

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Hotel Peace Lodge
Waterfall Gardens

Prueba máxima

Un terremoto puso a prueba tanto a las estructuras del hotel como a la capacidad de reacción de su personal. Lee Banks propietario del hotel aseguró que el no tener víctimas mortales en su propiedad, es 50% suerte y 50% previsión. P.22

Hotel Lapa Ríos y Four Seasons Costa Rica P.24

¡Adiós a la comida de los hospitales! P.28

Bartenders nos dan sus mejores recetas P.32

California se prepara para Expovino P.18

suscríbese gratis en: www.apetitoenlinea.com



7 441025 500879

Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130



ENFRIAMIENTO GLOBAL

Líder en Soluciones Frías



POLO NORTE
COLD STORAGE

- CENTRO DE DISTRIBUCION
- ESPACIO CONGELADO
- ESPACIO REFRIGERADO
- MAQUILA DE PRODUCTOS
- TERMINAL DE CONTENEDORES

TEL: 2237-1660

www.coldstoragecr.com

info@coldstoragecr.com

Belca
FOODSERVICE

LLEVANDO CALIDAD Y SERVICIO
A SU EMPRESA...



Tel: (506) 2293-4075
Fax: (506) 2239-0147
www.belcacr.com

De Firestone, 1Km Oeste; La Ribera de Belén, Heredia.
Apdo.: 54-3006 Costa Rica



...en Belca le damos una mano al Medio Ambiente y la otra a nuestros clientes



Angie Mesalles Jorba
angie.mesalles@eka.net

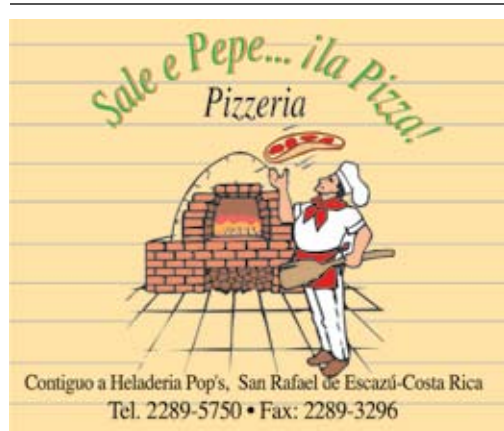
Preparados para una emergencia

Con sus 51.100 km², Costa Rica tiene un abanico de posibilidades de aventuras. Bosques, volcanes y ríos son ampliamente aprovechados por el sector turismo. Los costarricenses estamos habituados a los temblores, inundaciones y volcanes activos, que hacen tan atractivo nuestro país en el extranjero. Sin embargo, muchas veces se nos olvidan las recomendaciones de los expertos en cuanto a las condiciones de seguridad y prevención de accidentes.

Es responsabilidad de los hoteles y restaurantes establecer medidas preventivas y de seguridad y darlas a conocer a sus clientes. Recordemos revisar constantemente los sistemas de detección de incendios, así como las salidas de emergencia deben estar perfectamente señalizadas, iluminadas y despejadas. No esta de más proveer al turista de una linterna, así como colocar un extintor en el cuarto. Déle a conocer las vías de evacuación a sus clientes. Revise que los planos de evacuación e indicaciones estén claras para sus huéspedes; deben estar bien colocadas y ser suficientes para todos los ocupantes del hotel y/o restaurante.

Es de suma importancia, con fines preventivos, que revisemos y repasemos con frecuencia los planes establecidos para que sepamos cómo actuar en el hipotético caso que nos toque vivir un incendio, un temblor o una emergencia en el restaurante u hotel, porque sino, de nada servirán las reglamentaciones ni medidas preventivas que tengamos.

La clave para sobrevivir a una emergencia es la de estar preparado para ella. Todos los establecimientos deberían contar con medios mínimos para hacer frente a una eventual emergencia; desgraciadamente no muchas personas siguen estos consejos, con la excusa de que ocupan espacio y "casi nunca" se utilizan, cosa que en la realidad no es así.



Emergencias hay muchas. Lo vivido el pasado 8 de enero puede pasar en cualquier otro momento, así como una inundación o una erupción volcánica. Afortunadamente no son circunstancias habituales, sin embargo sabemos que puede pasar y debemos estar prevenidos.

Contiguo a Heladería Pop's, San Rafael de Escazú-Costa Rica
Tel. 2289-5750 • Fax: 2289-3296

Presidente

Karl Hempel Nanne

karl.hempel@eka.net

directora general

Michelle Goddard

michelle.goddard@eka.net

editora

Angie Mesalles

angie.mesalles@eka.net

Shirley Ugalde

shirley.ugalde@eka.net

asesor comercial

Guillermo Rodríguez S.

guillermo.rodriguez@eka.net

Tel: 8997-1651

directora arte

Nuria Mesalles J.

nuria.mesalles@eka.net

diseño y diagramación

Irania Salazar Solís

Erick Alvarado Rojas

fotografía portada

Photodisk

directora eventos

Carolina Martén

carolina.marten@eka.net

circulación

Yariela Duarte ext. 152

yariela.duarte@eka.net

colaboradores

Yokebec Soto

Angelith Picado

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Tel.: 2231-6722 Fax: 2296-1876
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica

www.apetitoenlinea.com

Suscríbese gratis

Ingrese sus datos en
www.apetitoenlinea.com ó
llámenos al Tel.: 2231-6722 ext.152

LA DECISION ES FACIL



El triángulo de la higiene

Mejora en higiene y limpieza

Reducción de costos

Tranquilidad

Tork - una parte del grupo mundial SCA

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

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

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

Para comentarios y preguntas llamar a: Costa Rica: 800-737-8424 • Nicaragua: (505) 552-2936 • Honduras: (504) 234-1598 ó 551-2410
El Salvador: (503) 2287-8111 • Guatemala: (502) 2353-1155 • Panamá: (507) 236-3333 ó 304-4272
www.scacentroamerica.com • infotork.centroamerica@sca.com





Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Con lo que cuesta ganar un cliente.

La familia disfrutaba un paseo en bus al centro de San José, pasamos a caminar por el bulevar de la avenida central y re-conocer el centro. Transcurridas dos horas se acercaba la hora del almuerzo y el hambre se empezaba a sentir. Al final nos decidimos. Todo empezó bien y fue mejorando, el ambiente agradable, el aire josefino, disfrutar la experiencia y la compañía. Nos sirvieron el almuerzo en el tiempo esperado, los platos estaban bien presentados, el servicio fue amable, que más podíamos pedir, hasta el espresso que tomamos estaba en su punto. Se veía la mano de un director consciente del servicio y complacer al cliente. Se acercaba la hora de pagar la cuenta y las muchachas decidieron ir al baño, para alistarse y continuar viviendo la ciudad capital. Los viejos pagamos y nos disponíamos a salir cuando oí la voz que me llamaba, "Papi Papi, viera lo que nos pasó." Presté atención inmediata a esas palabras que siempre la reclaman. "Viera, la muchacha que nos atendió entró al baño y salió sin lavarse las manos" "liuuu" pensé, tan bien que iban las cosas, tanto esfuerzo del equipo, para que por 1 minuto, un poco de agua y jabón se pierda un cliente por dejazón. Espero disfruten esta edición, y quedo como siempre a la espera de sus comentarios.

Karl Hempel
Director

contenido



Al momento del terremoto, habían 350 clientes en el hotel y el parque, más los 180 empleados. "Probablemente habían más personas aquí que en todo el pueblo de Cinchona, por eso es increíble que no tuviéramos víctimas mortales, necesitamos decir gracias a Dios por eso". Lee Banks, propietario del hotel.

12 Aperitivos

22 Notas Internacionales

18 Expovino

California se prepara para Expovino

Hotelería & Gastronomía

22 La Paz a prueba de un siniestro

Un terremoto de 6,2 grados puso a prueba el hotel Peace Lodge Waterfall Gardens

24 Aprenda a codearse con los mejores del mundo

Hotel Lapa Ríos y Four Seasons Costa Rica reciben reconocimiento internacional

28 Cafetería del Hospital Cima San José

Fusión de sabor, color y texturas

26 Turismo

CANATUR

Impacto de recesión económica en la industria turística costarricense.

32 Especial de Licores

Reconocidos bartenders nos dan sus mejores recetas

En verano el clima cálido invita a saborear bebidas frescas. Los cocteles a base de licores son los protagonistas indiscutibles en los hoteles y restaurantes.

De compras

34 Yamuni Mayoreo

Solución completa de compras

36 Ancyfer:

Apuesta por el servicio

38 Polo Norte:

Un socio estratégico

40 Keith & Ramírez:

Apuesta fuerte en servicio post venta

41 Belca FoodService:

Compromiso ambiental

42 TIPS:

Para los amantes de la Cocina

44 Ingredientes

45 Exphore

49 Sobremesa

¿Qué podemos esperar para el turismo en el 2009?

¡El Sabor lo pone el Chef, los ingredientes nosotros!



¡Descubra nuestra amplia gama de productos, y el respaldo de nuestro servicio!



Contáctenos:
Tel: 22 09 05 50 Fax: 22 93 27 01
Visite nuestro sitio web:
www.mayca.com



Manitowoc
Máquinas para fabricar
HIELO

- 3 a 5 años de garantía
- Servicio
- Repuestos
- Accesorios
- Bajo consumo eléctrico
- Mínimo gasto de agua



ARTICA

Tel: 2257-9211
Fax: 2222-0992
ventas@artica.co.cr
www.artica.co.cr

Personas y Empresas en esta edición

- A**
Adam Tihany 25
Alberto Franco Mejía 49
Alberto Quintana 23
Alexander Castillo, 45
Alexandra Marnier 12
Alimentos Jack's 42
Alpiste 15
Ancyfer 36
Artica 45
- B**
Belca 41
Belca FoodService 44
Best Food de Costa Rica 45
Bob Burns 18
Bruno Zarantin 15
- C**
Café Illy 17
Cámara de Comercio de Lodi 19
Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) 26
Casa Lapostolle 12
Cayuga 24
Chef Ejecutivo Kracovia 10
Chrisana Sibaja 14
Claudia Acevedo Díaz 49
Complejo Turístico Tilajari 10
Cornelio Mesén González 10
Costa Rica Bright Teal 44
- D**
Dennis Montero 14
Dinamik por Tualfip S.A. 44
Doris Falconer 17
- E**
Ecoanálisis 49
Eduardo Yamuni 34
Edwin Chang 36
Elicer Mora 45
Enzio von Saalfeld B 45
Equipos AB 44
- F**
Federico Serrano 41
Four Seasons Costa Rica 24
Frank Gayaldo 19
Frank Haversack 18
French Paradox 12
- G**
George Alexander 19
Gonzalo Vargas 26, 50
Grupo Santa Margherita 15
Guillermo Rodríguez 19
- H**
Hacienda Pozo Azul 23
Hans M. Pfiste 24
Henry's Beach Café 32
hotel Arenal Springs 22
Hotel Arenas del Ma 25
Hotel Peace Lodge Waterfall Gardens 22
- Hotel San José Palacio 17
- I**
ICT 22
INA 30
- J**
Jan von Saalfeld V 45
Jesús Rivero 32
Joan Irish 18
Jon Irish 18
Juan Alonso Barraza 43
- K**
Keith & Ramírez 40
Kimberly Clark Professional 44
- L**
La Mansión Inn Boutique Hotel 10
La Marzocco 16
Lapa Ríos Rainforest Ecodge 24
La Yema Dorada 45
- Lee Banks 22**
Lorenzo Carboni 16
Luis Pérez de León 19
- M**
Marianela Monge 41
Mark Washburn 38
Masterpac 44
Más T'kila 33
Matías Aldoriso 43
Mauricio Cercone 16
Max Aragón 40
Mayca Food Service 14
Michele Dellavalle 17
Michelle Tilly 43
Michel Rolland 12
- N**
National Geographic 25
Nicolas Dreyfus 12
- O**
Ocotol Beach Resort 49
- P**
Pat Patrick 19
Pietro Poma 15
Polo Norte 38
- R**
Raúl García 17
Richard Barsetti 18
Roberto Goni 43
Rocío Calvo Bermúdez 28
Rodrigo Monge 10
Rolando Corrales 30
Ronald Zürcher 25
Rosse Mary Rodríguez Arias 10
Roy Torres 22
Ruth Obando 42
- T**
Tips 42
Tony Wheeler 25
- Y**
Yamuni Mayoreo 34, 44
Yanis Barsetti 18



Uno de los objetivos más importantes de todo restaurante y hotel es ofrecer el mejor servicio y los mejores platos pero sabemos que también velan por la limpieza e higiene de sus instalaciones y la seguridad de su personal

Participa en la Expo Seguridad Industrial de KIMBERLY CLARK - PROFESSIONAL® en donde podrá encontrar lo que usted necesita para tomar la mejor decisión en el momento de elegir los productos de higiene y equipos de seguridad personal para su negocio. Visítenos el 12 y 13 de marzo en el Hotel San José Palacio de 9 am a 6 pm.

Le invitamos a las conferencias:

Jueves 12 de marzo a las 2 pm
Buenas prácticas de manipulación de alimentos

Jueves 12 de marzo 4 pm
La importancia del uso de EPP en hoteles y restaurantes.

Viernes 13 de marzo 2 pm
Como crear cultura basada en seguridad y la importancia de uso de EPP

Más información: (506) 2298-3183 / www.kcprofessional.com





Desde el sur del desierto de Atacama en Chile llegan los vinos Tabalí, concebidos en el Valle del Limarí rodeados por el legado de sus nativos.

