

Apetito

para hoteles y restaurantes

Furca:
"Farm to Table"
p.26

Cerveza
la reina
del mundial
p.23

Cómo ahorrar
energía
p.20

"El check list"
de la limpieza
p.28

Nuevos retos: ¿Cómo lo harán?

Wilhelm Von Breymann, Ministro de Turismo. p.24



Suscribase en:
www.apetitoenlinea.com
Nº. 108
Agosto - Setiembre 2014
f/Revista Apetito





TORK



Sistemas
de higiene
sustentable
que hacen la
diferencia



Cuanto más conocemos
tus necesidades más
soluciones podemos
ofrecerte

Hacemos tu vida más simple,
dejando la menor
huella ecológica



Tork es una marca líder mundial de SCA (Compañía Sueca de Papel) considerada como una de las compañías más verdes del mundo y la número uno en la fabricación de productos de papel. Puede comunicarse con nosotros a los teléfonos 00 506 2201-4413 / 22014435 o escribanos a infotork.centroamerica@sca.com • www.scacentroamerica.com



CIAMESA FOOD SERVICE

Sea testigo de una excelente selección de productos de las marcas más prestigiosas del mundo.

CIAMESA tiene para usted una solución para cada una de las necesidades de su empresa. Conozca nuestro excelente servicio y nuestra red de distribución con cobertura en todo el territorio nacional.



Ciamesa.

Visite nuestra página: www.ciamesa.com o llámenos al **800-CIAMESA (800-2426372)**



Karl Hempel
Director
karl@ekaconsultores.com

El mesero se acerca con cara amable a nuestra mesa, establece contacto visual con todos los comensales y se presenta con su nombre y responsabilidad. Conocer su nombre permite una cercanía mucho más cómoda para los que esperan sentados, y además hace mucho más fácil la comunicación ya que deja de ser muchacha o señor o peor aún, cuando no hay nombre.

Después de presentarse y establecer esa conexión con los presentes, pregunta por las bebidas, como somos pocos se lo lleva en la memoria y se retira con un "ya regreso", eso sí, esa ida se interrumpe con un momento, en que sobre la mesa se sirven unos piqueos.

La espera es corta y se sirven en la mesa las bebidas preparadas en el bar. Todo bien y llegamos a la orden, las preguntas, las dudas. Cada una se responde con conocimiento de cada plato, y además se nota unas recomendaciones sutiles, tal vez a los platos más caros, pero no hay presión en ningún momento, solo recomendaciones.

Otra vez se retira para regresar con las entradas y un saludo del chef.

Al rato se aproxima con los platos principales, todo en su punto gracias a la cocina, servido por el lado que corresponde y con un "que disfruten de su cena" se desvanece en el espacio para pasar a otra dimensión, una en la que todos saben que esta ahí pero no se nota.

Y luego reaparece justo a tiempo, justo en el momento que termina el plato y llega la hora de pedir el postre.

Espero que disfruten de esta edición y como siempre agradezco sus comentarios y recomendaciones.

Karl Hempel
Director



Marco Leiva,
Chef Co Propietario de
Furca, asegura que a ellos los
caracteriza la simpleza de
productos junto con la
frescura y que seguirán
creciendo en el concepto.
p.26

Contenido

8. **Cartas** **Aperitivos**

- 10. Noticias de Apetitoenlinea.com
- 12. Cambro. Para una organización funcional
- Euroalimentos: Por Italia en una copa
- 14. Mayca: Un evento de película
- 15. ICT: Impulsando la gastronomía costarricense
- 16. Graduados en pastelería: Como los grandes
- 17. Toda una leyenda en café
- 18. Control de costos para hoteles y restaurantes
- 19. Black & Decker: Licuadoras de alta potencia
- 20. Cómo ahorrar energía

Expo vino

- 22. De ensaladas y vinos

Gastronomía

- 23. La cerveza reinó en el mundial

Turismo

- 24. Competitividad turística: Todo un reto en conjunto

Gastronomía

- 26. Furca:

Como en casa y con clase

Especial de Limpieza:

- 28. "El check list" de lo impecable
- Holiday Inn Escazú: "Que no quede huella del que estuvo"
- 29. Marriott Costa Rica San José, La prioridad de los detalles
- 30. Indigo: Con una calificación de 97
- 32. Wyndham Garden: "Aquí se detalla mucho en limpieza"
- 33. Catálogo productos de limpieza

De compras

- 38. Capresso: Consolidación con evolución
- 39. Pospan: Versatilidad para el desarrollo
- 40. Delika. Auténtica pasta fresca
- 41. Yamuni: Con mucho estilo



¿Calidad en las habitaciones?

Nosotros le ayudamos a conseguirlo

Belca


FOODSERVICE

Variedad en productos de limpieza profunda para habitaciones, áreas comunes y recreativas.

BELCA Costa Rica

Tel: (506) 2509-2000.

1 Km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén. Heredia, Costa Rica

 /Belca CR



Una empresa del Grupo



Milagro Arias
Editora
milagro@ekaconsultores.com

Algo que preocupa

Tuve la oportunidad de reunirme con representantes de Protur, en días anteriores, y debo confesar que jamás imaginé el caos que ha estado viviendo el sector turismo en Costa Rica desde hace muchos años.

Y lo que más me preocupa, desde que conocí el caso, es que de seguir todo igual, sin buscar soluciones puntuales, el producto costarricense acabaría. Si, así como lo lee, es grave lo que podría venir.

La esencia del "tico" es lo que buscan los extranjeros. Todo eso que se mercadea como una marca, y que tiene un fondo, que es lo que realmente somos.

Es ese campesino en carreta que llama la atención al europeo, igualmente el café y todo su proceso, desde la finca, el que atrae al inversionista a venir a buscar negocio para potenciar nuestro producto en su país.

Son los artistas, esos que trabajan con las manos, para salir adelante, pintando artesanías, que son bien apetecidas por el estadounidense, es arte puro... es producto esencia de todo un país.

Y puedo seguir enumerando todo el potencial que tenemos como atractivo. Pero preocupa cuando el problema se agrava, al volver la vista hacia ese producto que se está viendo perjudicado.

Sin embargo, aunque todo suena mal, hay una luz a través de propuestas interesantes que este nuevo gobierno promete acoger:

El reto se puede superar, y es a través del rescate de las Mipymes, utilizando estrategias puntuales como una intervención financiera urgente para empezar. Solo un ejemplo que a Mí me quedó claro. Me bastó con conocer por un par de horas a Boris Marchegiani, un luchador del turismo nacional, que a pesar de ser un extranjero que ha viajado por el mundo y que conoce lo mejor de la gastronomía internacional y de la hotelería, decidió quedarse en Costa Rica y además invertir aquí, porque tiene la esperanza de mostrar a los ojos del mundo lo que el vio, esa esencia que tenemos que lo impulsa a trabajar por rescatar lo que somos " sin ingredientes artificiales"



Presidente
Karl Hempel Nanne
karl@ekaconsultores.com

Editora
Milagro Arias
milagro@ekaconsultores.com

Asesor comercial
Guillermo Rodríguez S.
guillermo.rodriguez@eka.net
Tel: (506) 8997-1651

Directora Arte
Nuria Mesalles J.
nuria@ekaconsultores.com

Diseño y diagramación
Irania Salazar Solís
DO2- Design Outsourcing Solutions S.A.
maguilar@do2cr.com

Directora eventos
Carolina Martén
carolina@ekaconsultores.com

Circulación
suscripciones@ekaconsultores.com

Colaboradores
Mariana Sáenz
Alejandro Redondo
Juan Cristobal Torchia

Fotografía de portada
Alessandra Baltodano

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Una producción de
EKA Consultores Intl.

Tel.: 4001-6722 Fax: 2296-1876
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica

www.apetitoenlinea.com

 • Revista Apetito
• EXPHORE (Expo
Hoteles y Restaurantes)
• Expovino Costa Rica

 @revistaapetito
@expovino

Buscamos su bienestar a través de soluciones innovadoras

Nuestro portafolio integral le brinda **soluciones avanzadas** en salud, higiene y protección.
Además le ofrece **productos de calidad** que minimizan el riesgo de transmisión de enfermedades.

Conozca los nuevos productos de Kimberly Clark Professional*

Toallas

Toalla Kleenex® Airflex*



PRODUCIDA CON
FIBRAS DE RAPIDA
RENOVACION
**BANANO Y
EUCALIPTO**

Toalla Slim Fold Scott®



Jabones y dispensadores

Sanitizante de Manos Automático



Dispensador Electrónico de Toallas



Dispensador Electrónico de Jabón



Servilleteros

Servilletero Advertising Pop Up



Anúnciese en *Apetito* y reserve su stand en *Exphore 2015*



Guillermo Rodríguez
Asesor Comercial
guillermo.rodriguez@eka.net
Cel. (506) 8997-1651
Tel: (506) 4001-6729



14.153

personas han leído esta edición digital en www.apetitoenlinea.com/digital

Suscríbase a la edición digital gratis

Tel.: (506) 4001-6724
escríbanos a suscripciones@eka.net

Cartas

Servicios de alimentación al público

Como fiel asistente a la Expo Hoteles y Restaurantes y lector de la revista *Apetito* en Línea y como funcionario de salud, he estado muy interesado en leer los temas que se exponen en la revista y que tienen amplia relación con temas de salud y ambiente y propiamente con los de Servicios de Alimentación al Público.

Leí la edición N^o 107 y me interesó mucho el tema de la Pág. 25 y 26, relacionado con la adjudicación de tenedores dados por el ICT y su controversia de cómo se otorgan, por lo que tengo interés en obtener la revista física de esta edición, para poder dar respuesta a inquietudes o dudas que se presentan en los gremios de chef, propietarios y conocedores de la materia en cuanto a las evaluaciones y conceptos que se utilizan para otorgar la categorización de los tenedores, tanto al ICT como a CACORE, confiando en el otorgamiento del respectivo permiso Sanitario de Funcionamiento, lo cual no debe de hacerse, ya que actualmente este se da por declaración jurada y sin previa inspección, lo que será de un riesgo inminente si no se están cumpliendo los requisitos físico-sanitarios, de proceso y seguridad, avalados sólo por funcionarios del ministerio de Salud.

Por lo que le solicito muy cordialmente la posibilidad de obtener las revistas *Apetito* en físico y en especial esta N^o 107 y las que salgan, como institución interesada en los temas que se exponen y comentan.

Mucho agradecería la solicitud para beneficio del Programa de Control en Servicios de Alimentación.

Lic. Herberto Castillo Zamora
Coordinador Servicios de Alimentación al Público
Dirección de Protección al Ambiente Humano, Unidad Administrativa de Servicios en Salud y Ambiente Humano.
Ministerio de Salud- Nivel Central.

Encuentre ejemplares de *Apetito* en nuestros puntos de distribución



Sea exitoso con el negocio del café y gane en una sola taza de café hasta un:

400%

BUNN®

Ofrece equipos para bebidas calientes y frías.

TABLA DE CONTROL PARA PREPARAR CAFÉ

Brewing Ratio: Grams / Grams per half gallon / 1.8 Liter

Weight	Volume	Ratio	Weight	Volume	Ratio
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50
4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50
6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50
7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50
8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
8.50	8.50	8.50	8.50	8.50	8.50
9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
9.50	9.50	9.50	9.50	9.50	9.50
10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00

BUNN®

Su socio estratégico que le brinda calidad consistente y le genera mayores utilidades.



Turismo

Mundial desplazó la alta ocupación en vacaciones de medio año

51% de los consultados consideraron que Mundial de fútbol sí afectó la demanda durante este receso. Llanuras del Norte fue la región con mayor ocupación, con 71,82%.

Directriz del Ministerio de Hacienda amenaza seriamente al sector turístico

Percibida como una grave amenaza para la industria turística, la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), rechaza categóricamente la decisión del Ministerio de Hacienda de ampliar la interpretación del Artículo 1, Inciso C de la Ley General de Ventas, que grava, con el 13% del Impuesto de Valor Agregado a todas las Áreas Silvestres Protegidas Estatales, al considerarlas como prestación de servicios de recreo.

