

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

Encargados de compras

¿Qué compran?

Salomón Johnson, Gerente de Compras de Marriott Hotels & Resorts Costa Rica, y otros colegas nos lo cuentan. P.20

Paladar Viajero lo mejor de la cocina de Malasia. P.20

¿Libres de humo o libertad de elegir? P.36

Seven Suites: Software para hoteles. P.39



7 441025 500879

Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130





Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

Ellos los prefieren verdes

¿Se ha planteado la posibilidad de realizar grandes cambios en su hotel o restaurante, para hacerlo más amigable con el ambiente? Posiblemente ha tenido la interrogante de cómo hacer esos cambios con presupuestos limitados, cómo utilizar energías limpias, o insumos producidos en forma amigable. Es posible que entremos en este callejón sin salida, creyendo que se requiere mucha inversión para realizar estos cambios, pero lo cierto es que la diferencia se puede ir dando con pequeños pasos, como el hecho de cambiar las bolsas de basura tradicionales por las oxo biodegradables. Si su proveedor le dice que no puede, que son más caras, tenga la seguridad de que habrá otros con capacidad de conseguir las bolsas y a un precio competitivo, es cuestión de tomarse un poco de tiempo y utilizar lo disponible en el mercado. Sentarse a esperar no es la opción, es necesario exigir, demandar este tipo de productos, es hacia donde va el mercado, es la mejor manera de asegurar la sostenibilidad, pero se requiere iniciativa, asumir esa posición de poder que se le ha dado como cliente, y exigir productos de calidad, y respetuosos del ambiente.

Son varios los hoteles y restaurantes que están trabajando en este sentido, como es el caso del hotel Tabacón, su política de compras es muy simple, si existe una opción de producto amigable con el ambiente, a un precio competitivo, gana el amigable, así lo aseguró el Director de Materiales del hotel Tabacón, quien comentó que son muchas las opciones de productos que se pueden elegir para hacer la diferencia con el ambiente.

Proveedores, déjense de excusas, es hora de tomar la iniciativa y ofrecer lo que el mercado busca, lo verde ya deja de ser un lujo y se convierte en una urgente necesidad, gracias a la creciente conciencia colectiva sobre este tema, escuche a sus clientes, escuche al mercado si es que quiere seguir formando

parte de esta cadena ¡ellos los prefieren verdes! Les invito a visitar la 10 Edición de Exphore, Expo Hoteles y Restaurantes, del 22 al 24 de junio, en la Torre Geko, en el cuarto y quinto piso del Centro Comercial Real Cariari donde gran cantidad de expositores tendrán sus novedades, y desde luego muchas opciones verdes. ¡No pierda esta oportunidad de elegir!



Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

directora general

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

editora

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

Liliana Castro Solano
Irania Salazar Solís

fotografía portada

EKA Consultores S.A.

directora eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

circulación

Yariela Duarte ext. 152
yariela.duarte@eka.net

colaboradores

Ericka Hempel
Yokebec Soto

Hágase amigo de
Apetito en:

facebook

(Apetito Costa Rica)

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

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

www.apetitoenlinea.com

Suscríbese

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



www.belcacr.com

BELCA Costa Rica
Tel: (506) 2509.2000 • Fax: (506) 2239.0147
1 km oeste de la Firestone. La Ribera de Belén.
Heredia, Costa Rica

BELCA Honduras S.A. de C.V.
Tel: (504) 551.1858 • Fax: (504) 551.1859
Boulevard a Puerto Cortés,
Zona Río Blanco

BELCA Guatemala S.A.
Tel: (502) 6628.7000 • Fax: (502) 6628.7010
Villanueva, Guatemala



Karl Hempel
karl.hempel@eka.net

Explore a la vista

Ya hace casi un año que empezamos a trabajar en la edición de Explore (Expo Hoteles y Restaurantes) de este 2010. Pasamos un año que difícilmente olvidaremos, lleno de retos y que nos obligó a levantar piedras que nunca habíamos levantado, buscar oportunidades donde nunca habíamos buscado y sobre todo aseguramos de mantener contentos los clientes que ya teníamos.