Pinot Noir
Carménère
Merlot
Cabernet Sauvignon

Assamblage
Chardonnay
Sauvignon Blanc
Late Harvest



Delika® Tasting the good life
by Gourmet Imports

Para sus pedidos al detalle y de Foodservice Tel.: 2281-2855
Fax: 2253 0449 • www.gourmetimports.co.cr

Cartas

Me confieso ser lector de la revista cada vez que llega al hotel, quisiera que por favor se note que hemos cambiado el personal en el departamento de alimentos y bebidas por lo que quisiera pedirles se cambien los nombres de las personas que reciben su revista.

El nuevo Chef se llama: Armando Montoya
El nuevo Restaurant Manager se llama: Charlie Burghamer
Muchas gracias

Cornelio Mesén González
Front Desk Manager
La Mansión Inn Boutique Hotel

Deseo suscribirme para que me llegue su revista a nuestro hotel, como encargada de eventos especiales me interesa muchas cosas que vienen en su revista.
gracias

Rosse Mary Rodríguez Arias
Coordinadora de eventos
Complejo Turístico Tilajari

R/Para Apetito es sumamente importante saber que nuestros lectores reciben la revista. Para suscribirse gratuitamente ó bien actualizar sus datos, lo pueden hacer de las siguientes formas:

1. Por medio de las boletas de suscripción que se incluye en cada revista.
 2. También se pueden suscribir vía telefonica al 2231-6722 extensión 152 con Yariela Duarte.
 3. En nuestra página www.apetitoenlinea.com
 4. O enviamos un correo a: suscripciones@eka.net
- Cualquier duda o consulta, por favor no duden en contactarnos.

Estimados señores de Apetito:
Hace unas semanas yo me había comunicado con ustedes para extenderles una invitación a nuestro negocio, les voy a comentar mas o menos que hacemos nosotros. Estamos ubicados 50 mts norte de la facultad de derecho de la universidad de Costa Rica, tenemos aproximadamente unas 42 sillas, tenemos un menú muy variado ya sea para tomar café o almorzar ya que contamos con un menú ejecutivo.

Tenemos una política de ayuda al medio ambiente y comida saludable, contamos con toda una organización para reciclar latas, vidrio y cartón. Además que no ofrecemos bebidas en lata, ni bebidas en vidrio, ni gaseosas, todos los refrescos son 100% naturales.

El lugar es muy acogedor por tanto invitamos a la revista a nuestro café, y disfrutar de un excelente café y una comida..

Sin mas por el momento me despido
Rodrigo Monge
Chef Ejecutivo Kracovia

R/ Muchas gracias por su invitación, próximamente nos estaremos comunicando con usted.

Redefina la belleza y calidad de la melamina



Calidad es nuestro primer nombre, excelente servicio es nuestra prioridad.



DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO
PARA COSTA RICA



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

www.get-melamine.com

Casa Lapostolle

Un pedacito de Francia en Chile

La bodega Casa Lapostolle tiene mucho que celebrar, su vino emblemático Clos Apalta 2005 fue elegido por la revista "Wine Spectator" como el mejor vino. A este reconocimiento se suma el de la revista "Wine Enthusiast", que le concedió el premio a la bodega del año del Nuevo Mundo. "Es una gran noticia tanto para Casa Lapostolle como para Chile ya que es la primera vez que un vino de América del Sur gana este premio. Esa información confirma que Casa Lapostolle brinda vinos de la mejor calidad" comentó Nicolas Dreyfus de French

Paradox, casa distribuidora de esta bodega en Costa Rica. French Paradox importa y distribuye más de 20 diferentes vinos de las 5 principales regiones de Francia: Bordeaux, Bourgogne, Beaujolais, Vallée du Rhône y Champagne, así como Cognac y los vinos de Casa Lapostolle. Para finales del año pasado contó con la visita del señor Jérôme Poisson, enólogo de la bodega Casa Lapostolle, quien comentó: "Además de dar a conocer nuestra bodega, queremos aprovechar el crecimiento que está teniendo Costa Rica en cuanto al conocimiento y variedad de vinos para

educación de nuestro vino". **Diseño de lujo** Alexandra Marnier Lapostolle, quien fundó en 1994 Casa Lapostolle en el valle de Colchagua, Chile, pertenece a la familia de los fundadores y dueños del reconocido licor Grand Marnier, además esta familia ha estado involucrada en la viticultura por generaciones. Michel Rolland, enólogo asesor, ha sido pieza fundamental en la creación de los mejores vinos de esta bodega. "Tratamos de hacer un vino único que tiene la elegancia y el estilo fran-

cés pero con los beneficios que ofrece Chile" enfatizó Poisson. "A partir de un estricto manejo y selección manual de las mejores uvas podemos lograr obtener el mejor vino" agregó. Casa Lapostolle invirtió US\$ 10 millones en el diseño y construcción de una bodega de 4,600 metros cuadrados, distribuidos en 6 niveles. Su especial diseño permite pasar el vino de un nivel a otro sin la utilización de una bomba. Esta bodega produce 180,000 cajas por año y son exportadas principalmente hacia Estados Unidos, Reino Unido y Japón.



El Clos Apalta es una mezcla de Carmenère, Merlot y Cabernet Sauvignon. Pero a partir del 2005 se incluyó una cuarta variedad Petit Verdot.

PROREPUESTOS
Partes & Accesorios Hoteles - Restaurantes - Comedores Institucionales

Le ofrecemos un mundo de repuestos y accesorios originales de fábrica y genéricos

- Cocinas ● Equipo de Refrigeración ● Lavavajillas
- Lavadoras ● Secadoras ● Rebanadoras
- Refresqueras ● Café expresso y mucho más...





Brindamos el servicio de encomiendas en todo el territorio nacional

Bajo el respaldo de:


KEITH & RAMÍREZ

Avenida 12 Calles 16-18 Bto. Los Angeles, San José de la terminal de buses de Puntarenas 25 mts. Oeste Teléfono: (506) 2223-0111 Fax: (506) 2222-2412 www.kr.co.cr



Buen gusto y mucho más...

Belleza, durabilidad y resistencia, todas son parte esencial del éxito. Usted lo sabe y Yamuni también.

Línea Institucional hoteles y restaurantes

yamuni mayoreo

www.yamuni.com

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066
De Mc Donalds Sabana 200 mtr. al este



Mayca será el distribuidor de la cadena de Hoteles Hilton

A partir del 1 de enero del presente año los hoteles Hilton Cariari, Hilton Fiesta Puntarenas, Hilton Papagayo y Hilton Aeropuerto Liberia serán abastecidos por Mayca Food Service.

Luego de un riguroso proceso de selección, la cadena de hoteles Hilton seleccionó como principal distribuidor a Mayca Food Service. "Para nosotros es un orgullo y un prestigio poder cumplir con todos los requerimientos de una cadena tan importante de hoteles a nivel mundial. Para Mayca es un logro ser el principal distribuidor y cumplir con las expectativas y standards de una cadena internacional que viene entrando al país." comentó Dennis Montero, gerente de distrito de Mayca Food Service. Y es que sus más de 3,000 productos divididos entre alimentos secos, bebidas, productos congelados y refrigerados, así como productos de limpieza y de papel, serán distribuidos en estos hoteles. "La cadena de hoteles Hilton es una cadena más que se nos une a nuestra cartera de clientes. El año pasado formamos una alianza comercial

con Musmanni, así como también somos el principal socio comercial de cadenas de comidas como KFC, Subway, Taco Bell, Quizno's, As, Wendy's, Outback, Rostipollos, entre otras"

Flotilla renovada

Mayca cuenta con 22 camiones diseñados con la más alta tecnología. "Nuestra flotilla están equipados para un control independiente de tres temperaturas: congelado, refrigerado y producto seco. Posee paredes especialmente diseñadas que no permite el paso del frío entre sus divisiones, de esta manera se garantiza la entrega del producto en óptimas condiciones". Para Montero, trece años en el mercado y el conocimiento del negocio fueron sólo algunas de las ventajas que le permitieron participar y ganar este concurso. "Recientemente adquirimos el software WMS que nos

permiten un manejo óptimo en la administración del inventario, la infraestructura, distribución y almacenamiento de productos, así como la amplia selección de produc-

tos y el capital humano fueron sin duda ventajas competitivas donde Mayca logró diferenciarse" puntualizó Chrisana Sibaja, de mercadeo de Mayca.



"El área de bodega fue recientemente ampliada para almacenar la gran variedad de productos de Mayca"

"TODOS LOS INGREDIENTES DEL EXITO A SU ALCANCE"



DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES EN GUANACASTE



TEL: (506) 2680 0139 • FAX: (506) 2680 0679 • INFO@KION.CO.CR



Acompañante de sus comidas

Saber combinar el vino con la comida hasta convertirlo en una experiencia placentera, es la misión del grupo Santa Margherita. "La interacción del vino con la comida debe producir una sensación de placer" aseguró Bruno Zarantin, gerente de exportaciones del Grupo Santa Margherita de Italia, quien visitó recientemente el país. "Una de nuestras filosofías es que el vino sea un acompañamiento perfecto durante la comida; yo

personalmente percibo que un vino es bueno cuando se acaba justo un momento antes de haber terminado la comida, te lo terminas sin darte cuenta" comentó. Atentos a las necesidades del consumidor, Santa Margherita se diferencia, según Zarantin, "desde la perspectiva de que nosotros le preguntamos al mercado qué es lo que quiere, de esta manera nos encargamos de producir un vino para satisfacer las necesidades del consumidor; esto es lo que nos ha hecho exi-

to". Además, "Cuando vemos que nuestros consumidores están satisfechos con nuestro producto, nos sentimos aún más comprometidos de hacer un vino consistente año tras año y botella tras botella", puntualizó Zarantin. Alpiste ofrece a su público los vinos de Santa Margherita en sus variedades de Merlot, Cabernet Franc, Prosecco, Cuveé Prestige, Pinot Noir, Camenero y Cá del Bosco, así como su vino más emblemático



"Tenemos muy buena relaciones con nuestros importadores y buscamos una relación a largo plazo con Alpiste y Pietro Poma" aseguró Bruno Zarantin, gerente de exportaciones de Santa Margherita.

Equipos AB

Asesoría, Diseño, Fabricación e Instalación
Equipos en Acero Inoxidable Refrigeración, a Gas y Equipos Importados.

www.equiposab.com • Tel: 2239-5516 • Parque Industrial Barreal de Heredia

TALLER DEL chocolate

Sabana Norte. De Torre La Sabana, 150 metros Norte.
www.tallerdelchocolate.com • info@tallerdelchocolate.com
Tel./Fax: 2231-4840

TECNOLOGIA MUNDIAL CON TALENTO LOCAL

REFRIGERACION

OMEGA

25 AÑOS DE EXPERIENCIA EN

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

www.refrigeracionomega.com
info@refrigeracionomega.com

Sucursal Santa Ana
Brasil de Santa Ana
Teléfono: (506) 2203-3191
Fax: (506) 2203-0506
favila@refrigeracionomega.com

Sucursal San José
Ave 10, 100 mts este de la Gasolinera La Castellana
Teléfono: (506) 2248-3505
Fax: (506) 2235-5855
imperio@refrigeracionomega.com

Fábrica en Santa Ana
Piedades de Santa Ana
Teléfono: (506) 2282-9086
Fax: (506) 2282-7770
info@refrigeracionomega.com

aperitivos

La Marzocco De la mano con el barista

Servir una buena taza de café hace que la gente se acerca más a la cultura del café.



El barismo ha ido creciendo hasta convertirse en una profesión respetada, por lo tanto necesita de instrumentos para seguir mejorando. "Si alguien desea abrir un restaurante o un bar con especial atención en el café, es necesario poner mucho cuidado a los detalles que se requieren para servir

una buena taza de café; que la persona que lo prepara conozca lo que está haciendo y tenga los equipos adecuados" comentó Lorenzo Carboni, representante de La Marzocco, quien visitó recientemente Costa Rica. "Los equipos que nosotros representamos son utilizados en cafeterías que sirven café

de calidad" agregó.

La Marzocco es una pequeña empresa italiana con más de ochenta años en el mercado. En su búsqueda de ofrecer máquinas con alta tecnología, revolucionó el mundo del café con la creación de la primera máquina de espresso con caldera horizontal, y mediados de los ochenta lanzaron al mercado las máquinas con doble caldera. "La idea detrás de esta tecnología es aislar los servicios de vapor y agua para la extracción del café. Dichas calderas fueron diseñadas para trabajar simultáneas e independientes sin afectar la temperatura de extracción, gracias a la utilización de temperatura termostático altamente sensible, ofreciendo una máquina mucho

superior a las de caldera simple" comentó Carboni.

"La Marzocco es una máquina con un alto rendimiento, ideal para cafeterías que quieren ofrecer calidad" agregó Mauricio Cercone, de Distribuidora Espresso, quien representa la marca en Costa Rica. "Cuando vendemos una máquina tenemos como política interna de que nuestro técnico, que además es barista certificado por el ICAFE, capacita a nuestro cliente sobre el uso de la máquina. Ofrecemos servicio completo de repuesto, así como distribución de accesorios y detergentes para las máquinas" comentó Cercone.

Para mayor información Distribuidora Espresso al 2239-6932

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

Importador y Dist. Exclusivo para CR por Ancylfer S.A.
Lee Kuan Kee (USA) Inc. (Salsa Oatón y Salsa China)

ADVERTENCIA: Nos reservamos el DERECHO LEGAL de propiedad intelectual de nuestras marcas registradas pero en caso de violación a este derecho se aplicarán los artículos respectivos de acuerdo a la ley lo indague. No garantizamos el consumo de productos no registrados o copias a la venta en el mercado. Cualquier consulta puede llamar al 258-81-06 de servicio al cliente.

www.ancylfer.com

TEL: (506) 2256-8106 / 2223-3082, FAX: 2256 5840 • Avs. 10-12, calle 11, SAN JOSE CR. • E-Mail: chikfung@racsa.co.cr



Perfección de taza en taza

El éxito de un buen café expreso radica en muchas variables: el tipo de grano, la temperatura, el tiempo de preparación, la cantidad de granos y muchos otros detalles que hacen la diferencia entre taza y taza.