Zona norte busca ser carbono neutral

34 empresas de La Fortuna, Sarapiquí, Ciudad Quesada, Upala, Santa Clara y Cerro Cortés han sido capacitadas para mejorar su eficiencia y convertirse en carbono neutrales.

17 empresas turísticas ya cuentan con el licenciamiento de Marca País

El Instituto Costarricense de Turismo aprobó las primeras solicitudes de empresas del sector turístico nacional, interesadas en hacer uso de la Marca País "esencial COSTA RICA" en sus materiales publicitarios, promocionales, corporativos y eventos. Se trata de 17 empresas que abarcan hoteles, renta cars, agencias de viaje, entre otros.

Hotelería

Cámara de Hoteles lamenta el robo en Tambor

La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH), como representante de un segmento considerable del gremio hotelero en Costa Rica, lamenta el hecho ocurrido en el Hotel Barceló en Playa Tambor con el robo de pertenencias a los turistas hospedados durante el fin de semana. Nuestro Comité de Seguridad buscará la manera de colaborar en la resolución del caso, tanto con el afiliado, como con los clientes que así lo tengan a bien.

Tabacón y Adifort donan 3 aulas para niños con necesidades especiales

Con el propósito de fomentar la educación y brindar mejores condiciones para el desarrollo educativo de los niños y niñas de La Fortuna de San Carlos y sus alrededores, Tabacón Grand Spa Thermal Resort en colaboración con la Asociación de Desarrollo Integral de La Fortuna de San Carlos (Adifort) construyeron y donaron tres aulas para ser utilizadas por el Departamento de Educación Especial de la Escuela Experimental Bilingüe y de Atención Prioritaria Finca Z-13.

Cámara de Hoteles inicia plan contra el Chikungunya

La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH) inició un plan de prevención contra el virus de Chikungunya en conjunto con el Ministerio de Salud, con el fin de evitar que los turistas y la población en general se contagien de esta peligrosa enfermedad y a su vez evitar enviar un mensaje de pánico que ahuyente a nuestros turistas nacionales y extranjeros.

Gastronomía

Expanden SmashBurger y Quiznos en la región Centroamericana

El Salvador y Panamá son los países seleccionados por la empresa para iniciar operaciones durante el segundo semestre del 2014 QSR Internacional -empresa encargada de operar las franquicias máster de los restaurantes de comida rápida SmashBurger, Quiznos y Teriyaki en Centroamérica.

Relanzan menú en Restaurante Miyako

El restaurante japonés del hotel Barceló San José Palacio, Miyako, recientemente relanzó su menú, por lo cual introdujo platillos nuevos y exclusivos así como presentaciones más elaboradas.

Leyes y Permisos

Reglamento de las Sodas Estudiantiles

Durante muchos años, tanto el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica como el de Salud consideraron la posibilidad de regular la venta de alimentos en centros educativos. Conozca el reglamento aquí.



**EL EQUIPAMIENTO
TODO INCLUIDO**

RESALTE SU SERVICIO
CON CALIDAD EN
LOS DETALLES



**Soluciones
integrales**

**Somos especialistas en
productos de hotelería**

- Pantallas • Colchones
- Minibares • Vineras
- Electrodomésticos

Tenemos líneas de crédito. Contáctenos al teléfono +506 4032-4500 / 800-2707070.
Email: solucionesintegralesm@grupom.net Web: www.solucionesintegralesm.com



WORLD TRADE CENTER®
MIAMI presenta

18th Americas Food and Beverage Show & Conference

27 - 28 de Octubre, 2014
Miami Beach Convention Center, Hall C



- *Regístrate GRATIS hasta el 30 de Junio!*
- *11 Pabellones Internacionales!*
- *Más de 20+ países representados!*
- *Conozca y reunase con más de 10,000+ compradores!*
- *Descubra un mundo de productos alimenticios nuevos y creativos!*
- *Asista a una variedad de conferencias Educativas dirigidas por expertos en la materia!*
- *Reunase con más de 500+ exhibidores con especialidades de productos alimenticios!*



VISITANDO – REGISTRESE AHORA!
EXPONRIENDO – RESERVE SU STAND AHORA!

Código de descuento: RA

Para más información contáctenos al (305) 871-7910 x221 o Email: rmorales@worldtrade.org

www.americasfoodandbeverage.com

Para una organización funcional

¿Sabía que Usted puede crear una organización funcional mejorada en cualquier área de almacenaje utilizando divisores de estantes?

Estos divisores de estantes facilitan la utilidad y permiten soportar artículos apilados o estrechos como paquetes sellados al vacío y botellas exprimibles de manera que no se vuelquen. Los divisores de estantes también son ideales para utilizar para ropa de cama, toallas y productos de mantenimiento. Se sujetan firmemente a Cambro Camshelving® y Camshelving® Elements Unidades de Estanterías.

Disponibles en 18", 20" y 24" de ancho, los divisores de estantes encajan en estanterías con bandejas sólidas o ventiladas.

- Camshelving Divisores de Estantes mide 8 pulgadas de alto.
- Hecho de plástico ABS de alto impacto libre de óxido.
- Los orificios permiten una ventilación adecuada en cuartos fríos y congeladores.

- Se adjunta fácilmente y se mantiene firme en su lugar.
- Ajusta Camshelving y elementos de serie de Camshelving.
- Encaja en estanterías con bandejas sólidas o ventiladas.

Para más información sobre Camshelving Divisores de Estantes y otros productos Cambro, visite www.cambro.com o llame a Servicio al Cliente de Cambro al (800) 833-3003.



Por Italia en una copa

Euroalimentos transformó una simple noche en una verdadera visita y un recorrido por lo mejor de la cultura vinícola italiana, junto a la casa Zonin, la velada adquirió un matiz único donde el vino fue el punto de comunión.

Desde 1821 la casa Zonin conserva el arte en elaboración de vinos italianos, presentes en 105 países, inicia una etapa de expansión en nuestro país, buscando junto a Euroalimentos mostrar la elegancia de vinos alegres, armoniosos y aterciopelados.

Con Alessandro Guerini y Vagner Montemaggiore de Zonin, se vivió un viaje surrealista a cada región italiana. Con los maridajes exquisitamente preparados, como atún, carpaccio y verduras, del chef Fabricio Ulate de El Pelicano Restaurante, trasladaron a todos tras la historia de cada botella.

Su preparación, un proceso muy característico, se conserva a través de los años por la familia Zonin. Con más de mil cepas de uvas

autóctonas, estos vinos mostraron su identidad en estructura, frescura y algunos de su acidez, abriendo la sensibilidad del paladar a cada sabor en una experiencia individual con un ambiente armonioso.

Los presentes se deleitaron con más de cinco clases de vino, entre ellos un clásico italiano blanco llamado Prosecco, oportuno y de sutil aroma. No pudo faltar vino tinto, más vigoroso como el Nero D'Avola Principi de Butera cosecha 2011, que potenciaba las impresiones del gusto resaltando hasta el sabor de la berenjena preparada como maridaje.

Entre diáfanas charlas entre amigos y conocidos, que gozaron el deleite de recorrer Italia con su vino desde Sicilia, Verona, Toscana hasta Masseria Altemura, es solo la antesala a un mundo y estilo vinícola que invita a ser descubierto con su característica simpleza y elegancia, espontáneamente como el espíritu italiano.



Alessandro Guerini y Vagner Montemaggiore, ambos de la Casa Vinícola Zonin, compartieron y detallaron a historia de cada uno de los tipos de vino presentados esa noche

El evento donde encuentra todo lo que necesita para su oficina



Martes 3 y Miércoles 4 Febrero 2015

Wyndham San José Herradura • Horario: 11:00 a.m. - 8:00 p.m

Reserve su stand

Astrid Madrigal
Cel: (506)7014-3607 • (506) 4001-6725
Email: astrid@ekaconsultores.com

Adquiera su entrada en

www.expooficina.net

Organiza: **EKA**
LA REVISTA EMPRESARIAL

www.expooficina.net • [facebook/ExpoOficina](https://facebook.com/ExpoOficina)



Equipos para la Industria Gastronómica

Asesoría - Diseño - Fabricación a la Medida - Refrigeración
Mobiliario - Gas - Equipo Importado - Utensilios - Soporte



Equipo Profesional para su Cocina.



Equipos AB. Frente a Cenada. **Acero Total.** S. Joaquín de Flores,
2239.5516 **2265.2729**

ventas@equiposab.com • www.equiposab.com

CONGENTE
gente
Congreso Internacional de RRHH

Organiza: **EKA**
LA REVISTA EMPRESARIAL

CONGENTE 2014
XI CONGRESO INTERNACIONAL DE RECURSOS HUMANOS
5 de Noviembre
Hotel San José Palacio | Costa Rica
Vea el programa en: www.congente.net

Más Información:
Silvia Zúñiga Tel: (506) 4001.6740
silvia@ekaconsultores.com

Su Catering se merece lo mejor

BLAZE

Quemadores en gel marca Blaze,
con garantía de dos horas de duración.

Líderes con más de 25 años de experiencia.
Certificados con el ISO 9000 y estrictas pruebas de calidad.

Yamuni Mayoreo Tel: 2255-2066
De McDonald / Tabana 200 mt, al este

www.yamuni.com
venta@yamuni.com

yamuni mayoreo

Un evento de película

Así ambientó Mayca, como de película, al evento dedicado exclusivamente para los clientes del segmento de food service, de cadenas de comida y gastronomía en general, que por sexto año consecutivo realizan, para mostrar parte de los 4500 productos que ofrecen.

Realizado en el Centro de eventos Pedregal, en medio de una alfombra roja, que alrededor reunía 62 stands, recibieron a los clientes como si fuera literalmente una película.

Todos los asistentes con palomitas en mano, que recibían en la entrada, pasaban a conocer y degustar en cada stand los diferentes productos que mostraban, además de aprender lo que se podía hacer con cada cosa, al centro en la tarima principal, con los cursos diseñados, expuestos cada hora, por reconocidos chef.

Sharon León, Gerente de mercadeo de Mayca, explicó que ellos tienen 6 años realizando este evento diseñado para dar a conocer a sus clientes las innovaciones y tendencias en alimentos, principalmente, para que incorporen en sus menús.

“En 2013 el evento se llamó el mundo de las comidas, pero este año se conceptualizó como Mayca un evento de película, para darle una importante diferencia al ambiente,

que permitía a los stands participar en el concurso de la mejor decoración, con respecto al concepto, en elección por los asistentes, que a la vez participaban en rifas de electrodomésticos, viajes y productos”, contó León.

Es importante señalar que hubo proveedores internacionales principalmente de Estados Unidos, resaltando la empresa Sysco Corporation, con sede en Houston Texas, quienes adquirieron el 50% del capital accionario de Mayca. Ellos manejan un alrededor de 400 mil productos diferentes.



El evento se desarrolló durante un día únicamente, de 8:00am a 8:00pm, en medio de música de cine y diversidad de demostraciones



TENGA EL CONTROL TOTAL DE SU NEGOCIO

Ofrecemos soluciones personalizadas para el más pequeño restaurante hasta la cadena internacional más grande.

- Líder mundial en Hospitalidad
- Experiencia comprobada, más de 567.000 instalaciones exitosas
- La única solución que integra software y hardware Micros
 - 100% garantizado
- Soporte 24/7 los 365 días al año

micros[®] **POSPAN**

Tel: (506) 2296-2345 | frojas@pospan.com | www.pospan.com | www.micros.com

The advertisement features a background image of a restaurant with people dining. In the foreground, there is a Micros POS terminal with a touchscreen display and a receipt printer. The Micros logo is on the left, and the POSPAN logo is on the right. The text is arranged in a clean, professional layout.

Impulsando la gastronomía costarricense

Ahora sí que los platillos e ingredientes tradicionales costarricenses de diferentes zonas del país están siendo incorporados en la oferta gastronómica de hoteles y restaurantes de Costa Rica.

