- Si debe guardar el vino, sáquele el oxígeno con el utensilio indicado.
- Pruebe ofrecer el vino blanco con carnes rojas y el tinto con blancas.
- Nunca hacer cambios bruscos de temperatura

Un añejo exquisito

De nada sirven las edades de las vides y su manejo, la lluvia y la concentración, los taninos, ramilletes y semillas; tampoco la maceración, extracción, filtración, afinamiento y los barriles de roble, si el vino no es cuidado durante su guarda y transporte.

Es por eso que el experto en vinos, Daniel Ruzo, recomienda una serie de cuidados para garantizar que las cualidades del vino no desaparecerán con el tiempo. Uno de los elementos más importantes es que la botella esté "volcada", y el vino no pierda contacto con el corcho, de lo contrario éste se contraerá y le entrará aire al vino, lo que lo descompondría rápidamente.

Otro elemento que recomendó Ruzo es que el vino no esté expuesto a la luz, la vibración y a los cambios bruscos de temperatura. Lo ideal es que siempre esté a una temperatura que oscile entre los 14 y 16 grados.

Cuando una botella esté vieja, es recomendable revisar que no tenga sedimentos y que su color no sea negro, pues eso es una mala señal; el corcho no puede estar hundido ni tampoco puede sobresalirse; la cápsula no puede tener corrosión y no debe haber lágrimas en la botella. Finalmente, es importante revisar siempre el cuello de la botella para comprobar que no existe evaporación. ▲

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

SG & ALDELO SISTEMAS

San José: 290-1970
Guanacaste: 670-1758

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

ventas@svgsistemas.com www.svgsistemas.com

TECNOLOGIA MUNDIAL CON TALENTO LOCAL

OMEGA

25 AÑOS DE EXPERIENCIA EN

- *EQUIPOS DE FRIO
- *EQUIPOS DE CALOR
- *REPUESTOS
- *SOPORTE TECNICO

25 AÑOS

Visite nuestra sala de exhibición permanente en Brasil de Santa Ana del Cruce de Piedades por pista, 400 mts Oeste
Teléfonos 2203-3395 o 2282-8088. Fax 2282-7778 o 2203-0508
www.refrigeracionomega.com

Cadena Hilton promociona Costa Rica

Costa Rica es promocionada como un fuerte destino turístico en una millonaria campaña de mercadeo, que la cadena hotelera Hilton realiza entre medios norteamericanos. Esto como parte de su estrategia para promover sus nuevos hoteles en el país, según indicó el gerente de ventas y mercadeo de la cadena para el Caribe y América Central, Tilo Joos, quien visitó Costa Rica con motivo de la inauguración de los dos nuevos hoteles de la cadena. Joos comentó que Costa Rica es promovido en las campañas como

un destino, y dentro de este destino se ofrece la opción de hospedarse en los hoteles de la cadena, aprovechando el posicionamiento de la marca en el público estadounidense. Joos aseguró que la cadena pretende convertirse en el líder del sector hotelero del país, "Hilton cuenta con ventajas comparativas en relación con algunos de sus competidores de la zona". Los representantes de la marca aseguraron que para finales de este año planean operar cinco hoteles en Costa Rica, enfocados en diferentes nichos.



Al momento, ya cuentan con cuatro hoteles, el Hampton Inn, cerca del aeropuerto Juan Santamaría, además de los adquiridos por la franquicia, y que han sido remodelados para adaptarse a sus estándares, como es el caso del Double Tree Resort by Hilton Puntarenas, antiguo hotel Fiesta, que se inauguró el pasado primero de enero. El Double Tree Cariari by Hilton San José, antes Hotel Cariari, el Hilton Papagayo Resort Costa Rica, antes Fiesta Premier Papagayo, cuya inauguración está programada para abril. El quinto hotel de la marca será el Hilton Garden Inn, que se construirá en Liberia, cerca del aeropuerto Daniel Oduber, y su inauguración está prevista entre octubre y noviembre de este año.

Para formar parte de la cadena Hilton, el hotel Fiesta Premier Papagayo atravesó un proceso de cambio, tanto en los procedimientos de trabajo como en las instalaciones, algunos más visibles que otros, como logotipos, alfombras, paños, y la construcción de tres nuevos salones de conferencias. **A**

Los favoritos en verano

Una adaptación del mojito cubano, mango daikiri, margarita y piña colada son algunos de los cócteles favoritos, según un recorrido que hicimos en algunos bares de Guanacaste.

En el Monkey Bar del hotel Flamingo Marina se venden más de 300 piñas coladas por mes, y según informó el Gerente de Alimentos y Bebidas, Gustavo Morales, la balanza de preferencia no se inclina por ninguno de los sexos, sino que la demanda de la bebida es similar por parte de ambos. La segunda más solicitada en este bar es la margarita.

En el Happy Snapper, el Mango Daikiri le gana el pulso a la margarita, que también es la segunda en la lista de favoritos. Según comentó Mike Osborne Propietario del lugar, este cóctel lo elaboran con un shot de ron, uno de triple sec, medio de jugo de limón, abundante hielo, y la fruta de elección.

Con envidiable práctica Rubén Planelles, Bartender del restaurante Mar y Sol, en playa Flamingo, prepara lo que asegura es el cóctel más solicitado por sus clientes, una ingeniosa adaptación del sabor cubano, con algo de tiquicia. Se trata del Mojito de maracuyá, que según asegura son más de 300 los que se venden por mes.



En el Monkey Bar del hotel Flamingo Marina se venden más de 300 piñas coladas por mes.

El Energy Drink, y el jugo de madarina, son los más vendidos en el Mandarina Juice Bar, en playa Tamarindo, un lugar enfocado en bebidas saludables, en su mayoría a base de frutas y vegetales, que según comentó su propietario Neisser Jaim Riascos, su principal fortaleza radica en que todo el proceso de elaboración de los jugos y batidos se realiza frente al cliente, dándole la seguridad

de que son productos frescos y elaborados bajo estrictas normas de higiene.

Piña colada Monkey bar

- 2 onzas de crema de coco
- 2 onzas de leche evaporada
- 2 onzas de ron
- 1 spash de triple seco
- Piña fresca
- Hielo **A**

Ideas with passion



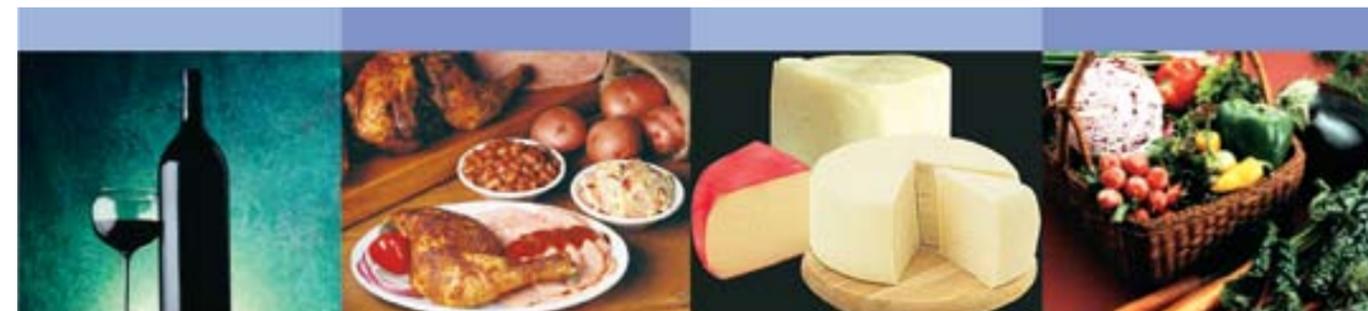
MAQUINAS PARA CAFE ESPRESSO Y CAPPUCINO

- 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



NRA Show

Hoteleros del mundo a Chicago

Cerca de 74.000 personas procedentes de al menos 115 países se darán cita en Chicago a partir del 17 y hasta el 20 de mayo de este año.

La NRA (National Restaurant Association) Hotel – Motel Show es la feria anfitriona de más de 2.000 proveedores del sector hotelero y de restaurantes. Los diferentes puestos ofrecen desde gastronomía, equipos, accesorios, tecnología, muebles, decoración, hasta artículos de limpieza y suministros.

“Es una oportunidad para convertirse en importadores directos de marcas estadounidenses”, comentó Víctor Cambronero, Promotor del Departamento Comercial de la Embajada Americana.

Además del show, la actividad ofrece más de 60 cursos gratuitos disponibles para los asistentes, así como seminarios y giras a restaurantes de Chicago.

Los delegados que asistan con los representantes de la Embajada Americana tendrán como valor agregado la charla: “Cómo comprar en un Trade Show” y el cóctel de negocios “Post Trade Show”, así como acceso al Centro Internacional de Negocios, Internet gratis, entrega personalizada de gafetes para evitar las filas y áreas privadas para entrevistas de negocios.

Además, tendrán la oportunidad de aparecer en el sitio web de la Sección Comercial de la Embajada durante tres meses, e ingresarán a la base de datos federal del Departamento de Comercio de Estados Unidos, como una empresa que participa en programas oficiales de Departamento de Comercio.

“El objetivo es que la Embajada funja como un ente de asesoría y mediación para los negocios”, agregó Gabriela Lucke, otra de las promotoras.

Quienes deseen asistir con la delegación de la Embajada, pueden comunicarse con Gabriela Lucke al 519-2271.



Víctor Cambronero y Gabriela Lucke promotores del Departamento Comercial de la Embajada de los Estados Unidos. **A**

Nuevo sistema de reservas

hoteleras

HotandCo., ha lanzado un sistema de reservas en línea usando el método de las subastas inversas. La empresa con sede en Hong Kong ofrece un servicio de oferta y reserva (Bid and Book), mediante el que los viajeros proponen las tarifas de habitaciones en su destino.

Al recibir una propuesta, el sistema envía un mensaje de correo electrónico a los hoteles inscritos, los que pueden aceptar, rechazar o enviar una contrapropuesta hasta llegar a un precio razonable de acuerdo con las previsiones de ocupación. Inicialmente, el servicio se dirige a viajeros de negocios e individuales que buscan valor a cambio de su dinero.

Para los hoteles ofrece la oportunidad de aprovechar una fuente adicional de ingresos. El sitio principal y el software administrativo están listos; se están recibiendo suscripciones de hoteles para incluir en la base de datos, y se está trabajando en la extensión de reservas para bloques de operadores turísticos y aerolíneas.

Fuente: www.degerencia.com

Platillos en 20 minutos

Cuando el cliente tiene hambre, es poco el tiempo que está dispuesto a esperar su plato. Por tal motivo, los restaurantes se establecen tiempos máximos de preparación para la comida.

MacDonald Largaespada, Administrador del restaurante Tre Fratelli, manifestó que ellos tienen un promedio de 20 a 30 minutos máximo en la entrega total de una cena completa.

Largaespada especificó que además desglosan el tiempo para cada momento de la comida. “Los complementos deben estar en la mesa entre 30 segundos y un minuto luego de haber pedido la orden. De un minuto a tres la bebida ya debe estar en la mesa. La entrada ronda los 10 minutos, para finalmente servir el plato fuerte alrededor de los 25 minutos”.

Por su parte, Gilberto Díaz, Encargado de Salones del restaurante Senu, explicó que el tiempo de atención depende de si son platos fríos o calientes. Los primeros deberían servirse en un máximo de 10 minutos, mientras que los otros alrededor de los 15 ó 20 minutos. Ambos concordaron que todo depende del tipo de plato y de la hora; resaltaron además que los clientes están anuentes a esperar porque saben que son platillos recién preparados.



Situación que es diferente en el área de las comidas rápidas. Naurey Murillo, Encargada de mercadeo de Pizza Hutt, afirmó que la franquicia se rige con estándares internacionales propios de la marca. En el caso de la comida Express, el tiempo promedio de entrega es de 30 minutos, pero todo depende del movimiento. **A**



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:
 Nishimichi Trading Inc. / Mutual Trading Inc. (Productos japoneses)
 Well Luck Co. Inc. / Hong Sheng Co. Ltd (Productos Orientales)

Importador y Dist. Exclusivos para CR por Ancyfer S.A.
 (Jin Yuan Kee USA) Inc. (Salsas Oshiro y Salsas Oshiro)

Marcas y diseños Registrados:
 Importador y Dist. Exclusivos para CR por Ancyfer S.A.
 • Marca: Wolf Rabbit (Caramelos chinos)
 • Marca: Ory Ho (Salsas y Fideos)
 • Marca: Butterfly (Te verde y Jazmín)
 • Marca: Ocho Ocho (Confites)

ADVERTENCIA: Nos reservamos el DERECHO LEGAL de propiedad intelectual de nuestras marcas registradas para el caso de violación y éste derecho se aplicará los artículos respectivos de acuerdo a la ley lo indague. No garantizamos el consumo de productos no registrados a copia a la venta en el mercado. Cualquier consulta puede llamar al 256-8106 de servicio al cliente.