Para encontrar la combinación perfecta en sus productos, la distribuidora Alpiste, recibió la visita del experto en calidad de Café Illy, Michele Dellavalle. "El principal diferenciador de la marca Illy en relación con la competencia es la calidad, nosotros premiamos la calidad a nuestros productores por lo que obtenemos los mejores granos", afirmó Dellavalle.

Durante su estancia, el experto ofreció a los baristas el soporte técnico de calidad tanto para el producto como para el uso correcto de las máquinas de café. "El barista debe conocer la

presión exacta, porque esto puede afectar los sabores y aromas del café", además los costarricenses están acostumbrados a preparar y consumir café filtrado cuya preparación es más lenta y su sabor menos concentrado que el café expreso", agregó Dellavalle.

La empresa Illy recibió tres premios por su calidad durante el 2008 y tiene representación en países como España, Francia, Alemania, Holanda y EEUU.

Por otra parte, esta empresa impulsa la Universidad del Café, que ya tiene sedes en India, Italia, Brasil y este año se inaugurará un nuevo centro en México.

Si en su restaurante o cafetería aún no ha encontrado la "combinación perfecta" para complacer a sus clientes con un buen café, puede solicitar capacitación gratuita llamando a la empresa Alpiste al teléfono (506) 2215-3300.

aperitivos

Directo del país del sol Sabor japonés llena de sabor al San José Palacio

"Miyaco", es el nombre de la nueva alternativa gastronómica que ofrece el Hotel San José Palacio.

Se trata de un restaurante gourmet que ofrece los platillos de la cocina tradicional japonesa y creaciones propias al estilo "Barceló".

Según el gerente del hotel, Raúl García, esta oferta culinaria pretende unir dos tendencias, "la moda" de los restaurantes japoneses en el área metropolitana y la preparación de platillos con un alto estándar de calidad y distinción en cuanto a la rigurosidad de estilo y calidad de los productos que se utilizan.

Algunos ingredientes son importados desde Japón y otros son nacionales, fusión que permite la elaboración de platillos como el sushi de chocolate y frutas, únicos en el mundo.

El restaurante Miyaco ya está abierto al público y pretende ser un lugar de encuentro, especialmente para aquellos ejecutivos que laboran en los alrededores y por supuesto, para quienes no pueden dejar pasar la oportunidad de saborear un rico tempura mori o un teppan yaki tradicional.



"Miyaco ofrece el tempura mori, sushi de diferentes tipos, teppan yaki y miso shiru preparados al mejor estilo gourmet", comentó Raúl García, Director. Lo acompaña en la inauguración Doris Falconer, encargada de relaciones públicas.

JOPCO

Artículos para hoteles y restaurantes

- Paños
- Sabanas
- Almohadas
- Cobijas
- Colchones
- Cubre Camas
- Forros de Colchón

Tels. (506) 2215-3545 • 2213-7624 • jopco@racsa.co.cr • Guachipelin, Escazú.

California se prepara para Expovino

Al igual que el año pasado, Expovino contará con la presencia de un pabellón de Estados Unidos.



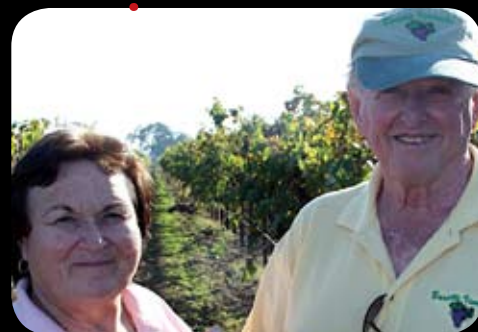
El señor Bob Burns está feliz de ser el encargado de logística del pabellón de Estados Unidos para traer los vinos directamente hasta ExpoVino.



Frank Haversack es uno de los organizadores del pabellón de Estados Unidos que participará en la próxima ExpoVino en octubre.



Joan y Jon Irish además de exponer, también participarán en Expovino con una charla.



Richard y Yanis Barsetti son dueños del viñedo Barsetti



El señor George Alexander produce concentrado de jugo de uva como materia prima para vino, como endulzante ó como sirope para panqueques.



Luis Pérez de León, está organizando a un grupo de productores de la región de Sonoma y Napa para traerlo a la próxima ExpoVino. Junto a él Frank Gayaldo y Frank Haversack



Pat Patrick, representante de la Cámara de Comercio de Lodi, Bob Burns, encargado de logística del pabellón de Estados Unidos para ExpoVino, Frank Gayaldo, promotor de vinos y organizador del pabellón, junto con Guillermo Rodríguez de Apetito.

POS Software

AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO EN LA ADMINISTRACION DE SU RESTAURANTE




San José: 2290-1970
Guanacaste: 2670-1758



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

ventas@sygsistemas.com



www.sygsistemas.com

Productores y Distribuidores de Artículos Hoteleros

Más de 50 años al servicio del sector hotelero internacional.



Tel.: (506) 2271-2965 / 2271-2968 • www.cazuca.biz • e-mail: informacion@cazuca.biz

Distribuidora
CAZUCA S.A.
¡Sus huéspedes y clientes satisfechos son nuestro negocio!



Somos **Fabricantes e Importadores**

Contamos con la Mejor Calidad en Cuartos Fríos

Garantía de 1 año en todos nuestros equipos

2227 2818 / 2227 2848 / 8834 6261

www.equipo-gala.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

Productores de Livermore



color,
textura
y sabor

A.D.L. Seafoods



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

Tels: 2228-1898 • 2664-3852
• Fax: 2289-2674
www.adlseafoods.com



LA MEJOR RESPUESTA A LOS RETOS DE
LIMPIEZA EN HOTELES Y RESTAURANTES
PRODUCTOS AMIGOS DEL MEDIO AMBIENTE

Costa Rica: 506-2241.2121 • El Salvador: 503-2510.1600 • Guatemala: 502-2427.0444 • Honduras: 504-556.6848
Nicaragua: 505-240.1248 • Panamá: 507-261.6605



"Sorprenda a sus clientes acompañando su café o postre con un chocolate personalizado... con un mensaje o con su Marca"



Obtenga un 10% de descuento automático al contactarnos a nuestra dirección electrónica

ventas@chocolategraphics.co.cr • www.chocolategraphics.com
Tel: (506) 2215-3454 • 2215-2791 • 2215-1869



PROSERVICIO

Mantenimiento y Reparación de Equipos
Gas • Refrigeración • Pesaje • Carnicería • Panadería

Ofrecemos:

- Reconstrucción y reparación de equipos
- Contrato de mantenimiento preventivo
- Instalación y limpieza campanas, ductos y sistemas contra incendios



Contamos con:

- Poliza de responsabilidad civil y riesgo de trabajo
- Escalamiento técnico hasta el fabricante original
- Garantía con un amplio repaldo patrimonial

Taller Autorizado por: **KEITH & RAMÍREZ**

Avenida 12 Calles 16-18 Bo. Los Angeles, San José de la terminal de buses de Puntarenas
25 mts. Oeste | Teléfono: (506) 2223-0111 | Fax: (506) 2222-2412 | www.kr.com.cr

La Paz a prueba de un siniestro

Un terremoto de 6,2 grados puso a prueba tanto a las estructuras del hotel Peace Lodge como a la capacidad de reacción de su personal.

"Nadie está realmente preparado para un terremoto. En el caso nuestro teníamos un plan para atender emergencias, personal capacitado en primeros auxilios, e incluso habíamos previsto situaciones como falta de electricidad o agua, pero en realidad no esperábamos que esto nos llegara a pasar". Roy Torres, gerente general del hotel Peace Lodge Waterfall Gardens, afectado en el terremoto que sacudió a esa zona el pasado 8 de enero.

Según afirmó Torres, si bien no se esperaban un desastre de esta magnitud, la reacción del personal del hotel y del parque, así como las fuertes estructuras de la construcción, fueron claves para evitar consecuencias mayores.

"Estamos sorprendidos con la forma en que reaccionó nuestro personal. Si bien algunos contaban con capacitación en primeros auxilios, lo cierto es que al momento de la verdad todos fueron héroes, incluso los que no habían recibido capacitación para atender emergencias, como es el caso del señor que barre los senderos, quien salvó a 20 turistas que se encontraban en una caminata al momento del terremoto".

Torres comentó que todo el personal del hotel y del parque mantuvo la calma, y se prestaron para sacar a los turistas en orden hasta los parqueos, que en ese momento eran los sitios

más seguros, todo ello pese a que en el momento de la emergencia no se encontraban en el hotel ni el gerente general ni el propietario, ambos se encontraban en San Carlos, en el hotel Arenal Springs, del mismo propietario. Según

contó Torres a ellos les avisaron sobre lo ocurrido a las 2 de la tarde, y en ese momento se fueron hacia Vara Blanca, en un viaje que culminaría a las 11 de la noche.

"Nos fuimos de inmediato, con el propósito de ir a



"No sabemos cuanto tiempo nos tomará reabrir el hotel. Esperamos que de dos a cuatro meses. Hay cosas sobre las que tenemos el control, pero otras no. Es imposible reproducir la naturaleza, por ejemplo 4 de las 5 cataratas quedaron muy dañadas, tanto que ahora parecen un tajo, tenemos que reconstruir muchos detalles, pero hay lugares peligrosos para el personal, y no estamos dispuestos a correr ese riesgo". Lee Banks, propietario del hotel.

calmar a los turistas y empleados, pero en el camino nos dimos cuenta que estaba cerrado el acceso, y entonces dimos la vuelta por Naranjo, para llegar por Heredia hasta la gasolinera de Vara Blanca, y desde ahí caminamos como 8 kilómetros por potreros y lo que quedaba de carretera, cuando llegamos al hotel, ya todos estaban ubicados en los parqueos".

Tanto turistas como empleados pasaron la noche en carpas improvisadas en el parqueo, al día siguiente contaban con la promesa del ICT de que serían evacuados, pero según confirmó Torres, eso no pasó de la promesa, pues todos salieron de ahí por su cuenta.

"Algunos turistas salieron caminando dirigidos por grupos de empleados, por las rutas de potreros hasta donde había transporte que el mismo hotel facilitó. Otros contrataron helicópteros privados para que los recogieran, pero el ICT al final no evacuó a nadie del hotel o del parque, como nos habían prometido el día anterior". El gerente general dijo ser consciente de que se trataba de una situación de emergencia, y que muchas veces a las instituciones del estado les cuesta organizarse debido a la burocracia interna, por ello recomienda no depender de este tipo de ayudas y buscar soluciones propias.

Consejos para prevenir

1. Construcción sólida

Basado en la experiencia que vivieron, Torres recomienda en primer lugar asegurarse de contar con una construcción sólida. "Creo que la fuerte construcción del hotel, fue un factor clave para evitar consecuencias fatales, ninguna de las estructuras del hotel se cayó, y eso fue muy favorable ya que al momento del terremoto habían muchas personas en las habitaciones y dentro del hotel". No obstante, Torres reconoce que también los favoreció Dios, ya que es poco lo que se puede hacer cuando una montaña completa se cae

2. Capacitación

En cuanto a capacitación, asegura que entre más personas se puedan tener preparadas mejor. "Nunca se sabe cómo van a reaccionar las personas en una emergencia, en nuestro caso nos dimos cuenta que tenemos muchos empleados que, además de su capacidad para desempeñar su labor, cuentan con liderazgo y demostraron su gran capacidad en situaciones extremas, pero como es difícil identificar quienes serán los que mejor reaccionen, lo que yo recomendaría es tratar de tener a la mayor cantidad de personal entrenado en primeros auxilios, y con el conocimiento de los posibles planes de evacuación para este tipo de eventualidades".

Al momento de la entrevista, el hotel se encontraba en proceso de reconstrucción, el plan es reabrirlo antes de Semana Santa, y para esa fecha tener también habilitado el parque. Para cumplir con los compromisos de reservaciones previamente realizadas, la empresa ofreció a los clientes la opción de hospedarse en el hotel The Springs, ubicado en las faldas del volcán Arenal en San Carlos, el cual pertenece al mismo propietario. "Se trata de una alternativa para quien la desee tomar, las habitaciones en The Springs cuestan casi el doble, pero las dejamos al mismo precio, y además estamos ofreciendo un masaje de dos horas como cortesía para estos clientes, para compensarles por el cambio, son dos conceptos diferentes, pero es lo que podemos ofrecer".

3. Autosuficiencia

Ser autosuficientes es otro de los consejos que apuntó Torres. "Nosotros tenemos capacidad para abastecernos de agua y electricidad, y ello nos ha favorecido en estos momentos, ya que no podemos depender de las instituciones públicas, si bien tanto el ICE como el AYA han hecho el mayor esfuerzo, lo mejor es contar con abastecimiento propio".

Las réplicas...

Sin duda el terremoto del 8 de enero afectó la actividad turística, tanto por los efectos inmediatos, como por consecuencias posteriores, como es el caso de los tours de rafting que se ofrecían en el cause del río Sarapiquí. Así lo confirmó Alberto Quintana, gerente general de Hacienda Pozo Azul, una de las empresas ubicadas en la zona, dedicada a la organización de actividades al aire libre para turistas, como los paseos a caballo, y los tours de rafting, cuyo principal atractivo era el propio río Sarapiquí, por su conocido esplendor, rodeado de una variada flora y fauna.