Fue uno de esos años largos, como de hule, donde la meta se estiraba cada vez que empujábamos para acercarnos.

Pero como todo, el esfuerzo dio sus frutos y hoy el futuro se ve más claro, más interesante y la agenda empieza a llenarse con nuevas iniciativas y proyectos.

Explore sigue fiel a su misión original, servir como punto de encuentro para los participantes del sector de gastronomía y hospitalidad, para facilitar el contacto entre las personas, la identificación de nuevos productos y sobre todo darle al sector un punto de encuentro entre proveedores y clientes, donde los primeros exponen sus innovaciones y los segundos comparten sus necesidades. Seguiremos trabajando en esta cuenta regresiva para que todo esté listo el próximo martes 22 de junio a las 11:00 a.m.

Mi recomendación es que separe la fecha, revise en explore.com la lista de expositores y prepare su lista con los productos que quiere encontrar y empresas que quiere ver. Nos vemos en Explore 2010, o antes.

P.S. Recuerde que la entrada es gratuita para quienes se pre-registran en explore.com. Solo haga clic en "pre-registro", complete la fórmula y le enviaremos su gafete.

Karl Hempel, Director

contenido

6. Aperitivos

16. Explore

Pre Registros calientan la feria

20. Paladar Viajero

Awana: este restaurante londinense, ubicado en el área de Chelsea, nos permite adentrarnos en lo mejor de la cocina de Malasia.

22. Especial: Encargados de Compras

Encargados de Compras de hoteles y restaurantes nos cuentan cómo eligen a sus proveedores, y los errores que no les perdonan.

35. Gastronomía

El secreto de Lluna de Valencia

36. Sobremesa

¿Libres de humo o libertad de elegir?

De Compras

37 Belca

¡Así estuvo el FoodShow!

38. Kimberly Clark

¿Cómo elegir un proveedor?

39. Seven Suites

Un Software completo por dentro y por fuera.

40. Ingredientes

41. Clasificados



Explore traspasa fronteras P.16

Louisiana, un modelo a seguir



Milton Walter es el propietario de Louisiana Tour Company, una empresa de tours que opera en New Orleans. Después del huracán Katrina que en agosto del 2005 afectó al estado de Louisiana, Walter y sus dos hijos trabajaron en construcción, pues su negocio estaba en la quiebra. "Katrina fue un reto para todos, después de la tormenta y las inundaciones no sólo quedó la devastación, sino que nos quedamos sin turistas", dice en su página web. Después de ocho meses, decidieron reiniciar el negocio familiar, pero en esta ocasión a la oferta de tours se agregaría un nuevo atractivo "El New Orleans City and Post Katrina", una visita guiada por los principales atractivos de la ciudad, pasando también por zonas afectadas por el huracán.

Walter es un ejemplo de cómo se puede utilizar la adversidad a nuestro favor, y sin duda un representante fiel del espíritu emprendedor que impera en esta ciudad. Después de una devastación como la que vivieron, este pueblo se ha levantado de nuevo, de Katrina ya solo queda el recuerdo. "Es verdaderamente alentador ver cómo estos sitios se han recuperado por completo, un estudio realizado en el 2009 por la revista Travel and Leisure ubicó a New Orleans como una de las ciudades favoritas de Estados Unidos", dijo Peter Brennan, Deputy Chief of Mision Embassy of the United States, quien asistió al evento de promoción de Louisiana, organizado por representantes



Peter M. Brennan, de la Embajada de Estados Unidos, Ana Mari Bordallo, de Ofihotel, Representante del Estado de Louisiana en Costa Rica, Jim Hutchinson Secretario Asistente y Misty Velásquez, Directora del Departamento de Cultura, Recreación y Turismo de Louisiana.

de la oficina de turismo de esa ciudad, para los mayoristas de viajes en Costa Rica. Brennan recaló que la oferta de Louisiana incluye diversión para todas las edades, con actividades nocturnas, gastronomía, sitios históricos, y una rica mezcla cultural, que hacen del sitio una excelente oportunidad de negocios para los mayoristas y agencias de viajes, durante todo el año.

