

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

¿Quién llegó a VII Exphore? P. 38

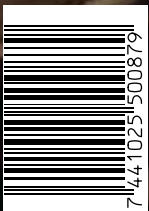
Franquicias hoteleras en El Salvador P. 32

El Quindío: zona cafetalera de Colombia
que apostó por el turismo P. 35

Marinas y control migratorio P. 50

¿Cómo vender
1700 copas de
vino por mes?

Daniel Cañas tiene la fórmula



Octubre - Noviembre 07 • No. 60 Año 9. • \$1.500

www.apetitoenlinea.com

Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130





Recursos Humanos como **pieza clave** en la estrategia de la empresa

El Capital Humano juega un papel cada vez más crítico para alcanzar las metas de la empresa. El Gestor de Recursos Humanos es parte de el comité ejecutivo para ofrecer su experiencia y conocimientos con el fin de retener y desarrollar el talento de la empresa. Por ello es vital su asistencia a Congente. En el Congreso Internacional de RRHH podrá entrar en contacto con la nuevas tendencias y herramientas tecnológicas utilizadas en la gestión de Capital Humano. **Además cuenta con un área de exhibición para proveedores del sector.**

Vea los detalles en www.congente.org

Inscripciones:
 Karina Delgado • Tel.: (506) 520-0070 ext 150 • Karina.delgado@eka.net
 Johanna Argüello • Tel.: (506) 520-0070 ext 130 • johanna.arguello@eka.net

Servicio al cliente:
 Silvia Zúñiga • Tel.: (506) 520-0070 ext 147 • silvia.zuniga@eka.net

Para exhibir:
 Zona Oeste: Christian Alfaro • Cel. 356-6871 • christian.alfaro@eka.net
 Zona Este: María Fernanda Herrera • Cel. 850-1725 • fernanda.herrera@eka.net



¡ No Busque más!

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

Belca:

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

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

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



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Seguir trabajando

La industria de hoteles y restaurantes en lo que va del año se ha visto beneficiada altamente por el incremento en el desarrollo turístico y ahora, con la aprobación del TLC, esperamos que siga cosechando más bonanza.

Sin embargo, es importante que con la entrada en vigencia de este acuerdo comercial, todos los sectores de la economía, sin excepción, deben buscar los mecanismos para procurar una mayor competitividad.

Nada hacemos con relaciones comerciales abiertas, si los sectores del país, no se preparan para actuar con mayor eficiencia. Ningún área del país puede quedar rezagada.

Es evidente que queda mucho por hacer, especialmente de parte del Gobierno, sobre todo si queremos seguir siendo un destino turístico atractivo.

Infraestructura, educación, tecnología, seguridad ciudadana, son áreas indispensables que deben reforzarse.

Como siempre, espero que disfruten de esta edición, y quedo a la espera de sus comentarios. **A**

6 Aperitivos

Gastronomía

26 ¿Cómo vender 1700 copas de vino por mes?

Tres restaurantes nos cuentan sus estrategias.

La venta de vino por copa fue uno de los principales detonantes, y los hoteles y restaurantes han sabido aprovechar este auge.

30 Chef Darrell Thomas: Director de A&B de la Marina Los Sueños.

Un canadiense es el responsable de los cuatro restaurantes del Centro Comercial La Marina Los Sueños, y asegura que satisfacer los gustos más exigentes no le quita el sueño, como sí lo hacen los proveedores.

Hotelería

32 Franquicias: Reyes de la industria hotelera en El Salvador

Cinco franquicias se han posicionado en los primeros cinco escalones de la industria hotelera en El Salvador.

36 Marina Puerto Azul en Puntarenas

Los proyectos dotarán a Puntarenas de condominios, atracaderos y locales comerciales.

35 Turismo

En el corazón del Quindío

Una zona tradicionalmente cafetera que en los últimos años ha hecho del turismo una actividad rentable.

39 Exphore

VII Exphore: ¿quién llegó?

Datos de la encuesta realizada durante la feria.

40 Un pueblo que hace historia

LODI: Una zona privilegiada en la producción de vinos norteamericanos.

De Compras

42 Un lujo... todos los días

43 Jopco: Un abanico de posibilidades

Con la meta de facilitar el trabajo de los departamentos de compras de hoteles, bares, restaurantes y negocios afines, Jopco abrió sus puertas en el 2003.

44 Imesa gana terreno

Gracias a su combinación de servicio técnico, equipos de alta calidad y agresividad en mercadeo, Imesa se perfila como un fuerte proveedor en el mercado nacional.

45 Teltian:

Soluciones integrales

El hardware y software que ofrece Teltian responde a las necesidades de pequeños y grandes segmentos de mercado como hoteles y restaurantes.

46 Florex:

por un ambiente limpio

Distribuidora Florex Centroamericana S.A., es una empresa dedicada a la limpieza integral, amigable con el ambiente, que produce y distribuye productos químicos biodegradables de alta calidad, bajo la marca Florex.

47 Directorio

48 Capacitación

El método escalerilla

Su diseño puede llegar a convertirse en una tarea muy ardua para el administrador y de no hacerse correctamente, atentaría contra la satisfacción del cliente, la estructura de costos, y hasta contra los sistemas de inocuidad.

50 Sobremesa

¿Debería haber control migratorio en las marinas turísticas?



Wow!
¡La Melamina y el Plástico pueden verse muy bien!

G.E.T. Enterprises presenta con orgullo la más alta calidad de Melamina y Plástico, con la más amplia variedad de productos para el Food Service, con vibrantes colores, formas y tamaños

Productos seguros para introducir en la máquina lavaplatos y a un precio accesible

Llame a G.E.T Enterprises para solicitar su catálogo 713-467-9394 o visite nuestra página: www.get-melamine.com



G.E.T. Enterprises, Inc.
1515 W. Sam Houston Pkwy. N.
Houston, Texas 77043
Tel: (713) 467-9394 • Fax: (713) 467-9396
getinc@get-melamine.com
www.get-melamine.com

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO
PARA COSTA RICA



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





Shirley Ugalde Méndez
shirley.ugalde@eka.net

Mejor empleados felices

En repetidas ocasiones escuchamos a los gerentes de recursos humanos preocupados por encontrar nuevos estímulos para los empleados, mejores condiciones, incentivos económicos, capacitación, son los más comunes de la lista.

Sin embargo, en pocas oportunidades se detienen a pensar en el equilibrio emocional, que según la corriente que defiende la teoría de la inteligencia emocional, es tan o más importante que aspectos como la habilidad mental. Según esta teoría, el éxito profesional y personal, está más relacionado con nuestra madurez emocional, que con nuestro desarrollo académico intelectual. Algunos estudios de prestigiosas universidades norteamericanas, como la universidad de Yale, Stanford, entre otras, atribuyen a la educación formal (académica) el 20% del éxito personal, y el otro restante 80% lo relacionan con el desarrollo de una vida emocional sana, incluyendo aspectos como actitud positiva, autodisciplina, capacidad de motivarse y persistir frente a las decepciones, mostrar empatía, tener esperanza, capacidad de comprometerse, capacidad de conectarse con otras personas, cualidades incluso más deseables en un empleado, que las mismas habilidades para desempeñar su función, y que se puede aprender mediante capacitación.

Paul Ekman asegura que "Nuestras emociones nos guían cuando se trata de enfrentar momentos difíciles y tareas demasiado importantes para dejarlas sólo en manos del intelecto".

Desde esa perspectiva, no podemos ver las emociones como una debilidad, sino más bien como un potencial. Nuestros sentimientos y deseos son guías esenciales para desenvolvemos exitosamente en la vida, alcanzar objetivos, desarrollar talentos y habilidades naturales, sentirnos satisfechos, dominar los hábitos mentales que favorezcan nuestra propia productividad, y en general ser más eficaces en nuestra vida. ▲



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

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

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

www.apetitoenlinea.com

Suscríbese gratis

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

Tecnología en productos de higiene



NUEVO

▶ Alcohol en Spray

- ▶ Elimina el 99.9% de las bacterias al instante
- ▶ No requiere agua.
- ▶ Refresca y suaviza la piel
- ▶ Su dispensador es de fácil uso y recarga y tiene un sistema de seguridad oculto.
- ▶ Cada unidad rinde 2000 usos

Kimberly-Clark
Professional

Guerra de crédito en los restaurantes

Con referencia al artículo la "Guerra de crédito en los restaurantes", permítame afirmar que el título del artículo es indicado al tema y que como todas las guerras, la de los descuentos es absurda, ilógica y muy peligrosa.

Cualquiera que trabaje en alimentos y bebidas y sea un serio profesional, sabe perfectamente que si un plato tiene un costo solo en materia prima del 30% - 35% es imposible poderlo vender a un 50% menos de su precio real del menú, aunque fuera solo para los tarjetahabientes, que de todas maneras representan la mayoría de los clientes de estos restaurantes en los días de las promociones.

Los proveedores no hacen descuentos, incluso aumentan sus precios constantemente en relación con la inflación galopante que aflige el país, por lo que promociones de este tipo contribuyen a aumentar, como bien conocemos quienes tienen un mínimo de sentido común y conocimiento de economía, en lugar de fijar unos precios justos y constantes en el tiempo.

Luego existe el problema del mal servicio y de la pésima calidad que los clientes encuentran en estos restaurantes abarrotados de clientes tarjetahabientes felices que no les importa esperar una hora, antes de ser atendidos con tal de comer a la mitad del precio, acostumbrando así a la gente a recibir un mal servicio, con tal de salir adelante.

Por último, las compañías de tarjetas de crédito que con tal de vender sus tarjetas arman un mercado muy sensible con una competencia desleal, inclusive hacia sus propios clientes. Es decir, afectan a aquellos restaurantes que por ética profesional y decisiones gerenciales no entienden aplicar arbitrariamente descuentos, sino prefieren seguir con la política de la calidad en el servicio y en los productos ofrecidos.

Atentamente,
Guido Foltran, Gerente de Alimentos y Bebidas
Gran Hotel Costa Rica

Agenda

- **Hotel Emotion, Feria de innovaciones en la industria hotelera** en Milán, Italia, 19 octubre del 2007. www.expocost.it

- **Feria Internacional de Hoteles y Restaurantes, Bolzano, Italia**, 22 al 25 octubre del 2007. <http://www.feriabolzano.it>

- **EXPOVINO COSTA RICA** del 23 al 25 de Octubre 2007, hotel Real Intercontinental, San José Costa Rica. www.expovinocr.com

- **Feria de Alimentos y Bebidas de las Américas**
Del 29 al 31 de octubre. Miami USA.

- **FHC CHINA 2007 Food & Hotel China en Shanghai**
Del 14 al 16 de noviembre del 2007. www.fhcchina.com

- **Horeq, Madrid del 24 al 27 de noviembre del 2007.**
www.horeq.ifema.es/ferias/horeq

El Mejor Sabor...

Elije al Mejor Distribuidor!

MAYCA ha sido seleccionado

como Distribuidor Exclusivo

para Costa Rica de



Angus beef at its best

Somos los especialistas en equipamiento para sus proyectos hoteleros



"English Spoken"

Frigidaire

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

- Vehículos
- Planchas para ropa
- Radio-mp3 despertador con CD
- Espesa de pared y mesa con luz
- Set de colchones
- Coffee maker de 1-4 y 10 tazas
- Duchas masajeadoras clásica y de pared
- Secadoras de cabello para montaje en la pared o con cable retráctil
- Miro TV
- Aires acondicionados



• Televisores de 32" y 42" diseñado específicamente para el uso en hoteles que trabajan con los sistemas **Lognet** o de **DeCommand PTV**

SM soluciones
Inmobiliarias y Hoteleras
Una empresa del Grupo M

Tel.: (506) 437-4198 • (506) 437-4210 Apdo. Postal: 113-4050, Alajuela
Fax: (506) 437-4245 E-mail: smoluciones@grupom.net

CONTÁCTENOS: TELÉFONO (506) 209-05-50 FAX (506)293-23-26
APARTADO POSTAL, 120-3006 ZFM. BARREAL DE HEREDIA, COSTA RICA.
VISITE NUESTRO SITIO EN INTERNET www.mayca.com

MAYCA

Evite el polvo

Las alfombras Nomad de 3M atrapan y esconden hasta el 80% del polvo, la humedad, la tierra, arena y demás agentes contaminantes que entran a los edificios por medio de los zapatos.

Están especialmente diseñadas para recoger y esconder la suciedad, esto hace que los costos por limpieza disminuyan considerablemente, además, garantiza que no se de un rápido deterioro de los pisos y alfombras que están dentro del edificio. Con capacidad para soportar el paso de un millón de personas por año, y cuentan con garantía por 2 años. Son antideslizantes y antihongos.

Para su mantenimiento se aconseja sacudir y aspirar diariamente la alfombra, y de manera periódica lavar con agua y detergente por ambos lados y secar al aire libre.

Este producto es distribuido en Costa Rica por la empresa 3M, para más información o pedidos puede llamar al teléfono 277-1000. ▲



Hoteles ticos entre los primeros

Los hoteles Lapa Ríos, en Osa-pacífico sur del país, y Four Seasons, en la provincia de Guanacaste, fueron seleccionados por la revista turística internacional Travel and Leisure entre los 25 principales de la zona de México, Centroamérica y Suramérica. La distinción aparece en el número de Travel and Leisure, correspondiente a agosto, con motivo de los premios World's Best que la revista entrega desde hace 12 años.

Los premios se otorgan a partir de una encuesta entre lectores, mediante la que se establece un ranking de ciudades, hoteles, islas, cruceros, operadores turísticos y aerolíneas, entre otras categorías.

En esta edición, participaron 19.000 suscriptores, que evaluaron características y servicios en diversas categorías, a los que dieron un puntaje de 1 (la peor calificación) a 5 (la mejor). Este año, el Four Seasons Resort, en Papagayo, figura en el octavo puesto. El hotel también fue reconocido el año pasado, en la misma categoría, en el quinto lugar.

Por su parte, Lapa Ríos alcanzó el puesto 11 y es la primera vez que aparece en la publicación. ▲

Parque invita a disfrutar del sector agropecuario

A finales del 2007, San Mateo de Orotina será el lugar que recibirá a los más de 7.000 visitantes del parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (Panaca).

Panaca es una iniciativa colombiana que funciona en el país del sur desde 1999. La marca posee dos instalaciones en su país natal y construye otra en México, pero Costa Rica será el primer país fuera de Colombia donde se inaugurará una franquicia de este parque. Jorge Ballén Franco, Presidente Corporativo de Panaca, declaró a varios diarios colombianos y a la página de turismo de este país (www.viajeporcolombia.com) que pretenden expandirse inclusive fuera de América.