Según señaló Quintana, los tours de rafting fueron suspendidos el mismo día, debido a las avalanchas y la condición del río como consecuencia del terremoto, no obstante, en busca de nuevas oportunidades Pozo Azul trasladó sus operaciones de tours de rafting tres días después al río Puerto Viejo y al río Chiripó (también conocido como río sucio), los cuales han tenido una excelente respuesta".

Para Quintana, lo más difícil será recuperar la imagen de la zona, "el efecto del terremoto es fundamentalmente mental, y alimentado en gran medida por la cobertura tan intensa de la tragedia de nuestros vecinos de Cinchona, Vara Blanca, Poasito y Fraijanes. Estos lugares están en la ruta más antigua y conocida hacia Sarapiquí, y por ende la persona común confunde esta zona con la región Turística de Sarapiquí (La Virgen-Chilamate-Puerto Viejo-Horquetas) que se ubica no en las montañas sino en la llanura de Sarapiquí y donde la intensidad del terremoto fue reducida, muy similar a lo que se sintió en San José. Siendo un asunto de imagen es difícil cambiar esto muy rápidamente. Como ejemplo del alcance de las noticias hemos tenido agencias que nos dicen que algunos mayorista internacionales han pedido que trasladen las operaciones a otras zonas, a pesar que todos los tours se continúan operando y los hoteles e instalaciones están en perfecto estado".



La empresa ofreció a los clientes la opción de hospedarse en el hotel The Springs, ubicado en las faldas del volcán Arenal en San Carlos, el cual pertenece al mismo propietario.

Nombre:
La Paz Waterfall Gardens
Nombre del propietario:
Lee Banks
Nombre Gerente General:
Roy Torres
Número de habitaciones:
16 y una villa
Ocupación anual promedio:
98%
Ubicación:
Vara Blanca, Heredia

Hotel Lapa Ríos y Four Seasons Costa Rica reciben reconocimiento internacional

HOTEL LAPA RÍOS

Aprenda a codearse con los mejores del mundo

Que le aumenten una estrella a su hotel, es una buena noticia, pero que Forbes Traveler lo nombre uno de los 400 mejores hoteles del mundo, eso sí que es un privilegio.

Tal vez en su hotel se hospedó uno de los expertos de viajes que pudo haberlo incluido en el listado de este año, pero de ser así, algo le faltó a su servicio que le dejaron fuera de la prestigiosa lista.

(Ver Recuadro: ¿De qué se trata?)



Encanto Regional

Veinte hoteles latinoamericanos fueron seleccionados en la lista de los 400 mejores del mundo. La mayor parte de ellos no pertenecen a grandes cadenas hoteleras, con excepción de uno de los ganadores costarricenses, Four Seasons Costa Rica. Ejemplo de ello fue Lapa Ríos Rainforest Ecolodge, ubicado en Playa Carbonera en la Península de Osa, que recibió elogios porque sus propietarios John y Karen Lewis, fueron unos de los primeros en crear alojamientos ecológicos y por "mimar" a los turistas que se adentran en la jungla tropical.

Hans M. Pfister de la empresa Cayuga (administradora del hotel Lapa Ríos) admite que detrás de los reconocimientos siempre hay mucho trabajo.

"La clave del éxito está en la labor que se realiza con la comunidad y en la capacitación del personal, la cual ocupa en nuestro caso un presupuesto anual de \$20.000.00 anuales, que es a lo que yo llamo nuestra mejor inversión", afirmó Pfister.

Por otra parte, el experto en administración hotelera, señaló que gran parte de los fracasos de muchos locales pequeños en nuestro país se debe a que son un producto económicamente insostenible, con un mercadeo deficiente o con falsas promesas en relación con la protección ambiental.

"Para ganar un reconocimiento internacional debemos valerlos de nuestra autenticidad, de ofrecer una experiencia diferente a los clientes y por supuesto, cumplir nuestras promesas", señaló Pfister.

Para el Four Seasons Costa Rica, la historia es diferente. Este hotel se sumó a la prestigiosa lista por encima de otras sedes de esta cadena hotelera ¿Por qué sobresalió?, muy sencillo de decir y muy difícil de hacer: "por su impecable servicio y su fantástica cocina en el otro extremo del mundo".



Hans M. Pfister admite que los reconocimientos internacionales son muy importantes para el mercadeo hotelero. Suma entre otros la inclusión de Lapa Ríos y Hotel Arenas del Mar en la lista de los mejores destinos de Condé Nast Traveler y por si fuera poco el reconocimiento de la National Geographic a Lapa Ríos en su lista de los 50 mejores Ecolodges.

¿De qué se trata?

Forbes Traveler es una de las revistas de viajes más exitosas del mundo. Su equipo organiza un panel de expertos en viajes de lujo, provenientes de distintos sectores como políticos, chefs, arquitectos, diseñadores y periodistas de fama internacional.

Durante este año, figuraron entre estos exclusivos huéspedes Adam Tihany conocido diseñador de interiores y arquitecto de fama mundial, Tony Wheeler cofundador de Lonely Planet y Peter Greenberg, famoso escritor y redactor de viajes para The Today Show.

Estos personajes se suman a otros 76 expertos que visitan de primera mano unos 800 hoteles de cuatro y cinco estrellas alrededor del mundo y escriben comentarios sobre cada uno de ellos.

Una vez que Forbes valora las reseñas, se escogen los 400 mejor valorados y se publica el listado.

Quisquillosos

Más que una lista, Forbes Traveler se jacta publicar los comentarios de sus destacados visitantes, los cuales valoran las habitaciones, el servicios y la experiencia, destacando los puntos más fuertes de cada establecimiento.

Si usted creía que su infraestructura lo es todo, está muy equivocado, ya que muchos de los detalles que se valoran son los que menos se imagina.

"El mejor recepcionista", "una comida sofisticada y exquisita", "es como estar en un mundo aparte, maravilloso", son sólo parte de las notas que le dieron entrada a diversos hoteles en la famosa lista.



HOTEL FOUR SEASONS

El mundialmente reconocido diseño del arquitecto Ronald Zürcher alberga junto a las habitaciones del Four Seasons Costa Rica el "Rain Forest Spa" y la "Universidad Ecológica" que fueron muy alabadas por los críticos.

CANATUR revela estudio sobre impacto de recesión económica en la industria turística costarricense

La Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) dio a conocer los resultados del estudio "Percepción de los empresarios turísticos sobre los efectos de la recesión económica actual en el sector turístico nacional".

En la encuesta, realizada entre el 2 y el 9 de diciembre, participaron 86 empresas de los sectores Tour Operador, Hotelería, Agencias de Viajes y Rent a Car, establecidas en todo el país y de diferente tamaño. "La encuesta tiene como objetivo conocer el efecto de la actual crisis económica sobre el empleo, los niveles de reservaciones y ocupación para el último trimestre de este año y las reservaciones para el primer trimestre del 2009. Además, el interés del estudio es indagar la percepción de los empresarios respecto al crecimiento de su empresa este año y las expectativas para el 2009", indicó Gonzalo Vargas, Presidente de CANATUR. Dentro de los resultados más significativos la investigación menciona que a pesar de todo lo dicho sobre la recesión económica y sus efectos sobre el empleo en el sector turístico, casi tres cuartas partes (el 73%) de los empresarios manifestaron no haber despedido personal en los meses de setiembre, octubre y noviembre del 2008. El 26% de los empresarios afirmó haber reducido el personal de su empresa desde un solo empleado

Encuesta se realiza con el objetivo de conocer el efecto de la actual crisis económica sobre el empleo, los niveles de reservaciones y ocupación en el sector.

Encuentre este y otros comunicados en el sitio Web de CANATUR: www.canatur.org

hasta quince; dando como resultado que cada una de estas empresas, en promedio, ha despedido a 6 personas. Respecto a los efectos sobre el nivel de ocupación, sí existe una tendencia a la baja, pues la ocupación para los meses de setiembre, octubre y noviembre de este año fue menor para el 57% de las empresas entrevistadas, mayor para el 20% e igual para el 19%, esto en comparación con el mismo rubro pero en el año 2007. Las empresas que afirmaron tener un nivel de ocupación menor en este periodo, indicaron que la disminución fue de aproximadamente un 25.2%, mientras que las empresas que sí tuvieron un aumento indicaron que éste fue, en promedio, de un 24.4%. En materia de reservaciones, durante el mes de diciembre de este año, comparado con el 2007, la mitad de los empresarios indicaron que fue menor, el 34% indicó que fue igual y solamente un 12% manifestó que para el mes de diciembre las reservaciones habían aumentado. Cabe

destacar que la mitad de las empresas que reportaron una baja en las reservaciones, indicaron que la disminución fue de un 26,7%, y en el caso de las empresas cuyas reservaciones aumentaron, el crecimiento fue cercano al 27%. Además, el estudio agrega que ante la pregunta de cómo proyectan el crecimiento total para el 2008 con respecto a lo acontecido en el año 2007, el 42% de los encuestados afirmó que el crecimiento total del año 2008 será mayor que el crecimiento que tuvieron en el 2007, y mencionan que dicho crecimiento rondará el 20%. Casi un porcentaje similar, un 38% indicó que por el contrario su crecimiento para el 2008 será menor con respecto al año anterior, en un 24% aproximadamente, y el 19% indicó no tener variaciones en su tasa de crecimiento.

Expectativas 2009 y turismo nacional

En cuanto al nivel de reservaciones para el primer trimestre del 2009, más de la mitad de los entrevistados (57%) manifestó que dismi-

nuyeron en un 24,5%, en comparación con el mismo trimestre del 2008; mientras que el 9% de los empresarios indicó que las reservaciones serán mayores en un valor aproximado al 26,5%, en comparación con el primer trimestre del 2008.

La encuesta finaliza consultándole a los afiliados su proyección para el año 2009, a lo que casi la mitad (el 47%) de los entrevistados contestó que esperan que la actividad turística sea mayor en un 23,8% aproximadamente.

Por último, en torno a las ventas al mercado nacional en los últimos tres meses del 2008 (comparando con periodos anteriores), las respuestas se encuentran muy divididas, puesto que el 33% de las empresas afirma que estas ventas disminuyeron, el 32% indica que se mantuvieron igual y el 22% manifiesta que aumentaron. Tres de cada 10 de los empresarios que consideraron que las ventas disminuyeron calculan que la baja fue de un 28,3%, mientras que aquellas que reportaron aumento en las ventas al turismo nacional, consideran que el crecimiento fue de un 17,8%.

"Sabemos que se nos avecina un año lleno de retos para el sector. Será un año de acomodo que requerirá acciones certeras y obligará al sector a continuar trabajando en conjunto para sostener el dinamismo de la actividad", concluyó Vargas.



COSEY
EQUIPOS Y SISTEMAS DE SEGURIDAD

Seguridad es nuestra clave

COSEY, empresa líder en el suministro de cajas fuertes, cajas de seguridad y cerraduras electrónicas para hotel.



EURO NORM
Rated safes
EN 1143-1



UL



Seyma - marca registrada única en latinoamérica certificada a nivel europeo y norteamericano.

Ventas Costa Rica y Centroamérica.
Tel. 2231-0836, fax. 2296-4831
Pavas, de alimentos Jack 175 mts. oeste.
E-mail: coseycr@amnet.co.cr
Web: www.coseycr.com

Soporte Técnico Especializado las 24 Horas

- Cajas certificadas resistentes al robo.
- Cajas fuertes
- Cerraduras antisalto y antisecuestro
- Archivos y puertas de seguridad
- CCTV
- Esclusas Antisalto
- Entidades financieras
- Joyerías
- Supermercados y gasolineras
- Hoteles y casinos
- Profesionales






Los especialistas en equipamiento de proyectos hoteleros

Línea Hotelera



Televisor Hotelero
Televisores hoteleros de 26", 32", 37" y 42" diseñados específicamente para uso en hoteles que trabajan con los sistemas Lodgnet o de OnCommand PPV.

LG SONY SHARP



Aire Acondicionado
Diferentes tipos (Minisplit, Multiplit), centrales de ducto de diferentes capacidades en BTU

LG Frigidaire



Colchones
Telas Jacquard que aumenta la sensación de confort, sistema retardante de fuego, telas antimosquito, etiqueta de rotación, 50% más resistencia, marco perimetral, sistema de ventilación.

Serta THERAPEUTIC BluComfort



Asesoría • Variedad • Servicio • Respaldo

(800) 270-7070 • www.solucionesintegralesm.com



Soluciones integrales

Ahora con línea de blancos 100% hotelera



La buena organización y el esmero en su trabajo, hacen que las nutricionistas, los cocineros y sus ayudantes, preparen los alimentos del Cima, pensando siempre en el disfrute de sus comensales.

Rocío Calvo Bermúdez, Jefa de Dieta y Restaurante del Hospital Cima comentó que no tienen chefs, pero sí cocineros con mucha experiencia y buen gusto. Las áreas de cafetería, hospitalización (pacientes) y comedor de empleados, cuentan por lo menos con un cocinero. La cafetería, por los tipos de preparaciones y el flujo de clientes, requiere de dos cocineros: uno para mesa fría (sándwiches, ensaladas) y otro para mesa caliente. Para hospitalización, hay dos turnos de trabajo (mañana, tarde) y cada uno tiene un cocinero y un ayudante, para un total de 34 personas en cocina.

Si estamos hablando de un hospital, hay un cuidadoso control de una alimentación saludable, por eso cuentan con 4 nutricionistas: la Jefa del Servicio, una Supervisora de calidad, que vela por la calidad de los alimentos y dos más para el Área Clínica, las cuales se encargan de la alimentación del paciente hospitalizado y la atención del mismo, pues hay pacientes que necesitan intervención nutricional específica de acuerdo con su condición. Ellas hacen la dieta para ellos dependiendo el tipo de alimentación prescrita por el médico.