SUNNEX
www.sunnex.com.hk

Éxito en cada detalle

100% ACEAO INOXIDABLE

Utensilios especializados para un buffet inolvidable

Línea Institucional hoteles y restaurantes **yamuni mayoreo**

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

PROREPUESTOS
Hoteles · Restaurantes · Supermercados · Instituciones

PONEMOS LAS PARTES VITALES DE SU NEGOCIO

REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA EQUIPOS DE:

REFRIGERACIÓN, LAVANDERÍA, COCINA Y MÁS

ENVIAMOS A TODO EL PAIS

Bajo el respaldo de: **KEITH & RAMIREZ**

Avenida 12, Calles 16-18 Bo. Los Ángeles, San José. De la terminal de buses de Puntarenas 25 mts Oeste.

Teléfono (506) 2223-0111 Fax (506) 2222-2412 Web: www.kr.co.cr

Contacto de proveedores

Sirva la presente para saludarlos y a la vez agradecerles la valiosa colaboración que ha sido para nuestro Hotel contar con la guía / directorio de proveedores de su revista.

Casa Beto, es un negocio familiar que recién abre sus puertas al turismo nacional e internacional. Durante los últimos cinco meses de preparativos, hemos utilizado la Revista *Apetito* para contactar a diferentes proveedores que se han convertido en nuestros aliados de negocio, todo el proceso de compra de nuestros artículos se facilitó al darnos cuenta que los productos que nos ofrecían eran de primera línea, además fue clave para nosotros encontrar toda la información a nuestras necesidades en una sola guía resumida.

*Vanessa & Max, Casa Beto B&B Hotel
hotelcasabeto@ice.co.cr*

Hostel en Heredia

Les escribo con motivo de su última publicación la cual está dedicada a los hostales en el país. Me gustó muchísimo la información y mucho más porque yo me dedico a eso. Yo tengo un Hostel en Heredia centro, se llama Casa Ciudadela Hostel, y me llamó mucho la atención que nuestro Hostel no apareciera en su lista, por cuanto vi que la información fue recabada en internet, y con poner en google "hostel heredia" aparecemos en la primera página, incluso en la guía telefónica del ICE aparecemos.

Pero bueno, obviamente me hubiera encantado aparecer como Hostel en la lista de *Apetito*, revista que me gusta leer frecuentemente por la información tan actualizada e interesante que abarcan; pero el hecho es que no aparecemos, y el fin de este correo es informarlos de que hay otro Hostel en Heredia, el cual les invito a conocer y tal vez incluir, si el tema lo amerita, en un futuro artículo de *Apetito*.

Nuestra página web es www.casaciudadela.com, ahí podrán encontrar amplia información de nuestro Hostel.

*Ximena Ramírez S.
Casa Ciudadela Hostel
www.casaciudadela.com*



**JABONUS
IMITACIONUS**

**1 DE CADA 4 JABONES
DE RELLENO ESTÁ CONTAMINADO
CON BACTERIAS POTENCIALMENTE DAÑINAS.****



**SI ES KIMBERLY-CLARK PROFESSIONAL*,
ES HIGIENE GARANTIZADA.**



www.kcprofessional.com

*Register Trademark / *Trademark KIMBERLY-CLARK Worldwide, Inc. © 2008 KCWW

**The University of Arizona, Tucson, January 2006.

aperitivos El doble filo del vuelo

El vuelo de la cama es un elemento que puede agregar o restar en la habitación. Si no se le da el mantenimiento adecuado, en vez de lucir como parte de la decoración, puede dar apariencia de sucio y fuera de moda. Ville Heikkila, Propietario de Riviera Home Center, asegura que el vuelo es un elemento utilizado para "esconder la mala calidad de una cama", pero que genera otros problemas como la acumulación de suciedad, dificultando y encareciendo el mantenimiento, "el vuelo de cama puede generar mucho trabajo y una inversión constante, necesita mantenimiento y cambio continuo, de lo contrario siempre tendrá apariencia de sucio o viejo", dijo Heikkila.