Esto desde que el Instituto Nacional de Aprendizaje INA, en conjunto con el Instituto Costarricense de Turismo ICT y el Ministerio de Cultura y Juventud, iniciaron una fuerte capacitación a 225 personas en puestos gerenciales de distintas zonas del país.

A la fecha, gracias al Programa de Gastronomía Tradicional Costarricense, más de mil cocineros, chef y bartender han sido capacitados en todo el territorio nacional, con el fin de potenciar la calidad, variedad y singularidad de la gastronomía autóctona de nuestro país.

“Pero esta nueva etapa pretende que los tomadores de decisión de los establecimientos gastronómicos, se sensibilicen sobre la importancia de ofrecer en su menú, gastronomía costarricense, convirtiéndose en aliados de fortalecer nuestra cultura culinaria y como mecanismo de fortalecimiento de la competitividad de sus negocios”, detalló Ruth Alfaro, Jefa del Departamento de Desarrollo Turístico del ICT.

De igual forma, en el marco de esta actividad, el ICT y el INA firmaron un convenio con la finalidad de multiplicar y dimensionar cada uno de los campos de acción de las respectivas instituciones.

Oferta gastronómica con productos tradicionales

A ejecutar en:

La fortuna
Guanacaste Norte
Cartago

Sede

Colegio Técnico Profesional
Hotel Four Seasons
Tec/ Hotel Eagle Eye Golf

Fecha

27 y 28 de agosto
10y 11 de setiembre
8y9 de octubre



Nos especializamos en Repostería, Pastelería y Comidas
de conveniencia en empaque comercial o individual.

Ofrece:

Productos de línea o bien diseñamos el producto de acuerdo a las necesidades de su negocio.



Además encuentre productos de temporada, día del padre, día de la madre y navidad entre otros.

Teléfono: +506 2208-7668 / +506 8843-0742 E-mail: cwatson@qsr.bz



Un negocio ágil
con **ALDELO POS**

Mobilidad, Consolidación de datos
en la nube (Enterprise Cloud™)

Con la confianza que dan más de 80,000 instalaciones alrededor del mundo, brindando estabilidad, eficiencia y flexibilidad.

SG
SISTEMAS

Tel: (506) 2290-1970 • ventas@sygsistemas.com • www.sygsistemas.com

Graduados en pastelería: Como los grandes

Como un sueño de cubrir las necesidades que tiene Costa Rica en pastelería, chocolatería y decoración, la empresa TIPS diseñó el curso de decoración de queques y graduó a 250 personas, acreditadas por el Instituto Nacional de Aprendizaje INA, quienes están totalmente capacitadas para trabajar en cualquier negocio gastronómico en pastelería.

De acuerdo con Doris Goldgewicht, desde la segunda clase del curso de principiante, el participante ya puede empezar a vender queques. Esto porque los cursos están diseñados cada semana con una técnica diferente, y desde el principio con lo básico ya se puede crear.

Mientras que en el curso de avanzados, se comienzan a trabajar los diferentes lustres, de manera que se ve todo lo que hay. "Es para modelar como los grandes, desde queques en torres hasta lo último de la tecnología en decoración de queques", dijo Doris.

Las personas salen capacitadas para cualquier trabajo, según Goldgewicht con técnicas innovadoras en todo lo que es modelado, torre, "hacemos queques con rice crispy, marmelos. La tendencia es hacia las torres y el modelado, pero enseñamos desde la base a crear cualquier figura", explicó.

Esta es la primera graduación que realiza Tips acreditada por el INA, en el Instituto

gastronómico ubicado en Pavas donde recibieron el título 250 alumnos, en grupos de 15 personas.

"Todas las semanas iniciamos cursos nuevos y ahora acreditamos con el INA las sedes de San José y San Pedro para brindar la oportunidad a más interesados en capacitarse", señaló Goldgewicht.



Doris Goldgewicht junto a un grupo de graduadas acreditadas por el INA, en la sede de Pavas.



Nuevos Productos Orientales

ANCI FEI
Productos Orientales

Edamame frijol de soja • Tacos chinos • Salsa Tailandesa y muchos más productos orientales...

Alimentos y utensilios para Food Service

Tel: 2256-8106 • Fax: 2223-3082 • www.ancifei.com • E-mail: ancifei@cei.co.cr
100m este y 50m sur del AyA, Paseo de los Estudiantes



"Tasting the good life"

Delika
by Gourmet Imports

Ofrecemos:
Amplia variedad de panes, repostería, postres; así como tortas Angus (Chile-USA) para hamburguesas y todo tipo de carnes frías para desayunos, cenas y eventos en general.

Contáctenos al 2239-1019 | servicioalclientes@delika.cr | www.delika.cr | [f/delikacr](https://www.facebook.com/delika)
Visítenos en Radial Santa Ana-Belén, después del Puente del Río Virilla, 100m al Norte y 400m Oeste. Ofibodegas del Oeste, Almacén No. 53

Toda una leyenda en café

De un aroma fresco como a madera y resaltando su pureza, este café llegó desde hace 12 años al mercado costarricense y se hizo toda una leyenda.

Su nombre lo dice todo, y su origen es 100% costarricense, de grano minuciosamente seleccionado. Café leyenda es el único de los cafés puros que resalta por ofrecer diferentes sabores como: vainilla, chocolate cappuccino y crema irlandesa.

Sus principales facultades lo caracterizan, no contiene azúcar; ni aditivos, es un café sin ingredientes artificiales, que nació bajo el respaldo de Britt.

Este es un café Arábica, sembrado en alturas de 1000 a 1200 metros y procesado en un tueste oscuro, mezcla de granos de diferentes zonas del país.

Su empaque es trilaminado, factor que brinda mayor protección y lo mantiene

fresco. Asegura su buena preservación durante su vida útil, que es de un año a partir de la fecha de fabricación

Se distribuye principalmente en supermercados, y está presente en el canal

de hoteles, restaurantes y cafeterías.

Café leyenda está disponible en 70, 250 y 500 gramos. También en presentación de 1 kilo.

Tel. (506) 2277 1620



Café leyenda se ofrece en diferentes sabores y es 100% puro



HOSHIZAKI AMERICA, INC.

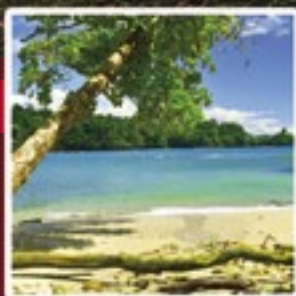
DURADERO, SOSTENIBLE, CONFIABLE!
Máquinas de Hielo y Refrigeración

JOPCO ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES
www.jopco.net

Tel: 2215-3545 | info@jopco.net | www.jopco.net | Escazú - Costa Rica



COSTA RICA'S TOURIST TRANSPORTATION NETWORK



Shuttle with us!

Mails: reservations@interbusonline.com
info@interbusonline.com

Phone: (506) 4100-0888

Fax: (506) 4100-0889

Skype: reservas.interbus

Control de costos para hoteles y restaurantes



Comprender la importancia que tiene el control del costo dentro de la Industria turística, especialmente en la hotelería, restaurantes y bares. Conocer y analizar los diferentes sistemas de costos, el manejo adecuado de alimentos y bebidas y su importancia como herramienta esencial para el logro de un excelente desempeño en esta área de trabajo, es el objetivo del seminario "Nuevas prácticas en el control de costos para hoteles y restaurantes", a desarrollarse el jueves 21 de agosto, de 9:00am a 3:00pm, en el Hotel San José Palacio.

Este curso está dirigido a todas las personas interesadas en aprender acerca de lo que el mundo de los negocios de alimentos y bebidas está compuesto. Al mismo tiempo, a Gerentes, asistentes, supervisores, coordinadores y emprendedores, ya sea de gastronomía, como de hotelería y turismo.

El asistente a este seminario será capaz de:

- Poder implementar herramientas prácticas de manera inmediata en sus proyectos y desarrollos gastronómicos.
- Obtener conocimiento global de cómo se manejan los costos de manera efectiva en sus unidades de negocio.
- Desarrollar una visión operativa de su gestión de administración en el área de alimentos y bebidas.

El expositor es Gustavo Adolfo Príncipe. Emprendedor; Coach de equipos de alto desempeño, líder Juvenil, facilitador bajo técnicas de aprendizaje acelerado, locutor y productor de radio; columnista sobre temas de liderazgo, emprendimiento y gerencia. Además es consultor en empresas gastronómicas y franquicias en Venezuela, Puerto Rico, México, Estados Unidos y Costa Rica. Cuenta con certificaciones internacionales por la NRA, la NAC entre otras Instituciones gastronómicas reconocidas en el mundo. Es Graduado en RRHH y certificado en cocina y bar; cuenta con más de 22 años de experiencia profesional en temas de gerencia, alimentos y bebidas.

Reserve hoy mismo su espacio y contacte a Sergio Murillo, al teléfono. (506) 4001-6747 o solicite más información con sergio@ekaconsultores.com

Maniowoc

Máquinas y dispensadores de hielo. Repuestos. Servicio.

30
1984-2014 Aniversario

ARTICA

Calidad. Respaldado www.artica.cr

Visítenos 50 metros norte de la agencia Bosch, la Uruca, San José. Tel.: +506 2257-9211 Correo: ventas@artica.cr

Licadoras de alta potencia

Las licadoras Fusion Blade, de la marca Black & Decker, fueron creadas para simplificar las tareas en la cocina y aligerar la preparación de los alimentos.

Caracterizadas por su alta potencia, estas licadoras llegan al mercado ofreciendo una tecnología de punta, caracterizada por proporcionar un sistema de licado mejorado. Porque como principal atributo poseen unas cuchillas en acero inoxidable de alto desempeño.

Su diseño es innovador, fusible inteligente que protege la vida del motor, con una potencia de 600 y 700 watts. Tiene una taza medidora incluida en la tapa (conveniente para adicionar líquidos o especias).

La jarra, tapa y cuchillas pueden lavarse en máquina lavaplatos. Estas licadoras son ideales para triturar hielo, hacer licados, smoothies y otras tareas que requieren de practicidad en la cocina.

Los modelos

Dentro de las características más relevantes de Fusion Blade se menciona:

BL1130SGM: Teclado, posee 600 watts, 12 niveles de potencia con pulso de alto desempeño en la cuchilla, una jarra de vidrio de 1.5 litros, taza medidora incluida en la tapa para adicionar líquidos o especias; por su alto desempeño tritura hielo y muele alimentos rápidamente.

BL1830SGM: Digital, se distingue por su alto desempeño, cuenta con 700 watts de fuerza, licua cualquier tipo de alimentos en segundos, posee 4 velocidades con función pre programada para hacer "smoothie", incluye jarra de vidrio, 1.5 litros con pico

vertedor; tapa y cuchilla.

BL1820SGM: Digital, posee 4 velocidades, jarra de vidrio de 1.5 litros con pico vertedor; taza medidora, jarra, tapa y cuchillas que pueden lavarse fácilmente en máquina de lavaplatos y con 700 watts de potencia.

Todas poseen pies antideslizantes y guarda cable; además tienen 2 años de respaldo y garantía.

Distribuye Rimag. Tel: 2441 0110



Lupita Halabi, ejecutiva de cuenta de Black & Decker junto con Yanina Torres encargada de mercadeo de Black & Decker mostraron todo lo que la línea nueva puede hacer.

FAGOR

LAVADO DE VAJILLA

Lavavajillas de apertura Frontal y de Capota

JOPCO ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES www.jopco.net

Tels. (506) 2215-3545
Fax: (506) 2215-2741
Guachipelín, Escazú.
info@jopco.net
www.jopco.net

Cómo ahorrar energía

Los restaurantes son espacios energéticamente intensivos, es decir, que utilizan entre 5 y 7 veces más energía por metro cuadrado que cualquier otro edificio dentro del sector comercial (según la Agencia de Protección Ambiental de los EEUU, EPA). Tan sólo una ligera reducción en su consumo energético provocaría un sensible efecto positivo a nivel sectorial.