Panaca Costa Rica contará con siete estaciones interactivas donde se mostrarán animales de granja y cultivos varios como café y cacao. También ofrecerá cuatro espectáculos diversos con animales, 26 locales comerciales y cinco anfiteatros. Brindarán una propuesta agregada para desarrollar campamentos infantiles y un programa institucional "aprender haciendo".

El proyecto cuenta con 240 hectáreas y se planea construir un hotel y un complejo residencial, pero aún están en negociaciones.

Parque a un paso:

Apertura: Entre noviembre y diciembre del 2007.

Capacidad: 7.000 - 8.000 personas diarias de manera simultánea. Costo aproximado de la entrada: En Colombia son \$10 niños, \$20 adultos, \$65 extranjeros. Estos precios se tomarán como base para definir los de Costa Rica.

Ubicación: San Mateo, Orotina. ▲

¿Malos olores?

Los olores desagradables provenientes de aguas residuales no tienen por qué ser parte de la vida de hoteles y restaurantes. BioAguas, es un producto orgánico, diseñado para controlar estos problemas, sin impactar de manera negativa el medio ambiente.

Según comentó Ricardo Quesada, de Soluciones Biológicas del Caribe, empresa que desarrolló esta fórmula, se trata de un producto creado a base de microorganismos voraces y eficientes, que se encargan de eliminar las bacterias que producen los malos olores, en tanques sépticos, cañerías, trampas de grasa, y demás sitios donde se acumulan este tipo de problemas.

"Para problemas orgánicos: soluciones orgánicas, pues las soluciones químicas están colapsando los sistemas de evacuado, agravando el problema de vertido de aguas residuales. Es un hecho que los químicos utilizados para eliminar olores, para ser efectivos, deben utilizarse en grandes cantidades, en perjuicio del medio ambiente", aseguró.

Quesada comentó que varios hoteles y restaurantes en Costa Rica ya utilizan el sistema, e incluso algunas cadenas internacionales han demostrado interés en adquirirlo.

Sobre su aplicación, cantidades, y frecuencia de uso, la empresa se encarga de dar la capacitación necesaria, ya que ello depende de factores específicos como el tamaño de tanque, o de las trampas de grasa, y de la gravedad del problema que se quiere atacar. **Para más información sobre este producto, puede llamar al teléfono 551-1298, o visitar www.bio-soluciones.com** ▲



¡ Dé en el punto con nuestra tecnología !

Integramos soluciones de telecomunicaciones y T.I.

- » Redes de comunicación inalámbrica (wireless)
- » Sistemas para hotspots Wi-Fi
- » Centrales telefónicas IP
- » Servidores de red para empresas
- » Cámaras de video en red con grabación digital (DVR)

San José y Guanacaste: Tel. 258-8114 | info@teltian.net | www.teltian.net

Equipos DE COSTA RICA

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

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

Mal necesario



Remodelar, es una palabra que pocos quieren escuchar, y es que no sólo conlleva mucha incomodidad para clientes y empleados, sino también una fuerte inversión. Sin embargo, los resultados en la mayoría de los casos, hacen que el tedioso proceso sea muy bien recompensado, como es el caso del Hotel Grano de Oro, que recientemente terminó su primera etapa de remodelaciones, que duró dos años y medio. Eldon Cooke, Propietario de este hotel, comentó que luego de 16 años de funcionamiento, ya era necesario darle un nuevo giro a la imagen del hotel. El diseño estuvo a cargo del arquitecto Javier Rojas, y el estilo es victoriano tropical, muy acorde con la línea del hotel. En esta primera etapa, remodelaron la recepción y el restaurante, y aunque prefirió no dar detalle de lo invertido, adelantó que ahora continuarán con las habitaciones, en las que se incluirán cambios en colchones, cortinas, ropa de cama, entre otros detalles. **A**

Eldon Cooke, Propietario Hotel Grano de Oro. "La remodelación no fue un proceso fácil, pero lo cierto es que el trabajo duro comenzó en el momento que reabrimos el restaurante".

tecto Javier Rojas, y el estilo es victoriano tropical, muy acorde con la línea del hotel.

En esta primera etapa, remodelaron la recepción y el restaurante, y aunque prefirió no dar detalle de lo invertido, adelantó que ahora continuarán con las habitaciones, en las que se incluirán cambios en colchones, cortinas, ropa de cama, entre otros detalles. **A**



¿Cuál y por qué?

¿Cuál marca de televisor compra, y por qué?

Julio César Guevara Gómez, Gerente de Compras Corporativas para la Cadena Occidental Hoteles CR: "En el grupo, la marca de televisores con la que trabajamos es Panasonic, esto por el respaldo, y la calidad que ofrece, y por ser un televisor funcional para el "alto tránsito" que tienen estos productos en el hotel. Otra de las razones es para mantener nuestro branding". **A**

Inversión turística superó \$800 millones en 2007

Con un crecimiento que en el primer semestre del 2007 superó el 6% en el ingreso de turistas internacionales y una inversión declarada turística en diversos proyectos superior a los \$800 millones, Costa Rica sigue mostrándose como un destino turístico fuerte y con expectativas positivas. Estas inversiones mantienen una línea de respeto al medio ambiente aplicando una serie de prácticas que mitigan los impactos negativos e incluso incorporando medidas de responsabilidad social empresarial que contribuyen con el bienestar de las comunidades que los rodean, esto principalmente en la provincia de Guanacaste.

Además muchas de las empresas turísticas nacionales como extranjeras se han adherido al programa del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), iniciativa de reconocimiento internacional que establece niveles de calidad a aquellas compañías que aplican prácticas amigables con el medio ambiente.

Costa Rica recibe alrededor de 1.7 millones de turistas al año, provenientes, principalmente de Estados Unidos y Europa. Los viajeros internacionales llegan al país tanto al Aeropuerto Juan Santamaría en Alajuela, como al Daniel Oduber en Liberia, Guanacaste.

La oferta hotelera de Costa Rica supera las 40 mil habitaciones distribuidas en todo el país, desde hospedaje 5 estrellas con el sistema todo incluido, hasta hoteles tipo boutique, y cabañas para quien desee practicar turismo rural.

Entre la oferta destacan Four Seasons, Intercontinental, Marriott, Holiday Inn, Best Western, Radisson, Barceló, Ritz Carlton, Hacienda Pinilla, Regent, Hilton y Sol Meliá.

El crecimiento en inversión ha venido acompañado de un aumento en la oferta de asientos de avión, lo que facilita el acceso de los turistas al país. Para este año, se tiene previsto un incremento de la oferta en 650 mil asientos producto de nuevas rutas abiertas con compañías europeas y de Estados Unidos, así como una mayor cantidad de las frecuencias de aquellas líneas que ya operan en el país. **A**



Más de 500,000 personas dependen directamente del turismo y es actualmente la primera fuente de divisas del país, casi US \$1,629.3 millones.

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

Siropes para Café
MASTERPAC S.A.
Tel: (506) 2531280
Fax: (506) 2257873
info@masterpac-cr.com
www.masterpac-cr.com

Ideas with passion **Saeco**
CENTROAMERICA S.A.

MAQUINAS PARA CAFE ESPRESSO Y CAPPUCINO

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

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

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

Plástico biodegradable

Monteverde, PROPLAX y Milenio Tres lanzaron al mercado costarricense los envases Oxo-biodegradables, que se perfilan como la solución al problema de contaminación por plástico en el mundo. Consumidores dispondrán de productos lácteos en envases plásticos inteligentes que se reincorporan a la naturaleza mediante un innovador proceso llamado oxo-biodegradación. Se trata de una solución que, a través de la tecnología inglesa d2w, se incorpora al plástico y reduce el tiempo promedio de descomposición de este material de 4 a 5 años, aproximadamente. "Los tres aliados que lanzamos estos productos lácteos en envases Oxo-biodegradables compartimos metas y valores de responsabilidad social y ambiental que se materializaron en una solución real, viable y sostenible a la contaminación por plástico.", señaló Ernesto Murillo, Gerente

Comercial de Corporación Monteverde S.A. Una vez que finaliza la vida útil de los envases y gracias a la tecnología d2w se inicia un proceso de rompimiento de los enlaces químicos de carbono propios del plástico. Los tiempos de degradación varían según agentes externos tales como aire, temperatura, presión y manipulación de los envases, humedad, calor y radiación solar. Al final del proceso, el 100% del plástico se desintegra y los únicos residuos son agua, mínimas cantidades de dióxido de carbono (CO2) y una biomasa que al ser digerida por microorganismos tales como hongos y bacterias, se desintegra como cualquier otro desecho orgánico. El CO2, al desprenderse lentamente, permite que el carbono se fije al suelo como nutriente, sin causar efecto invernadero. Los envases desaparecen en cual-



En Costa Rica, los primeros productos disponibles en envases Oxo-biodegradables son el queso crema y el queso crema light de la marca Monteverde, y posteriormente se incorporarán otros productos.

quier lugar donde se encuentren y también son reutilizables y reciclables, lo que constituye otra de las ventajas del proceso de oxo-biodegradación ya que no requiere que los consumidores intervengan con alguna acción o tratamiento especial. Los otros biodegradables desarrollados hasta ahora debían ser depositados en ambientes controlados, con alto contenido de microorganismos. **A**

Tierra alemana renueva sus territorios

El trocito de este país europeo que se ubica en el Club Alemán, en Los Yoses, reestructuró su restaurante y reabrió las puertas al público desde el viernes 21 de setiembre. Con 27 años de funcionar, este restaurante había perdido el brillo de sus primeros años. Reto Spescha es el nuevo administrador y bajo su coordinación se realizó una remodelación del local. Entre los cambios más importantes, se resalta la instalación eléctrica, que sufría daños por antigüedad y los bombillos de ahorro de energía en todo el restaurante, que implicó una fuerte inversión.

"Buscamos proteger el ambiente y

ahorrar costos, que se traducen en precios más accesibles para el público. Con el primer mes, ya se sintió la diferencia en la cuenta de luz", comentó Spescha. Además, introdujeron un nuevo y más moderno equipo de cocina y ahora organizan la música ambiente desde la computadora. También pintaron y fumigaron todo el sector. El restaurante Club Alemán tiene capacidad para 100 personas sin tomar en cuenta la taberna, que ofrece el mejor estilo de una taberna alemana clásica y donde los miércoles cada quince días ofrecen cerveza de barril. **A**

El restaurante del Club Alemán renovó sus instalaciones y reabrió sus puertas en setiembre. Manfred Domen (izquierda) es el chef del local que administra Reto Spescha (derecha).



Color Concepts
 Todo en accesorios para su carnaval
 Tel: (506) 258-7630 E-mail: colorconceptsmercadeo@amnet.co.cr
 San José, Costa Rica

A.D.L. Seafoods
 Productos del mar con la calidad y el servicio que hacen la diferencia.
CAROMA S.A.
 DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS
 Teléfono: 240-4242 / 240-2424 • Fax: 240-6263
 Tibás, Costa Rica

JOPCO
 Artículos para hoteles y restaurantes
 Distribuidores de artículos para hoteles y restaurantes
 Tels. (506) 215-3545 • 213-7624
 jopcoer@raesa.co.cr • jopcoer.com • Guachipelin, Escazú.

Logos: Johnson-Rose Corp, Waring, American Dry, Waring, American Range, etc.

Estrategia verde para Guanacaste

El turismo interesado en hacer reservaciones en hoteles respetuosos del medio ambiente, a través de procedimientos sostenibles, es cada vez mayor. El concepto "Limpieza Verde" está intrínsecamente relacionado con el tema, pues según explicó Santiago Loaiza, Gerente de la División Industrial de Distribuidora Larce, describe la tendencia de implantar normas de limpieza que no atenten contra la naturaleza. "El propósito es que los productos químicos, los equipos y los procedimientos mismos, impacten lo menos posible al medio ambiente, la salud y las instalaciones. Sugiere un cambio en la manera en que se limpia", recalzó.

Por tal motivo, se realizó un seminario en el Hotel El Boyero, de Liberia, donde se dieron cita un grupo de

hoteleros interesados en aprender a implementar los procedimientos y sugerencias de las políticas comprendidas en el concepto "Limpieza Verde".

El objetivo principal del seminario fue exponer cómo se puede implementar el concepto en hoteles, los beneficios y las herramientas para lograrlo.

Como suplidores y asesores de los productos "verdes" asistieron empresas como Distribuidora Larce, distribuidoras de equipos de las marcas Clarke y Nilfisk-Advance; en la parte química, la compañía Ecolab; y 3M, fabricante de productos de microfibras. Todas estas marcas están unidas con el fin de ofrecer los productos necesarios que fomenten el respeto y el cuidado de la naturaleza y la salud humana. **A**

Mauricio Artavia, Asistente del Departamento de Ama de llaves del Hotel Four Seasons. "Saber que hay varias empresas que se preocupan por no dañar el medio ambiente, da fuerza y esperanza. Nuestra empresa ha estado trabajando en el Programa de Sostenibilidad. En mi departamento, estamos usando productos Ecolab para lograr este objetivo".



A mil grados

Combinando tres sistemas de energía, que son el microondas, la convección forzada (turbina) y el infrarrojo (que alcanza una temperatura de mil grados Fahrenheit), el Turbo Chef se perfila como uno de los sistemas más rápidos y completos de cocción.

Para entenderlo mejor, los técnicos de Keith & Ramírez, empresa que distribuye este producto en Costa Rica, recibieron varias horas de capacitación, por parte de Leo González, Encargado de Servicio Técnico y Entrenador para América Latina de la marca TurboChef.

González comentó que estas capacitaciones forman parte del servicio de la fábrica, que busca consolidarse como líder en ventas y servicio, de manera que el cliente que adquiere un horno TurboChef, sabe que cuenta con el respaldo tanto del distribuidor local, como del fabricante.



"Tenemos un centro de llamadas que atiende consultas las 24 horas, los 365 días del año, tanto en la parte técnica, como en asesoría para chefs, para el desarrollo de recetas, y todo lo relacionado con el funcionamiento del horno, de manera que el cliente le saque el máximo provecho a su inversión. Este servicio está disponible en español, inglés, francés, portugués, e indú". **A**

Entre las ventajas que González resaltó del TurboChef, están la variedad de recetas que se puede preparar, que incluye hasta 128 combinaciones, todas programables y a elección del usuario, la velocidad de trabajo, el rango de preparación varía de 10 segundos hasta cinco minutos como máximo, es compacto, y no necesita campanas de extracción.