Para evitar este tipo de complicaciones, Heikkila recomienda utilizar camas de calidad, con maderas que aporten belleza a las habitaciones, y que no necesiten cubrirse con vuelos, por el contrario utilizar la gama de colores disponibles en tonos de madera, que aporten a la decoración.

Heikkila asegura que si bien la decoración es un elemento importante, en la elección de la cama deben considerarse otros factores, como la durabilidad, comodidad, y fácil manejo para el personal de limpieza, por ello Riviera Home Center lanzó al mercado la cama Riviera 5 Estrellas, fuerte y resistente, pero muy fácil de manipular. Por más que salten sobre ella, sus pesadas patas no se mueven, sin embargo, cualquier persona puede deslizarla sin ningún esfuerzo. "Se trata de un sistema de traslado



La cama Riviera 5 Estrellas fue una de las novedades que Riviera Home Center presentó en Exphore 2009, y para este año prometen más novedades, sobre todo en decoración, donde prevalecen líneas de muebles de fibra natural, importados de Indonesia.

con ruedas y palancas que permite mover la cama varios metros para limpiar o tenderla, y al mismo tiempo, el refuerzo de hierro, y sus patas forradas con hule por debajo, evita que se deslice en la cerámica o suene durante su uso."

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.

Marcas y diseños Registrados.

- Whit Rabbit (Caramelos chino)
- Butterfly (Té verde y Jazmin)
- Chy Fu (Salsa, Fideos y Té)
- Ocho Ocho (Confituras)

Importadores y distribuidores exclusivos de:
Lee Kum Kee (USA) Inc. (Salsa Ostion 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 plicaran los artículos respectivos de acuerdo a la ley lo indique. No garantizamos el consumo de productos no registrados o copias a la venta en el mercado.

Cualquier consulta puede llamar al 2256-8106 de servicio al Cliente.

www.ancyfer.com

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



Desarrollos de prestigio como el hotel Índigo, Holiday Inn Express, Residence Inn, han confiado sus muebles a Na'Lakalú, que en lengua Malecu significa "lugar para el descanso".

El lugar para el descanso

Na'Lakalú es una empresa familiar con más de 50 años de experiencia, dedicada a la fabricación y distribución de muebles principalmente de melina. Ubicada en Palmares de Alajuela, esta empresa cultiva su propia madera, por lo que gozan de excelente capacidad de respuesta en pedidos. Según comentó Melissa Araya, del departamento de Servicio al Cliente, Na'Lakalú cuenta con dos líneas de producción, una enfocada en productos para el hogar, y la otra en proyectos, donde se atiende hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, condominios, etc, con el diseño, fabricación e instalación de muebles a la medida.

Para más detalles sobre los productos y servicios de Na'Lakalú, puede contactarlos al teléfono: 2453 – 8003.

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

www.kr.co.cr
Tel. 2223 0111

Diseño
Ventas
Soporte
Repuestos

Soluciones de equipamiento para su negocio

Nuestros equipos están diseñados para ayudarlo a enfrentar los problemas que le quitan tanto tiempo a su día.

Preparación de alimentos / Cocina & Refrigeración
Lavalozas & Limpieza / Lavandería / Menaje

KEITH & RAMIREZ Industrial
simplificando su trabajo

Se vale soñar

Hace algunos años, una pareja de jóvenes profesionales inició un negocio de servicios de limpieza externa para empresas, en el camino fueron encontrando obstáculos, uno de ellos fue la falta de productos de limpieza "amigables" y seguros, no solo con el ambiente, sino con las personas que los utilizan.