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



Contamos con la Mejor Calidad en Cuartos Fríos

Garantía de 1 año en todos nuestros equipos



227 2818 / 227 2848 / 834 6261

www.equipoSGala.com

San Sebastián, Contiguo a Multifrío

Sistemas de Extracción
 Urnas para Calientes y Fríos
 Cámaras de Refrigeración
 Cocinas y Hornos
 Baño-Marias
 Freidores
 Planchas
 Parrillas
 Mesas Frías
 Mesas de Trabajo
 Fregaderos Industriales

Somos Fabricantes e Importadores

¿Cómo obtener un buen café?

James Hoffman, Campeón Mundial de Barismo 2007, visitó nuestro país, y nos dio algunos consejos para lograr la mejor taza posible:

“Mantener el café en recipiente hermético, seco y oscuro. No exponerlo al medio ambiente. Comprar solo la cantidad que se gasta por semana. Preferiblemente, comprarlo en grano, y molerlo al momento de la preparación”.

En la preparación de la bebida que lo coronó campeón mundial de barismo, Hoffman utilizó café 100% Herbazú Estate, proveniente de la finca y beneficio de los hermanos Barrantes Zúñiga, de Naranjo.

Hoffman comentó que eligió el café de Costa Rica en una cata que realizó a ciegas, y que quiso romper con los paradigmas, al elegir café de un solo origen, ya que es poco común que en este tipo de competencias se utilice café de una sola zona.

“No quise encasillarme en lo tradicional. Por ejemplo, se cree que el café expresso debe tener mucho cuerpo y poca acidez, y eso limita el descubrimiento de nuevos sabores, por eso quise probar algo distinto, y el resultado fue muy bueno”.

El inglés, que fue invitado al país por el ICAFÉ, para impartir charlas y capacitaciones a jueces y baristas, aprovechó la oportunidad para visitar la finca Herbazú, y compartió algunos de sus secretos con la familia Barrantes, quienes además lo sorprendieron con un café preparado al estilo tradicional costarricense, con “bolsa y chorreador”, método que según comentó, desconocía.



James Hoffman, Campeón Mundial de Barismo 2007. A



Cocina de altura

A los 8 años, Arelly Fonseca subió por primera vez el Chimipó. En esa ocasión, impresionada por la belleza del paisaje de los Crestones, le dijo a su padre que le gustaría morir en ese sitio. Desde entonces Fonseca ha subido el cerro casi un centenar de veces, aunque solo una más como turista y el resto ha sido por trabajo, pues ella es la que se encarga de preparar la comida para los grupos de caminantes que conquistan la montaña.

Aunque admite que le encanta subir, confiesa que cada vez que llega al kilómetro cero dice entre risas, desvelos y hasta cierto arrepentimiento: “Dios mío que vamos haciendo aquí a la 1:30 se la madrugada”. Desde hace un año, un grupo de cocineros y cocineras de la zona se unió a la Asociación de Guías, Arrieros y

Porteadores de San Gerardo, que se encarga de dar servicios de orientación, traslado de equipaje y ahora alimentación, a los grupos de turistas que suben el Chimipó. Fonseca comentó que el menú que ofrecen por lo general es el típico costarricense, pero ello varía de acuerdo con la compañía que los contrate.

Comenta que le gusta la experiencia de subir a cocinarle a los grupos y ver la cara de felicidad de quienes disfrutaban silenciosamente de una sopa caliente, después de una caminata de hasta 12 horas. “Cada grupo es diferente y eso es muy bonito”.

Recalcó que el turista nacional es su mejor cliente. “Los ticos son los que más utilizan los servicios de transporte de carga y alimentación que ofrece la asociación. El extranjero es más dado a cargar su maleta y llevar su



Sidey Padilla, Asistente de Cocina, y la Cocinera Arelly Fonseca, son parte de la Asociación de Guías, Arrieros y Porteadores de San Gerardo, que nació hace 15 años con el propósito de dar servicio a los turistas que visitan el Chirripó.

comida”. El cerro sigue siendo un sitio mágico para Fonseca, quien no deja de sentir admiración por los Crestones, un sitio que “la transporta a otro mundo”. A



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
-  Menaje

Avenida 12 calles 16-18, B° los Angeles, San José.
De la Terminal de buses de Puntarenas 25 mts Oeste.
Teléfono: (506) 223 - 01 11 Fax: 222 - 24 12 www.kr.co.cr



**LA MEJOR RESPUESTA
A LOS RETOS DE LIMPIEZA
EN HOTELES Y RESTAURANTES**



Contáctenos: Tel. 241-2121
aqlventas@corporacioncek.com

Nueva opción de chocolates

La creatividad de los chefs tiene un nuevo aliado, se trata de los chocolates europeos que está importando y distribuyendo la empresa Lave y Siga, que incluye chocolates de alta calidad, tanto en moldes, como bases para recetas.

Varios chefs de reconocidos hoteles y restaurantes ya están utilizando estos productos, uno de ellos es el chef Vincent Boutinaud, Chef Ejecutivo y Gerente de Alimentos y Bebidas del hotel Villa Caletas.

"Una de las principales ventajas que tienen estos productos es la facilidad para crear nuevas recetas, con el ahorro de tiempo y manteniendo un alto estándar de calidad, la variedad de diseños y estilos permiten crear nuevas recetas, de manera muy cómoda y rápida", comentó Boutinaud.

La empresa Lave y Siga surge para complementar a su empresa hermana La Canasterie, propiedad de Ariel Faingezicht, "La Canasterie está cerca



Las creaciones que pueden obtenerse de las bases de chocolate son tantas como lo quiera el chef, con la ventaja del ahorro de tiempo y la estandarización de resultados.

de completar cinco años de estar atendiendo a los principales hoteles del país, y en este recorrido hemos llegado a detectar necesidades de ciertos productos premium en el sector de food service, por lo que hemos realizado un intenso trabajo

de investigación y búsqueda de proveedores, asistiendo a ferias internacionales, entre otras actividades y obtuvimos como resultado la nueva línea de productos que estamos representando en el país", comentó Faingezicht. **A**



¿Qué hay de nuevo? Sabor Mediterráneo

Tirrenia es el nuevo restaurante del Ramada Plaza Herradura. Con una inversión aproximada de 85 mil dólares y varios meses de remodelaciones, el antiguo Sancho Panza dio lugar a este nuevo sitio, que debe su nombre al pueblo de Tirrenia, ubicado en la costa de Toscana, considerado un centro gastronómico por excelencia.

Según comentó Miguel Romano, Sub Gerente General del hotel Ramada Plaza Herradura, la apertura del nuevo restaurante forma parte de los cambios que se han realizado al hotel, desde que fue adquirido por la marca Ramada hace dos años.

Edgar Álvarez, Chef Ejecutivo del hotel, aseguró que se trata de una nueva opción para los amantes de la comida mediterránea, "zona de mar y tierra que ofrece una inagotable gama de posibilidades". **A**

IMESA SISTEMAS S.A.

HENNY PENNY
Global Foodservice Solutions



- Freidoras eléctricas y a Gas
- Exhidores de Alimentos
- Rostizadores
- Empanizadores

BUNN



- Equipo de cafetería
- Percoladores
- Molinos

- Puntos de venta
- Hardware & Software

PAR
PixelPoint
Simply Better POS.



- Sistemas de Comunicación



- Cocteles, batidos, conos, sundays, granizados

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

Básculas A&D
para porciones, ideales
para su cocina
100% higiénicas



REPRESENTACIONES ROMA, S. A.

Tel. (506) 2224-9491 • Fax. (506) 2225-9228
info@reproma.com

Visite nuestra **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
- Cubiletería
- Cistelería
- Art. de bar
- Empaque
- 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 Noreste del Mal Real Carlos, Condominio de Bodegas Tierra Uno #22

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



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

Nuevo producto de Kimberly Clark

Ahora que está de moda incluir amenities femeninos en las habitaciones, hay una nueva opción para variar la oferta. Se trata de las toallitas húmedas de Kimberly Clark, Kleenex Aqua, que vienen en una presentación de bolsillo de 20 unidades.



Según comentó Sofía Barquero Marketing Activator, de Kimberly Clark Professional, se trata de un producto que puede ser utilizado en diferentes momentos de día, y con múltiples aplicaciones. "Son pañitos húmedos desechables que refrescan y limpian manos, rostro y cuello. Además de que su empaque es muy práctico y fácil de llevar".

Puede ser utilizado como un desmaquillante, en el higiene personal, para refrescar la piel luego de un agitado día, remover impurezas de la piel, hidratar el rostro, como "jabón sin enjuague", entre otros usos. Barquero comentó que a diferencia de las otras toallitas húmedas que existen en el mercado, dirigidas específicamente para el cambio de pañal de los bebés, Kleenex Aqua, es un producto pensado para hidratar, refrescar y satisfacer las necesidades del sector femenino al que está dirigido, por lo que se convierte en una atractiva opción para incluir en las habitaciones, algo que sin duda las clientes van a agradecer. ▲

Reservación celular

Su hotel o Rent a Car pueden formar parte de la guía electrónica que se consulta vía teléfono celular.

La empresa nacional Soluciones de Información Tecnológica (Sitec) ofrece el software FonoGuía, que se instala en los teléfonos celulares GSM o agendas electrónicas y permite a los usuarios realizar reservaciones en los hoteles o Rent a Car afiliados.

El servicio despliega un directorio de hoteles para que los consumidores los busquen por zona geográfica y tarifas. Una vez hecha la elección, el teléfono envía una reserva hacia el hotel o Rent a Car y ellos llaman al cliente para confirmarla y coordinar el pago.

Rónald Espinoza Mora, Gerente General de la empresa, explicó que este sistema brinda presencia a los empresarios, tanto de imagen como de servicios, en un medio de comunicación muy utilizado en la actualidad; además, abre un canal más de servicio hacia los clientes, no sólo para reservas, sino para divulgar sus paquetes, servicios y ofertas.

Para formar parte del sistema, ya sea de la guía telefónica o del servicio, las empresas deben suscribirse, para más información comunicarse al teléfono 222-6402.

FonoGuía se encuentra en Costa Rica desde marzo del 2006. ▲

Nuevos terrenos de Gala

Liberia y San Joaquín de Flores son los dos territorios que hace pocos meses recibieron a la empresa Gala de Centroamérica.

Captar nuevas zonas, como Alajuela y Heredia, y entrar más fuerte a mercados específicos, como los hoteles en el caso de Liberia, son los objetivos primordiales de esta expansión de operaciones, explicó Wences Aguilar, Gerente General de la empresa.

"Queremos ser más agresivos, en septiembre abrimos operaciones en Liberia y un mes después en San Joaquín, queremos crecer, no solo en cobertura de mercado, sino también en diversificación de clientes y servicios".

Esta compañía ofrece productos de refrigeración, gas y acero inoxidable, tanto en sus dos nuevas instalaciones, como en la planta original que funciona desde hace tres años en San Sebastián.

Por otra parte, Aguilar agregó que como parte de la misma estrategia de crecimiento que visualiza para este año, pretende implementar contratos de mantenimiento para equipos propios y ajenos. "Queremos ofrecer ese valor agregado al producto que ya vendemos, pues son pocos los proveedores que se encargan de arreglar el producto que venden, mucho menos si son de otra marca que no es de su creación o distribución". ▲



J. BOUCHON



Tasting the good life



Para sus pedidos al detalle y de
Foodservice Tel.: 281-2855

by Gourmet Imports

Fax: 253 0449 • www.gourmetimports.co.cr

Cocina orgánica

Quien ronde por la huerta del hotel El Silencio Lodge & Spa, podrá ver a diferentes horas al chef Marco González haciendo una inspección para elegir los productos que utilizará para preparar su próximo platillo.

“En una cocina orgánica uno no fuerza la tierra, se trabaja con productos de temporada”, comentó el chef, quien completó sus estudios culinarios en California y ahora ofrece la Nueva Cocina Costarricense Fusión, una cocina orgánica que mezcla tradiciones, sabores y técnicas de tiquicia con las de Asia, África y Medio Oriente.

Este tipo de cocina, explicó González, es aquella que utiliza productos que fueron cultivados sin agroquímicos y que estén recién cultivados, sin empaque. En la medida de lo posible, la cocina debería producir sus propios alimentos en su huerta y utilizar control natural de plagas, como las flores capuchinas, que atraen unas moscas que se comen las larvas malas o la citronella, cuyo olor ahuyenta mosquitos. Si para la cocina resulta complicado auto abastecerse, al menos debería tener proveedores de confianza que tengan cultivos orgánicos.