Menús

Calvo explicó que para los pacientes hay un menú a la carta. Diariamente, las nutricionistas verifican con el

Cafetería del Hospital Cima San José



¡Adiós a la comida de los hospitales!

Como un gran hotel, La Cafetería del Hospital Cima San José ofrece tanto a sus huéspedes como al público en general, platillos a la carta con sabores, colores y texturas de la cocina fusión.

departamento de enfermería el tipo de dieta que tienen los pacientes, luego los visitan y les dan las opciones. Cuando el paciente escoge, la nutricionista llena unas boletas, las cuales llevan a la cocina y las entregan para que los ayudantes de cocina alisten todo lo necesario para el montaje y el cocinero se encarga de montar y preparar el plato principal. Los mismos ayudantes verifican que lo que se montó sea lo que el paciente pidió. En la cafetería también hay un menú a la carta, pero de lunes a viernes se ofrece el Almuerzo Ejecutivo; “establecemos el ciclo de menús cada mes, el cual está compuesto por: refresco, entrada, plato principal y postre; pero el fuerte es el menú a la carta. El ciclo de menús lo

planeamos el cocinero y yo, y él los prepara”, comentó Rocío Calvo.

Cada tres meses se cambia el menú de acuerdo con el ciclo establecido, pero a final de año, se le agregan novedades, se mantienen o se eliminan platillos de acuerdo con los más solicitados que registra el sistema.

Asimismo, Calvo enfatizó que para conservar la frescura y calidad de los alimentos, las frutas o vegetales se piden 3 veces por semana, los alimentos no perecederos se solicitan 1-2 veces por semana, de acuerdo con el movimiento que tenga el hospital y los distintos tipos de carnes se piden 1-2 veces por semana. Entre tanto, tratan de mantener los estándares del Ministerio de Salud para que la comida se

mantenga fresca y con buen sabor.

Los más solicitados

En el desayuno el más solicitado es el desayuno típico (gallo pinto, huevo, un embutido, pan y una bebida), al almuerzo sale mucho: el Emparedado Cima; también, todo tipo de preparaciones con pescado, pollo. En repostería, las tartaletas o los queques con helados son

“Constantemente hacemos evaluaciones de los productos y de los proveedores”



SIROPES GOURMET • GLACES • TOPPINGS • SUMINISTROS PARA MAQUINAS VENDING • BEBIDAS EN POLVO • RELLENOS PARA PANADERÍA

Productos para panadería, cafeterías, restaurantes y hoteles

Tels.: (506) 2234-9821 • (506) 2234-9558 • Fax: (506) 2225-7873
www.masterpac-cr.com • www.lastorrescr.com

DESCUENTOS POR INAUGURACION

APROVECHE!
 Tel.: 2-543210-0
www.tipscr.com

Vajilla

15% DESCUENTO

Cubertería

15% DESCUENTO

Cristalería

10% - 50% DESCUENTO

Vajilla, cristalería y cubertería

Visite nuestra nueva Mega Tienda en Pavas, 125 mts Oeste de Alimentos Jack's

Le garantizamos el mejor precio del Mercado o le reembolsamos el 10% sobre la diferencia. Aplican restricciones. Únicamente en productos idénticos. Promociones por inauguración en todos nuestros utensilios y equipos. Descuentos desde un 10% hasta un 50%

los consentidos.

En el comedor de empleados solo se ofrece el almuerzo, el cual es distinto todos los días, al igual que las ensaladas, refrescos y postres, para eso se estable un ciclo de menús.

En hospitalización, las dietas son variadas, de acuerdo con los requerimientos del paciente: dieta de Líquidos claros, dieta papilla, dieta blanda o dieta normal. Sin embargo, las preparaciones más solicitadas son el pollo y el pescado. Asimismo, el plato básico consiste en: una entrada (sopa, crema o ensalada), plato fuerte, postre y una bebida. Para pacientes con dieta normal, no hay restricción en el menú, comentó Rocío.

Rolando Corrales, Cocinero de Cafetería, comentó que tienen ciertas recetas estandarizadas que salen mucho como los deditos de pollo, carnes, pechuga a la plancha o a la parrilla, salsa boloñesa, salsa blanca y de hongos, entre otras. En cuanto a postres, a este cocinero le gusta hacerles modificaciones a las recetas tradicionales de postres, por lo que aseguró que los Brownies, Tres Leches y el Arroz con Leche que él prepara son muy buscados.

A Rolando le encanta lo que hace

Rolando Corrales tiene 5 años de laborar en el Cima, ahí empezó después de prepararse en el INA como Cocinero-Hotelero. "Me encanta trabajar con mariscos y con pastas, o unirlos, pero me gusta de todo un poco, también los cortes de carnes", señaló el experto. "Tenemos un buen equipo de trabajo donde tratamos

de estar un paso adelante en horas pico, todos conocen sus funciones y siempre hay una coordinación para manejar todo a tiempo. Los de la mañana debemos preparar lo que en la hora pico vamos a servir (cortes listos, marinado de las carnes, las salsas) para que llegada la hora, tener todo a mano para que salga a tiempo —eso es lo que más exigen aquí—, detalló Corrales. Para estar a tiempo, dijo que se preparan por lo menos media hora antes salir, para conservar la frescura, especificó que no hay nada congelado.

"Yo me inspiro en lo que veo, en lo que la gente me dice que le gusta, me actualizo con la cocina y sus tendencias con las informaciones y consejos de otros amigos y cocineros, pero trato siempre de ser original en lo que hago, confío también en mis gustos. Cuando estoy trabajando estoy pensando en cómo hacerlo mejor... siempre tratado de trabajar complaciendo al cliente", argumentó Corrales. "Me gusta la calidad... no importa el volumen que

sea...Me encanta cocinar, pero lo que más disfruto es que a la gente le guste".

La clave del éxito

Para Rocío Calvo, el éxito de la cafetería son los: alimentos de alta calidad y el personal con mucha experiencia y motivación para hacer las cosas.

Dijo que las 3 áreas del servicio de alimentación tienen la misma calidad, pero en hospitalización se tiene más cuidado con la sal, azúcar, grasa; en la cafetería, a pesar de que se sirve un menú saludable, hay presentaciones livianas y otras más elaboradas altas en grasa, eso a escogencia del cliente. Según Rolando, el éxito se debe a la importancia que le da cada compañero al trabajo, de hacer algo bueno, algo diferente; "Rocío y yo trabajamos juntos para preparar el menú ejecutivo para hacer siempre algo diferente por semana y no caer siempre en los mismo... Rocío me apoya para experimentar sabores con los ingredientes, utilizando la tendencia de la cocina fusión", acentuó.



de la tilapia y hacer rollitos.
3. Envolver las tilapias con el papel aluminio y colocarlas en una olla con agua hirviendo por 40 minutos.

Salsa

1. En un sartén, poner a derretir la mantequilla, incorporando el ajo finamente picado, 2 cucharadas de jugo de limón caliente, sal y pimienta al gusto.
2. Saltear los mejillones en esta salsa hasta que se doren.
3. En un plato, colocar el rollo del filete, agregando la salsa con los mejillones.
4. Bañar la preparación con perejil muy fino.

RECETA: Tilapia Cima

Ingredientes

- 4 Filet de tilapia de 150 gramos
- 120 gr camarón pinky
- 12 mejillones de Nueva Zelanda
- 1 barra de mantequilla
- 4 limones ácidos
- 4 dientes de ajo
- 1 rama de perejil
- 1 onza de vino blanco seco
- Sal y pimienta al gusto

Preparación

1. Marine la tilapia y los camarones una hora antes de la prelación de la receta, utilizando sal, pimienta, 2 cucharadas de vino blanco, ralladura de limón, tomillo y romero al gusto.
2. Colocar 4 a 5 camarones en el centro

Números del sabor En promedio se preparan:

- 200-300 platos al día en cafetería (desayunos, almuerzo y cena).
- 160 platos para empleados.
- 60-80 platos para hospitalización ó 120 cuando hay más demanda.
- Se sirven un poco más de 400 platillos por día.
- En la elaboración de cada plato intervienen 5 personas.
- Para el desayuno la cafetería abre a las 6:00 a.m.
- El Almuerzo Ejecutivo se sirve de: 12:00 md a 2:00 pm.

10 buenos motivos para seguir cocinando

Sé el ganador de uno de los 10 cheffing dishes

Llama al 800-UNILEVER, activa tu factura de compra con tus datos personales, recibe una acción electrónica y automáticamente quedarás participando

Fecha de Cierre 18 de Marzo del 2009
Fecha del Sorteo 19 de Marzo del 2009

Imagen con fines Ilustrativos
Participa solo Salsa Lizano Galón y Medio Galón
Sólo se permite una activación por Factura.
Los Ganadores saldrán publicados en la Revista Apetitos
Aplican Restricciones

FUNDADA EN 1946

60 años de experiencia...

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

Equipos para Hotelaría 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)2222.6555 • Fax:(506)2257.0570
www.equiposnieto.com
e-mail: ventas@equiposnieto.com
Ba. Amón, 100m oeste del INVU

Reconocidos bartenders nos dan sus mejores recetas

En verano el clima cálido invita a saborear bebidas frescas. Los cocteles a base de licores son los protagonistas indiscutibles en los hoteles y restaurantes.

Hawai 5-0

4 onzas de jugo naranja
1 onza de licor de melón
1 onza de Smirnoff Watermelon
1 ½ onza de sour mix (Mezcla de almíbar y limón)
½ onza de jugo de limón
1 ½ cucharada de hielo
Mezclar y servir.



Jesús Rivero
Bartender de Henry's
Beach Café

Toro Bravo

1 ¼ onza de Tequila
½ onza de Kalúa
2 onzas de leche evaporada
Shakeado y servido en una copa fría de Martini.

Tequila Manila

1 ¼ onza de Tequila
3 onzas de jugo de piña
½ onza de licor de menta
Servir en copa tulipán.



Raúl Cubillo Martínez
Bartender de Más T'kila

Solución completa de compras

El diccionario de la Real Academia define la evolución como “el proceso continuo de transformación, a través de cambios producidos en sucesivas generaciones”. Una definición que sin duda describe la historia de Bejos Yamuni.

Esta empresa familiar es un claro ejemplo de que adaptarse a las exigencias del mercado, es la principal clave del éxito.

Durante 107 años han logrado identificar las necesidades de sus clientes, como es el caso del sector de la hospitalidad, que ha encontrado en esta empresa a un socio estratégico. Yamuni Mayoreo es la división de la compañía que se dedica a atender a los clientes de hoteles y restaurantes, que buscan soluciones integrales de sus compras. Como explicó Eduardo Yamuni, Gerente de esta División, “el propósito es facilitar las compras de los clientes, ofreciendo un amplio surtido de productos, en marcas líderes, supliendo necesidades en todas las áreas del hotel y el restaurante”.

Entre las principales líneas institucionales que ofrece esta empresa se encuentran las vajillas Corona, Pasabache, Tramontina, Update, Hilasal, Rubbermaid, Cristar, Sunnex, Princess Collection. Incluso cuentan con una línea propia de sábanas, diseñada especialmente para hoteles. “Suite 16 es nuestra línea de sábanas, duvet covers y fundas, se trata de un producto especializado y diseñado para el sector, con características específicas para



Suite 16 es la nueva línea de sábanas, cobertores y fundas de Yamuni Mayoreo, además de contar con acabados que permiten mayor durabilidad, tienen la ventaja de que todas las piezas se venden por separado, lo que permite la fácil reposición de inventario.

soportar el uso frecuente” Yamuni comentó que entre las ventajas de Suite 16, se encuentran sus características de diseño, por ejemplo las sábanas son de 300 hilos, 60% algodón y 40% poliéster, y cuentan con “non edge finish”, un acabado especial donde se eliminan la gran mayoría de costuras lo que permite aumentar su vida útil. Los duvet son de 450 hilos, 100% algodón. Adicionalmente, cuentan con almohadas, cobijas y protectores de colchón, entre otros complementos. Otra de las ventajas es que las sábanas y fundas se venden individualmente, y no en sets, lo que facilita la

reposición de inventario. Enfocados en atender las necesidades de hoteles y restaurantes, Yamuni Mayoreo encamina esfuerzos en especializar su fuerza de ventas. “Este sector se ha vuelto cada vez más especializado en sus requerimientos, por ello hemos ido incrementando los servicios, y aumentando las líneas, para ofrecer soluciones específicas, de manera que el cliente encuentre en el almacén una solución integral de compras, supliendo las necesidades en todas las áreas sin tener que invertir tiempo en ir a diferentes lugares”, aseguró Yamuni.

El gerente de la división de mayoreo agregó que para mayor facilidad de los clientes, cuentan con un departamento dedicado a atender las consultas tanto de pre venta como de post venta, enviando cotizaciones y catálogos digitales, para que el cliente pueda consultar los productos existentes desde la comodidad de su oficina.

Para más información sobre los productos puede llamar al teléfono 22 55 20 66, con Adriana Fernández, asistente de ventas, o al Email: afernandez@yamuni.com.

ESPRESSO PROFESIONAL






Distribuimos equipo profesional **LA CIMBALI**
CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.
 Servicio al cliente: +506 2277-1620 | Central: +506 2277-1500
www.cafebritt.co.cr | ventas@cafebritt.com



Él sabe la importancia de

un buen proveedor de confianza

para su negocio.