"En nuestra empresa de servicios de limpieza teníamos personal muy vulnerable, en su mayoría amas de casa, quienes constantemente presentaban problemas de salud, y esto hacía que se ausentaran. De esta manera nos dimos cuenta que al estar expuestas diariamente a químicos dañinos, su salud se estaba deteriorando, de ahí nuestra preocupación en buscar productos menos agresivos. Fue así como decidimos fabricar productos de limpieza amigables", dice Silvia Chaves, Vice Presidenta y socia fundadora de Florex.

Recientemente esta empresa ganó las dos etapas finales del concurso regional Pioneros de la Prosperidad, por un monto total de 75 mil dólares, que serán invertidos en el desarrollo y crecimiento de la empresa y sus colaboradores. Esto incluye capacitación, equipo y desarrollo, según explicó Chaves, están definiendo las prioridades, siendo la innovación el punto de partida.

Este concurso se realizó por primera vez hace tres años en África, y en el 2009 se lanzó en Centroamérica. El objetivo de la fundación patrocinadora, es buscar y premiar empresas como Florex, que pese a encontrarse en



Silvia Chaves y Carlos Araya, fundadores de Florex.

situaciones adversas, generan prosperidad para ellos y su entorno.

Distribuidora Florex de Centroamérica es una empresa dedicada al desarrollo, fabricación y distribución de productos de limpieza amigables con el ambiente, y con las personas que los utilizan.

Esta no es la primera ocasión que Florex recibe reconocimiento por su labor, el año pasado, obtuvo el Premio Regional de Producción + Limpia, que otorga la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo.

Todo **A** su negocio en la palma de su mano

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

POS Software

AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO

SG & SISTEMAS

Con más de 40.000 instalaciones alrededor del mundo, reduciendo costos, mejorando el servicio en restaurantes.

ALDELO

POSTRES PARA CADENAS DE HOTELES Y RESTAURANTES:



- Ofrecemos:**
- Desarrollo de postres para restaurantes
 - Exclusividad y confidencialidad
 - Rellenos, toppings para postres
 - Acompañamientos para ensaladas (Croutones, Aderezos y otros)



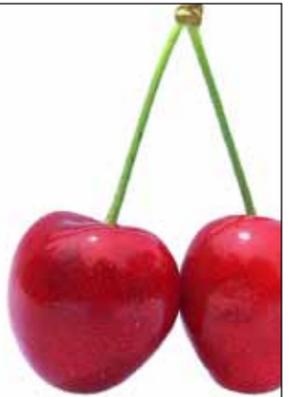
Contáctenos
 Teléfonos: 2289-4662 / 2289-8442 • Telefax: 2228-4804
 E-mail: mastercook@delipostreser.com
 San Rafael de Escazú, San José, Costa Rica.

Hay ingredientes que le agregan verdadero valor a su negocio.

RestBar

Sinertech
 www.gruposinertech.com

BemaTECH



SOFTWARE Y HARDWARE PARA RESTAURANTES

Grupo Sinertech • Informática para Hoteles y Restaurantes • Teléfono: (506) 2225-8160 • ventas@grupoinertech.com
 www.gruposinertech.com



aperitivos

¿Quiere nuevos clientes?

Conseguir nuevos clientes es la consigna de toda empresa. Sin importar su tamaño, años en el mercado o enfoque de negocio, el denominador común será la búsqueda incansable de clientes.

Thelma Araya, gerente de ventas de Toyota, comentó algunas de las estrategias que se utilizan en su empresa para atraerlos.

Escuchar, observar, aprender. Aunque parecen reglas sencillas, se trata de habilidades que deben potenciarse en cada vendedor.