Los restaurantes son espacios energéticamente intensivos, es decir, que utilizan entre 5 y 7 veces más energía por metro cuadrado que cualquier otro edificio dentro del sector comercial (según la Agencia de Protección Ambiental de los EEUU, EPA). Tan sólo una ligera reducción en su consumo energético provocaría un sensible efecto positivo a nivel sectorial.

Como consultor siempre me ha sorprendido que el sector restaurantero no goce de la atención necesaria dentro de nuestro campo de trabajo y creo que este defecto es responsabilidad compartida entre ingenieros y restauranteros. Existen enormes oportunidades para los dueños y operadores en relación al manejo energético dentro de sus negocios. Como resultado, disminuyen los costos de operación, el mantenimiento de los equipos, aumenta el confort de empleados y comensales, se incrementa el valor de la marca empresarial e incluso se accede a incentivos fiscales, sociales y ambientales en algunos casos. Mediante un programa de ahorro de energía, el restaurante contribuye al mejoramiento ambiental en un país que se precia por ser punta de lanza en sus metas de huella de carbono. El ahorro de energía debe ser parte de la vida diaria de cualquier restaurante, tanto así como la limpieza diaria o las negociaciones con los proveedores.

Entrando en materia, para el análisis energético se pueden identificar 5 áreas de oportunidad en un restaurante:

1. Aire acondicionado
2. Refrigeración
3. Calefacción
4. Control
5. Iluminación

Según la Asociación Nacional de Restaurantes en los EEUU (2009), el 35% de la energía total de un restaurante se usa en la preparación de alimentos (calefacción), 28% en aire acondicionado, 18% en el lavado de los utensilios, 13% en la iluminación y el 6% restante en refrigeración. Hoy en día es posible lograr ahorros de energía considerables en cada una de las áreas mencionadas.

Las medidas de ahorro de energía suelen dividirse entre medidas sin costo, de bajo costo, de costo moderado y de alto costo. Las medidas sin o de bajo costo son las más sencillas de implementar y generalmente tienen un impacto que va desde 5 al 20 % de ahorro energético. Consisten, por ejemplo, en ajustar los termostatos del aire acondicionado 1 ó 2 °C por encima de la temperatura usual, en evitar puertas abiertas en lugares donde se requiere aire acondicionado o refrigeración, cambiar a iluminación más eficiente, encender

freidoras y parrillas el menor tiempo posible antes de comenzar el servicio y apagarlas antes de concluirlo, colocar laminadores de agua (faucets) de bajo flujo de agua (0.5 gpm) en los grifos y lavadoras de platos, reducir la velocidad de los abanicos en horas de baja afluencia, entre muchas otras.

Las medidas de costo moderado o alto generalmente requieren la sustitución de equipo, así como cambios importantes en el restorán, por lo que pueden implicar tiempos de retorno de 1 a 5 años. No obstante, pueden producir ahorros que van desde 20 a 40 % de energía. Se recomienda siempre comenzar con las medidas de bajo costo antes de adoptar proyectos más ambiciosos. Dentro de las medidas de costo moderado o alto está la sustitución de ventiladores, compresores y motores eléctricos por equipos de mayor eficiencia, uso de variadores de velocidad (VSD) en las campanas de extracción, uso de aislamiento térmico en las paredes, pisos o techos del restorán así como ventanas de doble cristal, pasar del sistema de temperatura variable al sistema de volumen variable en el aire acondicionado de restaurantes de gran tamaño, colocar persianas de plástico en la entrada de los espacios refrigerados y un larguísimo etcétera.

Una medida de ahorro que se suele perder de vista y que puede aplicarse a cada una de las áreas mencionadas anteriormente es el estricto y cabal mantenimiento de cada uno de los equipos y sistemas en un restaurant. El mantenimiento es crucial para el desarrollo a largo plazo del restaurant.

Gran parte de las medidas de ahorro de energía no tienen que ver con tecnología. A veces basta un pequeño cambio en la dinámica del restaurant, en el horario o en la manera en que se preparan los platillos para observar reducciones importantes en el consumo energético sin sacrificar calidad, estilo, confort y mucho menos ganancias. Basta una reducción del 1% en el consumo energético para que toda una cadena de restaurantes vea reflejado una dramática mejora en sus finanzas al final de un año.



Por:
**Juan Cristóbal
Torchia Núñez**
Consultor en
Energía
juantorchia
@gmail.com

Enjoy
the simple
moments
of life.

Francesco Zonin

ZONIN
VINTNERS SINCE 1821

facebook.com/zoninprosecco | twitter.com/zoninprosecco

zoninprosecco.com

Distribuidor exclusivo
para Costa Rica

Corporacion Euroalimentos

f Euroalimentos / www.euroalimentoscr.com

DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA



Su hotel merece una moderna
vajilla de excelente calidad

Arcoroc
Professional

- 3 veces más resistentes a golpes y desportilladuras que una vajilla de porcelana
- Superficie reforzada perfectamente lisa y no porosa
- Resistente a ralladuras de los cubiertos

Zenix®
Fine Quality • High Resistance

Línea Institucional hoteles y restaurantes

yamuni mayoreo

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066
De McDonald's Sabana 200 mtr. al este

www.yamuni.com



Por Alejandro Redondo MBA
Director
Consultoría Enogastronómica
de Costa Rica S.A.
aredondo @intergourmetcostarica.com

De ensaladas y vinos

Lo primero que viene a la mente es una sensación de frescura. De sutileza. Sabores y aromas suaves, delicados y de grandes beneficios para la salud. Comer una ensalada va más allá de una lechuga y algo más. En su modesto nivel de complejidad, se encuentra la sofisticación, creatividad y un mundo de productos posibles para sorprender el paladar con muchos sabores y texturas, inclusive nuevos por descubrir.

Una ensalada además de ser fresca y liviana, debe ser atractiva y atrevida. Perfectamente puede ser la entrada fría de un menú, pero también puede ser el menú.

Una ensalada para almorzar o bien cenar puede ser una experiencia muy satisfactoria. Respecto al vino, los espumantes, blancos y rosados acompañan muy bien las ensaladas, pero ¿los tintos no?... Claro que sí, los tintos livianos, esos que se sirven a temperaturas de 12 o 14 grados, fresquitos. No fríos.

Imaginemos. Una ensalada básica pero con estilo, una gama de texturas, así como de sabores. Algún tipo o tipos de lechuga como base, tomate sin la piel y sin semillas cortado en cubitos, queso fresco en trozos medianos, chips de pan pita, gajos de mandarina, unos pistachos o un fruto seco de su gusto, cebolla morada cortada en rodajas muy delgadas y curadas en vinagre balsámico, una vinagreta de limón con hierbas –culantro, tomillo, albahaca, aceite de oliva, un pelín de mostaza, sal y pimienta al gusto-, emulsionar y listo.

Un plato relativamente sencillo pero muy sabroso. El vino a elegir debe ser igual. Ambos dependen de la complejidad de

cada uno. Vamos a salirnos de lo tradicional, y les voy a sugerir un Soave; un vino italiano, blanco muy conocido en el mundo. Proviene de la región del Véneto, norte de Italia y está elaborado con la uva garganega mayoritariamente. Vino rico y sencillo que cumple con la sublime misión de acompañar esta ensalada o muchas otras.

Conforme vayamos avanzando en el placer de cocinar y beber vino, agreguemos un ingrediente fundamental; como decía Anton Ego en la memorable película Ratatouille, "perspectiva".

Saludos y no olvide el consumo responsable.



La cerveza reinó en el mundial

La cerveza más que un punto a favor, por mucho, potenció las ventas en los bares, y triplicó las ganancias.

Además el consumo hasta de comida se disparó, al permanecer los clientes por horas en un establecimiento, todo esto durante la época de celebración mundialista. Y ese fue precisamente, el motor de venta.

Factores como la promoción y el buen ambiente, fueron la determinante para lograr ventas seguras. Negocios llenos y aunque se regalaban cervezas a cambio de la compra, los empresarios no sintieron que eso afectara sus ganancias, porque se reflejó todo en un consumo muy alto.

¿Cómo lo lograron? De acuerdo con Rodrigo Fumero, propietario del bar Terra U, uno de los establecimientos que más vendió cerveza del Área Metropolitana, según datos proporcionados por la Cervecería Costa Rica, lo más importante es la alianza de promoción que se puede ofrecer en conjunto con el proveedor:

“Y lo principal para tener éxito en un bar es que nunca se termine el producto, mantener un stock alto de cerveza, ambientar el lugar para que el cliente se quede hasta el final”, comentó Fumero.

Y es que a Terra U le fue muy bien, porque ellos abrieron desde las 10:00 de la mañana, cuando había partido temprano, y según Rodrigo la fila era grande, aunque no podían vender licor hasta las 11:00 de la mañana, a esa hora ya no había campo para que ingresaran más clientes, en este establecimiento con capacidad para 1500 personas.

Aquí cierran a las 2:30am y todos se quedaron hasta el cierre. Fumero señala que el generar buen ambiente y

prepararse con más personal, como el tuvo que reforzar, le generó triplicar las ventas, a un día bueno como llama él, para brindar buen servicio.

“Nosotros vendemos en un día bueno 400 platos de comida, y durante los partidos de la selección vendimos alrededor de 1200 platos, porque por supuesto que al estar tantas horas las personas tenían que comer. Eso sin sumar las bebidas adicionales a la cerveza, de las que vendí 800 cajas diarias durante los partidos, sobresaliendo la imperial”, contó.

Terra U cuenta con dos bodegas donde almacenan un stock de alrededor 5 mil cajas de cerveza, y un cuarto frío donde mantienen alrededor de 700 cajas, así como uno de enfriamiento donde guardan 150 cajas. Aun así, a ellos se les acabó lo frío, situación que nunca les había ocurrido, pero pudieron seguir abasteciendo, y eso, según Fumero, es parte del éxito que les ha ayudado a mantenerse porque el secreto esta en “nunca decir al cliente no hay”.

Lo más solicitado fue la Imperial en primer lugar, desde silver, la corriente y los draft, las promociones marcaron mucho la venta, en un partido, por balde comprado si ganaba la “sele” se regalaba otro balde”, y en otra ocasión por balde comprado se regalaba dos cervezas, y claro, eso motivo a la gente a comprar imperial, explicó Rodrigo.

“Es un conjunto de comida buena y bebidas con promos, además de buen ambiente para salir exitoso, por eso nosotros siempre estamos tratando de innovar y para eso uno negocia con el proveedor”, manifestó Fumero.



Rodrigo Fumero contó que el cuenta con un personal para atender en un día bueno, de 30 saloneiros y tuvo que reforzar a 45, mientras que en cocina, siempre trabajan 3 y contrató 3 más.

Competitividad turística: Todo un reto en conjunto

Uno de los principales objetivos del Instituto Costarricense de Turismo ICT, es fortalecer con instrumentos y mecanismos de gestión un elemento fundamental para nuevos retos, a través de una propuesta de ley general de turismo ante la Asamblea Legislativa. De Acuerdo con el ministro de turismo Wilhelm Von Breyman, ellos se proponen impulsar con fuerza el modelo de desarrollo turístico sostenible.

La pregunta es ¿cómo lo harán? Si el turismo rural agrupado a través de la Cooperativa Red Ecoturística Nacional Cooprena, quienes agremian personas y cooperativas, en total de tres consorcios, cada uno conformado por 5 cooperativas, que suman alrededor de cuatro mil productos, no han logrado formar parte los negocios turísticos con una certificación de sostenibilidad turística CST, por la inversión fuerte que representa obtenerla para ir completando el proceso escalonado.

“Son 20 años luchando para que los incluyan, ya que el CST no posee una normativa específica para las Mipymes”, contó Marvin Víquez, Gerente de Cooprena.

Sin embargo, el Ministro de Turismo asegura que se enfocan en el trabajo de manera prioritaria en el tema de las carencias de la gestión de estas empresas, a través de mecanismos específicos para dar a conocer estos negocios, fortaleciendo las Mipymes.