Su negocio busca crecer día a día, nuestro también, por eso le servimos.

Le ofrecemos una amplia línea de productos resistentes, además del servicio de reposición, asesoría y la atención posventa que su negocio exige.

DISTRIBUIDOR ESPECIALIZADO:
yamuni
MAYOREO

Apartado 10024 - 1000 Gimnasio Nacional, 200 metros este. Avenida 10
Teléfono: 255 30 66

www.vajillascorona.com.co

corona

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

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

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

TODO EN PRODUCTOS Y EQUIPO PARA LIMPIEZA

PROLIM
Productos y Equipos para Limpieza

TEL: 248-05-57 248 - 05-38
FAX: 248 - 05-29

Marriott y Four Season dominaron en Maestr@ Culinari@



El Chef Hernán Díaz, del Hotel Costa Rica Marriott, fue el ganador del primer lugar de la II Edición de la Competencia de Cocina Profesional Maestr@ Culinari@ 2007. El segundo lugar fue para Ángel Venegas, también del Hotel Costa Rica Marriott y el chef del Hotel Four Seasons, Kevin Ketron, logró un disputado tercer lugar.

Estos dos chefs junto con 6 finalistas más obtuvieron medalla de plata gracias a las altas puntuaciones obtenidas en el evento final.

La final de la II Competencia de Cocina Profesional Maestr@ Culinari@ tuvo lugar en el Centro de Conferencias del Hotel Ramada Plaza Herradura, el pasado 2 y 3 de octubre.

Maestr@ Culinari@ es una iniciativa sin fines de lucro de las empresas Florida Bebidas, Equipos Nieto y Unilever Foodsolutions.

Los ganadores fueron:

Medalla de Oro:

Hernán Díaz
Hotel Costa Rica Marriott

Medalla de Plata:

Segundo lugar:
Ángelo Venegas
Hotel Costa Rica Marriott

Tercer Lugar:

Kevin Ketron
Hotel Four Seasons
Jeffrey Torres
Hotel Herradura
William Ortiz
Hotel Fiesta Resort
Alexander Vargas
Hotel Marina Los Sueños
Carlos Muñoz
Hotel Country Inn Radisson
Gustavo Villalobos
Escuela ARCAM
Jhon Córdoba
Hotel Barceló Palma Real

Medalla de Bronce

Mathew Carlson
Hotel Four Seasons
Alveiro Jiménez
Hotel Tamarindo Diríá
Nicolás Piatty
Hotel Four Seasons ▲

Siempre a tiempo



Si necesita viajar, y no quiere gastar horas detrás del volante, ni tampoco sufrir por las inclemencias del tiempo, la escasa rotulación, o el conocido mal estado de las carreteras, un medio práctico y alternativa a considerar es el taxi aéreo.

La empresa Aerobell es una de las que ofrece este servicio en Costa Rica.

Según comentó Juan Manuel Alonso, gerente de mercadeo de esta compañía, Aerobell se especializa en vuelos privados desde hace más de 15 años, y su amplia flota les permite ofrecer un eficiente servicio, con la ventaja de que cuentan con autorización para aterrizar en todos los aeropuertos públicos y privados del país.

"Contamos con la flota más extensa de aviones y helicópteros en el país, y nuestros servicios incluyen desde vuelos ejecutivos, servicio de taxi aéreo a todo el territorio centroamericano, paracaidismo, vuelos para toma de fotografías, y vuelos comerciales, que pueden convertir

Juan Manuel Alonso, gerente de mercadeo de Aerobell: "Contamos con la flota más extensa de aviones y helicópteros en el país".

un viaje por tierra de 6 horas en uno de 15 minutos", comentó Alonso.

Aerobell fue una de las primeras empresas que implementó el servicio de ambulancia aérea en Costa Rica, se trata de un servicio muy completo que, no sólo le puede ayudar a ganar tiempo, sino que puede ser determinante en una emergencia, "tenemos aviones y helicópteros adaptados para funcionar como ambulancias, además de equipo médico especializado para atender situaciones críticas", indicó.

Para más información sobre los servicios que ofrece esta empresa, puede comunicarse al 290 00 00, o visitar su página web: www.aerobell.com, y www.gmeaviation.com. ▲

Café Astoria

Crema de Café

Astoria
NACIONAL PARA CAFÉ ESPRESSO

Ingredientes:
(2 raciones):

- 225 gramos de crema dulce
- 225 ml. de base de café o café espresso
- 2 cucharadas de crema de cacao
- 2 cucharadas de vodka
- 1 Tira fina de cáscara de naranja para servir.

Preparación:

Mezclar todos los ingredientes en una batidora cuyo vaso haya sido enfriado previamente. Se sirve la mezcla en vasos altos previamente enfriados. Para decorar las bebidas coloque una tira de naranja formando una espiral.



ELECTROFRIO
Somos equipo para su negocio

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

Costa Rica entre los ganadores del WTA

El World Travel Awards anunció los ganadores para la región de América, y Costa Rica se llevó varios premios, entre ellos la playa y el hotel de Conferencias Líderes de Centroamérica, la Agencia de Viajes Líder de la Región y la Ciudad de destino Líder.

Los premios que recibió Costa Rica en esta primera eliminatoria fueron:

Principal playa de Centroamérica: Playa Jacó.

Principal agencia de turismo: Vemsa L 'alianxa – Viajes Ejecutivos

Hotel Líder en Centro de Conferencias en Centroamérica: Real Intercontinental, San José.

Destino Líder en Centroamérica: San José.

La celebración de los World Travel Awards, tuvo lugar en Nueva York, en septiembre pasado, en el hotel Jumeirah Essex House, que recibió dos premios en la categoría de Hotel Líder en Norteamérica y Hotel Líder en Negocios en Norteamérica.

The World Travel Awards en la industria del turismo, es el equivalente al "Oscar" en el cine. Se trata del reconocimiento más prestigioso e integral en la industria viajera global.

Estos premios fueron establecidos en 1993, con el fin de reconocer y celebrar la excelencia en los viajes mundiales y en la industria del turismo, a través de miles de votos de viajeros profesionales de 160 mil agencias en más de 190 países a nivel mundial.

La premiación se realiza primero por zonas, la ceremonia en Nueva York comprende el Continente Americano. En diciembre, se realizará una ceremonia mundial, donde los ganadores de cada región competirán por el premio final. Esta se realizará en las Islas Turcas y Caicos.

Fuente: www.worldtravelawards.com ▲



Grand Papagayo con cinco estrellas

El grupo español Occidental Hotels & Resorts destinó \$12 millones en su hotel Occidental Grand Papagayo ubicado en Playa Buena Guanacaste. Desde hace dos años la firma ha enfocado sus esfuerzos en dar mayor valor agregado y una imagen remozada a estas instalaciones mediante la remodelación y el acondicionamiento de nuevas áreas.

Estas acciones, sumadas a los esfuerzos por validar el hotel en temas de servicio, fueron recompensados con la categoría 5 estrellas, otorgada por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

"El turista que visita Costa Rica busca un producto diferenciado con los más altos estándares de servicio, lujo y comodidad, razón por la que realizamos las acciones necesarias para obtener la máxima categoría", sostuvo Reiner Sánchez, Director Comercial de Occidental Hotels & Resorts.

Sánchez agregó que la iniciativa responde a un compromiso continuo, cuyo principal objetivo es retribuir al cliente su confianza y preferencia otorgándole altos estándares de confort, calidad y servicio durante su estadía.

La cadena tiene actualmente cuatro hoteles en el país enfocados a cubrir las diferentes propuestas de turismo que son ciudad, playa y montaña. El Grand Papagayo y el Allegro Papagayo se encuentran ubicados en Guanacaste; el Tucano, en Agua Zarcas de San Carlos, y el Torremolinos en la Sabana, que en conjunto cuantifican unas 640 habitaciones. ▲



Calidad de exportación

Tanto en Francia como en Estados Unidos, chefs de hoteles y restaurantes preparan ensaladas y numerosas recetas con palmito, que se produce y empaqueta en nuestro país. Se trata del Palmito La Cima, que sale de la planta productora en Guápiles, propiedad de la empresa Demasa.

Según comentó Han Geesink, Gerente de Ventas Internacionales de Palmito La Cima, el nivel de exigencia de sus clientes, los incentiva a mantener estándares de calidad muy altos, "en Francia y en Estados Unidos, nos auditan constantemente para asegurar que los requisitos establecidos por los consumidores de esos países sean cubiertos".

Geesink agregó que esta planta es una de las más modernas en su área, los procesos de esterilización y pasteurización son automatizados y cuenta con certificación ISO 9001 – 2000 que asegura la consistencia en la calidad del producto, y además es la planta más grande del mundo diseñada para el procesamiento de palmito en conserva.

La ventaja es que la calidad también se queda en Costa Rica, pues aseguró que el mismo producto de exportación se distribuye en el mercado local. Para los clientes de hoteles y restaurantes, cuentan con el palmito en diferentes cortes, y en presentación de food service. ▲

Pastelería convertida en Arte



SOLUCIONES CREATIVAS BAKE & COOK

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

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



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

Decanter premia a Tabalí

La consistencia de Tabalí, especialmente con su Syrah del Valle del Limarí, se ve reflejada en un nuevo premio entregado por la revista Internacional Decanter.

El 4th Decanter World Wine Awards Dinner, realizado el pasado 5 de septiembre, en el London's Victoria & Albert Museum, otorgó el premio "el mejor Syrah del mundo bajo las 10 libras", al vino Reserva Syrah 2005 de Tabalí.

Felipe Müller, Enólogo de Tabalí, comentó que se trata de un importante reconocimiento, tanto para Tabalí, como para toda la industria chilena, ya que sitúa a un Syrah chileno en lo más alto, bajo las 10 libras en el mercado inglés. "La enorme influencia de la revista Decanter en un mercado tan competitivo y exigente como el de Inglaterra, hace que este premio tenga una resonancia y un significado muy especial para nosotros, sobre todo por el efecto que provocará en muchos otros mercados donde Tabalí vende sus vinos".

"Por otro lado, confirma nuevamente el enorme potencial que tiene el Syrah en los viñedos que posee Tabalí, el Valle de Limarí y que el trabajo realizado año a año por nuestro equipo, está dando resultados", agregó el enólogo. ▲



Líderes en distribución de Productos Orientales

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

Representantes:
Nishimido Trading Inc. / Mutual Trading Inc. (Productos Japoneses)
Well Luck Co. Inc. / Hong Shing Co. Ltd. (Productos Orientales)

Importador y Dist. Exclusivo para CR por Ancylfer S.A.
Lee Yuan Kee USA, Inc. (Salsas Orientales y Salsas Chinas)

ADVERTENCIA: Nos reservamos el DERECHO LEGAL de propiedad intelectual de nuestras marcas registradas para el caso de violación e infracción de alguna ley aplicable respectiva de acuerdo a la ley local. No garantizamos el consumo de productos no registrados como a la venta en el mercado. Cualquier consulta puede llamar al 256-8106 de servicio al cliente.



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



Automercado fuerte en playas

El complejo Tamarindo Heights, que recientemente abrió en esta localidad, cuenta también con un Automercado, que según comentó Javier Bouza, Gerente de Mercadeo, forma parte de la expansión de esta cadena de supermercados en zonas costeras. "Estamos en Herradura, en Tamarindo y lo haremos en Playas del Coco", comentó Bouza.

Las comidas preparadas, como el sushi y la panadería, han sido muy bien recibidas, y según reveló Bouza, uno de los productos más vendidos en la zona es el vino blanco, por lo que esperan poner a disposición una enfriadora de vino, para ofrecer un mejor servicio. Agregó que además, firmaron un convenio con el Centro Cultural para repetir las presentaciones de los grupos de artistas extranjeros en Tamarindo, no solo en el Automercado sino en las escuelas y colegios del área. ▲



¿Qué hay de nuevo? Un café con tiempo

A Ricardo Quesada muchos le conocen por su empresa Las Torres, dedicada a la producción y comercialización de siropes y productos para preparar y complementar bebidas a base de café, pero ahora este barista se lanzó en la aventura de abrir su propia cafetería.

En el centro de Oreamuno de Cartago, encontró un rincón perfecto, que desde junio convirtió en su propio laboratorio de experimentos.

"Abrir la cafetería para mí cumple con dos objetivos, el primero es la satisfacción personal, es un proyecto que he madurado desde hace tiempo, y en segundo lugar lo he utilizado como un laboratorio para probar las diferentes metodologías de preparación de café".

Quesada es un apasionado de la investigación y desarrollo, y ello calza muy bien con su profesión de barista. "Una de las teorías que he probado en la cafetería es que se puede hacer un café al estilo tico, chorreado, manteniendo la calidad en cada taza. Esta es solo una de las tantas teorías que he podido aplicar en este laboratorio".

El "café chorreado a la tica", como se anuncia en el menú, es preparado mediante el método de infusión. El salero coloca en la mesa un chorreador con bolsa y una taza, y en otro recipiente el café en forma de infusión en agua hirviendo. Al mismo tiempo, coloca un reloj de arena que mide los tres minutos que el cliente debe esperar para pasar el café por el chorreador.

Quesada asegura que este ha sido uno de los mayores atractivos de la cafetería, ya que involucra al cliente en el proceso, pero para hacerlo, y responder a la demanda, cuenta con varios chorreadores, y bolsas limpias para cada nuevo café que se prepare, ya que asegura que la limpieza y presentación de las mismas, forma parte fundamental del proceso, tanto por el sabor del café como por la estética que debe guardarse.

Ricardo Quesada, Cafetería Las Torres, Cartago. ▲

Bio-Soluciones
Soluciones Biológicas del Caribe S.A.

Servicio de Tratamiento Biológico de aguas residuales

Plantas de tratamiento
Tanques sépticos
Trampas de grasa
Baños, cocina, tubería

Elimina malos olores rápidamente.
Aumenta la velocidad de la descomposición de la materia orgánica.
Mejora la calidad del agua.

www.bio-soluciones.com
551-1298 / 280-6338
Tels.: 384-6069 / 351-8297

"TRATE BIEN EL AGUA CON UNA SOLUCIÓN BIOLÓGICA"

"LDFOOD ES LA MEJOR OPCIÓN PARA SU RESTAURANTE"

LDFOOD es el software que le permite administrar de manera eficiente y completa su restaurante.

info@ld.co.cr • www.ld.co.cr • Tel (506) 256-6969

LDFOOD

¿Tiene muchas tazas por servir?

Sabemos la importancia de contar con soluciones versátiles, confiables y sencillas de operar.