Los alimentos deben ser preparados con poca grasa (aceites sin hidrogenar), poca azúcar, poca sal y condimentos naturales en vez de empaquetados, así como brindar opciones vegetarianas, es decir, no solo sustituir la carne, sino también lácteos y demás productos de origen animal.

En cuanto a costos, González afirmó que se necesita un poco más de inversión, pero que a fin de cuentas son productos de mayor calidad y más sanos, por lo que el consumidor lo agradece.

Por otra parte, una cocina orgánica busca cuidar el ambiente, por lo que debe preocuparse por la manera en que maneja sus desechos. Deben dividirse entre los que se descomponen por sí mismos o los que necesitan una ayuda de otros organismos, como lombrices. Además, el jabón debería ser biodegradable, el vinagre mezclado con bicarbonato de sodio puede sustituir el cloro; entre otros procesos menos contaminantes.

“La cocina orgánica pretende devolverle su vida a la tierra”, concluyó el chef.



Chef Marco González.

Receta orgánica

Ceviche de pejibaye: Mezcla tendencias costarricenses con caribeñas, tailandesas y asiáticas.

Ingredientes:

Pejibaye
Leche de coco
Pasta de curry a la tica
Polvo de cinco especies
Jugo de limón
Culantro coyote
Soda
Azúcar cruda
Zacate limón
Cebolla morada

Preparación:

Se marina la cebolla (que previamente fue sofreída) con el zacate limón y el curry en el jugo de limón. Se cocina el pejibaye por aparte y luego se marina con el resto de los ingredientes. Se deja reposar al menos 30 minutos. Puede servirse como entrada sobre lechuga y con palomitas de maíz especiadas con curry. **A**

Colchones para velar el sueño

Parte de la gran experiencia del turista está en el descanso. Un buen colchón aportará tantos beneficios al cliente como una habitación aseada o un platillo delicioso.

Jacqueline Pérez, Asistente de Gerencia de Home and Hotel Supply Group, comentó que los colchones que más se venden son los ortopédicos y de resorte, pues se adaptan a la postura de la persona. Además, el alto del colchón (de al menos nueve pulgadas) juega un papel importante.

Por su parte, Adrián Moreno, Asesor de Ventas de La Artística, agregó que es importante tomar en cuenta factores que aumenten la durabilidad de producto, entre los que resaltan las camas hipoalérgicas, aislantes de ácaros, hongos y bacterias.

Además, la tela “Mosquito free” ofrece una capa protectora que repele los zancudos, mientras que las bolsas de aire (sistema air bags) brindan mayor frescura al colchón. Todas estas características se conjugan para ofrecer sueños más confortables, pues los hoteleros coincidieron que pondera la comodidad del cliente sobre la inversión.

Gabriela Monge, Gerente General del Hotel Grano de Oro, expresó que ellos utilizan colchones de espuma



térmica para que siempre estén frescos y que tengan resortes independientes.

Hermes Portobanco, Encargado de Compras del Hotel Bougainvillea eligió colchones ortopédicos, antialérgicos y semiduros. “Fue una inversión grande, pero sabemos que los clientes están satisfechos y eso es lo más importante”. **A**

Actualización para Chefs

La Asociación Nacional de Chefs está organizando un seminario de actualización para chefs, con temas como cocina molecular, cocina de autor, cocina fusión, cocina dulce, entre otros.

La presidenta de la ANCH, la chef Alicia Ríos de Molina comentó que se trata de un esfuerzo de la asociación por ofrecer a sus asociados las últimas tendencias en la gastronomía internacional.

“Este es el primer seminario de actualización que realizamos en el 2008, y el propósito es cumplir con el objetivo de la asociación de ofrecer oportunidades de formación a nuestros asociados, el tema central es la tecnología al servicio del chef”.

El curso se realizará el 17 de abril, durante todo el día, en el hotel Ramada Plaza Herradura, tiene un costo de 35 mil colones para no afiliados, y 25 mil para los socios de la ANCH que estén al día. Si desean más información sobre este curso pueden comunicarse directamente al teléfono 222 20 85. **A**



NO SOLO HAY QUE VER MAS
HAY QUE VER
más claramente

Con el crecimiento, surge la necesidad de tener una visión perfecta del negocio. **MICROS** le ayuda a mejorar su eficacia para satisfacer la demanda de sus clientes. Tener información en tiempo real y fácil de entender, es esencial para tener éxito en este mundo tan competitivo.

Líder Mundial en Sistemas para Hoteles y Restaurantes Descubra el poder de **MICROS**.

Prevenza incendios en su negocio

Nuestro sistema de lavado a alta temperatura elimina la suciedad y grasa en ductos y campanas de cocina y cualquier tipo de superficie.

Pregunte por: **THERMINATOR** Limpieza Industrial

mister steam Clean & Protection

Teléfono 240-9812 • www.mrsteam.co.cr

Sistemas Panamericanos, Costa Rica
Tel: 253-0007 / Fax: 225-4621
www.sispan.com / Apdo. Postal 8367-1000
Correo Electrónico: ventas@sispan.com



¿Busca financiamiento?

¿Piensa construir nuevos proyectos o remodelar el negocio actual? La Dirección de Turismo del Banco Nacional de Costa Rica ofrece hasta \$30 millones como monto máximo de financiamiento.

Carlos Hernández, Representante de BN Turismo, explicó que el plan promueve una relación directa entre empresas turísticas, desarrollo regional, desarrollo comunal, asociaciones, cámaras e instituciones turísticas, micro y pequeños empresarios con el impulso a crear y mejorar la infraestructura.

Hernández amplió que para clientes nuevos, financian hasta un 60% de la obra, mientras que los clientes con historial, hasta un 70%.

El plazo de pago es de 20 años máximo en cuotas ajustables con un período de gracia de dos años. Eso sí, uno de los requisitos es que el 51% del capital debe estar en manos de nacionales.

El programa se dirige a medianos y grandes empresarios turísticos, y hay financiamiento especial para los proyectos de Golfo de Papagayo. **A**



Consejos de colegas para un excelente servicio



¿Cuál máquina de café utilizan y por qué?

"La máquina que usamos es la Saeco SE. Se optó específicamente por esta máquina porque se puede usar de forma automática o manual, lo que facilita el trabajo, ya sea que esté o no el barista en la cafetería."

"Además, estéticamente cuenta con una excelente apariencia, lo que también fue un punto importante a considerar. Finalmente, cabe mencionar que Saeco, la empresa que lo distribuye, tiene buen respaldo técnico, de repuestos y de servicio en el país, y lo consideramos como una ventaja importante."

Lucrecia Quesada , Gerente de Cafetería Las Torres. **A**

Café Britt diversifica sus líneas

aperitivos

Las ya tradicionales semillas y nueces cubiertas de chocolate de Café Britt tienen ahora un nuevo integrante, se trata de las avellanas cubiertas de chocolate oscuro gourmet, crujientes nueces seleccionadas a mano.

Además, esta empresa enriqueció su oferta con los nuevos sabores de su Gourmet Hot Cocoa, se trata de cinco diferentes propuestas para satisfacer los gustos más exigentes.

Cocoa Gourmet con Menta: El aroma intenso y refrescante de la menta fresca combina magníficamente con la clásica Cocoa Gourmet Britt. Hecha con finos granos de cacao y azúcar pura de caña, es una combinación de frescura y calidez.

Cocoa Gourmet con Frambuesa: El dulce perfume de las frambuesas y su sutil sabor con notas de acidez, forman una apasionante combinación con nuestra Cocoa Gourmet Britt. Hecha con los más finos granos de cacao y azúcar pura de caña, cada

taza recuerda el clásico sabor veraniego de frutas frescas y chocolates.

Cocoa Gourmet con Caramelo: El rico aroma y dulces notas del caramelo recién hecho, dan a la clásica Cocoa Gourmet Britt una suave y cremosa sensación. Sin ser muy dulce, cada sorbo es un deleite para el paladar.

Cocoa Gourmet con Canela: La brillante esencia de la canela impregna la Cocoa Gourmet Britt con el rico aroma de las especias. Hecha con finos granos de cacao y azúcar pura de caña, cada taza brinda un toque vivaz y natural al paladar.

Cocoa Gourmet con Amaretto: La delicada complejidad de este licor italiano agrega un toque de sofisticación a la Cocoa Gourmet Britt. Este Amaretto, sin alcohol, esta hecho a base de especias, albaricoques y almendras. Su fragante, sutil y almendrado sabor combina a la perfección con los finos granos de cacao.



La avellanas cubiertas de chocolate oscuro vienen en una presentación Doy Pack de 142 gramos.



Los diferentes sabores del Gourmet Hot Cocoa, están disponibles en una presentación de lata de 400 gramos, y tiene un rendimiento de 18 porciones. **A**

Soluciones para el cuidado de la piel

Más que lavar las manos, hablamos de mantener personas saludables.

- Proteja tanto a sus empleados como clientes del 99% de gérmenes que pueden causar enfermedades y mala imagen a su establecimiento.
- Fórmulas avanzadas y tecnologías de vanguardia hacen que nuestras marcas sean líderes en el mercado estadounidense.

NUEVO

Jabón para manos en **espuma**, sistema que provee más lavadas que el dispensador tradicional de jabón líquido



Importador exclusivo:



Tel. 248-0538 ó 248-0557 | Fax: 248-0529 | info@prolimcr.com

ICOM...
Para los que saben elegir.



- Contamos con equipos para comunicación interna y privada, especiales para la industria hotelera y de transporte.
- Equipos livianos, japoneses 100%, anatómicos, resistentes y con garantía 24 meses.

MD COMUNICACIONES DEL FUTURO S.A.
Tel: 2 280-9400 • maguirre@mdcomunicaciones.com
De Casa Matute Gómez 100 Sur y 300 Este.

Panamá: El sol brilla en un nuevo destino

Panamá.- A mediodía de ese miércoles más de un centenar de turistas desembarcaron y el sol radiante y tropical los recibió. Eran 171 pasajeros procedentes de Carolina del Norte, Estados Unidos, que hicieron un vuelo histórico al aterrizar en el Aeropuerto Internacional de Howard, en Panamá, el pasado 16 de enero del 2008.

Por: Felipe Rojas

Quizás muchos de los visitantes que bajaron ese día del Boeing 737-800 de la empresa Miami Air Internacional, desconocían que ese vuelo charter aterrizó en una pista aérea que fue utilizada por varias décadas como centro de operaciones militares del Comando Sur del Ejército de Estados Unidos.

El histórico vuelo que rompe la inercia de un aeropuerto en desuso con un pasado militar, es el símbolo de los nuevos tiempos que corren para este país, conocido por el canal que une los océanos Pacífico y Atlántico. Justamente, hoy, los vecinos panameños le están sacando provecho a la vía interoceánica, una atractiva perla que cualquier país quisiera tener y que cautiva cada vez más personas de todo el mundo. La obras de ampliación para aumentar la capacidad del canal marchan con el mismo ritmo positivo que el movimiento turístico.

En octubre, Panamá rompió el récord del millón de visitantes, número que mantiene satisfecho al Instituto Panameño de Turismo (Ipat), que dirige el Ministro Rubén Blades.

La entidad dijo que en los primeros 10 meses del año se registraron un millón 80 mil 819 visitantes, lo que significó un crecimiento de 18.4%. Es decir, 167 mil 691 viajeros más que el mismo periodo del año pasado.

Luz propia

Dentro de la pluralidad de escenarios y variedad de ecosistemas que tiene el país, el Canal de Panamá brilla con luz propia como atractivo turístico, ya que es la razón número uno de visitas de ciudadanos extranjeros. Alrededor de 400 mil personas al año acuden al Centro de Visitantes ubicado en las esclusas de Miraflores. Se trata de una vía que está en pleno apogeo. De enero a septiembre del 2007, reportó 888.8 millones de dólares por peajes de ingreso a los barcos, un incremento de 12.8% en comparación al 2006.

El Presidente de la Cámara de Turismo de Panamá, Jaime Campuzano dijo que la construcción del tercer juego de esclusas fortalecerá la marca Panamá, en el ámbito internacional y generará significativos aportes económicos directos e indirectos al sector turismo, en especial, por la utilización de los servicios turísticos durante y después de la ejecución del proyecto valorado en 5 millones 400 mil dólares.

Uno de los principales estímulos al movimiento turístico es la promoción en los medios de comunicación. Atrás quedó la campaña publicitaria internacional lanzada hace tres años, que promovía a Panamá como "la ruta por descubrir". Hoy, se encuentra en marcha una nueva

campaña de promoción mundial, lanzada en diciembre pasado, que tiene como principal protagonista al ministro de Turismo Rubén Blades, figura que aporta su fama como cantante (autor de Pedro Navaja) y actor de Hollywood.