Él trabaja con



KEITH & RAMIREZ

Equipos de cocina, servicios de bar y mesa, buffet, cristalería, muebles

Cotice con nosotros. Tel.: 2223-0111
 Visite nuestra sala de exhibiciones:
 Calle 9 Avenidas Central y Primera. San José, Costa Rica
www.keithyramirez.com

Ancyfer: Productos Orientales

Apuesta por el servicio

Cuando el encargado de compras de Ichiban decidió iniciar su relación comercial con Ancyfer, esta empresa no contaba con todos los productos que Ichiban necesitaba. Sin embargo, esto fue rápidamente solventado, pues como aseguró Jorge Ortiz, chef corporativo de esta cadena de restaurantes y encargado de compras, desde el principio Ancyfer se preocupó por conseguir todos los insumos que ellos solicitaron.

Según indicó Ortiz, la relación de más de tres años entre estas compañías se ha fortalecido gracias al excelente servicio que le ofrece este proveedor. "El servicio que nos da Ancyfer es excelente, no tenemos atrasos en sus pedidos, siempre están disponibles para atenderlos, cuentan con stock suficiente, por lo que nunca tenemos faltante de productos, y muy importante la excelente relación entre precio y calidad".

Relaciones a largo plazo

Según comentó Edwin Chang, gerente de ventas de Ancyfer, empresa dedicada a la importación y distribución de productos orientales, el compromiso de servicio con los clientes se demuestra en forma concreta, como es el caso del patrocinio de eventos, ya sea participando de forma directa en actividades de preparación y degustación de productos, así como el apoyo económico o con productos. "Se trata de oportunidades para dar a conocer los productos y sus aplicaciones, tanto en supermercados como en restaurantes y hoteles", comentó el gerente de ventas. Además, Ancyfer cuenta con personal exclusivamente dedicado a la pre venta en restaurantes, que

ofrece todo el apoyo necesario a los chefs y encargados de compras. "Se trata de especialistas en el tema, que conocen a fondo todos los productos y si es necesario pueden asesorar a los clientes sobre sus diferentes usos, recomendar recetas, y dar seguimiento al proceso de entrega para que este sea eficiente".

En los últimos años Ancyfer ha experimentado un fuerte crecimiento, el cual se ha visto reflejado en el número de distribuidores, en las zonas que han ido abarcando, y en la inversión en su flotilla vehicular. "El 2008 fue un año de consolidación para la empresa, adquirimos una bodega más, que nos permitió ampliar la oferta de productos, además renovamos nuestra flotilla de reparto con 4 nuevas motocicletas y un nuevo camión para un total de 4 camiones, solo para el servicio en el área metropolitana. En cuanto a las provincias, consolidamos e incrementamos el servicio en Guanacaste, en donde el producto ha tenido una gran aceptación. En el caso de Cartago seguimos aumentando el servicio, ahora con un nuevo representante en la zona, y para este 2009 se perfilan oportunidades en San Carlos, en donde se han comenzado a movilizar muy bien los productos", puntualizó Chang.



Edwin Chang, gerente de ventas de Ancyfer, comentó que recientemente la empresa instaló un cuarto frío con el que aumentaron la oferta de productos congelados.

Anótelos: www.ancyfer.com es el sitio web de la empresa. En esta dirección se pueden consultar los diferentes productos, encontrar recetas y realizar compras. Para más información, comunicarse al: Tel (506) 2256-8106 / Fax: (506) 2256-5840

Para Edwin Chang, gerente de ventas de Ancyfer, la clave del crecimiento de la compañía consiste en establecer relaciones duraderas con sus clientes, y el medio para conseguirlo es con un servicio esmerado en todo el proceso de compra, desde el primer contacto telefónico, hasta

la post venta. Para este 2009 la meta es superar el 70% de ventas proyectado, consolidar la distribución en zonas rurales, ampliar el mix de productos y aumentar el conocimiento del producto y sus diferentes usos entre los clientes actuales y potenciales.

Al punto que te gusta, práctica y rendidora

Todo depende de nuestra creatividad a la hora de cocinar y lo más importante es encontrar la practicidad en nuestros productos por eso las nuevas cremas de Espárragos y de Champiñones Knorr vienen justo como las necesitas.

Dale calidad y presencia a tus comidas con las cremas en su presentación de 1 Kilo, que rinde 12,5 L, esto es aproximadamente 62 porciones de 205ml.

A la hora de elaborar comidas rápidas y fáciles muchas veces no tenemos en cuenta que nuestro cuerpo aparte de quedar satisfecho, necesita alimentarse con productos nutritivos, por eso es que las nuevas cremas Knorr son una muy buena opción.

Las puedes utilizar no sólo como una crema, sino que en salsa para acompañar carnes, verduras, pastas, porque su sabor inigualable es adaptable para todas las comidas.

Al momento de escoger hacer una comida rápida, nutritiva y con un agradable sabor no te puedes olvidar de Crema de Espárragos y Champiñones Knorr:

Beneficios

- Ingredientes naturales y balanceados
- Suave sabor que permite agregar el "toque" del chef
- Resistente al baño María



PROMOCIÓN POR INAUGURACION

APROVECHE!

Tel.: 2-543210-0

www.tipscr.com



\$ 1,656
i.v.i.

Torrey México
REFRIGERADOR COMERCIAL
2 PUERTAS
5030005



\$ 2,266
i.v.i.

CORIAT
COCINA A GAS HORNO,
PLANCHA Y GRATINADOR
7910020



\$ 4,125
i.v.i.

Garland/US Range
COCINA AMERICANA A GAS
CON PLANCHA
4222628



\$ 974
i.v.i.

Torrey México
REFRIGERADOR 1 PUERTA
5030001



\$ 388
i.v.i.

CORIAT
PLANCHA A GAS 24"
7910005



\$ 1,315
i.v.i.

APW Wyott
PARRILLA AMERICANA A GAS
3779936



\$ 2,780
i.v.i.

Everest Refrig.
MESA PREPARACION
SANDWICH / ENSALADA
6420011



\$ 2,142
i.v.i.

Garland/US Range
COCINA AMERICANA A GAS
6 QUEMADORES
4220626



\$ 1,010
i.v.i.

Dean Industries
FREIDOR COMERCIAL A GAS
2 CANASTAS
4800042

*Precios no incluyen instalación ni transporte. | GARANTÍA 12 MESES

Visite nuestra nueva Mega Tienda en Pavas, 125 mts Oeste de Alimentos Jack's

Refrigeradores, cocinas, planchas, freidores y parrillas

Le garantizamos el mejor precio del Mercado o le reembolsamos el 10% sobre la diferencia. Aplican restricciones. Únicamente en productos idénticos. Promociones por inauguración en todos nuestros utensilios y equipos. Descuentos desde un 10% hasta un 50%.

Polo Norte: Un socio estratégico

Desde hace seis años, la empresa Polo Norte Cold Storage se ha dedicado al servicio de administración de producto con temperatura controlada.

Como explica Mark Washburn, propietario de la compañía, esta empresa ha ido diversificando sus servicios, de manera que en la actualidad no se limita solamente al almacenamiento de producto, sino que ofrece otro tipo de servicios integrales, que la convierten en una empresa única en el mercado. "Polo Norte no es solamente un lugar de almacenamiento, es un centro de distribución en el cual los clientes realizan sus operaciones de forma ágil, expedita, programada, cuyas instalaciones favorecen al desarrollo de servicios de valor agregado". Entre los servicios que ofrece Polo Norte están el almacenaje, empaque, reempaque, etiquetado, y administración de inventarios. En este último aspecto la tecnología cuenta con un papel protagónico, ya que como indicó Washburn, se incorporó el uso de la página web, de manera que una hora después de ingresado el producto, el cliente puede acceder a la información, y tener control de la cantidad de producto con que cuenta, ordenar sus pedidos, sin necesidad de presentarse a la bodega. "Este sistema ahorra muchos costos directos e indirectos al cliente, por ejemplo no necesita enviar un empleado para que administre el inventario, incluso no necesita una oficina, bodegas, en otra

palabras, eliminando "Bricks and Mortar", ya que puede realizar toda la coordinación de la producción desde cualquier sitio con acceso a Internet, "coldstoragecr.com". Las órdenes de pedido ingresan directamente al departamento de producción, donde se encargan de tener todo listo para el retiro de producto, de esta manera aumenta la productividad ya que evita los tiempos muertos de los camiones, y las filas. Otra de las ventajas de Polo Norte, es que cuenta con andenes con temperatura controlada, que permite que la temperatura se mantenga siempre igual, desde que el

producto ingresa hasta que sale, evitando que se pierda la red de frío.

Creciendo juntos

Con la clara idea de que su crecimiento depende del crecimiento de sus clientes, Polo Norte busca ofrecer innovaciones que permitan a estos reducir costos, ser más ágiles y eficientes. "Hacemos lo posible para que nuestro cliente crezca, buscamos alternativas para facilitar su operación. Nos sentimos orgullosos de saber que algunos de nuestros clientes han logrado adquirir licencias de exportación e importación, gracias a la infraestructura de nuestras instalaciones, y al cum-

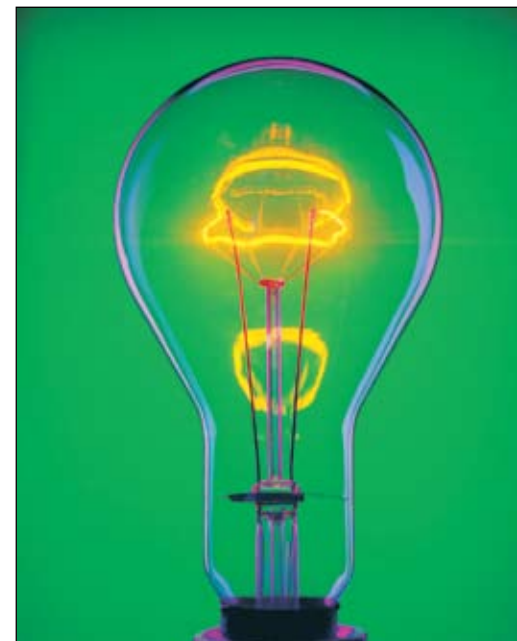
plimiento de las normas de calidad en todos los procesos".

Según comentó Washburn, todos los clientes reciben el mismo trato preferencial, desde el que utiliza una tarima hasta el que alquila 400, "porque para nosotros todos son igual de importantes, en Polo Norte podemos decir con gran satisfacción que hemos visto crecer a muchos de nuestros clientes que comenzaron su proyecto con una tarima, pero con grandes ideas".

Actualmente, Polo Norte puede almacenar hasta 150 furgones, y la proyección para el 2009 es ampliar esta capacidad en un 30%, para cubrir la creciente demanda del servicio.

Para más detalles de los servicios de Polo Norte puede visitar su página web: www.coldstoragecr.com, o llamar al teléfono 2237-1660.

Polo Norte se caracteriza por ser una empresa líder en su campo, anuente a la innovación y con flexibilidad, con el objetivo de promover el crecimiento de sus clientes. Por ello no se limita al almacenamiento de producto, sino que ofrece otros servicios como el empaque y la administración de inventarios.



XI EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...



Dos eventos simultáneos para tener ideas

Para exhibir:
Zona Este: Gabriela Alpizar,
Cel.: (506) 8831-2296 • gabriela.alpizar@eka.net
Zona Oeste: Braulio Chavarria
Cel.: 8372-1192 • braulio.chavarria@eka.net
Servicio al cliente: Katherine Tomas
Tel.: (506) 2231-6722 ext.147
katherine.thomas@eka.net

24 al 26 de abril 2009 Pedregal
www.expoferretera.com Tel. (506) 2231-6722

Ideas with passion



MAQUINAS PARA CAFE ESPRESSO Y CAPPUCINO

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



Tel.: 2291-1151 • Fax: 2291-1656

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

Keith & Ramírez: Apuesta fuerte en servicio post venta

La empresa Keith & Ramírez tradicionalmente se ha caracterizado por representar marcas de alta calidad y ofrecer garantía en sus productos.

Ahora, esta compañía se propone conquistar y mantener la fidelidad de sus clientes por medio de un esmerado servicio post venta, y para demostrarlo, en los últimos tres años ha enfocado sus esfuerzos en la profesionalización de su taller de servicio y del departamento de repuestos.

Proservicio es el taller especializado de Keith & Ramírez, con capacidad para ofrecer mantenimiento y reparación a todas las marcas de equipos que hay en el mercado, incluso los que vende su competencia.

Como explicó Max Aragón, Gerente de Operaciones de Keith & Ramírez y Proservicio, aunque el taller pertenece a la compañía, se maneja con objetivos independientes, de manera que cuenta con la capacidad de ofrecer mantenimiento a todas las marcas que existen en el mercado. Aragón comentó que el enfoque de la compañía en los últimos 3 años ha sido la profesionalización del servicio, por lo que han invertido en la capacitación de los técnicos.

"Nuestro equipo humano ha recibido capacitaciones tanto dentro del país como en el extranjero. La confianza de los fabricantes en el taller se demuestra porque en algunas de las marcas somos el único taller autorizado del país, como es el caso de Hatco, TurboChef, Hamilton Beach y Hobart".

Las cifras hablan de un crecimiento exponencial, pasando de un equipo de 15 técnicos a una planilla que supera los 30, lo mismo ocurre con la flota vehicular que al momento está compuesta por 7 unidades, con capacidad para atender a todo el territorio nacional.

Este aumento de personal

también ha venido de la mano con el incremento de clientes, que ha pasado de 8 contratos de mantenimiento, a más de 50.

Para Aragón, Proservicio forma parte integral de la estrategia de fidelidad de Keith & Ramírez, "el taller nos permite ofrecer un elemento diferenciador, a tra-

vés de un completo servicio post venta, y la consecuencia es una mayor fidelidad de los clientes".

Un trato que le conviene

Una de las modalidades de trabajo de Proservicio son los contratos de mantenimiento preventivo, por medio del cual el cliente se asegura una disponibilidad total de equipos, la detección temprana de daños que alargan su vida útil y asegurando que trabaje en las condiciones óptimas.