Nuestro programa para servicio de café de alto volumen le garantiza una calidad constante en cada taza, tiempos de preparación mínimos, movilidad de los puntos de servicio y confiabilidad.

No solo producimos el mejor café, también brindamos las mejores soluciones para sus restaurantes.

BUNN FETCO®

Ofrecemos soluciones integrales para su servicio: té, vasos, endulzantes, filtros, entre otros.

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



60 años de experiencia...

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



Equipos para
Hotelería y
Restaurante



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



Equipos para
Lavandería



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



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



Tips del chef

Cerveza: Mitos y verdades

“La luz solar afecta la cerveza”

Cierto. En 15 minutos de exposición de la cerveza al sol se desencadena una serie de transformaciones químicas en los componentes de la misma, que generan sabores y olores que pueden ser desagradables y provocan un deterioro significativo en la calidad del producto.

¿Es mejor abrir la cerveza en el justo momento en que será consumida?

Cierto. Abrir la botella o la lata de cerveza mucho tiempo antes de ser consumida tiene efectos negativos sobre el producto, pues la cerveza perderá gas carbónico y tendrá un sabor general apagado.

¿Es diferente la cerveza de barril a la embotellada o enlatada?

Falso. La cerveza de barril (draft) cuenta con la misma composición que una cerveza en botella o lata. La única variación es que se ha envasado en un sifón.

¿La cerveza de barril es una cerveza cruda?

Falso. El término cerveza “cruda” es erróneo. La cerveza de barril es una cerveza completa. Aunque los sifones no se pasteurizan y eso hace que la cerveza tenga una vida menos prolongada, al ser un producto más delicado, pero no significa que la cerveza de barril “esté a medias” o bien que falta “cocinarla”.

¿Hay que ponerle hielo al vaso para disfrutar mejor el sabor de la cerveza?

Falso. Ponerle hielo al vaso diluye la cerveza y la hace perder todas sus cualidades.

La cerveza debe enfriarse adecuadamente antes de servirse, para evitar ponerle hielo al vaso. No se recomienda tampoco servir en vaso “congelado” o “escarchado”, porque en caso de servir la cerveza a una temperatura “bajo cero grados”, la cerveza se convertirá en una especie de granizado, afectando así su sabor al diluirse.

¿La cerveza es alta en calorías?

Falso. La cerveza no contiene grasa o colesterol y es baja en azúcares. Las calorías en la cerveza provienen principalmente de su contenido alcohólico. Un vaso de cerveza de aproximadamente 250 ml., contiene 103 Kcal, comparado con las 120 Kcal de un vaso de jugo de manzana, 134 Kcal de un vaso de leche o 205 Kcal de un volumen similar de yogurt de frutas.

Fuente: Manual Didáctico, Programa Experto Cerveceros. Cervecería Costa Rica, 2007. ▲

Maestros cerveceros

¿Sabía usted que la temperatura apropiada para disfrutar una cerveza varía de acuerdo con la experiencia y el gusto del consumidor, así como del lugar y el momento en que se deguste la bebida?

La temperatura bajo cero grados centígrados o un grado sobre cero (-1°C ó +1°C) es ideal cuando la persona desea una experiencia refrescante y consume un menú de platos o “bocas” menos formal.

Entre tres y cinco grados centígrados (3°C y 5 °C) la cerveza gana en sabor al reducirse el efecto del frío que duerme las papilas gustativas. Esta temperatura ayudará a sentir con mayor intensidad el sabor de la cerveza y de los platillos que se degusten con ella. Se recomienda para cuando la persona opta por escoger un menú más elaborado.

Porque la cerveza puede ofrecer más que una sensación de frescor al paladar y su consumo responsable puede brindar diversos beneficios a sus consumidores, Cervecería Costa Rica (CCR) lanzó el programa Experto Cerveceros, dirigido a restaurantes, clubes y hoteles, e incluye teoría y práctica gastronómica, a fin de ofrecer capacitación integral que contribuya a mejorar el servicio de la industria de alimentos y bebidas en el país.

“Experto Cerveceros busca ampliar el conocimiento de los profesionales de este sector respecto a la cerveza, en todos sus aspectos. Si ellos se convierten en expertos en el tema, los consumidores podrán contar con una guía que les ayude a elegir la cerveza apropiada para acompañar sus platillos”, explica Henry Zúñiga, Gerente de Trade Marketing de Cervecería Costa Rica.

El programa aborda diversos aspectos de la cerveza:



Alfredo Echeverría, Consultor del Programa Experto Cerveceros, Joachim Wagner, Maestro Cerveceros y Henry Zúñiga, Gerente de Trade Marketing de Cervecería Costa Rica.

desde la elaboración, los ingredientes que la componen, los diferentes tipos de cerveza y su manipulación correcta, así como las técnicas de servicio y maridaje con la buena mesa.

“De la mano de nuestros aliados en la industria de alimentos, el programa buscará posicionar al país como un destino gastronómico de primer nivel”, concluyó Zúñiga.

Guía general sobre algunas cervezas:

- Ligeramente seca y amarga (lupulada): Pilsen Bavaria
- Sensación seca y con tonos dulces (malteada): Bavaria
- Equilibrada (ni muy lupulada ni muy malteada): Imperial
- Equilibrada y liviana en sabor: Imperial Light
- Compleja en sabor (malteada) y liviana en calorías: Bavaria Light ▲

AGENCIAS JOP S.A.

LO MEJOR EN

Paños (toallas)
Sábanas
Cobijas (frazadas)
Colchas
Almohadas, etc.



Artículos de primera calidad a los mejores precios.

Tel: 257-3868 • Fax: 223-3112 • agenciajop@amnet.co.cr • www.agenciasjop.com

¿Cómo vender

El consumo de vino en Costa Rica ha ido en aumento en los últimos años. La venta de vino por copa fue uno de los principales detonantes, y los hoteles y restaurantes han sabido aprovechar este auge.

Apetito realizó un sondeo entre varios distribuidores de vinos, para conocer los restaurantes que han presentado mayor crecimiento en la venta de esta bebida. Entre los que recibieron más menciones están Le Monastère, los restaurantes del hotel Real Intercontinental, y el hotel y restaurante Jardín del Edén, en Tamarindo. Precisamente, estas son parte de las estrategias que estos negocios aplican para sacarle el máximo provecho a la "bebida de los dioses".

Muy en serio

Contar con cuatro nuevas propuestas gastronómicas (Factory, Nau, Lobster y Alfredo) ha dado sus frutos a la cadena Intercontinental. Daniel Cañas, Director de Alimentos y Bebidas, asegura que de marzo a septiembre, la venta de vino tuvo un crecimiento exponencial. "Al momento, estamos vendiendo en promedio 6,6 veces más que el año anterior, y estamos proyectando un crecimiento de un 12% para finales del año, lo que significa que si vendíamos una botella diaria, al final del año vamos a vender 12".

Además del aumento de oferta, Cañas atribuye este crecimiento a los precios accesibles, tanto en el menú como en la carta de vinos.

"El rango promedio que la gente busca son 30 dólares por botella, y con este precio espera un vino de buena calidad.

Para ofrecer vinos de calidad a estos precios, lo que hacemos es duplicar el precio de costo, a diferencia de lo que tradicionalmente se ha hecho en los hoteles que es cobrar hasta 4 ó 5 veces el costo de las bebidas".

El resultado, asegura Cañas, es la mayor frecuencia de visitas, mayor volumen de compras, y los resultados se notan en la caja.

"El vino es un producto terminado, que no requiere de grandes gastos, evidentemente hay que considerar los costos de almacenamiento, electricidad, bodegaje, salones, pero ello no justifica cobrar 5 veces el valor". Para incluir un vino en la carta, se toman en cuenta los comentarios que se publican en revistas especializadas como el Wine Spectator, los premios que reciben, y si se trata de sacarlos de la carta, prevalece el sentido común, ya que se basa en los que menos movimiento presentan, tomando en consideración factores como el precio. "No se puede comparar el movimiento que tiene un vino de 30 ó 50 dólares, al que puede tener uno de mil dólares, que al igual debe mantenerse".

La capacitación es tomada muy en serio. Cañas comentó que el Somelier recibe constantemente cursos tanto dentro como fuera del país, y éste a su vez transmite los conocimientos a los salones. "Todos los días dedicamos 10 minutos a hablar de vinos, el somelier se reúne con los salones y comentan diversos temas, desde temperatura, tipos de vinos, orígenes, cepas, maridajes. La idea es invertir tiempo y aprovecharlo muy bien, porque muchas veces las capacitaciones de varias horas no son tan efectivas. En algunos casos, también realizamos degustaciones en conjunto con distribuidores".



Daniel Cañas, Director de Alimentos y Bebidas del hotel Real Intercontinental, "cuando me preguntan cuál es el mejor vino, siempre digo: no existen los vinos malos, es el gusto de cada persona el que determina la preferencia".

más vino?

Variedad que satisface

Entre el 85% y el 90% de los licores que vende el restaurante Le Monastère, en Escazú, son vinos. Selene Batista, asegura que en los últimos 5 años el aumento en el consumo de esta bebida ha sido de un 35% a 40% y parte del éxito lo atribuye a la variedad de oferta que manejan, ya que con una carta que supera los 300 tipos de vinos, es difícil que un cliente no encuentre uno que se ajuste a su gusto y presupuesto.

Para Batista, la falta de capacitación es uno de los principales problemas que enfrentan los establecimientos en la venta de vinos, ya que se trata de un producto que para ofrecerlo, es necesario conocerlo.

En el caso específico de su personal, Batista asegura que reciben capacitación constante, de los proveedores como del restaurante, y consiste en cursos, talleres y catas, además de información de cada vino, a través de fichas técnicas y asesoría de los enólogos de las diferentes compañías.

Afirma que existe mucha información disponible, y que los distribuidores colaboran bastante en el proceso de capacitación, por lo que la responsabilidad de actualizarse también recae en cada persona.

Uno de los principales cambios que ha percibido en el mercado ha sido la incorporación de las mujeres como consumidoras más activas, "actualmente las mujeres son clientes tan fuertes como lo son los hombres, y esto tradicionalmente no era así".



Selene Batista, Restaurante Le Monastère: "las mujeres son clientes tan fuertes como lo son los hombres, y esto tradicionalmente no era así".

Vinos de Excepción y Prestigio

Delika Tasting the good life
by Gourmet Imports

Para sus pedidos al detalle y de Foodservice Tel.: 281-2855
Fax: 253 0449 • www.gourmetimports.co.cr

Alexander Artavia Rivas, Gerente de restaurante Jardín del Edén, en Tamarindo. "Nuestro público meta tiene 28 años en adelante. Son personas que disfrutan del vino como una opción noble al no abuso. La comida fusión les da flexibilidad para tomarlo".



- Es costumbre que los vinos blancos se consuman a una temperatura de entre 8°C a 10°C, y los vinos tintos a "temperatura ambiente" (para esto se descorchan aproximadamente entre una a media hora antes de ser bebidos). Sin embargo, la "temperatura ambiente" correspondiente a los vinos tintos es relativa, en un día con temperatura de más de 30°C es prácticamente absurdo beber el vino a tal temperatura.

- Cuando se habla de "temperatura ambiente" la referencia de temperatura suele ser la de la bodega y en tal caso se aconseja beber un vino tinto que tenga una temperatura de 18°C a 25°C (algunos consideran temperaturas incluso más bajas: 15°C, e incluso 13°C para los tintos jóvenes o los claretos).

Blancos para el calor

En los últimos años, la venta de vinos en Tamarindo, Guanacaste, ha aumentado de forma significativa. La construcción de nuevos hoteles y restaurantes, el aumento del turismo y de la cantidad de extranjeros residentes, españoles, franceses, alemanes, italianos, suizos y norteamericanos, son juez y parte del proceso.

Alexander Artavia Rivas, Gerente del Restaurante El Jardín del Edén, tiene 8 años de trabajar en la zona y ha sido testigo del cambio en el comportamiento del consumidor.

Artavia asegura que el 45% de los licores vendidos en Tamarindo sale de la cava del Jardín del Edén, y según comentó, la balanza se inclina más hacia los blancos, sobre todo en días muy cálidos. No obstante, los tintos también son muy cotizados para acompañar las cenas. "Con el surgimiento de la cocina fusión, la cultura vinícola ya no es tan rígida. Hay más libertad para escogerlos", agregó.

En la aplicación de estrategias para la venta, establecen como regla mantener muy bien informado al personal con respecto a los gustos de los clientes, y, cómo intuir sus preferencias para recomendarles una opción exitosa. Todo el personal se capacita día a día. Se les transmiten conocimientos específicos, más la experiencia acumulada en trabajos anteriores.

Artavia comentó que la influencia extranjera, así como la recomendación médica de consumir vino, influyen en el aumento de la preferencia por esta bebida.

"Una muy buena Carta de Comidas, exige una muy buena Carta de Vinos. Con ese parámetro escogemos y deseamos los vinos de nuestra Cava".



Su proveedor de confianza

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



Venetian

Serie en Melamina por GET Enterprises, Inc.

La serie del patrón de Melamina de Venetian es el diseño que destaca todo lo positivo del arte culinario
Durable, accesible y resistente a máquinas lavaplatos.

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO PARA COSTA RICA



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

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



Cocina de Sueños

Un canadiense es el responsable de los cuatro restaurantes del Centro Comercial La Marina Los Sueños, y asegura que satisfacer los gustos más exigentes no le quita el sueño, como sí lo hacen los proveedores.



Para Darrell Thomas, el servicio lo es todo, él cree firmemente en la máxima: “el cliente tiene siempre la razón”, y no tiene ningún inconveniente en hacerla cumplir, cuando atiende a los visitantes de los restaurantes del Centro Comercial de la Marina Los Sueños, en Herradura.

Sin embargo, asegura que la historia cambia cuando se trata de sus proveedores. Para Thomas, lo más complicado en el proceso de producción es ser cliente.

Asegura que con algunas excepciones, la experiencia con los proveedores no ha sido la ideal. “Estoy acostumbrado a trabajar con proveedores que resuelven problemas, eso es así en todas partes. Por eso, creo que lo más difícil de mi trabajo aquí ha sido ser el cliente, es increíble cómo les cuesta entender el verdadero significado de servicio, algunas veces da la impresión de que nada es urgente para ellos”.

Thomas comentó que en cuanto a vinos y licores, ha optado por comprar a una licorera en Jacó. “Ellos me dan un servicio excelente, en el momento que necesito algo me lo traen, no importa el día o la hora, y la ventaja es que tienen gran variedad de productos, incluso se han preocupado por ampliar su oferta, con base en lo que les pido”.