“Actualmente trabajamos en desarrollar productos como el rural, de convenciones, de salud, deporte y otros. Estamos interesados en capacitar para elevar la calidad del servicio, porque los turistas exaltan experiencias de compartir con ticos. Así que nos proponemos impulsar la gastronomía local, la artesanía, los Centros de cultura”, indicó Wilhelm

Como ICT, según Von Breyman todos deben ser los actores, por lo que invita a que ojalá todo el gremio se una y registren ante el ICT. “Debemos estar bajo el mismo techo, porque sin esa fuerza y agrupación seríamos débiles. Y como prioridad debemos desarrollar espacios de diálogo análisis para mantener actualizado un plan fuerte de turismo”, señaló el ministro.

Von Breyman anunció que por primera vez el gobierno atiende una solicitud del sector privado que es la creación de una comisión competitiva turística, la cual trabaja desde el 1 de julio y que permitirá tomar decisiones estratégicas en procura de lograr mayor competitividad en temas de servicio, de infraestructura, seguridad, cultura, entre otros.

Esta comisión está liderada personalmente por Wilhelm, y es conformada a nivel ministerial, junto con otros ministros para discutir exclusivamente trámites o dudas con respecto al turismo.

“Eso es algo que siempre hemos anhelado porque muchos ministerios no se hablaban entre sí y ahora por medio del ICT se va a lograr mucho para ser más eficientes”, indicó Wilhelm.

¿Qué falta?

Competitividad turística: un reto para las Mipymes, así detalla de primera entrada un documento elaborado por la comisión de turismo del Partido Acción Ciudadana PAC. Reconocido por la Asociación para la Protección del Turismo en Costa Rica (PROTUR) y su Presidente Boris Marchegiani, gran luchador en pro del turismo nacional.

“Estamos esperanzados en el rescate del turismo nacional si se toman en cuenta muchos parámetros de ese documento de la comisión del PAC, donde realizamos un diagnóstico importante que va a depender de acciones políticas que nunca se dieron”, comentó Boris.

Primordial es crear un fideicomiso para salvaguardar a las Mipymes turísticas, porque de acuerdo con Boris nunca se dijo que se perdieron 35 mil empleos en turismo, que llevó a cantidad de empresarios a solicitar préstamos bancarios que aún se encuentran en cobros judiciales.

“Necesitamos que se ejecute ese fideicomiso del cual Protur planta buenas ideas que esperamos presentar al ministro”, dijo Boris.

También señalan que el mercadeo que viene haciendo el ICT favorece a unos cuantos nada más, por lo que es urgente regresar al slogan “sin ingredientes artificiales”. Porque no es posicionar lo que se necesita, es recordar al mercado que Costa Rica existe.

Lo que propone el ICT

“Los empresarios turísticos debemos tener un compromiso con el medio ambiente, adaptarnos a los desafíos de la época en el tema de la declaratoria turística para nuestros negocios, ser más inclusivos, con el logro de más empresas formalizadas, porque esto crea fácil acceso a procesos”, comentó Von Breymann.

Sin embargo, le consultamos sobre la inversión que deben cancelar los negocios con declaratoria turística ya que por la ley de licores que data de 2012 aumenta el pago que deben efectuar a las municipalidades, a lo que Wilhelm contestó: “Efectivamente la Ley 9047 establece una nueva modalidad de cobro de patente de licores, no se trata de una “doble patente”, en realidad es una regulación escalonada dependiendo del establecimiento. Coincidimos que se debe hacer una revisión exhaustiva a la ley para evitar posibles afectaciones al sector”, comentó.

Además de mencionar como otro aspecto fundamental para rescatar al turismo nacional, el tema de la seguridad, ya que es primordial en la elección que realizan los turistas sobre los destinos que visitan.

De ahí que, Wilhelm indica que la participación de diversos actores debe ser fundamental, mediante un trabajo cercano en coordinación con el Ministerio de Seguridad, las Cámaras de Turismo, los comités de seguridad turística, así como el desarrollo de programas de capacitación en el tema, y la gestión de un proyecto de cooperación internacional para

propiciar destinos más seguros.

Igualmente indicó que para promover usos sostenibles deben contar con la participación de los gobiernos locales, así como propiciar condiciones de servicio con los mismos. “Reformaremos programas turísticos con los municipios para lograr articular en conjunto un desarrollo turístico local.”, dijo.

Cooperativas turísticas para un turismo integral, zona marítimo terrestre, inversiones en gastronomía local y ofertas artísticas para cada región hará este destino que es Costa Rica más competitivo, según Wilhelm.

“A través de una planificación territorial, alianzas institucionales públicas para que el recurso humano turístico cuente con inversiones en temas de capacitación vinculados con gestión empresarial, identidad cultural local, formación redes negocio, asociación comercial, son nuevos retos que la industria plantea y que nos obliga como una nueva cultura de trabajo más de equipo, por eso el ICT invierte mucho en el capital humano para lograr un manejo de crisis de la industria turística, por medio de nuevas oportunidades”, explicó Wilhelm.

Por el momento, Protur espera resultados cuando se cumplan los 100 días de gestión de esta nueva administración y esperan que los favorecimientos de ciertas zonas que se venían dando desde hace muchos años, vuelvan su mirada hacia La Fortuna, Monteverde, el Caribe, y el área Metropolitana, consideradas por ellos como las zonas más afectadas.



Boris Marchegiani, Presidente de Protur, junto a Marvin Viquez, Gerente de Cooprena y Mafalda Sibille miembro de la junta Directiva de Protur, aseguran que es urgente se logre el fideicomiso, para evitar la pérdida de más empleos en el sector y el cierre de muchos negocios.

Furca:

Como en casa y con clase

Con una identidad muy propia, así se puede definir al Restaurante Furca, que se apropió de una infraestructura algo rústica en la entrada, contemporánea y moderna en su interior, pero sobre todo acogedora y que invita a entrar con sólo abrir la puerta de una elegante casa esquinera.

A simple vista y como bienvenida al lugar; a un costado, reciben algunos quesos que se encuentran en proceso de maduración, al igual que una amplia cocina ubicada de lado, junto con la exhibición de diferentes cortes de carne, tipo carnicería, como muestra de lo que tienen.

Y en medio de distintos espacios del mismo salón, pero con diferentes climas y niveles de intimidad, generados por diversidad de mobiliario, se aprecian los muebles muy finos, conjugados entre colores rojos, blancos y café, testigos de lo que viene: una experiencia gastronómica exclusiva ¿Por qué? A simple vista se nota que el diseño del restaurante es una mezcla de diferentes lugares y países y eso lo recalca Marco Leiva, el chef Co Propietario de Furca, quién estudió en Valencia España de día y trabajaba en un bistró de noche, igualmente trabajó en Canadá con comida vegetariana y vivió siete años en la costa, por lo que trabajó mucho con mariscos.

“Y por eso es que todas las entradas de Furca son mucho marisco, aquí no somos carne, somos ‘Farm To Table’, con productos del campo y del mar, que resaltan la frescura y simpleza de los ingredientes”, señala el Chef.

A pesar que este concepto de las carnes en proceso de maduración los especializa, Marco recalca que tiene décadas de utilizarse en mucho restaurante alrededor del mundo, y que eso no marca el plus que tienen.

“Lo de este lugar es un conjunto de procesos. Son quesos, son carnes, así como las aves de caza y la simpleza de poseer una huerta propia ubicada detrás de la terraza, procesos que ya existían en otros lugares. Pero lo que hicimos aquí fue juntarlos todos para crear una experiencia diferente”, señaló Leiva.

Y la aventura al comensal empieza con un servicio al cliente totalmente personalizado y un plato de exquisitos panes frescos de la casa, que van muy bien con mantequilla elaborada con hierbas de la huerta, acompañante ideal mientras llegan los primeros platillos que se solicitan.

La simpleza de productos

Aquí lo primordial es la importancia de los productos para elaborar los platillos, así como el trato al cliente, porque como

dice Marco, lo que interesa es que los comensales queden más que satisfechos, situación que obligó a los propietarios a capacitar a detalle a todo su personal, quienes informan como es cada proceso y recomiendan según cada paladar:

La mayoría de las carnes son nacionales, “solo lo que no tiene hueso es importado”, contó Marco.

En Furca tienen subcontratada una finca que provee todo el consumo de carne de res y cordero, y ellos minuciosamente le dan seguimiento hasta el servido en mesa, es una garantía de toda la trazabilidad para obtener el producto final deseado. Igualmente con la ternera y el cordero que son de la misma finca. Además ofrecen conejo, faisán y pato, el cual es importado de Canadá, pero no manejan cerdo por el momento, “quizás pronto lo incorpore pero el pollo no, porque el pollo se puede comer en cualquier lugar”, comentó Marco.

Con respecto a los quesos todos son nacionales, pero algunos de leche de cabra otros de vaca, curados, prensados, tipo cremoso y Suizo, en fin, son seis variedades.

“Todo lo que se sirve aquí no se sobre trabaja, sigue un proceso natural porque debe ser perfecto”, indicó Marco.

Y la carta indica algo interesante pero que no debe ser exactamente una regla: “Recomendamos compartir los cortes” ¿Por qué? Según Marco por el tamaño de los músculos son de 500 gramos y lo ideal es comer menos de eso, para disfrutar del placer de probar de todo un poco.

Cómo le suena iniciar con ostras, unos vegetales caramelizados, un carpaccio de salmón y terminar con un pedazo de carne. ¡Esa precisamente es la idea!

Muy Orgánicos

La huerta de Furca es pequeña y maneja injertos de árboles de un metro, produce en poco espacio diversidad de hierbas, son como 100, tales como perejil, salvia, albahaca, romero, orégano, tomillo, tomate y se proyectan a crecer más pero hacía una cocina abierta, incorporando a un corto plazo, realizar asados en un espacio alrededor de la huerta.

Mi experiencia

Carpaccio de ternera, un antipasto con queso tipo parmesano con huevos de codorniz, ensalada de arúgula y rábano, carpaccio de salmón. Plato fuerte: corte da picanha, super jugoso y con un gran sabor, puré de camote con canela y azúcar moreno, puré de papa con salsa gorgonzola y costillas rostizadas a 14 horas, con cebolla crocante caramelizada y espárragos. ¿Le suena a mucho? Pues si, pero el secreto para probar de todo es compartir y un poquito de cada cosa.

-En lo personal me sentí como en casa y con clase-

Furca: (506) 2220-4909





Marco Leiva, Chef Co Propietario de Furca, asegura que a ellos los caracteriza la simpleza de productos junto con la frescura y que seguirán creciendo en el concepto.

Fotografía por Alessandra Baltodano.

“El check list” de lo impecable

Agua, jabón y fuerza muscular no son suficientes para lograr la limpieza de un lugar de alto tránsito como lo es un hotel. Expertos en el área coinciden en que aunque en la mayoría de los hoteles el procedimiento para dejar todo limpio es el mismo, la supervisión que se realice, el seguimiento que se brinde y los productos que se utilicen marcan en gran medida el logro de crear en el huésped sensaciones de comodidad.

Holiday Inn Escazú

“Que no quede huella del que estuvo”

Entérese del protocolo de limpieza de este hotel.

María Luisa Díaz, Gerente de ama de llaves del Hotel Holiday Inn Escazú explicó que ellos implementaron un sistema nuevo de limpieza que trabaja con sales, y atrapa los minerales. “Es como un filtro con sal, ya que las aguas de la zona son muy duras. Además nosotros lavamos con ozono en frío, entonces eso ayuda a utilizar menos detergente y así colaboramos a ser más amigables con el ambiente. Tampoco calentamos el agua”, comentó Díaz. Aquí son muy estrictos con la limpieza, “Más aún porque estamos muy cerca de un hospital y el turismo médico es fuerte”, dijo Díaz.

Entonces cuando la ocupación en el hotel se reduce, que por lo general son los fines de semana, realizan de manera más exhaustiva la limpieza, mientras que entre semana que es cuando están al 100% de ocupación, como regla cambian blancos cada tres días, aunque el huésped no lo solicite y limpian a diario si es necesario.