1. Escuchar: demuestra respeto, y facilita la búsqueda de una solución ante lo que el cliente plantea.

2. Observar: le ayudará a ponerse en "sintonía" con el cliente, y hablar su idioma.

3. Aprender: es la capacidad de distinguir lo que el cliente quiere, sin imponemos, esto permite ofrecer productos o servicios que llenen sus expectativas.

La reincidencia

Sin embargo, conseguir nuevos clientes no debería ser lo que nos preocupe más, como explicó Araya, el mayor reto está en mantenerlos satisfechos una vez que salen de nuestra empresa, para así lograr que regresen y nos recomienden, esto aplica para cualquier situación, desde la venta de autos, un hotel, un restaurante, etc.

En este sentido, Araya aseguró que "para nosotros la



recompra es esencial, vender un Toyota es fácil, lo difícil es renovar ese Toyota, lograr que el cliente regrese, sabemos que por más que le guste la marca, si el servicio que hay detrás no es satisfactorio, ese cliente se irá a la competencia".

Para lograr la estandarización del servicio, y asegurarse de que cada una de las experiencias que tenga el cliente con la empresa sean satisfactorias, Toyota invierte millones de colones en la capacitación, no solo de los vendedores, sino de todo el personal.

Por último, la empresa también ejerce sus formas de control, con calificaciones que llena el cliente sobre el servicio que recibió, de acuerdo al puntaje obtenido, el empleado es premiado o castigado, ya que incluso se le puede rebajar un porcentaje de su comisión si el cliente lo califica mal.

Thelma Araya fue conferencista en el Congreso de Mercadeo y Ventas que se efectúa todos los años. Más información sobre CONMETAS: www.conmetas.com

Un buen polvo

Un distintivo indiscutible de marca es la cuchara del chef, para hacerlo aún más personalizado, la empresa Maltho de Cariari ofrece el servicio de desarrollo de productos especializados según las especificaciones de cada cliente. Según explicó Diego Marín, Gerente Comercial de Maltho de Cariari "el desarrollo de productos se trabaja con solicitudes específicas a nuestro Departamento de Tecnología de Alimentos, para lograr el producto idóneo que le brinde la versatilidad y calidad que requiere hoy por hoy la alta gastronomía a nivel mundial".

La funcionalidad de sus productos, la fácil preparación que significa ahorro en tiempo y costos, y el empleo de bases en polvo con una vida útil amplia que evita el desperdicio, son algunos de los valores que el Departamento de Tecnología de Alimentos plasma en cada uno de sus desarrollos, pensados para el chef. Maltho de Cariari desarrolla y distribuye productos alimenticios, tales como condimentos premezclados, bases para salsas y sopas, productos para panadería, mezclas para repostería, mezclas para bebidas, semillas y frutas deshidratadas que tienen como denominador común el facilitar el trabajo en la cocina.



Maltho de Cariari ofrece diferentes líneas de productos alimenticios bajos en grasa, bajos en sodio y reducidos en calorías que además de hacer más fácil el trabajo, buscan mejorar la salud del consumidor final.

LAS TORRES



SIROPE GOURMET - GLACES - TOPPINGS - SUMINISTROS PARA MAQUINAS VENDING - BEBIDAS EN POLVO - RELLENOS PARA PANADERIA

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

Gala
 EQUIPOS
 REFRIGERACIÓN Y GAS

Le fabricamos o importamos el equipo que satisface sus necesidades.



waguilar@equiposgala.com Tels. (506) 2227-2818 / 8834-6261 Fax. 2227-2848 San Sebastián contiguo a Multifrío
 www.equiposgala.com

Sistemas de Extracción, Urnas para Calientes y Fríos, Cámaras de Refrigeración, Cocinas y Hornos, Baño María, Freidores, Planchas, Parrillas, Mesas Frías, Mesas de trabajo, Fregaderos Industriales. Tenemos a su disposición la Mejor Calidad en Cuartos Fríos, y la garantía de 1 año por cada uno de nuestros equipos.