Aragón resaltó que, además del aumento de productividad al contar con equipos en excelente estado, otras ventajas de trabajar bajo contrato de mantenimiento es la prioridad de atención de emergencias, "es como tener un técnico disponible los 365 del año, sin incurrir en el gasto que implica incluirlo en la planilla".

Otro de los servicios post venta que ofrece Keith & Ramírez es Prorepuestos, la división de repuestos que además de ofrecer los repuestos de las marcas que esta empresa representa, cuenta con la mayoría de las marcas presentes en el mercado, con un servicio de entregas en todo el país.

Si el cliente lo solicita, esta división puede realizar un servicio de análisis de "repuestos críticos", para que el cliente tenga el propio stock de los repuestos que fallan más comúnmente.



La apuesta de Keith & Ramírez en el servicio post venta se refleja en la profesionalización de su taller de servicio, el cual además ha duplicado su personal técnico en los últimos 2 años.

Para más información puede contactarlos al teléfono: 22 23 01 11

Belca FoodService: Compromiso ambiental

La empresa Belca Foodservice inició un programa de responsabilidad social enfocada en la preservación ambiental, el cual consiste en adoptar y poner en práctica una serie de medidas que colaboren con la sostenibilidad del planeta.

La iniciativa surgió de los líderes de la compañía, "nos hemos autodenominado Amigos del Ambiente, y no es sólo una cuestión de nombre, realmente hemos adquirido compromisos y puesto en práctica acciones que lo respaldan" señaló Federico Serrano Gerente de la compañía.

Dentro de estas acciones se destacan el reciclaje del gas refrigerante de los camiones de distribución, además los productos de limpieza y cuidado personal que tienen la marca Belca son producidos de modo sostenible.

Dentro del mix de productos destacan las bolsas oxobiodegradables, las cuales se degradan más rápidamente, gracias a un aditivo que cambia el comportamiento del plástico y su degradación comienza inmediatamente después de su fabricación y se acelerará cuando se expone al calor, o a la luz.

También Belca como pioneros en el mercado esta ofreciendo una nueva línea de empaques biocompostables, que además de ser biodegradables tiene la ventaja de ser compostables lo que significa que los productos de degradación se reincorporan al medio ambiente sin causar un impacto al mismo. Por ejemplo en el caso de los productos elaborados con fibras naturales los productos de la degradación son: Dióxido de carbono que se libera en pequeñas cantida-



Una vez más Belca FoodService demuestra ser una empresa pionera en sus iniciativas. Su compromiso con el ambiente lo demuestra ofreciendo una amplia gama de productos que permiten a sus clientes competir en un mercado exigente de respeto ambiental.

des reincorporándose al suelo como nutrientes, humus (que es la capa superficial del suelo) y agua. En el caso de los productos biodegradables que NO son compostables, tenemos el ejemplo de los productos elaborados a base de maíz o más comúnmente conocidos como PLA, los cuales se biodegradan, pero a la hora de descomponerse se libera gas metano, el cual es uno de los gases que produce el hueco en la capa de ozono, además que con su elaboración compromete recurso alimentario.

"Más allá de una labor de filantropía empresarial, la conciencia de conservar el medio ambiente busca un equilibrio entre las emisiones que producimos y las acciones que como empresa, individuo y comunidad llevamos a cabo para compensar esto", comentó Serrano. Belca respondió a una necesidad del mercado, "el turismo europeo, por ejemplo, prefiere en su mayoría el hospedarse en lugares que tengan conciencia ecológica, por eso apostamos a este tipo de productos" mencionó Marianela Monge,

Coordinadora de Mercadeo, "las empresas que apuestan a una eco conciencia verán que sólo beneficios traen estas acciones, gana nuestro cliente, gana la compañía y sobre todo gana el planeta" comentó Monge. Aunque Belca está dando sus primeros pasos en materia ecológica no se limitarán a los actuales esfuerzos, pues existe el compromiso de avanzar con el programa Amigos del Ambiente. Para más detalle sobre los productos que ofrece Belca, comunicarse al teléfono 22 93 40 75.

Tips: Para los amantes de la cocina

Pasillos amplios que inspiran ser recorridos una y otra vez, con mas de 15000 productos llamando la atención de los amantes por el arte culinario, y un amplio y seguro parqueo, son solo algunas de las razones para visitar la nueva mega tienda de Tips, ubicada 125 metros oeste de Alimentos Jack's, en Pavas.

Se trata de un espacio especialmente diseñado para ofrecerle a los clientes grandes ventajas y comodidad, variedad de productos, entrega inmediata, seguridad, parqueo, etc...y mas que para clientes, es para los amantes de la gastronomía y la cocina, según comentó Ruth Obando, encargada de mercadeo de Tips, el propósito principal del traslado fue hacer de su visita una experiencia placentera.

"Se trata de 3 mil metros cuadrados dedicados solo a la tienda, en donde los clientes pueden recorrer cómodamente los amplios pasillos. Desde luego que la ampliación del espacio nos permitió también aumentar la oferta de productos, por lo que esperamos sorprender a los clientes con toda la variedad".

Otro de los propósitos de Tips con el traslado fue brindar un mejor servicio a sus clientes por eso centralizó en un solo lugar la mega tienda, administración, servicio de taller y la bodega.

Obando agregó que durante varios meses todos los productos y utensilios van a contar con precios de inauguración y promociones, una gran oportunidad que no se puede dejar pasar.

Actualmente Tips está estrenando su mega tienda en Pavas, pero también entró al mundo cibemético, ya que ahora cuenta con su Web Site www.tipscr.com, una página interactiva, donde podrá encontrar la información de todas las tiendas, asesores de ventas, promociones, calendario de cursos y actividades especiales, etc. "Estamos trabajando en el catálogo con fotos de todos nuestros productos. Muy pronto el cliente tendrá acceso a nuestro catalogo virtual y conocer la gran variedad de productos nuevos y en promoción que le ofrecemos e inclusive podrá pedir una cotización sin moverse de su casa u oficina", comentó Obando.

Como ya es de conocimiento de todos Tips cuenta con 4 Tiendas ubicadas estratégicamente, San José en la avenida segunda, San Pedro, Pavas y Guanacaste.

Instituto Gastronómico

El Instituto Gastronómico, es un novedoso concepto educativo, con el que se proponen contribuir a la capacitación y conocimiento del arte culinario.

El Instituto se encuentra ubicado a la entrada de la nueva mega tienda en Pavas. Se trata de un local independiente, completamente equipado para las clases de cocina.

La empresa tiene como objetivo contagiar la pasión por la cocina desde los chefs del futuro como le llaman a los cursos dirigidos a niños, hasta las amas de casa, gerentes de Alimentos y Bebidas y chefs profesionales, por eso se tiene programado impartir lecciones tanto a profesionales como público en general, contando con instructores de alto calibre. La diversidad de los cursos incluye desde la decoración de queques hasta los platillos mas sofisticados, dando un paseo por todas las regiones culinarias del mundo.

"Nos comprometemos de lleno con el perfeccionamiento gastronómico de los profesionales de nuestro país, pero también queremos capacitar a aquellos que no son profesionales pero se enamoran de la cocina, y desean preparar un platillo como

los grandes chefs para compartirlo con familiares y amigos. Por eso entre los instructores que invitamos contamos con profesionales altamente calificados en diversas áreas como es el caso de cocina de vanguardia, cocina mediterránea, cocina griega, panadería y pastelería francesa y europea y cata de vinos entre otros", comentó Obando.

La encargada de mercadeo adelantó que los primeros en venir serán experimentados chefs de Argentina y Chile, como es el caso de Matías Aldoriso, Juan Alonso Barraza, Roberto Goni y Michelle Tilly reconocidos Chefs Instructores, con amplia experiencia en perfeccionamiento y entrenamiento en el arte culinario tanto a profesionales y amateurs.

Para más información puede visitar la página web www.tipscr.com , donde podrá encontrar nuestro calendario interactivo de cursos con la información detallada o llamar al 2543-2149.





Productos P.O.P.

Exhibidores elaborados en tubería, alambre y madera con acabados en pintura electrostática. Horneable e impresión en alta resolución. Estos productos son ideales para el posicionamiento en el punto de venta.

Distribuye
Dinamik por Tualfip S.A.
Teléfonos: 8878-6959 y 2285-9370



Estufa Maestra

FEM - H

Toda una cocina en un solo equipo. Mueble construido en acero inoxidable. Cuenta con freidor de inmersión de 4.5 Litros de capacidad, plancha freidora, cuatro quemadores octogonales, asador a gas y carbón fósil. Horno inferior totalmente porcelanizado y gratinador extra grande con parrilla.

Distribuye
Equipos AB
Teléfono 2239-5516
ventas@equiposab.com

Glaces Las Torres.

Estos rellenos contienen trozos de fruta y son ideales para utilizar en repostería, queques, como topings en helados y bebidas, así como en decoraciones de cualquier platillo.

Distribuye: Masterpac • Teléfonos: 2234-9821



Secador de manos

El sistema de higiene de manos de Kimberly Clark Professional permite obtener un secado de manos sin entrar en contacto con el dispensador. Es recomendado para sitios de tránsito medio, procesos de higiene rigurosos e instalaciones físicas equipadas con soluciones de tecnología avanzada.

Distribuye
Kimberly Clark Professional
Teléfonos 2298-3183



Cafetera Programable con Jarra Térmica Oster®

Esta cafetera posee un filtro permanente y cuenta con selector de intensidad de colado - para ajustar la concentración deseada - temporizador de frescura que deja saber cuánto tiempo ha estado listo el café y botón de señal audible que avisa, si así lo desea, cuando ha finalizado el ciclo de colado o limpieza.

Distribuye
Costa Rica Bright Teal
Teléfono: 2232-4242
www.bionaire.com



Unbreakable Collection: Copas y Vasos de polycarbonato

Excelente para piscinas y exteriores estos vasos no se quiebran ni se rayan, son fuertes y con una claridad duradera. La colección incluye copa de vino tinto 14oz, copa de vino blanco 11oz, flauta de champagne 6,5oz, copa de Martini 8oz, copa de margarita 12oz, vaso cervicero 19oz, vaso tipo whisky 14oz.

Distribuye: Yamuni Mayoreo
Teléfono: 22 55 20 66
Email: afernandez@yamuni.com.



Línea de productos para limpieza 3M en Belca FoodService

Escoba con protector que impide rayaduras, escoba regular, pala de mano, pala para basura con mango, limpiavidrios pequeño y con mango extensible, limpiatecho con mango extensible, cepillo de piso con barre agua. Además estos artículos son más livianos que los regulares lo que brinda comodidad en su uso.

Distribuye
Belca FoodService: 2293-4075



La mejor manera de pregonar

La feria es una oportunidad inigualable para entrar en contacto en un mismo lugar con todo el universo de productos de hoteles y restaurantes. Conozca la opinión de algunos de nuestros expositores.



Artica Jan von Saalfeld V., Gerente General, Enzo von Saalfeld B., Gerente de Servicio y Ventas



Alexander Castillo, Mercadeo y Ventas de Best Food de Costa Rica



Eliecer Mora, Jefe de ventas de La Yema Dorada

"Con el paso de los años la organización ha mejorado. En Costa Rica no hay un campo ferial destinado para este tipo de eventos, sin embargo, consideramos que en la actualidad el sitio de Pedregal es el mejor lugar para realizar este tipo de actividad. Durante EXPHORE generamos algunas ventas sobretodo por el descuento aplicado en el cual nos apoya el fabricante y además, el efecto post feria nos ha resultado para mantener el contacto con clientes y lograr otros contactos y potenciales. Los precios con descuentos especiales sólo los podemos ofrecer durante EXPHORE y siempre hay empresas y personas que luego de la feria nos visitan y nos piden los mismos descuentos."

Llegamos con una expectativa mucho menor a lo que nos encontramos en EXPHORE. Tuvimos muchísimas visitas en el stand y fue una excelente inversión para Best Food. Del total de visitas que recibimos un 40% nos fue de utilidad para hacer nuevos contactos y un 25% se convirtieron en nuestros nuevos clientes, entre ellos empresas reconocidas como: Castillo Country Club, Indoor Club, Hotel Sí Como No y Hotel Real Intercontinental. Tuvimos mucho éxito porque logramos complementar nuestra estrategia de preventa con los nuevos contactos de EXPHORE.

¡Se lo recomiendo!

Nosotros hemos participado desde el 2001 y todos los años ha venido creciendo y siempre ha sido un éxito. Llega mucha gente y ha sido una oportunidad para nosotros de realizar nuevos contactos y mantener los clientes. Todos los años han sido muy provechosos, no ha habido un sólo año que no contactemos gente nueva; inclusive gente que hemos visitado y hemos estado negociando y en la feria finiquitamos la relación comercial. En realidad, hemos visto que los visitantes a EXPHORE terminan de convencerse que las empresas que estamos exponiendo, somos gente seria y responsable, que estamos invirtiendo y que tenemos muchas fortalezas y ventajas para estar ahí y que les conviene hacer negocios. Para nosotros la feria es muy importante para tener el contacto directo con nuestros clientes y entablar la relación. Y luego de la feria le damos seguimiento, los llamamos, los visitamos y damos una atención personalizada para brindar un mejor servicio a los clientes.



Profesionales de hotelería y gastronomía:

- Asista al centro de negocios donde habrá exposición de productos y servicios para hoteles, restaurantes y afines.
- 200 stands con expositores nacionales e internacionales.
- Si usted es profesional del sector, solicite su entrada gratuita en www.explore.com registrándose anticipadamente.
- Entrada sin invitación o registro anticipado €4,000
- Prohibida la entrada a menores de 18 años.