De acuerdo con María Luisa, a las habitaciones de largas estadias se les da un tratamiento diferente, al igual que a las desocupadas. Las alfombras se lavan en seco con una máquina especial; además quitan el aire, y como ellos tienen una máquina que trabaja con agua y atrapa las suciedades, a esa agua le ponen esencias para darle un toque diferente. “Que no quede huella del que estuvo”, indicó Díaz.

Darle vuelta siempre al colchón y el utilizar guantes todo el tiempo es un requisito indispensable de limpieza aquí. Igualmente la utilización de rodillos quita pelusa especiales para peinar bien los colchones y otros elementos es importante. “Lo demás lo hace el producto sólo si es bueno y si se deja actuar en el tiempo que debe ser”, contó Díaz.

El protocolo

El uso de productos no abrasivos para pulir lavamanos, inodoros, vidrios, es indispensable, y más con el nuevo sistema que están estrenando, el cuál les facilita remover las

manchas en vidrios, así como en la grifería, haciendo el proceso de lavado más eficiente.

“Los fines de semana, como las habitaciones son selladas, tratamos de desmontar en conjunto con mantenimiento los aires acondicionados para que entre aire natural, nosotros tenemos control del mantenimiento preventivo y de aires acondicionados, así como de la limpieza de los filtros. Todos los días le doy tres habitaciones a mantenimiento para que revise los aires acondicionados, para que intervengan y chequeen madera, aires, pisos, todo” contó María Luisa.

Tiempos de limpieza

Habitación ocupada: 20 minutos

En habitación vacante: 40-45 minutos

Principales proveedores de limpieza: Ecosolutions, Ecolab, 3m, máquinas Karcher para todo el tratamiento de alfombras.

160 habitaciones

Personal de limpieza: 20

Habitaciones por camarera: 14-15



“Tenemos que tener los ojos bien abiertos por si vemos manchas, y toda la ropa de cama que vemos sucia se envía a lavandería por separado a la que debe lavarse por rutina. La idea es hacer sentir a los huéspedes como en casa o mejor”. contó Mireya García, camarera del Holiday Inn.

Marriott Costa Rica San José

La prioridad de los detalles

Un manual estandarizado para los 5 hoteles Marriott que hay en el país, es el que debe seguir todo el personal de limpieza, aunque varían mucho los programas que realizan por lugar y los productos que utilizan.

Leda Ruiz, Directora de Servicios de Marriott Costa Rica San José, cuenta con una amplia experiencia en el tema de la limpieza, ya que ella inició sus labores en hotelería como camarera, hace 16 años.

De acuerdo con Ruiz, cuando llega personal nuevo en el área de housekeeping, se le brinda un entrenamiento intensivo de semana y media para que implemente procedimientos. Por ejemplo un día completo es para el entrenamiento de la limpieza adecuada del baño, otro día es exclusivo para hacer una cama, y de esa manera se empieza dando a cada una cuatro habitaciones, luego 6, hasta llegar a las 14 que deben hacer diario.

El procedimiento

La limpieza que se hace en una habitación ocupada y una vacante es la misma, el tiempo no varía mucho, porque lo único que cambia es que no abren las gavetas ni el closet.

La camarera cuando ingresa a realizar la limpieza debe entrar primero al baño, sacar los paños mojados, la basura, poner líquidos y dejarlos reposar, posteriormente pasa al resto de la habitación a sacar la basura y debe estar yendo a la lencería a dejar y recoger la ropa. Porque en este hotel no utilizan desde hace 7 años el carrito de camarera, ya que se dieron cuenta que estorbaba mucho en los pasillos. Así que utilizan uno pequeño con dos canastas donde llevan los productos de limpieza y amenities, únicamente.

Ellas deben revisar bien la cama y tenderla, sacudir los muebles, revisar y completar amenities y hasta las hojas del escritorio que no estén rayadas y cambiarlas; la revisión del funcionamiento del teléfono y las lámparas es indispensable, así como los libros: la biblia y el mormón. También deben limpiar lámparas y bombillos, aspirar a diario y volver al baño a limpiar paredes, loza, tina, secar todo y limpiar los pisos de la salida y del baño.

Leda Ruiz explicó que este hotel tiene baja ocupación los fines de semana, donde aprovechan para implementar un programa de limpieza general, a cargo de dos camareras y un encargado de mantenimiento, quienes bajan todo lo de la habitación, lavan la alfombra con una máquina que extrae prácticamente todo, pulen el piso y quitan el sellado y lo vuelven a poner, es como montar de nuevo la habitación para dejarla como nueva. “Se hacen cuatro habitaciones al día, y para tocar todas se dan dos vueltas al año”, dijo Ruiz.

Leda Ruiz implementó un programa semanal que es de proyectos pequeños, regulado a través de una hoja diaria

donde se lleva el control de las habitaciones donde se hizo el trabajo. “A veces la tarea es limpiar los rieles de las ventanas de todas las habitaciones, además de la rutina diaria. Otra semana son los rodapiés del baño, revisar el estado de los ganchos, de las batas y cuando se reduce la ocupación, bajan por piso las cortinas, las cuales deben lavarlas y ponerlas el mismo día. No siempre es igual aquí estamos cambiando siempre todo”, comentó Leda.

El principal proveedor de Marriott es Ecolab, quienes les proveen productos especiales para eliminar manchas, limpiar, desinfectar y pulir; principalmente. “Por semana viene el técnico y la encargada del hotel a revisar si todo está bien, si está calibrado y hasta las máquinas revisan. Además cuando necesitamos entrenamiento ellos tienen la disponibilidad total”, contó Ruiz.

El tratamiento de las alfombras y las aspiradoras se hacen con productos de la empresa Sanitary Products, pero las compras las realizan a través de Belca Food Service.

Tiempos de limpieza

Habitación ocupada: 30-35 minutos

En habitación vacante: 45 minutos

Principales proveedores de limpieza: Ecolab, Sanitary Products, Belca Food Service.

299 habitaciones

Personal de limpieza: 54

Habitaciones por camarera: 14



“Aquí hemos implementado a diario el uso del alcohol para la limpieza de las puertas, del teléfono, del control remoto, en fin de todo lo que es de contacto”, explicó Leda Ruiz.

Indigo

Con una calificación de 97

A pesar de que en todos los hoteles trabajan bajo un protocolo similar de limpieza, en Hotel Indigo están comenzando a implementar procedimientos, ya que están bajo la nueva administración de la cadena IHG.

Sin embargo, piensan mantener la hoja de encuesta de satisfacción de clientes que le entregan al huésped antes de abandonar el hotel, para medir así su calidad, porque en lo que es limpieza, los huéspedes los vienen calificando en 97 puntos.

De acuerdo con Julián Hernández, encargado de ama de llaves de Hotel Indigo, ellos mantienen una ocupación llena entre semana, por ser un hotel más corporativo, pero por norma, hacen cambios generales en las habitaciones de ropa de cama cada tres días, igualmente de la limpieza.

“El procedimiento es así: entra la camarera a la habitación y primero retira la ropa de cama y todo lo que ahí está. Posteriormente vuelve y entra al baño y aplica los productos químicos para que vayan trabajando y sea todo más eficaz. Sigue con la revisión y arreglo de la cama y como el piso es laminado barre, sacude y limpia todo hasta los muebles, posteriormente vuelve al baño a efectuar lo que es la limpieza total, después vuelve a sacudir la habitación porque tienen mueble oscuro y la pelusa cae y es necesario retirarla por completo”, contó Julián.

Las camareras siempre deben utilizar guantes y saben que la ropa de cama manchada debe manipularse diferente, en otras bolsas. Con respecto a las cortinas que son romanas, les hacen una limpieza manual.

Como regla general la limpieza debe ser total, los muebles los mueven todos. “Y es que hasta debajo de la cama se anda, es darle vuelta a todo, cuando una habitación se desocupa, se revisa hasta si las paredes están manchadas, porque este Hotel es de colores muy blancos y claros, ya que por ejemplo cualquier golpe de maleta se verá mucho”, dijo Julián.

En Indigo trabajan mucho con rodillo quita pelusa, con pulidores en crema especial para los vidrios y con esponjas no abrasivas, porque cada habitación debe quedar bien pulida cuando queda vacante. Lo cuál es supervisado constantemente por Julián.

Ellos tienen un programa trimestral que consiste en dejar la habitación como nueva, en coordinación con el departamento de mantenimiento. Según Hernández, dos veces al año realizan de manera exhaustiva la limpieza de los muebles, a través de un proveedor externo especializado.

Tiempos de limpieza

Habitación ocupada: 20 minutos

En habitación vacante: 40 minutos

Principales proveedores de limpieza: Ferva del norte, Proquimia, 3M, Belca. Diprove (limpieza de muebles)

100 habitaciones

Personal de limpieza: 8



Julián Hernández trabaja desde hace 5 años en Indigo y supervisa cada habitación lista antes de que llegue un nuevo huésped.

Encuentre en Tips **TODO** en PRODUCTOS DE LIMPIEZA

de la marca **Rubbermaid**

Accesorio Cod. 4434160

Mopa 100% microfibras que recolecta y contiene el polvo, la suciedad mecánica y electrostática.
Densa fibra de alta calidad de 3-5 micrómetros.
Trabaja en condiciones de lavado fuertes. Borde con acabados dobles.
Productos codificados por color para reducir contaminación cruzada.

Accesorio Cod. 4437160

Palo para mopa Invader® retra y reemplaza mopas de una manera fácil y eficiente.
Invader® con una puerta con asas laterales que se compone por una ruedecilla y abrazaderas que mantienen firme la mopa.

Utensilio Cod. 4436183

Carrito de limpieza flexible, gran capacidad de almacenamiento.
5 pies cuadrados de espacio de almacenamiento y un 20% más de capacidad de residuos.
Lock'N Go implementado.
Puños de goma que sostienen mangos de herramientas verticales.
Incluye dos caddies extraíbles de 10 Qt.
Construcción de plástico red estructural, aluminio y acero inoxidable.
Cesta con mango Comfort Grip, incluye soporte de polvo.
Los ganchos sujetan hasta cuatro sefales de seguridad.
Ruedas gratorias de 4" y ruedas estéticas de 8".

Balde con sistema de escurrido WaveBreak®, reducen las salpicaduras, lo que significa un ambiente más seguro, pisos más limpios, y una mayor productividad.
Enorme capacidad para los trabajos de limpieza comerciales más grandes.
Evacuación del agua de pedal situado abajo, para bienestar de los trabajadores.
Dura 58 veces más que otros escurridores.
Probado para exceder mas 50.000 ciclos de escurrido otros realizan aproximadamente 860 ciclos.

Utensilio Cod. 4437581

Hotelería • Centroamérica • Hogar

125 mts Oeste de Alimentos Jacks - Zona Industrial - Pavas / Tel: 2543-2100

www.tipscr.com

**ASPIRADORAS SECO Y HÚMEDO
HIDROLAVADORAS DE USO PROFESIONAL**

Nilfisk ALTO

works for you

LOS PROFESIONALES DE LA LIMPIEZA

Aspiradora EuroClean GD 930

Potente y muy silenciosa aspiradora con el respaldo y prestigio de una marca con reconocimiento mundial. Su desarrollo y diseño es la opción confiable para trabajos de alta duración y exigencia en hoteles, restaurantes, oficinas y áreas comunes.

- Sonido: 53 dBA
- Potencia: 1.000 W / 1,34 HP
- Capacidad del tanque: 15 L
- Cable eléctrico: 17 mts.
- Largo de la manguera: 2 mts.
- Peso: 17 kg
- Kit de accesorios

GARANTIA 18 meses

SERVICIO | RENDIMIENTO | MAYOR DURABILIDAD

40 años de experiencia

Oficinas centrales: 2543-8797
• Sucursal de Cartago: 2551-9126
• Sucursal de San Ramón: 2443-4138
• Sucursal Turrialba: 2556-1511

Consulte por la agencia de su localidad en:
www.farmagro.co.cr

Farmagro División Limpieza ofrece equipos como Hidrolavadoras y Aspiradoras.

Farmagro, S. A.

División Limpieza

Wyndham Garden

“Aquí se detalla mucho en limpieza”

El procedimiento de limpieza en Wyndham Garden empieza desde la lavandería, con la selección de ropa de cama que debe ir cero manchas.