Son mensajes, principalmente televisivos, valorados en 40 millones de dólares por un periodo de cinco años. El lema "Panamá, un lugar así, se queda en ti", apunta a mostrar que Panamá da experiencias inolvidables.

El turismo es reconocido como uno de los principales generadores de divisas del país.

Esto lo sabe el presidente, Martín Torrijos que calificó la nueva campaña del Ipat como "muy creativa y emocionante". "Refleja lo que estamos ofertando y lo que es Panamá, un país fascinante, con futuro y con gran potencial para desarrollar la industria del turismo", destacó el mandatario.

Panamá está promoviendo un turismo de playa, pero también ambientes de montaña (Chiriquí), las ciudades coloniales españolas (en la ciudad de Panamá) sus áreas de compras (Zona Libre de Colón), los grupos indígenas (Kuna Yala) la selva más extensa de Centroamérica (Darién) y el variado folclor (Los Santos).

Autoridad del turismo

Panamá es un centro de diversiones que busca atraer apostadores de casinos. Estos visitantes gastaron en apuestas en las salas de juegos de suerte y azar 661.8 millones de dólares, un aumento de 21.2% respecto al año anterior. Para operar un casino, se requiere mantener un hotel de al menos 300 habitaciones.

Dentro de las fronteras también se ha lanzado una campaña publicitaria de concienciación que comprende cinco cuñas de televisión de 30 segundos valoradas en 1.8 millones de dólares, que van enfocadas a los distintos y más frecuentes escenarios donde se mueve un visitante o turista durante su estadía en Panamá.

El mensaje va dirigido a todas las personas que entran en contacto con él y le exhortan a darle el mejor trato y servicio posible. Esta campaña es parte de un esfuerzo para ir forjando una cultura turística en el país.

Blades explicó que su desafío, además de impulsar que la actividad siga creciendo es lograr una nueva ley de turismo, que regulará el desempeño de la industria y creará la Autoridad del Turismo de Panamá.

"Estamos organizando reuniones con los dirigentes de los gremios turísticos durante el verano, a fin de que el presidente Martín Torrijos apruebe el proyecto como decreto", dijo el funcionario, ya que la Asamblea Nacional le confirió facultades legislativas para este y otras tres materias.

¿Qué ventajas tendrá la nueva ley?

Según el IPAT, uno de los beneficios es que se ordena-



Rubén Blades, Ministro de turismo de Panamá, explicó que su desafío, además de impulsar que la actividad siga creciendo, es lograr una nueva ley de turismo, que regulará el desempeño de la industria.

rá el sector para hacerlo moderno y eficaz. Por ejemplo, por primera vez se certificará la calidad a los negocios turísticos, como hoteles, transportes, restaurantes, guías de turismo y agencias de viajes, basado en las normas internacionales de turismo y mediante evaluaciones de calificadoras. Los hoteles cinco estrellas tendrán que cumplir con todos los estándares de servicios de ese nivel.

La Autoridad también estaría facultada para ordenar a las empresas la cancelación temporal o definitiva de los certificados a las empresas que incumplan contratos, normas de seguridad y salubridad, o se aprovechen del turista.

En medio del auge turístico y los cambios a la legislación, los hoteles se están adecuando y preparando. Por ejemplo, el Marriott de Panamá invertirá entre 2 y 3 millones de dólares para construir cerca de 100 nuevas habitaciones. Actualmente, la corporación cuenta con 295 habitaciones.

Marriott cerró el 2007 con un incremento en su nivel de ocupación de siete puntos respecto al 2006, así como un alza de 30% en ingresos.

Se espera, además, la construcción de cinco nuevos



Marcos Goodridge, Gerente General del hotel Riande Granada, afirma que en octubre pasado, Panamá rompió el récord del millón de visitantes.



Víctor Mójica, Gerente General del Hotel Decápolis, "en la región Costa Rica es el gran competidor de Panamá, pero también es de donde viene un porcentaje importante de nuestra clientela".

hoteles y con ellos poder hacerle frente a la creciente demanda turística.

Los hoteles no se dan abasto y en cualquier circunstancia quedan ocupados hasta su máxima capacidad.

Víctor Mojica, gerente general del Hotel Decápolis, de la cadena Decameron (Provincia de Coclé en el Pacífico), explica que el promedio del 2007 fue de 90%, gracias a empresarios, ejecutivos y turistas que visitaron el país.

"Somos una alternativa en la ciudad y también ofrecemos instalaciones en la playa, a través de paquetes que combinan las compras, los negocios y el recreo", dijo Mojica.

Decapolis cuenta con 240 habitaciones y Decameron con 900, incluyendo las villas.

"En los últimos cuatro años Panamá se ha puesto de moda y es un atractivo importante para inversionistas de negocios relacionados con el Canal", dijo el ejecutivo.

Mojica dijo que en la región Costa Rica es el gran competidor de Panamá pero también es de donde viene un porcentaje importante de su clientela.

La cadena hotelera local Riande Panamá (compuesta por Riande Continental & Casino, Riande Granada & Casino y Riande Aeropuerto, Hotel & Resort) confirma

que el movimiento turístico goza de buena salud.

Particularmente Riande Granada, un céntrico hotel de 38 años de operación atraviesa una renovación, cuya inversión es de un millón 200 mil dólares.

"En el 2006 comenzó el boom para algunos hoteles, pero en el 2007 es beneficioso para todos los hoteles del país, lo que ha significado que la demanda supere la oferta", dijo Marcos Goodridge, gerente general del hotel.

Goodridge resalta que están cambiando las alfombras, mejorando los techos, cambiando las instalaciones sanitarias con azulejos estilo italiano, dotando con camas y mobiliarios importados de Tailandia, y añadiendo televisores con pantallas LSD.

Pero no solo la inversión hotelera y los vuelos charter son buenas noticias para el floreciente turismo panameño, también aerolíneas de la importancia de la holandesa KLM han encendido sus radares sobre Panamá. Se espera que el próximo 30 de marzo esta aerolínea reanude los vuelos directos al país. La aerolínea utilizará un código compartido con Copa Airlines, lo cual ayudará a que aumente el número de visitantes europeos, de los 90 mil actuales que anualmente visitan el país. **A**



Saboreamos
la calidad

La durabilidad y resistencia de cada utensilio son parte esencial del éxito. Usted lo sabe y Yamuni también.

Línea Institucional hoteles y restaurantes

www.yamuni.com

yamuni
Mayoreo

Yamuni Mayoreo Tel. 255-2066
100 m. sur y 200 m. este del Gimnasio Nacional

Especial Construcción y Decoración

Diseños a la medida

En el 2007 el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), tramitó 8,5 millones de metros cuadrados de construcción, un 6, 6% más que el año anterior.



El JW Marriott Guanacaste Resort & Spa es el séptimo de la cadena Marriott en llegar a América Latina, y el primero en Centro América. Tendrá diseños de reconocidos arquitectos como Zürcher y Paul Duesing Partners.

San José es la provincia que ha concentrado la mayor tramitación del sector constructivo desde el 2003. El año pasado, el 25% de los trámites registrados ante el CFIA, se concentraron en la capital.

Guanacaste y Puntarenas fueron las provincias que se mantuvieron en segundo y tercer lugar en la tramitación. En Guanacaste, se tramitó el 19% del total, lo que representa 1.591.958 m², con lo que mantiene un dinamismo similar al mostrado en el año anterior. Santa Cruz y Carrillo concentran más de 3 de cada 5 metros cuadrados tramitados.

Puntarenas, que concentra un 18% del total, por su parte, muestra un comportamiento diferente al año anterior. La tramitación es un 47% mayor al nivel registrado en el 2006. Esta es la mayor variación a nivel de provincia durante el 2007, impulsada principalmente por el cantón de Garabito.

En Limón, en este año se tramitó un total de 389.471 m², lo que representa un crecimiento del 41% con respecto al año anterior. A pesar de esta variación, la provincia se mantiene con un desarrollo muy lento, que apenas alcanza una quinta parte de lo tramitado en la capital.

Aunque no se cuenta con una estadística específica de la construcción de hoteles y restaurantes, estos se clasifican dentro de la obra comercial, suma que casi alcanza el millón y medio de m², en todo el territorio. Sin lugar a dudas, el rubro de la construcción fue uno de los que más movió la economía durante el 2007, y las proyecciones para este año son aun mayores.

Apetito entrevistó representantes de varios proyectos, tanto de hoteles como de restaurantes, algunos ya finalizados y otros previstos para concluirse en este 2008, y a continuación compartimos interesantes consejos que se deben tomar en cuenta antes y durante una construcción o remodelación.

Chef diseñador

Aunque, al momento de su construcción, no siempre se tiene la oportunidad de contar con la opinión de la persona que estará a cargo del lugar, lo cierto es que nadie mejor que el chef puede tener certeza de las necesidades de una cocina.

En el caso de los restaurantes de la Marina Los Sueños, el chef Darrell Thomas formó parte del equipo de trabajo de diseño, tanto en la remodelación del restaurante El Galeón, como en la construcción de los otros tres restaurantes, el café y el bar del complejo.

Thomas comenta que en principio se pensó en una remodelación básica del Galeón, pero fueron surgiendo necesidades importantes de solventar, por lo que se terminó realizando una remodelación completa.

“Lo primero que pedí cuando me preguntaron qué necesitaba en la cocina del Galeón, fue un cuarto frío, ya que antes teníamos 16 refrigeradores funcionando, y esto era poco práctico, además de quitar espacio. Básicamente lo que hicimos fue transformar la cocina en un lugar más eficiente, con más líneas de trabajo y más mesas frías, la idea es que el diseño facilite el trabajo y no lo contrario”.

Uno de los consejos tanto de Thomas como Juan Carlos González, arquitecto a cargo del proyecto, es la planificación de los espacios de acuerdo con el tipo de restaurante, y del funcionamiento de la cocina, y la distribución de los equipos antes de adquirirlos.

“Estar muy organizados antes de comprar equipos, tanto con medidas como con instalaciones eléctricas, conocer las necesidades que tendrá en cada espacio, por ejemplo el voltaje de una máquina, si requiere drenaje caliente, los



La arquitecta Geovanna Fuentes, el Chef Darrell Thomas, y el Arquitecto Juan Carlos González, realizaron cerca de 20 diseños diferentes solo para la cocina del restaurante Lanterna, uno de los cinco que construyeron en la Marina

tipos de tubo, para que al momento de llegar a instalarlos todo esté previsto”, comentó González.

Thomas recalcó que durante todo el proceso de diseño de planos, contaron con la colaboración de la empresa Tips, en cuanto a fichas técnicas de todos los productos que este proveedor les vendió. Este es un servicio de preventa que varias empresas ofrecen en el país, de ahí la importancia de escoger un proveedor de confianza.



El nuevo hotel, que se encuentra en la etapa constructiva y es dirigido por la firma Van der Laet y Jiménez. Su apertura está prevista para diciembre del 2008.



Le recomiendo expoempleo

Enlace entre empresas y talentos

4, 5 y 6 de Abril, 2008 • Hotel San José Palacio

Visite Expoempleo, la feria de reclutamiento donde podrá estar en contacto con más de 50 empresas.

Horario: 10:00 a.m. a 6:00 p.m.
Tel.: (506)520-0070 ext. 147
ingresa tu curriculum en
www.expoempleo.net

Para exhibir:
Christian Alfaro, Asesor Comercial
zona Oeste, Tel: (506) 326-6585
Anayansi Jaen, Asesora Comercial
zona Este, Tel.: (506) 844-4116.

PATROCINA:
EKA
LA REVISTA EMPRESARIAL

Expositores Confirmados
al 21 de febrero, 2008





El hotel Costa Rica Marriott inauguró una nueva ala de habitaciones, caracterizada por el uso de alta tecnología, en una decoración colonial con matices contemporáneos, que sobrepasó los \$5 millones.

Más de cinco estrellas

Como resultado de un acuerdo de franquicia entre Marriott International, Inc., y el Grupo Real, S.A., subsidiaria del Grupo Poma de El Salvador, se está desarrollando en Hacienda Pinilla en Guanacaste, el nuevo hotel JW Marriott, que es el primer hotel de esta categoría en Centroamérica, y según comentó Mayra Galeana, Directora de Mercadeo y Ventas del JW Marriott, Guanacaste, se trata de una categoría más alta que los actuales Marriott existentes en el país.

Galeana aseguró que el JW Marriott Pinilla cuenta con la categoría GT, Gran Turismo, que se ubica por encima de las cinco estrellas, se trata de una clasificación que no se utiliza en Costa Rica.