Dejar huella

Thomas llegó en el 2003 a pasar unas vacaciones a

Darrell Thomas, Director de Alimentos y Bebidas de la Marina Los Sueños, “Para obtener siempre lo mejor, hay que saber qué se quiere y exigirlo”.

Costa Rica, sin afán y atraído por el ambiente tranquilo, consideró varias ofertas de trabajo, fue así como se quedó para administrar los restaurantes de la marina. En ese momento, sólo funcionaba El Galeón, cuya remodelación fue su primer proyecto, lo siguiente fue abrir otros cuatro restaurantes, todos en el Centro Comercial de la Marina. En este proceso estuvo involucrado de lleno, tanto en el diseño del menú, el concepto de los restaurantes, como en la parte física, con el arquitecto, diseñando la distribución de bares, cocinas. Sin embargo, no todo es negativo con los proveedores, pues asegura que en esta labor contó con mucho apoyo por parte de la empresa Tips.

Comenta que en el proceso ha logrado conformar un equipo muy sólido de colaboradores, y espera quedarse el tiempo suficiente para dejar un aporte a la gastronomía del país. “Estoy pensando en abrir una escuela de cocina internacional, que funcione en temporada baja, para entrenar a mis propios empleados, quiero que ellos también tengan éxito, el conocimiento los va a beneficiar como profesionales, no solo para trabajar aquí, sino para desempeñarse donde quiera que elijan estar”.



Seabass Galeón

Ingredientes:

1 seabass de 170 gr.
3 rebanadas de pancetta, super delgadas
150 grs. pork belly: pancetta de cerdo ahumada de la casa
600 ml. de salsa de chipotle y tomate

Rosti:

1 papa grande homeada con piel, sal y pimienta (fría)
Mantequilla para freír
2 rebanadas de tomate
1 huevo
Manteca, grasa de tocineta

Salsa de aguacate y estragón:

1 aguacate
8 hojas de estragón frescas
1 cucharadita de aceite de trufas
50 ml. de crema dulce
50 ml. de vino blanco
5gr. de cebolla picada

Ensalada de espárrago encurtido:

4 espárragos
Julienne de chile dulce rojo, zanahoria, cebolla morada, pepino
Aceite de oliva
Vinagre de vino tinto
Miel, sal y pimienta

Prepreparación:

Saltear la pancetta para quitarle un poco de grasa. (guardar la grasa). Cocinar lentamente en salsa de chipotle y tomate hasta que suavice. Dejar enfriar y hacer trizas con dos cucharas. Hacer un puré de la salsa y guardarla.

Pelar y rebanar la papa con los hoyos más grandes de la rebanadora. Mezclar la papa con el huevo, sal, pimienta y un poco de la grasa. Saltear en un molde con mantequilla y grasa. Guardar. Hacer un puré con el aguacate, estragón, y el aceite de trufas. Guardar en recipiente sellado para que no cambie de color. Blanquear 4 espárragos, mezclarlos con la julienne. Hacer una vinagreta y agregarla a los vegetales.

Preparación:

Saltear el seabass envuelto en pancetta. Calentar el rosti en el horno. Hacer la salsa en una sartén mezclando la cebolla, agregando el vino blanco. La crema de aguacate sal y la pimienta vienen de último, poco antes de servir sobre el plato. Calentar la salsa de chipotle y agregar la pancetta en tiras. Cortar el rosti en dos para tener dos rebanadas. Hacer una torre con rosti, rebanada de tomate, pancetta en tiras, tomate, rosti. Cuando la salsa está caliente, servirla sobre un lado del plato, montar el seabass sobre la salsa, el rosti a la par.

Agregar la julienne de vegetales sobre el seabass. (El pescado no tiene que ser seco, ni la pancetta).

Centro gastronómico

Darrell Thomas es el Chef Ejecutivo de los restaurantes de la Marina Los Sueños. La mayoría de los clientes son propietarios de las villas, huéspedes del Hotel Marriott, y dueños de espacios en la marina, aunque el ingreso al Centro Comercial es abierto al público, por lo que también llegan clientes de otras localidades.

La oferta está conformada por:

El Galeón: Restaurante elegante

Bambú: Sushi y comida asiática

Lantern y la Terraza: Italiana y Lounge Bar

Dolce Vita: Cafetería y repostería, todo hecho en casa.

Hook Up: Lugar de encuentro, bar deportivo. ▲

POS Software

AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO EN LA ADMINISTRACIÓN DE SU RESTAURANTE

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

ventas@sygsistemas.com

San José: 290-1970
Guanacaste: 670-1758

www.sygsistemas.com



Reyes de la industria hotelera en El Salvador

Cinco franquicias se han posicionado en los primeros cinco escalones de la industria hotelera en El Salvador. Radisson, Decameron, Real Intercontinental, Sheraton y Hilton están a la cabeza de 286 hoteles, una industria que, desde enero del 2006, aporta al turismo el 5% sobre la base del precio diario por el servicio de alojamiento.

Por Metz Rosales Martel

El joven empresario se baja del taxi. "Luis", el botones, lo recibe. Le da la bienvenida y lo saluda por su nombre, carga el equipaje y lo acompaña a la recepción. Luego, el empresario, quien ha llegado por negocios a El Salvador, se dirige al ascensor que lo llevará al piso ejecutivo del hotel que suma 279 habitaciones y 5 estrellas desde 1998, cuando adquirió la franquicia Radisson. "Me hospedo aquí porque son amables y tengo todo lo que necesito, me envían el taxi al aeropuerto y (el hotel) queda cerca de los lugares donde tengo que movilizarme", comenta.

El hotel, propiedad del grupo Agrisal, es el más grande de El Salvador, según el ranking realizado por la Revista Apetito. Para elaborar este ranking se tomaron en cuenta el número de habitaciones, porcentaje de ocupación anual, número de estrellas y número de empleados. Así Radisson Plaza Hotel San Salvador, que posee una Torre, tres estrellas, de 84 apartamentos para largas estadías; y en Plaza hotel and suite, 195 habitaciones y suites con un porcentaje de ocupación anual del 75% y 395 empleados, encabeza bajo estos criterios el ranking de los cinco hoteles más grandes en El Salvador.

El grupo Agrisal, además, compró en abril del 2006 el Holiday Inn, un hotel cuatro estrellas, que ocuparía la casilla seis en el ranking.

Agrisal también ha construido un ambicioso centro de negocios "World Trade Center", que por una pasarela conecta a sus huéspedes del Radisson y que ofrece adicionalmente el alquiler de oficinas de negocios.

Ser parte de la franquicia y satisfacer las demandas de los clientes, ha implicado según Aldo Cárdenas, Director de Mercadeo y Ventas, una inversión millonaria en tecnología e instalaciones durante los últimos meses: que va desde cambiarse a fibra óptica para dar el servicio de internet inalámbrico gratis en todas las instalaciones del hotel, iluminar y señalar el parqueo para 500 vehículos, remodelar el lobby, hasta cambiar por completo las camas y almohadas de todas sus habitaciones.

Para estar a la vanguardia, no solo en los focus groups; las encuestas; el nuevo servicio one touch (para que los huéspedes puedan hacer llegar sus quejas o comentarios); y las dos evaluaciones anuales sorpresivas de los franquiciantes, han incidido.

Las visitas a la competencia también. "Fui al Sheraton a probar las camas. He estado en todos los hoteles, he monitoreado las tarifas y la ocupación de ellos. Compramos reportes sobre ellos y vemos la cartelera de banquetes...eso lo hacemos todos (los hoteleros)", confiesa Cárdenas, quien se vale de las copias de reportes que ha recibido. Mucha de esa información está registrada por la Asociación de Hoteleros de la que forman parte las franquicias, excepto Decameron, y por el Ministerio de Turismo Salvadoreño.

Para el 2006, el Ministerio de Turismo registraba 286 hoteles que suman 6,518 habitaciones, de éstas 4,998 fueron ocupadas en ese año, es decir que hubo una ocupación del 76.67%.

La hotelería en El Salvador genera 4,998 empleos, según el Censo Económico 2006 realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC). En total, el sector turismo (hoteles, transporte, agencias de viaje, restaurantes, bares y discotecas) emplean a 58,564 personas.

El Top 5 de los hoteles

Hotel	# habitaciones	# empleados	Porcentaje de ocupación	# estrellas
Radisson Plaza	279	305	75%	5
Decameron	260	N/A	N/A	3 y media
Real Intercontinental	228	N/A	N/A	5
Sheraton Presidente	225	290	77.62% (julio 2007)	5
Hilton Princess	204	N/A	N/A	5

Fuente: Asociación de hoteleros, sitios web de los hoteles y entrevistas.

Poder de las franquicias

El Radisson Plaza no siempre fue Radisson. El 19 de septiembre de 1955, nació como hotel El Salvador, tenía siete pisos y 210 habitaciones. Fue también Real Intercontinental. Y para 1975, antes de que se diera la primera ola de franquicias de fast food y restaurantes en América Latina (finales de los 80 y principios de los 90), este hotel pasó a ser administrado bajo la franquicia Sheraton y obtuvo automáticamente las cinco estrellas. Desde el 2005, esta franquicia opera el Sheraton Presidente, el hotel que ocupa la casilla número cuatro en este ranking.

El ahora Sheraton Presidente fue construido en 1978, por el gobierno. Luego fue subastado y en 1992, Antonio Safie, un empresario que posee tres canales salvadoreños, lo compró. El hotel tuvo que ser remodelado en su totalidad antes de aspirar a una franquicia. "En base a estándares de infraestructura y servicio nos dan un lapso de tiempo para alcanzarlos", explica Federico Guirola, Director de Mercadeo y Ventas del Sheraton, que posee 225 habitaciones y seis apartamentos.

Para crecer como hotel y mantener la franquicia, dice Guirola, hay que tener el personal calificado, espíritu de servicio, experiencia en la materia y sobre todo, mantener estándares de calidad.

"La hotelería es una industria de detalles, se gana clientes dependiendo de la forma en que los trate". Las estadísticas de ocupación anual, le dan la razón: en 2005, la ocupación fue de 67.91%; en 2006, de 77.22%; y a la fecha, de 77.62%. Para mantener esos estándares, los 290 empleados son capacitados mensualmente, se está cambiando el sistema de reservaciones por uno más sofisticado, hay promociones a través del sitio web y de la franquicia, y de las alianzas que este hotel ha hecho con agencias de viajes y empresas de transporte terrestre que operan para Centroamérica.

"La ventaja (de ser parte de una cadena) son las reservaciones que se generan a nivel mundial, y los programas de lealtad en los que nuestros huéspedes adquieren beneficios en todos los hoteles de Starwood Hotel and

Resorts, como vuelos gratuitos en más de 30 aerolíneas y noches de cortesía en más de 900 hoteles del mundo en nuestras 8 cadenas hoteleras", explica Guirola.

En Centroamérica, operan 215 franquicias, de estas 161 son de origen extranjero, en su mayoría de Estados Unidos (un 81%). Esto según la Asociación de Franquicias de Guatemala. En El Salvador hay 95 cadenas de franquicias. "La franquicia de una marca extranjera da muchos réditos. Una franquicia puede dejar hasta el 28% neto anual", según José Roberto Fernández, Dirigente de la Asociación de Franquicias de Guatemala, en una entrevista realizada por la revista Economía y Negocios.

Guatemaltecos, huéspedes por excelencia

Los directores de venta y mercadeo prefieren guardar en la caja fuerte de sus hoteles, las cifras que indican cuánto gastan los huéspedes durante su estadía. Coinciden en que los visitantes invierten en las cómodas habitaciones y en desayuno, cuando éste no es incluido, como en el caso del Radisson que sustituyó este servicio por el de Internet gratis. El Ministerio de Turismo tampoco ha logrado desagregar cuánto gastaron en hospedarse los más de 463 mil extranjeros que visitaron El Salvador hasta mayo de 2007; esto pese a que la Ley de Turismo establece que deben de pagar un 5% aplicado sobre la base del precio diario del servicio de alojamiento.

Ese dinero va a parar a las arcas del Estado como contribución especial para la promoción del desarrollo turístico. Lo que sí indican las cifras de la institución es que los turistas aportaron \$317.38 millones, su gasto promedio diario fue de \$93.9 y estadía promedio 7.3 noches. Es decir, que la ocupación hotelera fue de 62.5% durante el primer semestre de 2007. Para 2006, El Salvador captó \$780.3 millones en divisas derivadas del turismo, equivalentes al 4.2% del Producto Interno Bruto (PIB).

La mayoría de turistas, el 69.93%, viene de la región. Y el 24.42% de Norteamérica. Guatemala lidera las visitas, según cifras de migración, y de los mismos hoteles. La ocupación en el Radisson Plaza y Sheraton Presidente es en su mayoría de guatemaltecos. ▲

En el corazón del Quindío

Una zona tradicionalmente cafetera que en los últimos años ha hecho del turismo una actividad rentable.

La principal fuente de ingresos de la zona del Quindío en Colombia, ha sido tradicionalmente el café, pero la crisis mundial de precios que enfrentó este producto, en los años 90, llevó a sus habitantes a buscar nuevos nichos de mercado, uno de ellos fue el turismo.

Como explica Santiago Montoya, propietario del hotel Hacienda Bambusa ubicado en esa zona, todo comenzó como una alternativa para sobrellevar la crisis. "Las familias optaron por alquilar sus fincas a conocidos y familiares, lo que con el tiempo dio origen a una gran cantidad de visitantes a esta región".

Montoya comenta que en los últimos años, Quindío se ha convertido en el principal destino de interés en Colombia, al tiempo que toma fuerza a nivel internacional.

Este crecimiento acelerado va de la mano con la belleza natural que favorece a la zona, además del esfuerzo de los habitantes de la región que decidieron inclinarse por esta actividad. "La riqueza de la tierra la convierte en un 'tapete' natural de cafetales, plataneras, y variedad de cultivos donde el verde domina el paisaje. Adicionalmente, la biodiversidad es otra de sus principales atracciones. Su topografía, llena de pequeños cerros, lleva a los visitantes a sumergirse en un maravilloso viaje por el corazón de sus ríos y guaduales".

Enemigo burócrata

La actividad turística no es algo nuevo para Montoya, cuando se le presentó la oportunidad de abrir un hotel en el Quindío, ya contaba con diez años de experiencia en el negocio del turismo de aventura, y la organización



La zona cafetera de Colombia se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos de ese país. Hacienda Bambusa es una antigua casa de campo, completamente remodelada y convertida en hotel boutique, que combina la belleza rústica con todas las comodidades modernas.

de campamentos para estudiantes.