José Leonardo Salas, encargado de Housekeeping manager, señala como a los principales aliados de su trabajo: los productos químicos que logran 99.9% de desinfección. Y es que, desde que Wyndham Garden inició operaciones, ellos hicieron un manual de limpieza muy detallado, tanto para áreas públicas, como en habitaciones y lavandería, que indica como primordial seleccionar los productos que utiliza, así como el protocolo a seguir de cómo limpiar una habitación.

“Aquí implanté un procedimiento para realizar una limpieza diaria, otra semanal y una más profunda trimestral”, contó Salas.

Ese programa trimestral consiste en bloquear cuatro habitaciones diarias para limpiar a profundidad. “Entonces mantenimiento entra primero, limpian los filtros de los aires o los cambian, desmontan duchas, cacheras y todo lo que es grifería y se deja en vinagre puro por un día completo, ya que el agua es muy dura en la zona y mancha. Posterior si es necesario, pintan la habitación y retocan muebles”, comentó Salas.

De acuerdo con José detrás de mantenimiento trabaja limpieza. Ellos le hacen champú a la alfombra, y se pone una pastilla a los aires para purificar y evitar la contaminación por bacterias. “La idea es dejar la habitación casi nueva. Eso mismo le corresponde a cada habitación cada tres meses, es decir por año damos tres vueltas a la misma. Ya que el hotel tiene 111 habitaciones,” señaló Salas.

José Salas comentó que el procedimiento de limpieza de rutina, que hacen las camareras, es similar a los demás hoteles. “Ellas entran al baño de primero, colocan producto químico para que este vaya trabajando y continúan con la cama, quitan sábanas, revisan minuciosamente, sacuden, limpian muebles, aspiran. Es una L lo que hacen y eso es

prácticamente en todo lado”, contó.

Como importante, José señala la visita mensual por parte del principal proveedor que ellos tienen, Proquimia, quienes los capacitan y hacen pruebas de contacto con los productos.

Tiempos de limpieza

Habitación ocupada: 20-25 minutos

En habitación vacante: 45 minutos

Principales proveedores de limpieza: Proquimia, Ecolab, Para las alfombras las máquinas y aspiradoras Keith & Ramírez y Sanitary Products.

111 habitaciones

Personal de limpieza: 12

Habitaciones por camarera: 15



Calidad y tecnología de punta
Confiable y ahorro en sus costos de operación.

SERIE 6

GIABAU

**KEITH &
RAMIREZ**
Industrial

Contáctenos con nosotros
info@kr.co.cr | www.kr.co.cr
T. (506) 2223-0111



Aqua limpia

Son microorganismos benéficos que disminuyen la contaminación de las aguas residuales al degradar la materia orgánica presente, contribuyendo de manera amigable en el tratamiento de las aguas y en el control de olores provocados por la descomposición de la materia orgánica. 100% biodegradable, no tóxico. Es un tratamiento preventivo a las aguas residuales o tanques sépticos (para evitar la obstrucción de tuberías en su hogar)."

Distribuye Florex: (506) 2447-2323



Tratamiento de grasas y aceites

Microcat ARCS es un sistema automático de cartuchos con una mezcla de microorganismos que tratan las grasas y aceites de los sistemas de drenajes de establecimientos de alimentos. Biodegrada la acumulación regular de grasas y aceites manteniendo drenajes y trampas con una circulación fluida y olores reducidos. El dispensador es programable, por lo que cada cartucho tiene un rendimiento de 30 días o más según el volumen de trabajo.

Distribuye Bioproyectos: (506)) 2283-5424



Catálogo de productos Limpieza

Desengrasante concentrado

Carbon & grease remover es un poderoso desengrasante concentrado de depósitos carbonizados y grasas, especialmente en lugares en donde el olor a amoníaco constituya un problema. Produce una espuma espesa que se mantiene adherida a la superficie permitiendo al producto penetrar y aflojar la suciedad. El producto es especial para uso en hornos, parrillas, freidoras y cualquier lugar en el que se forman depósitos de carbón y grasa quemada, como ductos, campanolas, fajas transportadoras y bandejas para hornear.



Distribuye Cek: (506) 2545-2545

Lavadora, peinadora de alfombras

El modelo BRC 30/15 es un equipo que inyecta una solución de agua con detergente de secado rápido de Kärcher, lo restriega mediante un cepillo que a su vez peina las fibras de la alfombra y finalmente aspira el agua sucia, dejando la tapicería como nueva en una sola operación.

Distribuye Germantec: (506) 2220-0303



KÄRCHER®
makes a difference

- 1 ASPIRADORA PARA AMA DE LLAVES
- 2 LAVA-ASPIRADORA PARA ALFOMBRAS
- 3 LIMPIADOR A VAPOR PARA RESTAURANTES

GERMAN-TEC
 @ info@germantec-cr.com
 f karchercentroamerica
 ☎ 2220-0303

Limpeza de colchones

Mediante su sistema de limpieza a domicilio, Mr. Steam utiliza tres procesos que logran la eliminación de los ácaros en colchones: la aspiración profunda, la aplicación de germicidas y principalmente la alta temperatura del vapor. Este último factor es esencial ya que los ácaros no sobreviven a alta temperatura y presión.

El servicio a domicilio de Mr. Steam se ofrece en todo el país y además existen dos centros de servicio en el este y oeste de la ciudad de San José. Los horarios son flexibles de acuerdo con la necesidad de los clientes.

Mr Steam (506) 2240-9812 ó 2239-5116



Máquinas de lavado a presión

MiTM ofrece una línea completa de máquinas de lavado a presión eléctricas tanto estacionarias como portátiles para el segmento de hoteles, restaurantes e industria en general. Equipos fabricados totalmente en Estados Unidos. Los equipos pueden aceptar temperaturas de entrada de hasta 80C lo que permite utilizar sistemas de agua caliente existentes reduciendo costos.



Distribuye Representaciones Roma:
(506) 2224-9491

Secador de manos American Dry

De presentación elegante y moderna. Posee una coraza muy fuerte de aluminio que lo hace resistente a los golpes y al agua haciéndolo duradero y anticorrosivo. Su motor de alta velocidad y poco consumo tiene una altísima eficiencia que permite secar las manos en el mismo tiempo con la mitad de energía. Cuenta con múltiples protecciones que previenen el sobrecalentamiento, el tiempo de trabajo y las sobrecarga de energía. Con un sistema muy particular, este secador es capaz de expulsar un fuertísimo chorro de aire con un motor de tan sólo 900W y 8 amperios. Es totalmente automático con un sensor infrarrojo de alta fiabilidad.

Distribuye Jopco: (506) 2215-3545



LaundryPRO[®]
KEMICAL

¡Buenos resultados SIEMPRE!

Nuestro programa para lavanderías emplea productos de limpieza de avanzada y **amigables con el medio ambiente.**

GreenPRO[®]
KEMICAL

Ofrecemos equipos de tecnología de punta que permiten a nuestros clientes optimizar sus procesos de limpieza.

Tel: (506) 2438-4218 / Fax: (506) 2439-0322
E mail: servicioalcliente@kemical.net • info@kemical.net
www.kemical.net

Protegemos la salud, higiene y bienestar de las personas

Inocuidad garantizada

Herramientas de limpieza codificadas por color para evitar contaminación cruzada, especiales para eliminación de bacterias. Garantizan alta durabilidad, resisten altas temperaturas. Poseen grapas de acero inoxidable para evitar contaminación por corrosión.



Distribuye Grupo Promark:
(506) 2222-2226

Sistemas de jabón Tork

La línea Elevation ofrece un jabón para manos premium de uso general para áreas públicas, oficinas, escuelas y otras instituciones. También el jabón de mano premium antibacterial, sin aroma y sin color, especial para zonas de preparación de alimentos como restaurantes e industria alimenticia.



Distribuye SCA: (506) 2201-4413

Balde escurridor

El escurridor por presión Lateral puede utilizarse con mopas de tiras o plana en combinación con el reductor de prensa para WaveBrake. Con mango ergonómico que facilita las maniobras y ruedas de goma silenciosas, ideal para entornos donde no se puede hacer ruido. El Sistema revolucionario WaveBrake, impide la formación de olas, con lo que se reducen en gran medida las salpicaduras en condiciones de uso normal.

Disponibles en varios colores, amarillo, azul, café, rojo, material polipropileno. Capacidad 33Ltrs



Distribuye Tips: (506)) 2543-2100

Ahorrador de papel

El Smart Essence de San Jamar es ideal para ahorrar papel en espacios de alto tránsito por su capacidad para programar el tiempo de espera y largo del papel y debido a que su sensor es inteligente. Su diseño compacto y apariencia elegante lo hacen ideal para cualquier espacio. | Clea & Plae Kitchen Accessories (506) 2290-8392



Restregadoras de piso

Las restregadoras Adfinity 20D son una gran adición a cualquier programa de limpieza verde. Esta línea de restregadoras también incluye el índice de flujo Smart Solutions™, que está diseñado para brindar una limpieza efectiva, y el mayor tiempo de operación (más de 1.5 horas) sobre el piso entre vaciado y rellenos. Esto ahorra agua y químicos costosos, a la vez que aumenta la productividad.

Distribuye Keith & Ramírez
(506) 2223-0111



ECOLAB®

Everywhere It Matters.™
Siempre Donde Importa.

Ecolab es el líder en proveer soluciones de limpieza y desinfección para la inocuidad e higiene de alimentos, la prevención de enfermedades y la salud pública.

Contáctenos al: (506) 2436-3900



Poderosa y silenciosa

El aspirador ATTIX30 es una máquina fuerte y estable para la limpieza en seco y la extracción de líquidos. Posee una amplia bolsa para el polvo de 15 litros y un tanque para recoger agua de 30 litros. Su ingenioso diseño optimiza el proceso de aspirado, lo que da como resultado una tremenda potencia de aspiración con sólo un suave ruido de fondo como único sonido. Diseñado para la limpieza diaria de grandes superficies. Es de la marca Nilfisk-ALTO.

Distribuye Farmagro: (506) 2547-9797



Limpieza profunda

Productos especializados en aportar soluciones para la limpieza y la higiene. Expertos en todos los sectores de la industria, entre ellos el de alimentación y bebidas, la hostelería.

Diversey es la marca de productos de limpieza profunda

Distribuye Belca (506) 2509-2000



Antimicrobial Fruit and Vegetable Treatment

Reduce el 99.9% de los patógenos E. coli, Listeria y Salmonella* en el agua de lavado*Patógenos: Escherichia coli O157:H7 , Listeria monocytogenes y Salmonella entérica. Para productos de agricultura crudos de frutas y vegetales (RACs) cuando se usa de acuerdo a las instrucciones de la etiqueta.

Distribuye Ecolab: (506) 2436-3900



Aspiradoras Verticales

Las aspiradoras verticales Spectrum™ brindan recolección y filtrado con la potencia para arrancar la suciedad y el polvo de las alfombras en una sola pasada de limpieza, dando como resultado una mayor productividad.

Distribuye Keith & Ramírez (506) 2223-0111



Paños de Limpieza Wypall X80

Paños reutilizables y reforzados, altamente absorbentes y resistentes para limpieza de superficies ásperas y delicadas. Son higiénicos y absorbentes, no retienen bacterias ni malos olores.

Reutilizables, se pueden lavar a lavadora o a mano. Fuertes y durables en estado húmedo o seco.

Diferenciados por color para uso en distintas áreas y así disminuir el riesgo de contaminación cruzada.

Kimberly Clark Tel: 2298-3183



Para reducir malos olores...