La directora comentó que el país debería redefinir la forma de categorizar los hoteles, ya que la existente en algunos casos pierde credibilidad. "En Costa Rica, no está definida de manera correcta las categorías, y por la cantidad de proyectos existentes, el país debería estar a la altura de tener empresas que se dediquen a categorizar, desde quitar estrellas a los que no mantienen la calidad, como aumentar a los que ameriten".

Entre las novedades con las que cuenta el nuevo proyecto se encuentran: un Spa de clase mundial, de un área de 1931 metros cuadrados, con 12 salas de tratamiento y 4 Palapas para recibir tratamientos a la par de un lago.

La piscina principal será de 4.044 m² aproximadamente, incluyendo áreas para asolearse, sombrillas y jardín. Además, el hotel tendrá 4 restaurantes y dos bares.

El nuevo hotel contará con 310 habitaciones; 30 habitaciones ejecutivas y cerca de diez módulos tipo casita, además incorporará 200 condominios que manejará el Grupo Roble y se proyecta estén en funcionamiento para el 2009.

En el momento justo

Con el propósito de cumplir con los estándares de la franquicia a la que ahora pertenece, a finales del 2004, el hotel Ramada Plaza Herradura, inició un proceso de remodelación que aun no termina.

Miguel Romano, Sub Gerente General del hotel, comentó que la primera etapa de remodelaciones se enfocó en las habitaciones, por ser las que necesitaban un cambio urgente, pese a ser una de las áreas más delicadas para este tipo de procesos, Romano se mostró satisfecho con el trabajo realizado, ya que no generó mayores inconvenientes a los huéspedes.

"La gran ventaja que tuvimos durante la remodelación de las habitaciones, es la ubicación, por lo que fuimos cerrando por bloques, y esto nos permitió seguir con el servicio normal, sin causar molestias por ruido a los clientes. En total, se remodelaron 229 habitaciones, algunas se ampliaron, se cambiaron los baños, alfombras, closets, camas, los colchones se compraron los recomendados por la franquicia, además cambios en cortinas, sistemas de aire acondicionado, entre otros detalles".

Romano comentó que en la remodelación de estas habitaciones la empresa demoró entre 6 y 8 meses, el siguiente en la lista fue el centro de convenciones, que si se cerró por completo durante los meses que duró el proceso. En estos dos sectores, el costo aproximado de la obra fue de un millón doscientos mil colones.

En el momento, está en proceso de remodelación de los salones ejecutivos, a los que se suma uno más.

¿Cuándo remodelar?

Esta fue la pregunta que le hicimos a Romano, y seguramente la que muchos hoteleros y dueños de restaurantes se hacen. En realidad, la respuesta solo la tiene cada uno, Romano asegura que en el caso del Ramada Plaza Herradura, gran parte de los cambios se dan por las exigencias propias de la franquicia, y que los resultados les demuestran que fue una decisión acertada, por la gran cantidad de clientes que han regresado y los nuevos que están llegando al hotel.

"Cuando se pensó en formar parte de una franquicia, lo hicimos como reacción ante el comportamiento del mercado, ya que los hoteles de la competencia vienen con bandera de franquicia. Estamos satisfechos porque los estándares de la cadena son muy altos, y esto nos ha permitido recuperar clientes y atraer nuevos".

Cuando el tamaño importa

Con la reciente ampliación en la cantidad de habitaciones, el hotel Costa Rica Marriott, se convirtió en el más grande del Valle Central, con un total de 300.

La construcción de cinco pisos, tiene en sus primeros cuatro, habitaciones estándar y en el quinto la presidencial y las master suites, las que mantienen la línea original del hotel pero con aplicaciones más modernas. Zürcher Arquitectos, fue la empresa que se encargó de la obra, la misma que lo construyó hace doce años.

"Las nuevas habitaciones cuentan con un diseño contemporáneo, similar a las primeras, pero con toda la tecnología actual, todas equipadas con televisores pantalla plana, con "jack pack", que es un sistema que permite utilizar la pantalla para la computadora y el mp3, tecnología Split screen para disfrutar de varias señales simultáneas, entre otros elementos exigidos especialmente por los viajeros de negocios", comentó José Cangiano, Director de Mercado del Costa Rica Marriott.

Cangiano agregó que la mayoría de los productos que se utilizaron para equipar estas nuevas habitaciones, desde las camas, la ropa de cama, hasta la tecnología, se importó de Estados Unidos, cumpliendo con los estándares de la franquicia, y que el costo aproximado de la ampliación superó los 5 millones de dólares.

En cuanto a las antiguas habitaciones, adelantó que esperan remodelarlas durante este año, desde la tecnología, hasta la ropa de cama y la pintura, para uniformar el servicio.

Esta no sería la primera vez que este hotel realiza remodelaciones en sus habitaciones, pues como explicó Cangiano, la franquicia tiene como política remodelar por lo menos cada cinco años las habitaciones y áreas públicas, aunque no se trata de una fecha inflexible, pues esto varía de acuerdo con el tráfico de cada hotel y a los resultados de las encuestas que realizan a sus clientes, por medio de las que miden el servicio, la calidad, la limpieza y otros aspectos que revelan la necesidad de implementar cambios, tanto en la estructura como en la organización.

¿Y las molestias?

El representante del Marriott comentó que el proceso constructivo les generó algunas molestias propias de este tipo de trabajos, pero buscaron soluciones prácticas para minimizar el impacto en los clientes. "El ruido fue una de las principales molestias, en algunas ocasiones se detuvo la construcción en horas de la tarde, cuando algunas personas estaban descansando".

Agregó que en casos de clientes insatisfechos, lo que se hizo fue compensar a los huéspedes con descuentos e incluso estadias de cortesía. **A**

"Con la remodelación que hemos realizado, para estar acorde con los estándares de la franquicia, hemos visto regresar a los viejos clientes". Miguel Romano, Sub Gerente General, del Hotel Ramada Plaza Herradura.





Nicaragua despierta al turismo

Luego de décadas de inestabilidad política y económica, este vecino poblado de volcanes y exuberante naturaleza, está descubriendo su potencial.

Durante muchos años, las bellezas de Nicaragua estuvieron ocultas detrás de la guerra e inseguridad que se vivía en este país. Sin embargo, esta situación ha ido cambiando y poco a poco el mundo está conociendo un mejor rostro de este vecino, que no solo tiene mucha riqueza natural en su haber, sino también la belleza de ciudades coloniales donde el polvo huele a historia.

Granada es una de estas joyas que atrae cada día a más visitantes, que llegan tentados por el vestigio de sus épocas de gloria. Pero este resurgir no es tan sencillo como se quisiera, pues como lo explica un hotelero de la zona, todavía es largo el camino que tiene que recorrer este país para ofrecer un turismo de clase mundial.

En el centro de Granada se encuentra el Hotel Colonial, con una arquitectura que transporta a otra época, en su lobby exhibe las cuatro estrellas que muy bien lo identifican como uno de los mejores de la ciudad.



Howard Coulson, Gerente General del hotel Colonial, "Granada es segura y eso es importante para el extranjero que le gusta que le traten con amabilidad y sentirse seguro, además de las bellezas que ya nos caracterizan".

El Colonial cuenta con 37 habitaciones, y se maneja con un personal fijo de 12 personas y 4 más que contratan en temporada alta.

Según comentó Howard Coulson, Gerente General del hotel, los trámites burocráticos y los cobros en las aduanas, son los principales inconvenientes para el turismo de la zona. Asegura que este factor ha sido determinante en la disminución de visitas, en especial de Costa Rica, las que bajaron casi en un 70%.

Otro factor importante que resalta Coulson es la baja calidad de los servicios públicos, pues asegura que esto genera una serie de inconvenientes a los hoteleros de la zona.

En su caso, afirma que buscan solucionarlo por medios propios, instalando equipos para suplir agua y electricidad durante los faltantes, sin embargo es un problema generalizado que afecta la imagen que están proyectando al turista.

Pero el tema del faltante de electricidad, aunque parezca una ironía, se convierte en un aspecto casi romántico. Desde las siete de la noche, el servicio se suspende, y queda la ciudad en penumbra.

Los hoteles como el Colonial que tienen su propio sistema de iluminación, generan su ambiente interno, transportando a los clientes a otra época, de manera que los inconvenientes son perdonados por la mayoría de los visitantes, quienes terminan conquistados por una ciudad llena de encanto y colorido, donde se respira tranquilidad y armonía. **A**

Vajilla * Utensilios de Exhibición * Cubertería * Equipos de Refrigeración * Procesadores de Alimentos * Cristalería * Máquinas de Capsicinos * Desechables * Equipo de Limpieza * Mercas

Tips **Libbey**

Belleza, Durabilidad y Valor

En TIPS le ofrecemos los mejores productos y un excelente servicio a nuestros clientes

Encuentre los productos Libbey y muchos otros, en todas nuestras tiendas

Tips Sabana: De Canal 7, 50 mts sur y 50 mts oeste a Pavia. Tel: 290-2449 Fax: 271-6042

Tips San José: Avenida 2n Cortizo al Oeste. Tel: 221-9564 Fax: 221-3964

Tips San Pedro: 71 mts oeste del Mas a Merca. Teléfono: 290-5667

Tips Guanacaste: Centro Comercial De S. Carlos. Teléfono: 667-0738

Tips Jaco: 200 mts este de la Municipalidad de Jaco. Tel: 663-2678 Fax: 663-0983



“Soy peruano pero me siento más tico que una calle con huecos”.
 Chef Marco Antonio Ganoza,

El Buddha Bar es un bar y restaurante lounge parisino, muy de moda desde 1996, cuando fue inaugurado por Elizabeth Castro y Thierry Bégué. Una inmensa estatua de Buda contempla a los elegantes clientes que toman un trago o cenan mientras escuchan música. Este concepto se aplicó con éxito en otras partes del mundo.

Antique: Fusión tica de exportación

Marco Antonio Ganoza abrió un nuevo restaurante, y su próxima meta es salirse de las fronteras ticas, para llevar su versión de comida fusión costarricense a Panamá y México.

Atres años de haber iniciado su “divina” aventura en Costa Rica, el chef peruano, Marco Antonio Ganoza apuesta nuevamente por la confianza de sus clientes. Se trata de Antique, un restaurante inspirado en el concepto de los “Buddha Bar (*)” con un ambiente confortable, donde todo está en función de alegrar el espíritu.

Antique, cuenta con su estatua de Ganesha & Buda respectivamente, entre otros elementos distribuidos armoniosamente en sus diferentes ambientes: la terraza, el salón principal, una cava que puede adaptarse para eventos privados, y el Bar Ö, en el segundo piso.

En cuanto al menú, esta vez Ganoza propone uno “más relajado” que el de la Divina Comida, siempre en su línea característica de fusión, pero más “light”.

“Quisimos presentar una alternativa diferente. Es el lugar ideal para salir con los amigos a boquear, es una opción más informal dentro de un concepto de gastronomía & chillout”.

De Marketing a Chef

La historia de este chef es tan impredecible como su mismo carácter. Luego de concluir sus estudios en administración, se fue a España para sacar una maestría en marketing deportivo en la Universidad de Barcelona, la que concluyó convencido de que sería chef. “Mientras estudiaba en Barcelona, llevé algunos cursos de cocina para preparar mi comida, y esto sin duda, fue lo que despertó mi interés por esta carrera, así que apenas terminé la maestría ingresé a la escuela de gastronomía”.

Después de graduarse, Ganoza trabajó varios años en restaurantes en Europa, y hace cuatro años llegó a Costa Rica con la idea de pasar unas vacaciones, pero su inquieto carácter pudo más que su intención de descansar. Empezó dando clases de cocina, por lo que terminó abriendo la Divina Comida, un restaurante de Cocina Fusión Gourmet, donde comenzó a imprimir su estilo.

En diciembre pasado, abrió su segundo restaurante, Antique, con un concepto Fusión Gourmet, que él llama más “light”.

“Lo que hacemos es cocina fusión costarricense. Hemos desarrollado recetas y un estilo que combina sabores

peruanos con ingredientes de aquí, utilizamos toda la riqueza del país, mucha fruta, crema de coco, y toda la variedad que nos permite el mar, personalmente estoy convencido de que Costa Rica tiene el mejor atún del mundo”.

Los planes de expansión de Ganoza no se quedan en su segundo restaurante, asegura que su pronta meta es Panamá y México.

“Creo que estamos listos para llevar los dos conceptos fuera de Costa Rica, tanto en el estilo de cocina, como en la decoración y ambientación, y queremos hacerlo en Panamá por el importante crecimiento que está viviendo ese país, y en playa del Carmen, en México, porque es un lugar con mucha trayectoria turística”.