Asegura que la burocracia es uno de los peores enemigos de la industria. "Entorpece el trabajo, pues hace ineficiente la operación. Requiere mucho tiempo, el que debería ser dirigido al perfeccionamiento del producto en sí".

El hecho de ser una zona que apenas comienza a despertar en el negocio del servicio, presenta una dificultad que no es nueva tampoco para los hoteleros de Costa Rica, se trata de conseguir personal para los diferentes puestos.

"El reto más grande ha sido la preparación del personal. Es sumamente costoso y demanda mucho tiempo, pero es la base fundamental de esta actividad. El capital humano en Bambusa es fundamental, es nuestro motor y nuestro fin. La calidez y calidad humana de nuestro equipo se traduce en un ambiente de trabajo armónico y alegre". ▲

GALA DE CENTROAMERICA
EQUIPOS DE REFRIGERACION Y GAS

Contamos con la Mejor Calidad en Cuartos Fríos

Garantía de 1 año en todos nuestros equipos

227 2818 / 227 2848 / 834 6261

www.equiposgala.com

San Sebastián, Contiguo a Multifrío

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

Somos Fabricantes e Importadores

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

cek

Contáctenos: Tel. 241-2121

aqlventas@corporacioncek.com



Renovación porteña se tiñe de azul

Los proyectos dotarán a Puntarenas de condominios, atracaderos y locales comerciales.

Hace cinco años, la situación que vivía la provincia de Puntarenas la hacía poco atractiva de inversión. Hoy, el Puerto se viste con nuevas galas y se prepara para retomar su lugar como centro turístico por excelencia.

Esfuerzos conjuntos entre el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la Cámara de Turismo de Puntarenas (CATUP) y diferentes entidades privadas, entre otros, planean que para el 2010, Puntarenas brille de nuevo. Proyecto Urbano es una de las empresas privadas que participa de esta renovación. A través de tres proyectos diferentes, dotará a la provincia de apartamentos, entretenimiento y empleos.

Puerto Azul

La primera piedra ya se colocó. El proyecto Puerto Azul es el primero de tres iniciativas que construye la empresa Proyecto Urbano.

Ubicado en el antiguo Hotel Colonial, Puerto Azul cuenta con 20.000 metros cuadrados de terreno, donde se construirán cuatro torres de apartamentos. Estas edificaciones incluirán 176 condominios de lujo con uno, dos o tres dormitorios con vista a la playa o a la marina.

Para quienes solo desean pasar unos días por Puntarenas, ofrecerán hospedaje en el hotel boutique que lleva el nombre del proyecto y que cuenta con 60 habitaciones,

servicio de spa, cancha de tenis, entre otras atenciones externas como las piscinas con playa de arena blanca y zonas de entretenimiento.

Los edificios constarán de siete pisos, donde se distribuye un área con 44 locales comerciales diversos y de servicios en la primera planta, ocho condominios en las plantas siguientes y cuatro penthouses en la planta superior.

El atracadero privado tendrá capacidad para al menos 90 botes de hasta 60 pies de eslora.

La construcción inició a principios de este año y culminará en el 2009.

"El concepto fundamental de "Puerto Azul" es el disfrute de un estilo de vida magnífico, disfrutar el espíritu del mar y todas las bellezas naturales que se encuentran en los alrededores del Golfo de Nicoya", explicó Fabio Lemos, Presidente de Proyecto Urbano.

Veleros y cines

El segundo proyecto que la empresa iniciará este año se denomina Albatros y se ubicará en la antigua planta de atún.

Contará con un atracadero privado con capacidad para 70 botes, ofrecerá 70 apartamentos, diversos locales comerciales, un hotel, cinco salas de cine y varios restaurantes.

La última iniciativa abarca el área marítimo industrial y se denomina Pacific Boat Yard. Contará con un varadero y todo lo relacionado con el mantenimiento de veleros. Esto con el plan de abrir una Escuela de Vela con la que se pretende impulsar este deporte en Costa Rica, junto con las Regatas "Copa Puerto Azul", competencia que ya realizó su primera edición este año.

"Buscamos convertir a Puntarenas en un destino obligado para la práctica de la vela en Costa Rica y atraer eventos de corte internacional", añadió Lemos. Ambos proyectos pretenden finalizarse en el 2010.

Empleo para porteños

¿Cuál es la motivación de la empresa para invertir en una zona que parecía ser poco rentable y hasta riesgosa?

Fabio Lemos explicó que la inversión de más de \$100 millones se debe a que confían en que el Puerto siempre ha tenido todo para mantenerse en alto, tan solo es retomar sus potenciales.

"El proyecto tiene una ubicación privilegiada entre el Océano Pacífico, frente a las mejores playas de Puntarenas y el estero natural".

Lemos agregó que la ubicación estratégica de la provincia es su principal motor, pues se encuentra cerca de San José, de los aeropuertos y del principal centro portuario del país, como es Caldera.

Además, la cercanía con muchas de las mejores islas de Costa Rica son fuerte atractivo para negociantes y turistas.

"Es importante resaltar que se trata de un esfuerzo en conjunto. Desde el año pasado, se aprobó la Ley reguladora de la actividad portuaria del Pacífico, entre otros impulsos a través de diferentes entes".

El presidente de Proyecto Urbano, aseguró que esta reactivación de la economía generará al menos 2.000 empleos directos, lo que fortalecerá la pequeña y mediana industria.

Se pretende, además, realizar alianzas con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y algunas universidades para ofrecer capacitaciones a los trabajadores de la zona.

"Puntarenas tenía una economía deprimida, con esto esperamos colaborar con el mejoramiento de la zona", comentó Lemos. ▲

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

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

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



PROSERVICIO
Mantenimiento y Reparación de Equipos
Climáticos • Fricción • Eléctricos • Mecánicos



- Más de 30 técnicos especializados
- Flotilla vehicular
- Política de responsabilidad civil y de riesgos de trabajo
- Escalamiento técnico hasta el fabricante original
- Garantía con respaldo patrimonial

Servicio Técnico, Contratos de Mantenimiento y Logística de Repuestos.

Avenida 12 Calles 16-18, Bo. Los Angeles, San José de la terminal de buses de Puntarenas 25 mts. Oeste
Teléfono: (506) 223-0111 Fax: (506) 222-2412
email: info@proservicio.co.cr Website: www.kz.co.cr

KEITH & RAMÍREZ

EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES



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

Apetito
 La revista para hoteles y restaurantes

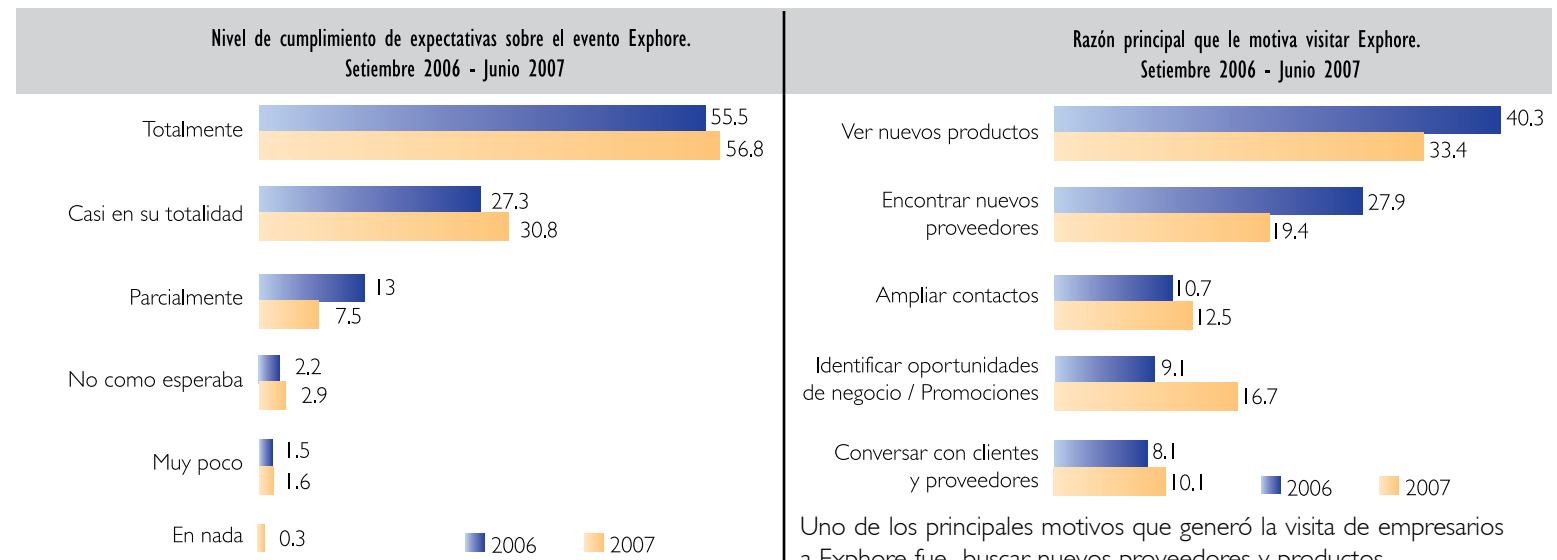
Para exhibir: Guillermo Rodríguez. guillermo.rodriguez@eka.net Tel.: (506) 383-1651
 Servicio al cliente: Milagro Obando milagro.obando@eka.net Tel: 520-0070 ext. 147

Adquiera su **entrada gratis** registrándose anticipadamente en www.exphore.com

EXPHORE 2007

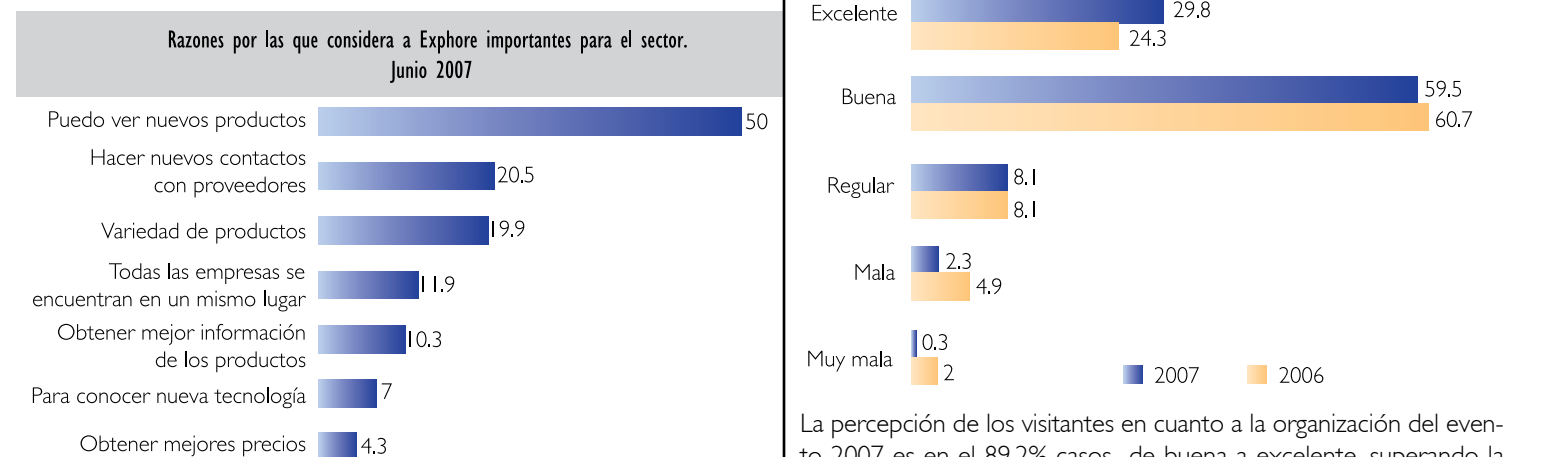
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES Llenó las expectativas

Encontrar productos innovadores, conocer o familiarizarse con una gran variedad de productos existentes y además, hacer nuevos contactos con los proveedores, siguen siendo las principales razones por las que los visitantes acuden a Exphore, de acuerdo con el estudio realizado por la empresa Api Sigmados, a los visitantes, durante los días que duró la feria.



Uno de los principales motivos que generó la visita de empresarios a Exphore fue buscar nuevos proveedores y productos

Los visitantes encontraron lo que estaban buscando, el estudio muestra que un 84.1% de ellos afirma que sus expectativas se cumplieron casi en su totalidad o totalmente, mientras que sólo el 4.8% no logró que sus expectativas se cumplieran.



La percepción de los visitantes en cuanto a la organización del evento 2007 es en el 89.2% casos de buena a excelente, superando la evaluación registrada en la feria pasada (85%).

Hayan o no visitado anteriormente la feria el 97.1% de los entrevistados considera que Exphore es un evento importante para el sector, por las herramientas que le proporciona para el desempeño de su labor. Cabe mencionar que esta apreciación sobre la feria es muy similar a la que se obtuvo con la encuesta realizada el año anterior.

Caroma fue la empresa que satisfizo en mayor proporción la curiosidad de los visitantes al ser calificados como los exponentes con el producto más innovador "Chococheese queso con sabor a chocolate de Monteverde" con un 8.1% de las menciones de los visitantes.



Lodi un pueblo que hace historia



Esta región ubicada en California, se lanza al mercado internacional para alcanzar el mismo prestigio internacional que tradicionalmente se le ha dado a regiones como Sonoma y Napa. Lodi se ha ido posicionando entre los conocedores de vino, como una zona privilegiada, por la innovación de sus vinicultores y en particular por las variedad de cepas. En años recientes, una de las apelaciones que más prestigio ha dado a esta región es la Zinfandel, entre otras variedades. Además, Lodi es la casa de la conocida marca, Woodbridge by Robert Mondavi, cuyo creador, Robert Mondavi creció en el pueblo. Mondavi es considerado uno de los hombres más influyentes de la industria del vino en Estados Unidos, muchos le dan el crédito por introducir los vinos de California entre los más finos del mundo.



Wyn Spiller de Nevada City Winery.



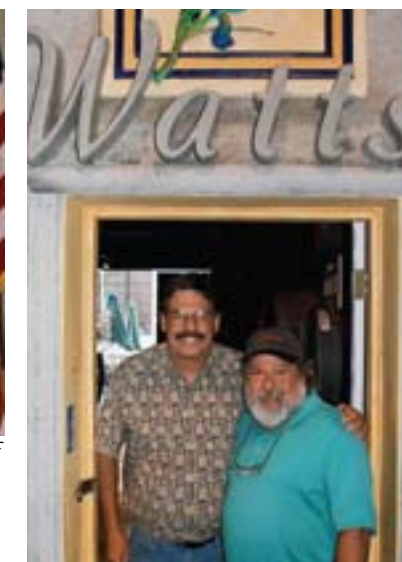
Señora y señor Holder, de Macchia Wines.