Fácil, rico y rentable

Elaborar todos los productos que se ofrecen en el restaurante es muy romántico pero no siempre es lo más rentable. Para elaborar postres se requiere contar con un chef pastelero, invertir en equipos y espacio. Es por eso que existen opciones en el mercado de empresas

que ayudan a liberar la carga en la cocina, para que el chef y sus asistentes se concentren en el trabajo "duro", dejando en manos de externos detalles como los postres, ensaladas, pastelería, entre otros.

Delipostres es una empresa con larga trayectoria en el servicio de producción de postres, sin duda una alternativa para tener un asistente de cocina, pero fuera de la

cocina. Yesenia Salazar, gerente de producción de la empresa, comentó que Delipostres entrega postres desde 1987, y entre sus clientes se encuentran Pizza Hut, Los Cebollines y China Wok.

Salazar recalcó que entre las principales ventajas de contar con este servicio se encuentran la estabilidad de los precios y la estandarización de las recetas. "La receta se desarrolla de acuerdo a las especificaciones del cliente, hasta lograr el punto idóneo, y esto se reproduce siempre igual, de manera que el cliente del restaurante no se verá traicionado por encontrar un postre diferente cada vez que regresa, sabe que su tres leches favorito siempre tendrá el mismo sabor. Por otro lado hay un compromiso de confidencialidad de las recetas que desarrollamos con cada cliente".

Delipostres entrega los postres listos para servir, en los tamaños que el cliente solicite, individuales o grandes.

Para más detalles sobre Delipostres, contactarlos al teléfono: 2289 4662.

Los Croutons son el producto más reciente lanzado al mercado por Delipostres. Se trata de croutones de la marca Master Cook, estilo casero, libres de grasa, sin gluten, horneados y listos para servir. Disponibles en supermercados en presentación de 140 gramos, y en paquetes de un kilo, especial para hoteles y restaurantes.

Cerditos apetecidos

Todo comenzó con un pequeño camión repartidor, en el que carnes Zamora llevaba los cuatro tipos de corte de carne que compraba la mayoría de sus clientes, entre los que se contaban carnicerías, hoteles y restaurantes. Quince años después, pensar en solo cuatro cortes es casi imposible, y es que esta empresa distribuye más de cien cortes diferentes, una pequeña señal del crecimiento del mercado, que ya no come sólo chuleta y chicharrón. Pero el crecimiento también ha sido a nivel de calidad de la carne, muestra de ello es que cadenas internacionales confían en proveedores nacionales de carne como es el caso del restaurante Outback Steak House Costa Rica, el único de Latinoamérica (de 4500 restaurantes de esta franquicia en la región), autorizado por la cadena a comprar carne de cerdo local. Esto es un gran logro para la industria porcina del país, y según comentó Mario Garro, Gerente General de Carnes Zamora, responde a un avance significativo que la carne de cerdo ha experimentado en los últimos años.

Esta empresa es la primera en Latinoamérica en exportar carne de cerdo a Panamá, antes sólo Estados Unidos

exportaba carne a ese país, y esto les mereció un reconocimiento por parte de la Cámara de Exportadores con el premio "Esfuerzo Exportador 2006".

Actualmente, Carnes Zamora exporta a Vietnam y según comentó Garro, la meta es llegar al mercado de China, Corea y Japón.

Para Garro una de las razones por las que han logrado contratos con cadenas como Outback o Four Seasons, es por el compromiso de Carnes Zamora con la calidad. "En estos años hemos trabajado de la mano con el productor local, convencidos de la importancia de reconocer y pagar el precio justo, con esto hemos logrado aumentar la calidad de la genética, el productor encuentra sentido al invertir en mejores cerdos, en cuidado, ya que su trabajo es recompensado".