Receta

Atún al ajonjolí

Ingredientes

250 grs de Atún
 40 grs de semillas de ajonjolí
 Ralladura de una naranja (solo la cáscara)
 1 taza de jugo de naranja
 3 cucharadas de salsa de soya
 3 onzas de Cointreau (licor hecho a base de naranjas)
 1 ½ taza de vino blanco
 ½ cucharadita de jengibre rallado

Preparación

Salpimentar el atún por ambos lados, luego forrar el filete de atún con las semillas de ajonjolí. Reservarlo para luego cocinarlo.

En una sartén pequeña a fuego medio alto verter el vino por aproximadamente tres y medio minutos hasta que se evapore el alcohol (pero verificando que siempre quede el aroma), luego agregar la ralladura de una naranja (lavarla previamente), remover suavemente, luego poner el jengibre junto con la salsa de soya y el jugo de naranja.

Flamear con Cointreau la salsa y luego retirar del fuego.

Volver a ponerlo en el fuego para el paso que sigue.

Recomendaciones: colocar el licor en un vaso por separado, la botella podría causar daños si no se tiene la experiencia requerida.

Este caso es solo para cocinas a gas.

Una vez que esté hirviendo agregar una cucharadita de maicena en un vaso de agua bien fría (aproximadamente 3 cms de agua) y removerlo, luego verterlo en la salsa hirviendo y retirarlo del fuego.

Para el atún:

Moldearlo en forma de cuadrado con las manos, esto hará más fácil para cortarlo y presentarlo.

Sellarlo por todos los lados en una sartén bien caliente con unas gotas de aceite.

Una vez bien sellado (sellado quiere decir que se cocine por fuera y que el centro quede rojo), cortar el atún con un cuchillo de bastante filo en un grosor de aproximadamente 3 cms y colocarlos montados encima del otro dejando campo para que se vea el color del atún.

Bañar el atún con la salsa y guardar un poco por si alguien quisiera más salsa.

Puede acompañarlo de vegetales, papas al horno o arroz.

¡BON APETIT! ▲



El complemento perfecto para hacer de su talento la mejor obra de arte en la cocina

Luego de cinco años de ser líderes en el mercado, La Canasterie ha incursionado en nuevos segmentos de productos complementarios, tales como diversas presentaciones de chocolate, rellenos y salsas decorativas de marcas reconocidas mundialmente.

Lavey

Nosotros le damos la base, usted tiene la creatividad

Calle 54, Avenida 40 S.
 San José, Costa Rica 20100
 Teléfono: 2234-4332 / 2234-0118

Llenó expectativas

La primera feria de vinos en Costa Rica, Expovino, no solo llenó las expectativas de los expositores y participantes sino que las superó.

En la feria donde el vino fue el protagonista, visitantes tuvieron oportunidad de conocer la gran variedad de bodegas que los diferentes distribuidores traen a Costa Rica. Una de las sorpresas fue la masiva respuesta que tuvieron las catas dirigidas, impartidas por enólogos y representantes de las diferentes bodegas, lo que demostró el alto grado de interés de los visitantes por enriquecer la cultura del vino.

Nuevos tips para vender más vino

Giovanni Cardullo, Ingeniero Agrónomo con estudios en enología, fundador de la bodega GioWine, distribuida en Costa Rica por Holtermann & Co.

Lo primordial es conocer del producto para saber ofrecerlo.

Probar la uva original ayuda a degustar mejor y, por consiguiente, ofrecer mejor.

De ser posible, ir al viñedo original aunque sea una vez, pues ver de cerca el proceso colabora con la comprensión de la calidad del producto.

Autrey Clos, Enóloga de Thomas Barton, distribuido en Costa Rica por Holtermann & Co.

Ofrecer vinos exclusivos, que no se encuentren en supermercados, para que los clientes sientan una diferencia al momento de ir a disfrutar de una cena en un restaurante.

Además, hacer énfasis en el maridaje de los vinos y las comidas. Las recomendaciones profesionales son un servicio que muy pocos en el mundo están ofreciendo. En la página www.thomasbartonreserve.com tenemos una descripción de cada vino, con recetas que combinan con cada uno de ellos, de manera que los restaurantes pueden tomar estas sugerencias para aplicarlas, y sacar el mejor provecho de sus ventas.

Gonzague de Lambert, Enólogo de Chateau de Rogerie, distribuido en Costa Rica por Delika by Gourmet Imports.

La temperatura de servicio del vino, 18 grados para los tintos y 12 grados para los blancos, más una buena presentación y saber qué se está ofreciendo, conforman el 95% de la venta en restaurantes.

Daniel Ruza, Experto en vinos.

No oxigene el vino porque pierde su sabor.

Sirva un tercio de la copa, ya que esto permite movimiento, aireación y aromas.



Use un sacacorcho con lombriz "larga", si se rompe el corcho use una gaza para filtrar y considere decantar el vino.

Recuerde que a temperaturas más altas, el vino añeja más rápido y a temperaturas más frías lo hace más despacio.

Mariangel Guerra, Gerente Comercial de Viñedos y Bodegas Corpora, distribuidos en Costa Rica por Centenario Internacional.

Siempre debe informarse al cliente de que valle es originario el vino, también es bueno decir de qué cosecha. El vino blanco, según Guerra, debe servirse a una temperatura de 8 grados, mientras que el tinto, a 16°. **A**

Exphore, Expo-Hoteles y Restaurantes 2008

exphore

Una feria consolidada

Estar actualizado para un sector como el de hoteles y restaurantes es ofrecer a sus clientes lo que buscan. Dejar de lado cualquier oportunidad para estar al día en el sector, puede significar la diferencia entre sus competidores.

Precisamente, las ferias especializadas son hoy la opción para ponerse a la vanguardia en un sector exigente, de clientes que buscan calidad de primera. Exphore en su VIII Edición espera reunir nuevamente a los participantes (proveedores e integrantes del sector de hotelería y gastronomía) y consolidarse como una alternativa de actualidad e imprimir aún más dinamismo.

Encontrar productos innovadores, conocer o familiarizarse con una gran variedad de productos existentes y además, hacer nuevos contactos con los proveedores, siguen siendo las principales razones por las que los visitantes acuden a esta feria, y, es por ello que los proveedores participantes se preparan desde ya para llevar las novedades y sorprender a los visitantes.

Este año, los organizadores tienen proyectado llenar el Centro de Eventos Pedregal, con 260 stands, con variedad de marcas, productos y servicios, todos orientados al sector de la hospitalidad.

La feria será el 24, 25 y 26 de junio en San Antonio de Belén, separe estos tres días en su agenda, y venga a negociar directamente con los proveedores, hacer nuevos contactos y enterarse de los productos que harán su negocio más rentable.

1- José Pablo Rojas, Ejecutivo de Ventas Lázaros Textiles Decorativos

"Por medio de Exphore hemos aumentado nuestra cartera de clientes, esperamos este año conocer nuevos clientes, y reforzar los lazos con los actuales. Nos estamos preparando para presentar la colección de velos y telas de cortinas del 2008, que ya la tenemos en nuestro stock, además presentaremos las últimas novedades en telas anti manchas y anti hongos, que es una versión mejorada de la que presentamos el año anterior".

2- Mauricio Cercone, Propietario Distribuidora Espresso

"Estamos muy motivados con Exphore, el año pasado fue la primera vez que participamos y este año definitivamente vamos a repetir la experiencia, y captar tanto clientes pequeños como grandes.

Entre las novedades que presentaremos están los productos para limpieza de máquinas de café, así como la más reciente tecnología en máquinas, que ya las tenemos en el país y son las que se utilizan en competencias mundiales de barismo".

3- Dave Rodríguez, Gerente de Categorías. SCA Centroamérica

"Exphore para nosotros es una oportunidad de entrar en contacto directo con nuestros clientes. Este año tendremos una gran variedad de productos, muchas novedades y esperamos satisfacer las expectativas". **A**





EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

260 stands ofreciendo productos y servicios para el sector
24-26 junio 2008 Eventos Pedregal www.exphore.com

Para exhibir: Guillermo Rodríguez. guillermo.rodriguez@eka.net Tel.: (506) 383-1651
 Servicio al cliente: Milagro Obando milagro.obando@eka.net Tel: 520-0070 ext. 147

Apetito
 La revista para hoteles y restaurantes



Expositores confirmados hasta el 20/02/2008

Adquiera su **entrada gratis** registrandose anticipadamente en www.exphore.com
 Horario de 11am a 8pm



Restaurante Monteverde se moderniza

A dos años de abierto, el Restaurante Monteverde se moderniza con tecnología de punta, con el propósito de agilizar el servicio al cliente, la Corporación invirtió en sistema Aldelo, e introduce otros cambios físicos en la estructura del restaurante.



Luis Zamora, Gerente de Desarrollo de Negocios de la Corporación Monteverde, comentó que la inversión se realizó basados en el crecimiento que ha tenido el restaurante en estos primeros años, y como una forma de hacer más eficiente el servicio. "Aldelo nos permite modernizar todo el sistema, desde los monitores "touchscreen", los PDA, que consiste en una comanda electrónica que en el momento en el que el saladero hace el pedido en la mesa, aparece en la pantalla de la cocina. Con este sistema se puede ordenar, facturar, consultar, realizar cambios, entre otras ventajas".

Zamora recalcó que toda la inversión está en función de agilizar el servicio, y adelantó que entre los cambios que esperan realizar en los próximos seis meses, se encuentra un nuevo menú con diferentes opciones, inclusive los bufetes para los diferentes tiempos de comida, de manera que los clientes tengan una opción rápida de desayuno o almuerzo, con la misma calidad y sabor del menú a la carta.

El restaurante Monteverde se encuentra ubicado en Chomes de Puntarenas, y nació originalmente como un punto de venta de los productos de la Corporación Monteverde, ya que en este lugar se encontraba ubicada la fábrica de cármicos.

"Si bien el restaurante tiene dos años de abierto, el punto de venta se inició varios años atrás, con el propósito de vender los productos de Monteverde, luego se agregaron batidos, hamburguesas y perros calientes, con el tiempo, este lugar se convirtió en la parada obligatoria para los que viajaban por la zona, y fue así como se dio la iniciativa de ofrecer un servicio más completo con el

restaurante".

En temporada alta, el restaurante sirve en promedio entre 18 y 20 mil platos por mes, Zamora asegura que una de las claves del éxito de este lugar es la utilización de los productos Monteverde, como base para preparar todas las recetas.

"Desde los helados para el batido, que sigue siendo de los favoritos, hasta la carne para las hamburguesas, el queso para la pizza, son productos que vienen de nuestra fábrica, y esto nos permite garantizar calidad".

Otros cambios

En dos años, el restaurante ha pasado de 100 a 150 sillas. Además de la inversión en tecnología y los cambios en el menú, la Corporación ha realizado mejoras en la organización del restaurante y la estructura física.

En cuanto a la organización, ahora cuentan con un gerente de restaurante y un asistente, quienes se encargan de la operación total del lugar. El gerente es el responsable del trabajo con los proveedores, asegurando la constancia en la calidad de los productos, y de evitar cualquier faltante en el menú. Por su parte, el asistente es la persona que está en permanente contacto con los clientes, escuchando sugerencias y le da su apoyo a los saladeros.

El cambio más importante en la parte física fue el pasar la heladería fuera del restaurante, esto con el propósito de agilizar el servicio, de manera que las personas que solo entran por un helado, no tienen que hacer fila, ni ingresar al salón, sino que cuentan con un servicio exclusivo para ellos.

El restaurante Monteverde tiene un atractivo adicional, se trata del parque Megafauna, que exhibe estatuas en tamaño natural de animales extintos o en peligro de extinción, y tiene como propósito generar conciencia sobre la importancia de la conservación del medio ambiente. **A**

Kalú: Un lugar de encuentro

En lengua Kuna (indígenas panameños) Kalu es un sitio para reunirse, un lugar para pasarla bien. Por eso, Camille Ratton y su socio Felipe Morice quisieron utilizar este término para crear la base gastronómica bajo la que pretenden lanzar una serie de productos.

El punto de partida es Kalú, una moderna cafetería de cocina gourmet, donde los clientes tienen acceso a comida saludable, fresca y rápida. "La idea es convertirse en una alternativa a la comida rápida, pero el cliente tendrá la certeza de que está consumiendo un producto saludable, con ingredientes frescos, recién preparados".

Kalú es el segundo proyecto de Ratton. Recientemente, concluyó un ciclo muy importante en su carrera que fue el restaurante Bakea, el que aseguró cerrar por motivos no relacionados con este segundo proyecto. En Bakea, una propuesta de cocina de autor, sin lugar a dudas, Camille imprimió su estilo, que le mereció varios premios y reconocimientos, entre los que se encuentran uno en el 2004, otorgado por el Ministerio de Agricultura de Estados Unidos, en el 2006 recibió el título "Maitre Rotisseur", que otorga la Chaine de Rotisseurs, y en el 2007 la prestigiosa guía Fodors del periódico New York Times calificó su restaurante como uno de los mejores establecimientos a nivel mundial.