Laura Pickering.



Patrick Robert Presidente de Lodi Chamber of Commerce.



Sr. Watts y sr. Frank Haversack.



Ken Hemperson, Frank Gayaldo y Linda Henson de Embassy Wine.



Sr. Kapinaris de Stama.



Señorita Holder de Macchia Wines.



Frank Gayaldo, Manuel Escoto, Cónsul de Costa Rica en San Francisco y Carlos Chamberlain.

Un lujo... Todos los días

El restaurante Alfredo D Roma, es uno de los cuatro que recientemente abrió el hotel Real Intercontinental Costa Rica.

De acuerdo con la política de la franquicia, el chef tiene que ser un italiano, pero esta no es la única razón por la que Marco Cavenago ocupa el puesto.



Y es que pese a su corta edad, este chef de Milán cuenta con la experiencia suficiente para manejar la cocina de Alfredo. A los 14 años, ya tenía muy claro que su carrera sería la de chef, y por ello ingresó a la escuela de hotelería. Cuatro años después, con título en mano, comenzó a trabajar, primero en reconocidos restaurantes de su país, que luego fueron alternándose con temporadas en el exterior, y que poco a poco forjaron su currículo. El resultado es una amplia experiencia en cocina internacional, y desde luego, la italiana que también es una de sus favoritas.

Asegura que una de las etapas que marcó positivamente su profesión fue el trabajo en cruceros, por el nivel de profesionalismo que se exige en estos lugares.

“Trabajar en el equipo de cocina de un crucero es una de las experiencias que todo chef debería tener, es un nivel de exigencia muy alto, tanto en calidad como en cantidad de trabajo”.

En Costa Rica, lleva 9 meses, y asegura que no extraña nada de Italia, está muy cómodo con su puesto y espera quedarse por más tiempo, pues con picardía reconoce que además de su trabajo tiene otra razón para quedarse.

Como todo buen chef, a Cavenago le apasiona la creación de platos, pero asegura que el lujo no puede ser exclusivo de los concursos, sino que debe ofrecerse a los clientes todos los días.

“Me gusta crear platos con mucho color, hacer montajes de altura, pero sencillos de preparar, no estoy de acuerdo con esos platos que, por el nivel de complicación, no se pueden ofrecer en el menú de todos los días”.

Chuletas de Cordero en Salsa de Hierbas (4 porciones)

Ingredientes:

- 16 unidades de chuletas
- 4 unidades de papas grandes
- 600 grs. de espinacas
- 2 ramas de romero
- 1 rama de salvia
- 4 ramas de tomillo
- 20 grs. de mantequilla
- 10 grs. de aceite
- Sal y pimienta al gusto.

Para salsa: 250 ml. de fondo de cordero

Preparación:

Pelar las papas y cortarlas en forma de bastón, blanquear espinacas en agua caliente y salada, enfriarlas en agua y hielo. Después sacar las espinacas y secar. Saltear en la mantequilla las espinacas, y aparte freír las papas cortadas en forma de bastón.

Se pican todas las hierbas y se colocan en el fondo de cordero y se agregan la sal y la pimienta al gusto.

Condimentar las chuletas con sal, pimienta y aceite y cocinar a la plancha y una vez cocinadas colocar en el plato y agregarles la salsa del fondo de cordero y las guarniciones.

Recomendación:

Bavaria Dark, la redondez de esta cerveza representada por sus maltas con notas de dulzura armonizan con el sabor de la carne, sin embargo el cordero requiere de la ligera sensación de sequedad que también aporta el tostado de la malta y de la fina lupulación, característica de esta cerveza oscura.



de compras

Jopco Abanico de posibilidades

Con la meta de facilitar el trabajo de los departamentos de compras de hoteles, bares, restaurantes y negocios afines, Jopco abrió sus puertas en el 2003.

Por: Jopco

Con este propósito, los hermanos Gustavo y Juan Carlos Jop, Gerente General y Gerente de Ventas, respectivamente, han trabajado durante más de cuatro años, ampliando cada vez más la gama de marcas y productos que ofrecen, logrando así conquistar la preferencia de sus clientes.

“En Jopco ofrecemos diferentes opciones de productos, con variedad de marcas y estilos. Para nosotros, el buen servicio es la capacidad de garantizar excelente calidad a precios muy competitivos, esto es posible gracias a que somos importadores directos de marcas reconocidas internacionalmente”, comentó el gerente general.

Jop recalcó que el servicio post venta es uno de los aspectos que en su compañía se cuida muy de cerca. “Un ejemplo de esta preocupación es que mantenemos un amplio stock de producto, de manera que no sólo estamos en capacidad de entregar pedidos con prontitud, sino que podemos responder rápidamente a solicitudes de sustitución de productos, un caso frecuente es la reposición de piezas de cristalería”, comentó.

Y es que si lo que busca es variedad, basta con recorrer los pasillos de Jopco, en ellos es posible encontrar desde pequeños accesorios para el restaurante, cubretería, equipos para la cocina, ollas, sartenes, utensilios, freidoras, planchas, licuadoras, procesadoras, microondas,

Gustavo y Juan Carlos Jop, Gerente de Ventas y Gerente General de Jopco. La participación en ferias internacionales es una de las formas de mantenerse actualizados con las principales novedades que lanzan los proveedores.

romanas, equipos de limpieza (escobas, basureros, baldes con escurridor, palos de piso, mopas, cepillos, secadoras de manos, etc), así como todo lo necesario para restaurante y catering services (cristalería, vajillas, cubretería, chafing dishes, servilletas de tela, etc).

Otro de los fuertes de Jopco es la parte textil, en esta área cuentan con sábanas, colchones, paños, almohadas, forros de colchón, forros de almohada, cobijas, cubrecamas, cortinas de baño, además de accesorios para la habitación como radio reloj despertador, secadoras y racks para equipaje.

Muchos productos quedan sin mencionar, pues mantener un amplio stock de inventario forma parte del esfuerzo de Jopco por ofrecer un servicio ágil de entrega, garantizando la respuesta inmediata a las necesidades de sus clientes.

Para más información sobre sus productos puede comunicarse a los teléfonos 215-3545 y 213-75 83. A

Imesa gana terreno

Gracias a su combinación de servicio técnico, equipos de alta calidad y agresividad en mercadeo, Imesa se perfila como un fuerte proveedor en el mercado nacional.

Por: Imesa

Imesa Sistemas nació en el 2001, con el propósito de ofrecer servicio técnico a cadenas de comida rápida. Con los años, gracias a la constancia en la calidad del servicio, ha experimentado un crecimiento importante en su cartera de clientes, a lo que también ha sabido responder diversificando la oferta de servicios y equipos. De esta manera, Imesa se ha consolidado como un fuerte proveedor en el área de servicio, mantenimiento y distribución de equipos para hoteles, bares, restaurantes, comedores institucionales e instituciones públicas.

Como explica Jeffrey Mata, Encargado de Ventas de Imesa, un paso muy importante en esta consolidación fue la apertura de la sala de exhibición.

“La sala de ventas es un proyecto que se concluyó hace varios meses y definitivamente nos ha ayudado a posicionar la imagen de la empresa, y a dar a conocer nuestros equipos y servicios a un mercado más amplio, nos permite acercarnos a nuestros clientes a la gran variedad de equipos que representamos”, comentó.

Mata adelantó que entre los proyectos de Imesa se encuentra el acondicionamiento de una cocina con todos los equipos que la empresa distribuye, con el propósito de impartir capacitaciones, y demostraciones a los clientes, de manera que tengan la oportunidad de utilizar los equipos, conocer sus ventajas y evaluar la experiencia durante la práctica.

¡Ciberespacio de opciones!

Otro acertado paso de Imesa fue el lanzamiento de su página web: www.imesasistemas.com donde los clientes tienen un primer acercamiento con los equipos y servicios que esta empresa ofrece. Es un sitio muy amigable, y sencillo de navegar.

Al ingresar, el usuario se encuentra con una pantalla que presenta íconos con los links de las marcas que Imesa representa de manera exclusiva, y al navegar en cada una de ellas, se puede conocer en detalle la variedad de equipos que ofrece cada marca. En cada apartado, también se puede acceder a la página oficial de los fabricantes.

“La página ha tenido un fuerte impacto, tanto entre clientes habituales, como en potenciales. Este medio nos ha permitido realizar importantes transacciones, incluso hemos recibido solicitudes de cotizaciones de otros países”, comentó Mata.



Estrella en la cocina

Entre los equipos importados por Imesa se encuentran los hornos SmartCombi, de la marca Henny Penny, que como asegura Mata, una de sus principales ventajas es la estandarización de recetas, “sin importar quien utilice el horno, las recetas van a mantener una misma calidad, asegurando la consistencia en los platos”.

Otra de las cualidades es la gran diversidad de recetas que pueden prepararse, el horno cuenta con un menú con las recetas más populares. Además, este menú se puede personalizar con las recetas de cada restaurante. Para este propósito, la fábrica cuenta con un chef que ofrece asesoría, de manera que los platos se pueden programar en el menú del horno, incluso, el chef puede dar la asesoría directamente en la cocina del cliente.

Para más información sobre sus productos puede comunicarse a los teléfonos 272-7536. **A**

Teltian

Soluciones tecnológicas para hoteles y restaurantes

El hardware y software que ofrece Teltian responde a las necesidades de pequeños y grandes segmentos de mercado como hoteles y restaurantes.

Por: Teltian

Desde la central telefónica de alguna pequeña empresa, hasta la conexión inalámbrica interna y externa de un prestigioso hotel, son los clientes que la empresa nacional Teltian atiende desde hace tres años.

Teltian, que es una abreviatura de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información en Aplicaciones de Negocios, importa sus productos desde Estados Unidos y se especializa en tecnologías de comunicación de voz y datos.

Juan Ibarra, Presidente, explicó que, así como ofrecen aparatos que brindan conectividad a Internet a muchos usuarios, como en el caso de hoteles, edificios de condominios y restaurantes, también atienden pequeñas y medianas empresas (Pymes) con necesidades de comunicación específicas.

Conexión al mundo sin cables

En plena sociedad de la información, tanto el personal como los clientes requieren de una conexión a la red de forma inmediata y desde cualquier punto. Las redes inalámbricas (conocida también como Wireless o sin cable) de Teltian ofrecen la conexión para ambos tipos de usuarios y además cuida la seguridad de su negocio. “Es decir, todos tienen acceso, pero separamos las conexiones para que la seguridad interna de la empresa no se vea comprometida con el ingreso de los clientes a la red”, comentó Ibarra.

Además, dado que lugares como hoteles y edificios de condominios tienen una alta afluencia de usuarios, se requiere una mayor capacidad de conexión y mejor distribución de la señal. El enrutador inalámbrico de grado industrial, distribuido por esta empresa, está diseñado para instalarse en la intemperie y, debido a su antena especializada que dirige la señal, tiene más alcance y mayor desempeño.

Una computadora, muchas voces

Las centrales IP (siglas en inglés de “protocolo de Internet”) ofrecen múltiples ventajas sobre las centrales telefónicas convencionales a un costo mucho menor.

Una central IP, que consiste en una computadora que integra software y tarjetas especializadas, en su forma más básica, brinda múltiples aplicaciones, como correo de voz y distribución de llamadas, por las que en una central convencional típica habría que incurrir en costos



Estos dispositivos permiten la instalación de redes para acceso inalámbrico a Internet. El de forma cuadrada (al fondo a la derecha) es de grado industrial, especial para soportar el clima en exteriores, mientras que los demás se usan en espacios interiores.

adicionales.

Además, el software es abierto, lo que permite agregar aún más aplicaciones sin tener que comprar hardware extra.

Tanto las conexiones de red inalámbrica como las centrales IP, se adaptan a pequeños y grandes negocios.

“Si bien importamos equipos de grado industrial, también tenemos los clientes de las Pymes, a quienes siempre hemos buscado ayudarlos para que sean más competitivos”, agregó Ibarra.

De cara a los diferentes Tratados de Libre Comercio (TLC), esta empresa desea que sus clientes se conviertan en socios y puedan insertarlos con éxito en el mercado globalizado, principalmente a las Pymes.

Para más información sobre sus productos puede comunicarse a los teléfonos 258-8114. **A**

Limpieza económica sin tóxicos

Distribuidora Florex Centroamericana S.A., es una empresa dedicada a la limpieza integral, amigable con el ambiente, que produce y distribuye productos químicos biodegradables de alta calidad, bajo la marca Florex, además distribuye equipos y utensilios de limpieza y seguridad de marcas reconocidas a nivel internacional.

Por: Florex

Acorde con su compromiso ambiental, Florex ha desarrollado productos con características ambientales y de calidad para el mercado nacional e internacional, con la reducción del consumo de agua en estos productos (tanto en la producción como en su uso), y la sustitución de materias primas dañinas al ambiente y la salud y la mejora de las prácticas operativas industriales en general. "Hemos diseñado un sistema de reutilización de envases, lo que beneficia a nuestros clientes con la obtención de un mejor precio. Actualmente, estamos desarrollando un sistema integrado de calidad y ambiental para cumplir con los requisitos de las normas ISO 9000 e ISO 14001 (con miras a la certificación)", comentó Silvia Chaves, de Distribuidora Florex.



Silvia Chaves, Vicepresidenta de Distribuidora Florex.

Nueva generación

Aplicando en conjunto las metodologías de desarrollo para la sostenibilidad y gestión de calidad, Florex desarrolló la línea de limpieza "Nueva generación BioFórmula",

con productos amigos del ambiente y que no contienen APEO.

Servicio a domicilio a nivel nacional
Tels.: (506) 447-2323 / (506) 447-3240
Fax: 445-3248 / www.florexcr.com A

IMESA SISTEMAS S.A.

● Puntos de venta
● Hardware & Software

● Freidoras eléctricas y a Gas
● Exhibidores de Alimentos
● Rostizadores
● Empanizadores

● Sistemas de Comunicación

● Equipo de cafetería
● Percoladores
● Molinos

● Cocteles, batidos, conos, sundays, granizados

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

directorio...