9 edición EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

23, 24 y 25 Junio 2009 Eventos Pedregal, Costa Rica



Reserve su stand: Milagro Obando, Ejecutiva de Eventos milagro.obando@eka.net (506)2231-6722 Ext. 132
Guillermo Rodríguez, Asesor Comercial guillermo.rodriguez@eka.net (506)8997-1651

www.explore.com



Fotografías tomadas en Explore 2008

* Expositores



www.explore.com

* Confirmados al 6 de febrero, 2009

AIRES ACONDICIONADOS Y VENTILACION

CoolSpot **MULTIFRIO** ALWAYS COOL
 SANJOSE: 2226-8071 / JACO: 2643-5256
 SOLARIUM: 2668-1140 / HUACAS

AIRES ACONDICIONADOS Y PROTECCION ELECTRICA

GLOBAL SUPPLY.....TEL: 2240-2454 / FAX:2240-2455
 HI TEC.....TEL: 2293-6811 / FAX: 2293-6708

ALIMENTOS

ADL SEEFODS.....TEL: 2228-1898 / FAX: 2289-2674
 QUESOS SANTORINI.....TEL : 2430-3406 / FAX: 2430-0676
 COOPERATIVA DE PRODUCTOS DE LECHE DOS PINOS.....TEL: 2437-3637 / FAX 2437-3218
 COPROIM S.A.....TEL: 2261-6821 / FAX: 2261-5843
 CORPORACION PIPASA.....TEL: 2298-1780 / FAX: 2298-1779
 DELIKA.....TEL: 2281-2855 / FAX: 2253-0449
 GRUPO CAFE BRITT S.A.....TEL: 2277-1620 / FAX: 2277-1699
 ANCYFER.....TEL: 2256-8106 / FAX: 2256-5840
 LAVE Y SIGA S.A.....TEL: 2248-1495 / FAX 2248-1495
 PEDRO OLLER.....TEL: 2522-6000 / FAX 2231-1484
 SOLUCIONES CREATIVAS BAKE & COOK.....TEL: 2234-9204 / FAX: 2234-9204

AUTOMOTRIZ

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

ARTICULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

ELECTROFRIO.....TEL: 2244-5530 / FAX: 2244-5830
 EQUIPOS NIETO.....TEL: 2222-6555 / FAX: 2257-0570
 FERVA DEL NORTE.....TEL: 2221-0361 / FAX: 2257-4957
 HOME AND HOTEL SUPPY GROUP S.A.....TEL: 2281-3536 / FAX: 2281-3534
 FARO SUPPLIES.....TEL: 2290-2028 / FAX: 2231-4065
 PROMERC LAPICEROS BIC Y ARTICULOS PROMOCIONALES.....TEL: 2258-3544 / FAX: 2258-3346
 MEGALIFE DE COSTA RICA.....TEL: 2290-3737 / FAX: 2290-3738
 TROPICAL BED & BATH.....TEL: 2282-8653 / FAX 2282-7750
 TIPS S.A.....TEL: 2290-2449 / FAX: 2231-6042
 JOPCO.....TEL: 2215-3545 / FAX: 2215-3545

BEBIDAS

DISTRIBUIDORA LA FLORIDA S.A.....TEL:2437-6991 / FAX: 2437-6999
 MASTERPAC.....TEL: 2234-9821 / FAX: 2225-7873

CAFE

GRUPO CAFE BRITT S.A.....TEL: 2277-1500 / FAX: 2277-1699

SEGURA FAMILY **Café Orgánico y Cacao Orgánico,**
 Certificados para la venta
 Tel: 8347-5984 · Fax: 2270-5056. **Café Colonial**

DETERGENTES ORGANICOS BIODEGRADABLES

QUIMISUR.....TEL: 2237-3077 / FAX: 2260-6340

EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTES

EQUIPOS GASTRONOMICOS.....TEL: 2226-8686 / FAX: 2286-4690
 EQUIPOS AB DE COSTA RICA.....TEL: 2290-2449 / FAX: 2239-5516
 EQUIPOS GALA DE CENTROAMERICA S.A.....TEL: 2227-2818 / FAX: 2227-2848
 ELECTROFRIO.....TEL: 2244-5530 / FAX: 2244-5830
 GET ENTERPRISES.....TEL: (713) 467-9394 / FAX: (713) 467-9396
 KEITH Y RAMIREZ.....TEL: 2223-0111 / FAX: 2222-2412
 VEROMATIC S.A.....TEL: 2443-1118 / FAX: 2441-5298

EQUIPO DE COMUNICACION

MD COMUNICACIONES DEL FUTURO S.A.....TEL: 2280-9400

EQUIPO DE REFRIGERACION Y COCINA

ARTICA S.A.....TEL: 2257-9211 / FAX: 2222-0992

IMESA SISTEMAS S.A.....TEL: 2272-7536 / FAX: 2272-7536
 REFRIGERACION OMEGA.....TEL: 2203-3191 / FAX: 2203-0506
 REPRESENTACIONES ROMA.....TEL: 2224-9491 / FAX: 2225-9228

FOODSERVICE

MAYCA FOOD SERVICE.....TEL: 2209-0500 / FAX: 2293-2326
 FOOD SERVICE BELCA.....TEL: 2293-4075 / FAX: 2239-0147

FUMIGADORAS

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

LICORES

DISTRIBUIDORA YAMUNI S.A.....TEL: 2227-2222 / FAX: 2227-2535

LIMPIEZA

CEK.....TEL: 2241-2121 / FAX: 2236-0119
 PROLIM.....TEL: 2248-0538 / FAX: 2248-0557

LINEA BLANCA Y TECNOLOGIA

SOLUCIONES MONGE.....TEL: 2437-4100 / FAX:2437-4245
 SISPAN.....TEL: 2253-0007 / FAX:2225-4621
 S Y G SISTEMAS DE CENTROAMERICA.....TEL: 2290-1970 / FAX:2232-1293

LINEA HOTELERA

FARO SUPPLIES.....TEL: 2290-2028 / FAX: 2231-4065
 DISTRIBUIDORA CAZUCÁ S.A.....TEL:2271-2965/ FAX: 2271-2968

MAQUINAS DE CAFE

DISTRIBUIDORA ESPRESSO S.A.....TEL: 2239-4879 / FAX: 2239-4879
 SAECO CENTROAMERICA S.A.....TEL: 2291-1151 / FAX: 2291-1656

MUEBLES Y DECORACION

INDON LATINOAMERICA.....TEL: 8845-5204 / FAX: 2296-1231
 Muebles en madera sólida. Fabricamos según sus requerimientos o puede escoger de nuestra variedad de modelos. www.latinoamerica.com
 MUEBLES JICARAL.....TEL: 2650-0443 / FAX: 2650-0541
 SPANISH ROYAL TEAK S.A.....TEL: 2201-6255 / FAX: 2201-6255

PATENTES

PATENTES DE LICORES, VENDO, COMPRO, ALQUILO.....TEL: 2226-5889 / FAX:2226-8209

PRODUCTOS DE HIGIENE

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

REFRIGERACION

ARTICA S.A.....TEL: 2257-9211 / FAX: 2222-0992
 ELECTROFRIO.....TEL: 2244-5530 / FAX: 2244-5830

ROTULACION Y PRODUCTOS PROMOCIONALES

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

PROMERC **Bic**

SEGURIDAD

COSEY.....TEL: 2231-0836 / FAX: 2296-4831
 SEGURIDAD Y MÁS.....TEL: 2236-6250 / FAX: 2240-4479

TECNOLOGIA

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

¿Qué podemos esperar para el turismo en el 2009?

Claudia Acevedo Díaz
Gerente de Mercadeo y Ventas
Ocotal Beach Resort. Guanacaste Costa Rica



Claudia Acevedo Díaz

Costa Rica está siendo seriamente afectada a nivel turístico debido a la falta de un plan de contingencia en la diversificación de mercado y altas tarifas comparadas con destinos inclusive como Dubai y México. Las medidas del sector ante esta crisis deben ser rápidas y objetivas, aprovechando la buena imagen que se consiguió como destino en los últimos 10 años.

Si nos enfocamos en nuestros puntos fuertes a nivel turístico con el mercado idóneo de acuerdo con nuestro producto y tarifas competitivas podremos mantener el sector turístico durante este período. Todos debemos tomar el ejemplo de países que han sufrido crisis sociales, económicas y políticas muy fuertes como Alemania, Argentina, Colombia o Brasil, donde la prioridad de consumo va dirigida a la clase media que es la que finalmente mueve la economía mundial. Cuidémonos de no tener como lema en el 2009: "Orgullosamente vacíos".

Alberto Franco Mejía
Socio-Consultor de Ecoanálisis



Alberto Franco Mejía

El 2009 va a ser un año difícil para el sector turístico costarricense. La recesión en EE. UU y los países europeos, limitará el potencial de atracción de visitantes y el gasto de estos en nuestro país. Un menor dinamismo del sector reducirá su capacidad de empleo.

La cercanía a EE.UU y el clima de paz y tranquilidad que se vive en nuestro país, son fortalezas que permitirán mitigar, parcialmente, los impactos negativos antes mencionados, la posible pronta ampliación de los Aeropuertos Santamaría y Daniel Oduber y el avance de las obras de infraestructura física importantes como la Autopista San José-Caldera, también serán elementos positivos para el sector en la actual coyuntura.

La efectividad del mercadeo y la proactividad de las autoridades y el sector privado turístico para abrir nuevos mercados, son dos elementos adicionales que determinarán el grado de impacto que tendrá el deterioro en las condiciones económicas externas para este sector. El panorama para el turismo y las actividades vinculadas a éste, mejorarán una vez que la economía mundial muestre signos tentativos de recuperación.

Para aparecer en esta sección contáctenos al 2231-6722 ext.130 con Johanna Argüello, email: johanna.arguello@eka.net



Gonzalo Vargas

Gonzalo Vargas
Presidente de CANATUR

Nosotros como país, empezamos a trabajar durante el 2008, en buscar una serie de estrategias que nos ayudara para minimizar el efecto de la crisis. El pasado mayo presentamos un plan de mercadeo 2008-2010. Este plan fue avalado por el sector privado en general, y tanto, el ICT como la Cámara se dedicaron a promocionarlo en todas las regiones, ya que era importante que el país empezara a realizar acciones concretas. Paralelo a todo esto empezamos a trabajar juntos ICT, Banco Nacional, Cámara de Hoteles y Cámara de Turismo y se lanzó al mercado una campaña que tuvo un costo de \$500 mil para promover el turismo nacional; tomando en consideración que el turismo nacional se tenía que empezar a trabajar en una eventualidad de que el turismo internacional nos empezara a fallar.

Hemos venido trabajando y apostando en concentrar esfuerzos en los estados dentro de los Estados Unidos que tienen conectividad con nosotros de área directa. Estamos reuniéndonos con las aerolíneas y trabajando con ellos para buscar la manera de darse seminarios y capacitaciones a los agentes de viajes allá, para que los operadores nos recuerden y nos recomienden. Creemos que las empresas nacionales tienen que ser más competitivas, mejorar el servicio, la calidad, revisar sus costos y sus precios, no se trata de regalar los servicios. El 87% de nuestras empresas son micro y pequeñas. Hoy en día les estamos pidiendo que se tomen su tiempo con una posición más agresiva y hagan mercadeo, participen en eventos internacionales para lograr que esas empresas no vayan a caer. Es importante, informarles que tengan cuidado con sus pasivos, con los bancos, la gente todavía está pensando en construir más, le decimos que en este momento no es el óptimo para hacer.

El 2009 será un año de muchos retos: tenemos que tratar de sostener lo que ya hemos logrado tener durante estos años; como trabajo, tenemos que multiplicarnos, si antes nos esforzábamos en el campo de la promoción, ahora tenemos que redoblar todos los esfuerzos, debe ser un trabajo más unido del sector privado y público porque el sector público tiene muchos brazos y muchos ejecutivos en el área de mercadeo que andan haciendo la promoción del destino, pero aunque trabajemos más, no quiere decir que vamos a tener un 14% ni un 7%, la meta será salir lo más airosos posibles de una situación en donde cualquier porcentaje de crecimiento va ser una gran ganancia.

La Cultura del Vino

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

Actividades

- Exposición
- Degustación
- Catas
- Concursos



ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

28,29 y 30 de octubre 2009 Hotel Real Intercontinental



■ Pase 1 día \$30

Pase 2 días \$45

Incluye copa, porta copa y degustación en los stands.

■ Horario Expovino: 3:00 pm a 9:00 pm

■ Miércoles 29: Exclusivo para Trade.

■ Para mayor información:

Servicio al cliente: Milagro Obando 2231-6722 ext 132

Para exponer: Guillermo Rodríguez 8997-1651

www.expovinocr.com

■ Organiza:

Apetito
 La revista para bares y restaurantes



EL MEJOR RON DEL MUNDO

PRIMERO EN LONDRES

MEDALLA DE ORO Y MEJOR EN SU CLASE

International Wine & Spirits Competition 2005

(Y OTRA VEZ EN 2007)

PRIMERO EN SAN FRANCISCO

DOBLE MEDALLA DE ORO

San Francisco World Spirits Competition 2006

(Y OTRA VEZ EN 2008)

PRIMERO EN CHICAGO

MEDALLA DE ORO

Beverage Tasting Institute 2006



LOS EXPERTOS CONCUERDAN, ESTE ES EL RON CON MEJOR SABOR DEL MUNDO.

DISFRÚTELO CON MODERACIÓN. | WWW.FLORDECANA.COM

Flor de Caña

DISTRIBUIDORA
Yamuni S.A.

Teléfonos: 2227-2222 - 2227-2190 - 2227-2380 • Fax (506) 2227-2535
P.O.BOX 5953-1000 • E-mail: yamunisa@ice.co.cr • San José, Costa Rica