Pechuga de pollo rellena de albahaca, pimientos y queso de cabra, sobre Risotto milanés al limón

Para 4 personas

4 pechugas de pollo deshuesadas y sin piel
200 grs de queso de cabra caprino (o alguno que sea firme y no muy amargo)
2 chiles dulces rojos o pimientos en conserva
1 rollito de albahaca fresca
1 taza de arroz de risotto (arborio)
1 lt de caldo de pollo o de vegetales
2 cdas de cebolla picada fina
1 cda de aceite de oliva extra virgen
1/4 taza de vino blanco
2 cdas de mantequilla
2 cdas de queso mascarpone o queso crema
1 pizca de azafrán en pistilo
1 ralladura de un limón
Sal y pimienta al gusto

Cortar el queso de cabra en bastoncitos de 10 cm x 1 cm de lado. Rostizar los chiles hasta quemarlos y pelarlos luego. Escoger 8 hojas de albahaca. Abrir la pechuga de pollo para poder rellenarla. Hacer un rollito con el pimiento, el queso y la albahaca. Salar y cimentar el pollo en el interior. Enrollarlo, salar y cimentar de nuevo el pollo por fuera. Refrigerar. Para el risotto calentar una olla con el caldo y otra con un poquito de aceite, agregar la cebolla picada y el arroz

arborio (sin lavar), cocinar por 3 minutos, removiendo para recubrir el grano de aceite. Agregar Vino blanco y un poco de caldo de pollo apenas para cubrir el arroz. Remover con una espátula resistente al calor o un cucharón de madera. Cocinar a fuego medio removiendo hasta que comience a reducirse el caldo. Agregar de nuevo caldo y repetir la operación durante 18 a 20 minutos, removiendo constantemente sin dejar que se seque. Al cabo de 18 minutos, probar el arroz, y fijarse que esté cocido. Agregar sal al gusto, la mantequilla y el mascarpone. Cuando esté a la mitad del proceso con el risotto poner una sartén a calentar para cocinar las pechugas. Agregar aceite y las pechugas a dorar parejo todo alrededor. Una vez que doren, meterlas al horno 8 minutos aproximadamente para terminarlas en su interior. Servir el risotto y la pechuga encima de éste, un chorrito de aceite de oliva y parmesano rayado y listo!!!

Recomendación

A pesar de ser el pollo una proteína no compleja en comparación con carnes rojas siempre es importante poner atención a los otros ingredientes de la receta, en este caso el queso de cabra, los pimientos, el mascarpone, el parmesano y el risotto al limón, le aportan cierto nivel de complejidad en sabor, es por eso que se recomienda una cerveza Pilsen que con su nivel de amargor característico, logrará el efecto de cortar el sabor predominante para permitir saborear el siguiente bocado con la misma intensidad que el primero.



3er Belca FoodShow

La gran aventura de Belca

Por tercer año consecutivo, Belca realizó el Belca Food Show, un evento en el que presentan a sus clientes la gran variedad de marcas que esta empresa distribuye. Federico Serrano, Gerente General de Belca, comentó que durante los dos días de la feria esperaban la visita de al menos 2000 clientes, y agregó que este año Belca proporcionó una vez más el transporte desde diferentes puntos del país, logrando una mayor cobertura de visitantes, desde puntos como Pérez Zeledón y Guacaste.



Humberto Hernández, Prop. Restaurante El Yugo, Guápiles
"Es la primera vez que asisto, estoy muy satisfecho con la variedad de productos y los descuentos que me han ofrecido".



Erik Korchmaros, Proprietario Restaurante @t' Es, en Puerto Viejo
"Está muy bien, lo que más me ha llamado la atención son los productos nuevos como los asiáticos que antes no tenían, es una buena oportunidad para conocer todo lo que ofrece Belca, hacer negocios y aprovechar los descuentos".



Manuel Burgos, Gerente General Restaurante Sensu
"Excelente como todos los años, es una feria enfocada, con una mezcla muy buena, la gente está haciendo negocios, creo que tiene un buen balance".



Proprietario Restaurantes José Taco
"Me parece una buena feria, creo que la mayor ventaja que tiene es la variedad de productos y los descuentos que ofrecen".



Federico Serrano, Gerente General de Belca
"Una de las novedades que presentamos en la tercera edición del Belca FoodShow es el stand de productos japoneses, se trata de una nueva categoría que estamos manejando, con cerca de 60 diferentes productos de marcas reconocidas, siempre con el propósito de ofrecer nuevas opciones a nuestros clientes".

Nueva alianza comercial

ADL SEAFOODS y CAROMA

La cobertura en la distribución en todo el territorio nacional, es uno de los resultados más importantes que surge de la alianza entre ADL SEAFOODS y CAROMA.

Los productos de ADL SEAFOODS, ahora son distribuidos de manera exclusiva por CAROMA. Con esta alianza, la empresa dedicada a la producción y comercialización de pescados, crustáceos y moluscos, cuenta con un nuevo canal para llegar con sus productos a todo el territorio nacional, y como aseguró Javier Valerio Quirós, Gerente General de ADL SEAFOODS, se trata de una oportunidad para lograr una mayor presencia en el mercado.

"Esta alianza con CAROMA nos dará la oportunidad de llegar con nuestros productos a una mayor cantidad de hoteles, restaurantes, sodas, entre otros, con la ventaja de que podremos llegar con más frecuencia a los diferentes lugares, abarcando más territorio". CAROMA distribuye los productos lácteos Monteverde, y según comentó Valerio, esta empresa cuenta con una amplia flota de camiones equipados con área refrigerada y congelada, que les permite transportar ambos productos.

Como parte de la estrategia de expansión, ADL SEAFOODS está lanzando nuevas líneas de productos, para complacer las necesidades de una variada gama de clientes, entre los que se pueden citar desde una soda, comedores institucionales, los restaurantes chinos, los restaurantes de comida internacional, hasta los hoteles con categoría cinco estrellas, manteniendo en todos una garantía de calidad total.

"Los productos son muy variados, aunque la calidad siempre es de primera. Tenemos para diferentes nichos de mercado, desde un corte de tiburón o de vela, para un casado de bajo costo, hasta la corvina en corte gourmet para el hotel cinco estrellas, en ambos casos disponible en su empaque individual, para garantizar el control cruzado de inventarios, la estandarización de los platos, y además evitar la contaminación cruzada por doble manipulación, entre otras ventajas del empaque individual al vacío".

Cortes a la medida

ADL SEAFOODS es una empresa con cinco años en el mercado, y con un crecimiento anual bastante importante. Para el 2008, la empresa proyecta un mayor crecimiento, para ello cuentan con la nueva distribución a cargo de CAROMA, nuevos contratos y la posibilidad de llevar el producto fuera del país. Para el gerente general, una de las principales ventajas con las que cuentan, es la manera personalizada de



"Nos interesa superar las expectativas de nuestros clientes, mediante servicios que logren llenar necesidades específicas". **Javier Valerio Quirós**, Gerente General ADL SEAFOODS.

hacer negocios, en la que tienen la capacidad de ofrecer productos estandarizados y a la medida de los clientes.

Esta empresa desarrolla productos en conjunto con clientes clave, a los que ofrece el desarrollo de productos estandarizados. Por ejemplo, el desarrollo de un tipo específico de corte, en empaques y tamaños determinados, e incluso precocidos o con sabores únicos, desarrollados en forma conjunta.

"Con la planificación en conjunto con el cliente, se trata de hacer un diseño que contemple todas las necesidades, desde el financiamiento, hasta los detalles de tamaños y sabores, todo se maneja en forma confidencial. Con la gran ventaja de que se logra mantener los costos durante todo el año, y asegurar la disponibilidad del producto para ofrecer un menú sin carencias".

Además de los productos personalizados, ADL SEAFOODS cuenta con una amplia gama de opciones que buscan satisfacer las diferentes necesidades de sus clientes, con variedad de cortes y tamaños en cada presentación.

Contáctenos al tel. (506) 8347-2460 A

Capacitación y el servicio al Cliente

Los Hoteles Ritz Carlton son considerados el ejemplo más sobresaliente de servicio al cliente.
tomado de www.mercadeo.com



El Presidente de esas empresas, Horts Schulze, decía cuando le preguntaban la forma de conseguir ese consistente y excepcional servicio, que la respuesta corta "nuestra gente, una gente que cree y practica una genuina preocupación por el cliente". Agregaba, que ellos creían en mover el cielo y la tierra para hacer felices a sus huéspedes, entendiendo que había dos elementos indispensables para que ello ocurriera: una cultura y un plan.

Es difícil entender una empresa privada, empresa pública, profesional independiente u organización sin fines de lucro que no viva y muera por su orientación al cliente. Prueba de ese interés es que en este momento

puede haber más de un millar de libros escritos sobre el servicio.

¿Por qué en nuestros países el servicio es tan deficiente?

Es conocido que la cultura del servicio debe comenzar al más alto nivel, por medio de una visión común y valores compartidos, que impregnen hasta sus cimientos toda la organización. Según los magos del servicio al cliente, los componentes de ese cóctel son gente con cultura de servicio, capacitada y entrenada permanentemente, tecnología y sistemas adecuados a cada situación.

Una empresa pequeña o mediana le es difícil conseguir la tecnología que normalmente adquieren las empresas ricas y poderosas. A las PYMEs de nuestros países, les queda como alternativa hacer una buena selección de gente con orientación al servicio, manteniéndola permanentemente capacitada y motivada.

No se trata de una declaración programática o un trillado eslogan publicitario. Es mucho más que eso.

La inversión que hace Ritz-Carlton para capacitar cada empleado es superior a los 5,000 dólares.

En la empresa FedEx, los nuevos empleados reciben cinco semanas de capacitación, con cursos de refrescamiento cada cuatro meses. En Walt Disney World ningún empleado puede comenzar a trabajar hasta que no haya completado tres semanas de capacitación inicial.

¿Qué se entiende por capacitación?

Capacitación y entrenamiento son términos que se usan como sinónimos, aunque exactamente no lo son. Definido por la Real Academia, capacitar es "hacer a alguien apto, habilitarlo para algo". Por su parte entrenar es "preparar, adiestrar personas o animales, especialmente para la práctica de un deporte".

Capacitar, como es usado por muchos autores y los que traducen de esa forma el término inglés "training", tiene

un sentido un poco más amplio de aprendizaje total, que incluye conceptos como adiestrar, instruir, adoctrinar. Esto es, hacer diestro en alguna actividad, inculcando a la vez determinadas ideas o creencias, reglas de conducta, que son propias de la cultura de la organización que da la capacitación. Es este un proceso en el que el adiestrado tiene una participación activa, no simplemente periférica y oficial.

Entendiendo esto, muchas grandes empresas multinacionales han creado unidades internas de capacitación, adaptadas a sus necesidades. Este es el caso de ITT, McDonalds, Target ,entre otras, que tienen sus propios centros de capacitación. En algunos casos, llamados universidades, aunque sería más apropiado y moderno llamarles "centros de aprendizaje".

Una PYME no puede darse el lujo de tener su propio centro de aprendizaje, pero puede tener un programa de capacitación para su personal, que incluya capacitación externa e interna. Un programa de este tipo comienza con un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el que se identifica las áreas en que el personal requiere aprendizaje.

Si la capacitación en el trabajo se integra con las ofertas de aprendizaje externas existentes, se puede contar con un programa muy completo de capacitación. **A**

La inversión que hace Ritz-Carlton para capacitar cada empleado es superior a los \$ 5,000 dólares.