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

tarifas.....precio anual/6 ediciones
Mención teléfono/fax (1 línea).....\$115
Mención en rojo.....\$125
Línea adicional (99 caracteres con espacios).....\$105
Anuncio 1 pulgada alto blanco y negro.....\$460
Anuncio 2 pulgadas alto blanco y negro.....\$950
Anuncio 3 pulgadas alto blanco y negro.....\$1200
Anuncio 3 pulgadas a color.....\$1350
Información: Karina Delgado al Tel.: 520-0070 ext:150
Le elaboramos el arte sin ningún costo adicional.

AIRE ACONDICIONADO

CLIMA IDEAL.....TEL.: 232-0460 / FAX: 232-4516
HI-TEC.....TEL.: 293-6811 / FAX: 293-6708
MULTIFRIO.....TEL.: 226-8071 / FAX: 226-3868

ALIMENTOS

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

ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

PROMERC **BIC**
PROMERC LAPICEROS BIC Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES.....TEL: 258-3544 / FAX 258-3346
MACRO COMERCIAL S.A.TEL: 293-6970 / FAX: 293-6963

CAFE

CAFÉ 1820.....TEL.: 233-8544 / FAX: 221-7340
CAFÉ MONTAÑA.....TEL.: 442-0000 / FAX: 442-0025
CAFÉ REY.....TEL.: 272-2323 / FAX: 272-0622
CAFÉ TRIÁNGULO DE ORO.....TEL.: 247-7900 / FAX: 235-6573
CAFÉ VOLIO.....TEL.: 272-2727 / FAX: 272-1212
CÁMARA DE TOSTADORES DE CAFÉ.....TEL.: 443-2676 / FAX: 443-2676
COOPETARRAZÚ.....TEL.: 546-6098 / FAX: 546-7098
COOPRONARANJO.....TEL.: 451-3733 / FAX: 450-0486
GRUPO CAFÉ BRITT S.A.....TEL.: 277-1620 / FAX: 277-1699
ICAFÉ.....TEL.: 243-7863 / FAX: 223-6025

CRISTALERIA

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

DESECHABLES Y EMPAQUES

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

DETERGENTES ORGANICOS BIODEGRADABLES

QUIMISURTEL: 237-3077 / FAX: 260-6340

EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTES

ARTICA S.A.....TEL.: 257-9211 / FAX: 222-0992
CCS COSTA RICA.....TEL: 282-5945 / FAX: 282-5954
COMERCIAL CAPRESSO.....TEL.: 234-7404 / FAX: 253-5296
ELECTROFRÍO.....TEL.: 244-5530 / FAX: 244-5830
EQUIPOS AB DE COSTA RICA.....TEL: 239-5516/ FAX: 239-5516
EQUIPOS NIETO S. A.....TEL.: 222-6555 / FAX: 257-0570
EUROTRADE, S. A.....TEL.: 296-0100 / FAX: 296-4304
GRANITTORE.....TEL.: 257-2828 / FAX: 257-5253
GRUPO FERGUIS.....TEL.: 260-5282 / FAX: 260-5282
IMESA.....TEL.: 272-7536 / FAX: 272-7583
KEITH Y RAMÍREZ.....TEL.: 223-0111 / FAX: 222-2412
REPRESENTACIONES ROMA.....TEL.: 224-9491 / FAX: 225-9298
ROMANAS OCONY.....TEL.: 253-3535 / FAX: 224-4546
SAECO.....TEL.: 291-1151 / FAX: 291-1656
TIPS.....TEL.: 290-2449 / FAX: 231-6042
TROPIGAS CR S.A.....TEL.: 438-2815 / FAX: 438-3720

FRUTAS Y VEGETALES

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

FOODSERVICE

BELCA C.R.....TEL.: 293-4075 / FAX: 239-0147
COMPROIM S.A.....TEL.: 261-6918 / FAX: 261-7354
DIPO - PEDRO OLLER.....TEL.: 256-0550 / FAX: 223-6045
DISTRIBUIDORA ISLEÑA DE ALIMENTOS.....TEL.: 290-6612 / FAX: 290-6615
DISTRIBUIDORA PANAL.....TEL.: 235-6898 / FAX: 235-2986
GLOBAL PARTNERS.....TEL.: 293-1896 / FAX: 293-2601
GRUPO CONSTENLA (DIVISIÓN FOOD SERVICE).....TEL.: 264-5000 / FAX: 254-8786
HORTIFRUTI.....TEL.: 272-1058 / FAX: 272-1610
KION.....TEL.: 680-0139 / FAX: 680-0679
MAYCA DISTRIBUIDORES.....TEL.: 209-0505 / FAX: 293-2326
PRICESMART.....TEL.: 283-4494 / FAX: 234-8937
PROVÉE.....TEL.: 216-3700/ FAX: 272-1995
RETANA Y SALMERÓN S.A.TEL.: 440-1631 / FAX: 440-3745
COMERCIAL TAYÚ.....TEL.: 221-1263 / FAX: 221-3730
UNILEVER C.A. FOOD SOLUTIONS.....TEL.: 293-4411 / FAX: 293-4420

FUMIGADORAS

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

MUEBLES Y DECORACION

ALMACÉN EL ELÉCTRICO.....TEL.: 286-2828 / FAX: 286-1414
ALMACÉN MAURO S.A.TEL.: 220-1955/ FAX: 220-4456
INDON LATINOAMERICA.....TEL.:845-5204 / FAX: 296-1231
Muebles en madera sólida. Fabricamos según sus requerimientos o puede escoger de nuestra amplia variedad de modelos. www.indonlatinoamerica.com
LÁZARO FEINZILBER.....TEL.: 257-0220 / FAX: 222-4839
MUEBLES NUEVO CONCEPTO.....TEL.: 285-2020 / FAX: 285-3772
PERGO.....TEL.: 225-2552 / FAX: 280-2592
SPANISH ROYAL TEAK.....TEL.: 282-4010 / FAX: 282-7306

Método de Escalerilla Solución al menú

Su diseño puede llegar a convertirse en una tarea muy ardua para el administrador y de no hacerse correctamente, atendería contra la satisfacción del cliente, la estructura de costos, y hasta contra los sistemas de inocuidad.

Por: María Bolaños•



Por esto, se hace necesario contar con un método de diseño y estructuración que de por resultado, menús amplios, variados y sin repeticiones. Esos famosos ciclos o plantillas de menú, en que se llegan a ofrecer 3 o más opciones de plato principal por día; seis o siete días por semana con preparaciones diferentes para el almuerzo y la cena y con variedad de ensaladas y guarniciones, definitivamente requieren la aplicación no solo de amplia técnica culinaria sino de ese método que simplifique el diseño, ya que de lo contrario, el menú tiende a ser

un obstáculo en la gestión de Alimentos y Bebidas. El Método de Escalerilla, permite este tan ansiado diseño y montaje de menús, por medio de la combinación de recetas "de forma escalonada o en sucesión ordenada de bases o platos, que garantiza variedad y ausencia de repeticiones o duplicidad en los días del ciclo". Se trata de un método matemático simple, que permite la estructuración ordenada, sencilla, segura y rápida de los datos del menú. Para aplicarlo, usted debe elaborar un listado de recetas por base, entendiendo por base, aquel ingrediente al que se le aplicarán diversas técnicas culinarias y que dará mayor variedad de platillos, preparaciones o recetas que constituirán el menú. Las bases son aquellos ingredientes, generalmente de más alto costo, que definirán o limitarán la variedad del

menú. Pueden ser solas o mixtas: una base sola es aquella carne o ingrediente principal que se sirve en una receta solo, acompañado de una salsa o con una técnica culinaria particular; por ejemplo diferentes tipos de carnes, pescado o pollo, asados, homeado, con una salsa tradicional o con una de gastronomía fusión. La base mixta es aquella carne o ingrediente principal que se incluye en platillos cuya receta se elabora utilizando, además, otros ingredientes en cantidades importantes. Tal es el caso de arroces, pastas, pasteles y cualquier otro ingrediente que se mezcle para producir un platillo principal, su definición permite contar con mayor gama de recetas para variar más el ciclo de menú. Es básico para aplicar el método, definir claramente cuántos días por semana tendrá el menú a estructurar, al igual que el número de tiempos de comida que se ofrecerán: almuerzo, cena o ambas y muy importante el número de opciones de plato fuerte que se ofrecerán por tiempo de comida. El Gerente de Alimentos y Bebidas sabrá si el menú es simple o complejo, ya que el primero es aquel que cuenta con solo un tiempo de comida y sin posibilidad de que el cliente elija entre varios platos fuertes. El

menú complejo, puede tener dos tiempos de comida y dos o más platos fuertes. Con los datos detallados y considerando del servicio de alimentos, la estructura de costos, el equipo con el que se cuenta, el género, sistema y tipo, el poder adquisitivo del cliente y hasta la edad del cliente, se procede a calcular el mínimo común múltiplo y en una plantilla se ordenan en forma secuencial, las bases de alimentos y se obtienen amplios y variados menús para ser producidos con gran calidad y sin odiosas repeticiones. El mínimo común múltiplo nos dice: el número de casillas con que contará la plantilla del menú; el número de semanas que lo formarán, y las veces en que se repetirá cada base de alimentos en todo el menú. Empiece definiendo los puntos que le detallé y próximamente aplicaremos los cálculos necesarios y listo ¡deleite a sus clientes con menús variados!

• Asesora de Cocinas Industriales y Restaurantes. Nutricionista Especializada en Alimentos y Bebidas
E mail: menuasesorias@hotmail.com ▲

Tips Equipos para Carnicería TOR REY

- Calidad y alta resistencia.
- Fácil instalación.
- Bajo consumo de energía.
- Garantía de 1 año.
- En armonía con el ambiente.

Distribuido por Tips S.A.
50 sur y 50 oeste de Canal 7
Tel: 290-2449 Fax: 231-6042
ventas@tips.com
www.tips.com

Tips Equipos de Refrigeración TOR REY

- Calidad y alta resistencia.
- Fácil instalación.
- Bajo consumo de energía.
- Garantía de 1 año.
- En armonía con el ambiente.

Distribuido por Tips S.A.
50 sur y 50 oeste de Canal 7
Tel: 290-2449 Fax: 231-6042
ventas@tips.com
www.tips.com

¿Debería haber control migratorio en las marinas turísticas?

En el país hay en lista alrededor de 18 proyectos de construcción de marinas, que darían capacidad para al menos 3.000 embarcaciones. ¿Pero quién controla la entrada y salida de personas?



Óscar Villalobos

Una marina turística es la instalación, marítima o terrestre, destinada a la protección, el abrigo y la prestación de toda clase de servicios a las embarcaciones de cualquier bandera. Así lo define la Ley de Concesión y Operación de Marinas Turísticas, Ley No. 7744, que opera desde 1997. Aún cuando el objetivo principal de estos lugares es fomentar el turismo, la actual falta de controles por parte de entidades gubernamentales puede dar pie para situaciones ilegales.

Miles de barcos

Los Sueños es la única marina que funciona en el país en este momento. Pero, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), este año se aprobará una marina más, que correspondería a la de Playas del Coco o a la de Bahía Cocodrilo, confirmó **Óscar Villalobos de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos (CIMAT)**.

Además, el CIMAT, ente que supervisa el desarrollo de estas zonas, tiene en lista alrededor de 18 proyectos en todo el país, los que darían capacidad para al menos 3.000 embarcaciones.

Villalobos amplió que, de acuerdo con la Ley de Marinas, "todas deben tener un espacio para que las instituciones del gobierno realicen sus controles". Migración es una más que debe controlar los procesos. "Sin embargo, en esta área existe una limitante de recurso humano para mantener personal fijo en el lugar y tener un control riguroso".

Controles migratorios insuficientes

"Las marinas se convierten en la manera ilegal y privada de ingresar al país", expresó **Mario Zamora, Director de la Dirección General de Migración y Extranjería**.

La falta de control da paso a narcotráfico,

prostitución y trata de personas. Sólo en lo que va de la presente administración, ya se han detenido tres buques con transporte ilegal de al menos 300 personas. Zamora comentó que actualmente solo hay un control permanente en Golfito, Limón y Playas del Coco, puesto que son los puntos oficiales del país para el internamiento de naves, pero es consciente de la limitante.

En el 2008, entrará en funcionamiento la División Marítima de la entidad, que atenderá puertos, marinas y litorales. Sin embargo, el monitoreo sería ambulatorio porque la institución no tiene recursos para atender de manera permanente.

No obstante, Zamora sostiene que los beneficios turísticos que traen las marinas son más que los problemas. "Este tipo de proyectos son sostenibles en la medida que haya un control migratorio. Los desarrolladores de proyectos deberían ser los más interesados, pero a veces se oponen a este control porque creen que van a hacer sentir mal al turista".

Inseguridad y narcotráfico

Juan Carlos Rodó, Gerente General del Hotel Best Western Jacó Beach, coincidió con Zamora en que las marinas, pese a los problemas que puede acarrear, resultan rentables. "No se debería impedir el desarrollo por pensar que no se va a poder controlar. Que ahora no haya buen control debe ser un motivo para superarse".

En contraparte, Sonia Alvarado, Presidenta del Comité Bandera Azul y Secretaria del Partido Cantonal Garabito Ecológico, opinó que los problemas pesan más que los beneficios. Alvarado presentó una denuncia ante la Defensoría de los Habitantes y envió un comunicado a Asamblea Legislativa, pues afirma que esta zona es una vía libre de ingreso que da paso a acciones ilegales. "Si no han podido controlar una marina, menos van a poder hacerlo con 20". **A**



Mario Zamora



Juan Carlos Rodó



CARRITO UTILITARIO

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



TAPA CON CIERRE HERMETICO

- Excelente contra derrames
- Económica tapa para Camwear Rounds



Utensilios para bar Aliso

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



UPCS 400 TRASPORTADOR AISLADO DE COMIDA

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



TENAZAS LUGANO

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



COLADORES PARA RECIPIENTES DE COMIDA

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



CADDY AJUSTABLE PARA PLATOS

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



ESTANTERIA DE PARED Y EXTENSIONES

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

¡Nuevo!

- Reduce trabajo.
- Mejora eficiencia.
- Minimiza deterioro

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

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



Nuevos Productos
Más Economía

CAMBRO.

DURABILITY THAT MAKES A DIFFERENCE

www.cambro.com

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



Tel. (506) 293-6970
Fax. (506) 293-6963
La Aurora, Heredia
www.macrocomercial.com



Tel. (506) 222-6555
Fax. (506) 257-0570
ventas@equiposnieto.com
Visítenos en Ba. Amón, 100m. oeste del INVU.

El tomar licor es nocivo para la salud



DISTRIBUIDORA
Yamuní S.A.

Tel.: 227-2222 · 227-2535