Biodegreaser es una mezcla altamente concentrada de microorganismos diseñada para degradar grasas, aceites, proteínas, almidones y otros desechos orgánicos encontrados en trampas de grasa y líneas de drenaje, reduciendo significativamente los malos olores presentes. Su uso continuo evita líneas de drenaje tapadas y reduce la frecuencia de mantenimiento de trampas de grasa, disminuyendo altos costos

Distribuye Home care: (506) 2215-2381



[Restregadoras & Barredoras | Aspiradoras |
[Extractores de Alfombra | Pulidoras & Abrillantadoras |
[Productos de Especialidad]



PRODUCTIVIDAD | RENDIMIENTO | VALOR DURADERO



K R KEITH &
RAMIREZ
Industrial

Cotice con nosotros
info@kr.co.cr | www.kr.co.cr
T. (506) 2223-0111



Britt

La mejor opción para limpiar su máquina de café



- ▶ **Detergentes** de grado alimenticio diseñados para máquinas de Espresso y café en general, sin olor ni sabor residual.
- ▶ **Alargan la vida** de los equipos de preparación de café.
- ▶ **PRESENTACIONES:**
 - * **Eco Cleaner 400 g** especial para máquinas de espresso y de café.
 - * **Eco Jetsan 1 litro** para unidades de cappuccino.
 - * **Blister de 10 pastillas** para máquinas super automáticas.

CAFE BRITT COSTA RICA, S.A. | Servicio al cliente 2277-1620
ventas@britt.com | www.britt.com

Consolidación con evolución

Posicionarse en el mercado puede otorgar a una compañía gran experiencia y constancia para competir, a lo largo de esos años puede enriquecerse aún más con lealtad empresarial y una visión clara hacia dónde se dirige, estas cualidades son solo parte de lo que diferencia a Grupo Capresso.

Al cumplir 15 años en la distribución de equipo para bebidas frías y calientes, brindar servicio técnico y suministros de marcas reconocidas a nivel mundial como Blendtec, BUNN, Rheavendors, Bianchi, Baratza, Jura, Carimali, Wega, WMF entre otras, la empresa marca un norte de expansión llevando como baluarte los principios que hoy les hacen grandes.

Siendo uno de los ejes principales, el servicio al cliente y el apoyo técnico le ha permitido mantener dinámico un mercado tan especializado como lo es la de estos equipo, además de desarrollar un apego importante por la constante actualización y entrenamiento del equipo.

“La atención al cliente, la capacidad de respuesta ante una dificultad técnico es una prioridad, siempre contamos con stock de repuestos y personal capacitado, esto nos permite atenderles con muy buen manejo de tiempo”, detalla Christian Bustos, gerente comercial. Bajo sus parámetros de respuesta, los cuales les han permitido posicionarse como líderes, la respuesta de servicio cuenta con garantía de 24 horas en el área metropolitana.

Trascendiendo el compromiso con sus clientes, Grupo Capresso se ha comprometido con la necesidad de asesorarles legítimamente. “Al momento de vender un equipo, consultamos siempre cuáles son la necesidad que el cliente desea cubrir, a partir de ese momentos le detallamos

cuáles son las mejores opciones para lo que realmente requiere”, explica Christian Charpentier, presidente de Grupo Capresso.

Cada línea de producto abarca las posibilidades dentro de ambientes comerciales, oficinas y hogares, por eso la gama de opciones va desde máquinas automáticas profesionales, máquinas por goteo, estaciones de vending, hasta licuadoras industriales y accesorios complementarios, entre otros.

De esta manera las líneas de servicio además de cubrir la venta, también incluyen contratos de alquiler o leasing, lo que permite a sus clientes recibir un servicio realmente adecuado a lo que buscan. “Nuestro desarrollo y crecimiento ha tratado de ir de la mano con la capacidad de reinventarse, sin perder la tenacidad bien enfocada, la sensibilidad al mercado, esa empatía que se requiere con los socios comerciales”, dice Charpentier.

Con la celebración del aniversario, Grupo Capresso se dirige ahora a resaltar aún más su servicio, sino que están determinados a cruzar más fronteras pronto, estableciendo ahora como meta nuevos mercados como El Salvador, mientras continúan su consolidación en Centroamérica y el Caribe continúa con el mismo empeño con el que iniciaron..

Tel. (506) 2234 7404



Parte del equipo directivo de Grupo Capresso Costa Rica: Jorge Martínez Vargas, Christian Charpentier Morales, Christian Charpentier Rojas, Mario Charpentier Rojas y Christian Bustos Carvajal

Versatilidad para el desarrollo

La propuesta para pequeños restaurantes y cafeterías de brindarles software y hardware de calidad mundial es una realidad que POSPAN ofrece con Micros e7, una automatización que impulsa competitividad.



Fernando Rojas,
gerente general,
Randall Chacón
gerente de
ventas y Edwin
Perlaza
encargado de
soporte técnico
de POSPAN

Las grandes cadenas de restaurantes y franquicias tienen sus secretos para el éxito, y uno de ellos es un sistema de software y hardware que no solo esté a la vanguardia, sino que además proporcione los mejores estándares de calidad, trazabilidad y seguridad para los clientes. Sin embargo, el costo puede ser un limitante para aquellos microempresarios que son visionarios.

Esto no será una restricción pues POSPAN tiene disponible el sistema Micros e7, una solución con las mismas cualidades de flexibilidad, amigabilidad y seguridad de todos los sistemas Micros. Este sistema cuenta con precio más asequible, además de programas de financiamiento, respaldo y soporte a la medida del cliente. Así, el negocio no tiene razones para correr riesgos en un desarrollo independiente o modificando un programa que no ha sido creado para tal fin. "Muchos negocios terminan gastando más al querer salvar una inversión riesgosa en un sistema que no cumple con sus exigencias", detalla Fernando Rojas, gerente general.

Estas soluciones son una opción real que no solo le garantiza que se está utilizando un sistema creado especialmente para este tipo de negocio, sino que habilita las mejores opciones para atender clientes, incrementa los niveles de calidad de atención y reduce los riesgos de seguridad propios de un negocio tan dinámico.

Como el tiempo es un factor determinante en la rentabilidad de su restaurante o cafetería, su fácil instalación y entrenamiento son grandes ventajas. A la hora de utilizar el sistema, la seguridad es un infalible, ya que podrá contar con

la configuración de usuarios por medio de tarjetas o identificadores, así generar y administrar el control de accesos que se desee.

Además de las funcionalidades propias de un punto de venta, e7 integra inventarios y reportes todo esto mediante una interfaz simple e intuitiva que le permite reducir los costos de entrenamiento y controlar todas las actividades operativas y conocer las tendencias del mercado para una oportuna toma de decisiones.

"Estos equipos son libres de mantenimiento y silenciosos ya que no cuentan con ventiladores y el almacenamiento es mediante dispositivos en estado sólido", explica Randall Chacón, gerente de ventas. Cabe destacar que el diseño de las pantallas táctiles a color, no solo facilita un ingreso más acertado de los pedidos, sino que aporta un tono más sofisticado y elegante en el área del local, cualidades muy perceptibles a los clientes al relacionarlo con servicio.

La flexibilidad del programa permite el irse adaptando al crecimiento del negocio con el respaldo de una garantía que acredita su marca, mientras reduce las pérdidas o los controles inadecuados, aumenta su nivel de eficacia, mejora la imagen percibida por sus clientes, administra eficientemente la información, reduce los costos de un trabajo que requiere de acción y detalle. Micro e7 es un sistema de vanguardia, que garantiza paso a paso la funcionalidad operativa e incide positivamente en el servicio al cliente

Pospan (506) 2296 2345

Auténtica pasta fresca

Delika presenta la nueva línea de pastas DeliPasta by Delika, las cuales no solo conservan y garantizan su frescura, sino que son completamente libres de aditivos, colorantes artificiales y preservantes.

La pasta puede prepararse de mil formas y conservar un gusto excelente, pero si no es fresca el verdadero valor de su sabor se pierde entre los ingredientes y la consistencia puede que no sea óptima. La necesidad en restaurantes de contar con pasta fresca y que no se desperdicie es imperante, ante esta realidad DeliPasta suple ese principio.

Con una elaboración totalmente nacional y con los estándares más altos, la presentación de esta pasta artesanal con un perfil gourmet hará una palpable diferencia no sólo en sabor, sino también en manejos de tiempo. Ya que solo en tres minutos estará lista.

Los empaques de cada pasta están diseñados con ambiente de atmósfera modificada, lo que permite una mayor longevidad del producto y que se mantenga fresca hasta por treinta días, suficiente tiempo. Esta técnica de empaque garantiza al chef que a la hora de ser preparados conserva el sabor puro en los rellenos, el aspecto de la pasta no varía, manteniendo invariable su buena textura en todas las piezas.

Otra de las ventajas es que sus presentaciones vienen en

monoporciones de 130 gramos, y hasta en bolsas de medio kilo. De esta manera, tanto para platillos individuales como para eventos masivos es una opción muy viable. Esto elimina las probabilidades de pérdida de producto y aligera los procesos de preparación para chefs y cocineros.

Delipasta le ofrece: ravioli, fettuccine, papardele, láminas para lasagna y gnocchi, entre otros. Lo versátil de cada una de ellas es que se puede aromatizar como el cliente lo solicite, además de colocarle los rellenos que se deseen como los tradicionales asados de carne, hongos mixtos, entre otros. A su vez, la presentación puede variar con tintes naturales, por ejemplo a base de tinta de calamar, dándole un aspecto muy atractivo a la hora que se sirven.

Con pedidos personalizables o pastas estándar, DeliPasta by Delika asegura a cada chef la rapidez de la preparación de pastas de alta calidad y le garantiza también la disminución real de desperdicios de inventario.

Distribuye Delika: (506) 2239 1019



Yamuni: Con mucho estilo

Ahora es más fácil cambiar el estilo de las mesas con los individuales suite 16. Elaborados 100% en PVC, lo que los hace resistentes y duraderos.

Como característica principal la resistencia al moho y a las manchas se hace evidente, así como a la decoloración por efectos del sol, el agua y los diversos elementos externos. Fáciles de limpiar, están disponibles en variedad de colores y diseños, lo que permite su uso al tipo de ambiente necesario. Además reducen los tiempo de montaje evitando altos costos de lavandería.

Estos individuales son ideales para el uso en restaurantes de alto tránsito, en zonas de piscina y jardines. Igualmente Bejos M.Yamuni e Hijos S.A. decide traer al mercado una nueva línea de policarbonato transparente ideal para el área de piscina, bares de playa y uso de los menores de edad.

Esta línea cuenta con vasos tradicionales en diferentes tamaños, así como picheles, decanter, jarras y copas de policarbonato. Todo práctico, resistente y reutilizable.

De acuerdo con Diana Rodríguez, asistente de gerencia de Yamuni, además de las características anteriormente mencionadas, disminuye el peso considerablemente, son apilables e irrompibles en condiciones normales de uso en contraposición con la porcelana, el vidrio o acero inoxidable. "Ambas líneas son modernas y elegantes", puntualizó Rodríguez

Yamuni mayoreo (506) 2255-2066



1. Esta línea está caracterizada por ser irrompible.

2. Individuales: Resalta la resistencia y practicidad de los individuales suite 16



PRODUCTOS NUEVOS



NEGOCIOS



NETWORKING



PROVEEDORES



EXP | HO | RE
EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES

**16, 17 y 18
de Junio, 2015**

Centro Eventos Pedregal . Costa Rica
Horario: 11 a.m. a 8 p.m.



CAPACITACIÓN

DEMOSTRACIONES



COPA CULINARIA

RETO BARISTA



Reserve su Stand:

Guillermo Rodríguez • guillermo.rodriguez@eka.net
Cel.: (506) 8997-1651 • Tel.: (506) 4001-6729

Regístrese con anticipación y adquiera su entrada en:
www.exphore.com

Fotografías tomadas en Exphore 2014

Organiza:

Apetito
la revista para hoteles y restaurantes



Revista Apetito
@revistaapetito



/Exphore

LUCHADOR

PROFESIONAL DE LA ENVOLTURA



CAMBRO

LIBÉRESE. SEA PROFESIONAL
CAMBRO.COM/PRO

Nadie va a la escuela culinaria para luchar con el plástico adhesivo, Usted es un profesional, su tiempo y talentos son mucho más valiosos que eso. Con **Cambro Food Storage Containers and Lids**, su cocina se mantiene ordenada y su comida fresca, segura y organizada.