Tips Equipos para Hoteles y Restaurantes

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | | | | |
| Tips Sabana: De Canal 7, 50 mts sur y 50 oeste carretera a Pavas Tel: 290-2449 Fax: 231-6042 | Tips San José: Avenida 2ª Contiguo al Gallito Tel: 221-9564 Fax: 221-3964 | Tips San Pedro: 75 mts oeste del Mas x Menos Teletax: 280-5857 | Tips Guanacaste: Centro Comercial Do It Center Teletax: 667-0738 | Tips Jaco: 350 mts este de la Municipalidad de Jaco Tel: 643-2878 Fax: 643-0163 |

* Vajilla * Cristalería * Umas de Exhibición * Menaje * Maquinaria de Capacitación * Cubertería * Desechables * Equipos de Refrigeración * Equipo de Limpieza * Procesadores de Alimentos



Nuevos quesos Premium Fontana

La Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos, R.L. lanzó la línea de quesos premium Fontana, compuesta por quesos maduros, que incluye quesos Edam, Emmental, Gouda, Parmesano y Sardo, caracterizados por su sabor, textura y precio competitivo. Los quesos Fontana son fabricados en Costa Rica con leche Premium y cumplen con los más exigentes estándares mundiales.
Distribuye: Dos Pinos R.L.
Teléfono: 437-3000



Cristal con nueva imagen

La marca de agua Cristal de Florida Bebidas renovó su imagen para adaptarse a los estilos de vida más prácticos. El cambio consiste en una innovadora botella, en el que su diseño de vanguardia alude al dinamismo que caracteriza las actividades diarias de los consumidores.
Distribuye: Florida Bebidas
Teléfonos: 437-6300



Contenedor de alimentos Cambro UPCS400

Tiene una gruesa capa de poliuretano que aísla el contenido del exterior y lo mantiene hasta por cuatro horas. Este componente es el responsable de que el alimento mantenga, sin electricidad, la temperatura que tenía en el momento en que se introdujo al contenedor, ya sea fría o caliente. Tiene capacidad para almacenar seis bandejas de cuatro pulgadas o cuatro bandejas de seis pulgadas.
Distribuye: Macro Comercial S.A.
Teléfono: 293-6970



Pastillas de Espresso

Las pastillas de espresso están hechas con granos de café gourmet Britt. Contienen la medida exacta de café para crear cualquier bebida a base de espresso, sin complicadas limpiezas. Diseñadas para utilizar en máquinas de espresso o de pastillas. Presentación de caja con 30 pastillas individuales de 7gr cada una.
Distribuye: Grupo Café Britt S.A
Teléfono: (506) 277-1620
vyd@cafebritt.com



Siropes Monin

Especiales para la preparación de cafés, sodas, smoothies, postres, lustrados, ideal para saborizar bebidas gourmet, calientes, frozen, cócteles y sangrías. 100% naturales y sin azúcar.
Distribuye Belca
Teléfono: (506) 293-4075



Pulpa de fruta

Producto 100% natural en variedad de sabores, concentrado para un mayor rendimiento y rentabilidad. Pasteurizado.
Distribuye: Caroma
Teléfono: (506) 240-4242
Fax: (506) 240-6263



Aguas residuales menos contaminantes

Actúa como filtro de los líquidos que ingresan al aparato, sedimentando los desechos sólidos que más contaminan el agua, para luego deshacerse de ellos de una manera más adecuada. Ayuda a reducir la obstrucción y mantenimiento de las cañerías, así como el costo del tratamiento de aguas y los olores.
Distribuye: Nova, Novedades Ambientales
Teléfono: 224-5409



Nuevo Súper Limpión 3M

Seca sin dejar pelusa ni rayones. El Súper Limpión de 3M, es ideal para secar platos, vasos, copas, ollas y cubiertos con un alto desempeño y a un buen precio. Es muy resistente, y se puede lavar a mano o en lavadora, con blanqueadores sin cloro y agua caliente, ya que soporta temperaturas de hasta 60 grados centígrados.
Distribuye: 3M
Teléfono: 8000-INNOVA.



Cristalería Libbey

Copas para vino tinto y blanco en variedad de estilos y tamaños. Con la introducción de los productos de Libbey, la empresa Tips amplió su oferta de cristalería, con nuevas líneas de vasos para uso en hoteles y restaurantes.
Distribuye: Tips
Teléfono: 290-2449



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
Teléfono: (506) 215-3545



Quesos importados

Holandeses e Italianos: gouda, de cabra y maasdam
Distribuye: Interfoods
Teléfono (506) 256-2219



LCD SAMSUNG

Televisores de plasma con luz propia.
Distribuye electrónica Daytron,
Teléfono: (506) 232-4242



Dino Giuliano

Franquicia o marca propia: ¿qué conviene más?

¿Reconocimiento de marca o valor de identidad? Este es uno de los puntos importantes por valorar, si se piensa en formar parte de una franquicia hotelera, o si por el contrario, se escoge el camino de la creación de la marca propia.

Dino Giuliano, Director para Latinoamérica y el Caribe de Innovation Group, comentó que, desde su experiencia, pertenecer a una franquicia dota al hotel de competitividad mundial, posicionamiento e identidad. Pero recomendó que antes de tomar la decisión, es necesario cuantificar los beneficios y los costos para determinar si vale la pena.

Costa Rica independiente

Giuliano comentó que la independencia siempre es mejor, principalmente en un país como el nuestro. "Costa Rica siempre ha ofrecido un turismo de especialización, con hoteles boutique; y no acostumbran tanto vender estilos de vida mundiales. Claro, esto no implica que una franquicia no sea una opción a considerar". Giuliano, agregó que las franquicias no son necesariamente la mejor opción de crecimiento para los hoteles nacionales.

Eduardo Villafranca, Vicepresidente del hotel Punta Islita, concuerda con esta afirmación de Giuliano, pues asegura que ofrecer un producto con identidad cultural es una de las principales razones de ser del hotel con marca propia.

"Soy creyente de que el turista que visita Costa Rica quiere conocer de nuestra cultura, y esto se pierde con la franquicia".

Villafranca reconoce que la franquicia es una alternativa que permite ahorrar camino, y asegura que como en todo tiene sus ventajas y desventajas. "La franquicia le da al hotelero el valor y la experiencia de marca de un "tirón", pero se pierde la independencia para actuar, que en nuestro caso es muy importante.

Villafranca recalcó que Punta Islita desde el inicio, tuvo una identidad muy definida, con políticas ambientales y de responsabilidad social, que

difícilmente podrían haber aplicado de pertenecer a una cadena.

Y ante la pregunta de si planean franquiciar esta marca, aseguró que no tienen intenciones, ya que necesitarían mucho control sobre la administración de otros hoteles, a fin de no "desvirtuar" el concepto, por lo que prefieren desarrollar ellos mismos los proyectos. Recientemente, abrieron el hotel El Silencio, en Bajos del Toro, y a corto plazo, esperan iniciar la construcción de uno en el oeste de San José.

Mauricio Estrada, Gerente General de Hacienda Pinilla, coincide con ambos al comentar que las marcas propias permiten el desarrollo de productos "diferentes", muy ajustados al país, a la cultura, las tradiciones y la naturaleza del lugar.

Estrada reconoce que existen varios retos al desarrollar una marca propia, que se minimizan al adoptar una franquicia. "Se deben crear todos los sistemas de soporte para el desarrollo de la marca en mercadeo, reservaciones, recursos humanos, tecnología, finanzas y servicio al cliente, en contraposición, las franquicias tienen mucha experiencia en varios lugares del mundo y han medido con detenimiento lo que los clientes buscan. Por lo tanto, es cuestión de implementar sistemas que ya han sido exitosos en otras partes".

Otra de las ventajas que Estrada apunta en los sistemas de franquicias, es la red de reservaciones que facilitan el mercadeo del hotel. Lo que Estrada señala como una desventaja de este sistema es la falta de flexibilidad, necesaria para pasar de un hotel bueno a uno excelente. Hacienda Pinilla tiene un hotel de marca propia -La Posada- con un total de 60 habitaciones. En el proyecto, El Grupo Roble está desarrollando el JW Marriott Resort and Spa, que es parte de la cadena Marriott. **A**



Eduardo Villafranca



Mauricio Estrada

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) en negro.....**¢103,000**
Mención en rojo.....**¢111,000**
Se pueden agregar logos y líneas adicionales costo variable.

Información: Johanna Argüello al Tel.: 520-0070 ext:130
Le elaboramos el arte sin ningún costo adicional.

AIRES ACONDICIONADOS Y VENTILACIÓN

  SAN JOSÉ: 2226-8071 / JACO: 2643-5256
SOLARIUM: 2668-1140 / HUACAS

AIRES ACONDICIONADOS Y PROTECCIÓN ELÉCTRICA

GLOBAL SUPPLY.....TEL: 2240-2454 / FAX:2240-2455
INVERSIONES VILLAMAR DE SAN JOSÉ S.A.....TEL: 2293-6811 / FAX: 2293-6708

ALIMENTOS

ASESORÍAS GASTRONOMITAS LA CUOCA S.A.....TEL : 2430-3406 / FAX: 2430-0676
COOPERATIVA DE PRODUCTOS DE LECHE DOS PINOS.....TEL: 2437-3637 / FAX 2437-3218
COPROIM S.A.....TEL: 2261-6821 / FAX: 2261-5843
CORPORACIÓN PIPASA.....TEL: 2298-1780 / FAX: 2298-1779
GOURMET IMPORTS DCR.....TEL: 2281-2855 / FAX: 2253-0449
LAVE Y SIGA S.A.....TEL: 2248-1495 / FAX 2248-1495
PEDRO OLLERTEL: 2522-6000 / FAX 2231-1484

AUTOMOTRIZ

MOTOSPORT S.A.....TEL: 2223-2311 / FAX: 2223-8755

ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

ELECTROFRÍO.....TEL: 2244-5530 / FAX: 2244-5830
FERVA DEL NORTE.....TEL: 2221-0361 / FAX: 2257-4957
HOME AND HOTEL SUPPLY GROUP S.A.....TEL: 2281-3536 / FAX: 2281-3534
IMPORTADORA FAROMIREM S.A.....TEL: 2290-2028 / FAX: 2231-4065



PROMERC LAPICEROS BIC Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES.....TEL: 258-3544 / FAX: 258-3346
MEGALIFE DE COSTA RICA.....TEL: 2290-3737 / FAX: 2290-3738
PURPLE BAY S.A.....TEL: 2282-8653 / FAX 2282-7750
TIPS S.A.....TEL: 2290-2449 / FAX: 2231-6042

CAFE

GRUPO CAFÉ BRRITT S.A.....TEL: 2277-1500 / FAX: 2277-1699

DETERGENTES ORGANICOS BIODEGRADABLES

QUIMISURTEL: 2237-3077 / FAX: 2260-6340

EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTES

AA EQUIPO SOLANO.....TEL: 2226-8686 / FAX: 2286-4690
EQUIPOS AB DE COSTA RICA.....TEL: 2239-5516 / FAX: 2239-3424
GET ENTERPRISES.....TEL: 2467-9394 / FAX: 2467-9396
VEROMATIC S.A.....TEL: 2443-1118 / FAX: 2441-5298

EQUIPO DE REFRIGERACIÓN Y COCINA

OMEGA INTERNACIONAL BIENES Y SERVICIOS.....TEL: 2203-3191 / FAX: 2203-0506

FOODSERVICE

ADL SEAFOODS.....TEL: 2228-1898 / FAX: 2289-2674
INTERNACIONAL DE INVERSIONES DIVISIÓN BELCA.....TEL: 2293-4075 / FAX: 2239-0147

FUMIGADORAS

FUMIGADORA DELGADO.....TELEFAX: 2444-0538

LINEA HOTELERA

FARO SUPPLIES.....TEL: 2290-2028 / FAX: 2231-4065

MAQUINAS DE CAFE

DISTRIBUIDORA ESPRESSO S.A.....TEL: 2239-4879 / FAX: 2239-4879

MUEBLES Y DECORACION

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
MUEBLES JICARAL.....TEL:650-0443 / TELEFAX: 650-0541

PATENTES

PATENTES DE LICORES, VENDO, COMPRO, ALQUILO.....TEL: 226-5889 / FAX: 226-8209

PRODUCTOS DE HIGIENE

KIMBERLY CLARK COSTA RICA.....TEL: 2298-3183 / FAX: 2298-3179
SCA CONSUMIDOR CENTROAMÉRICA S.A.....TEL: 2201-4400

ROTULACIÓN Y PRODUCTOS PROMOCIONALES

TROFEOS DON MARCOS S.A.....TEL: 2222-0650 / FAX: 2233-1654

SEGURIDAD

SEGURIDAD Y MÁS.....TEL: 2236-6250 / FAX: 2240-4479

TECNOLOGÍA

GECKOTECH S.A.....TEL: 2643-3508
GRUPO INTEGRACIÓN DIGITAL.....TEL: 2296-2851 / FAX: 2296-2854
SINERTECH ACS S.A.....TEL: 2225-8160 / FAX: 2253-7953
SISTEMAS PANAMERICANOS COSTA RICA S.A.....TEL: 2253-0007 / FAX 2225-4621
SYG SISTEMAS S.A.....TEL: 2290-1970 / FAX: 2290-1970

El tomar licor es nocivo para la salud

CARRIED IN OAK

Dewar's

TWELVE 12 YEARS OLD

Special Reserve BLENDED SCOTCH WHISKY



John Dewar & Sons Ltd

& PRIZE MEDALS

PERTHSHIRE
SCOTLAND

PRODUCT OF SCOTLAND

DISTRIBUIDORA
Yamuni S.A.

Tel.: 227-2222 · 227-2535