Mario Garro recalcó que Carnes Zamora va más allá de comprar la carne, y explicó que desarrolla programas de capacitación permanente para los productores, como una forma de asegurar la calidad del producto que compran.



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







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



TRAMONTINA

Aquí nacen los mejores sabores

100%
ACERO
INOXIDABLE

El complemento ideal del buen chef

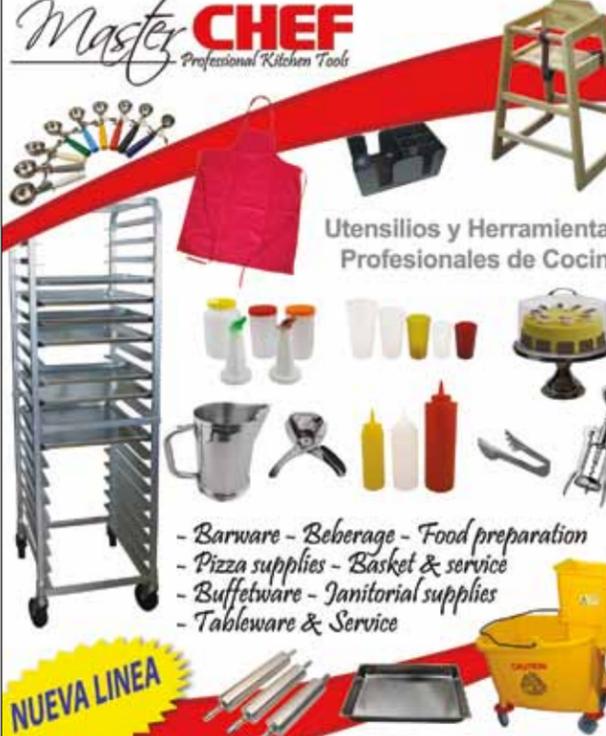
OLLAS | SARTENES | CUBIERTOS Y MÁS

Línea Institucional hoteles y restaurantes 

www.yamuni.com Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066
De Mc Donalds/ Sabana 200 mtr. al este

Master CHEF

Professional Kitchen Tools



Utensilios y Herramientas
Profesionales de Cocina

- Barware - Beverage - Food preparation
- Pizza supplies - Basket & service
- Buffetware - Janitorial supplies
- Tableware & Service

NUEVA LINEA

Central: 2543-2100 | www.tipscr.com 



Chancay cambia de casa

El restaurante Chancay de Curridabat fue trasladado al Centro Comercial Antares, frente a la rotonda de la Bandera, en Montes de Oca. Este es el primer restaurante que abre en este complejo comercial, dedicado en su mayoría a la oferta gastronómica, y que promete variedad a una zona que en los últimos 25 años ha sido territorio de Friday's San Pedro.

Según comentó Jorge Figueroa, socio de Chancay, el este sigue en crecimiento, por lo que tomaron la decisión de elegir una ubicación más cómoda para los clientes de la zona. Este es el cuarto restaurante que abre la cadena, el primero fue hace ya ocho años, en el centro comercial Plaza Itscatzú, el segundo fue el de Curridabat, y el tercero fue en Heredia.



Además de su competencia interna, los restaurantes del nuevo centro comercial tendrán que lidiar pronto con la de las alitas de Hooters, ya que frente a la Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica están construyendo otro centro comercial, en donde abrirán un restaurante de esta franquicia. Sin duda, el este está caliente!

Rápido no necesariamente significa malo

La cadena de restaurantes Chipotle se considera la cadena de más crecimiento en Estados Unidos. Su concepto único la hace diferente a otros restaurantes de este tipo: comida rápida con ingredientes naturales y frescos. Los platillos se elaboran con carne de animales criados naturalmente y sin hormonas. Utilizan productos orgánicos y no usan comida congelada. Su compromiso principal es con los agricultores.

Con un préstamo de \$85,000 de su padre, Steve Ells abrió el primer restaurante en 1993. Hoy en día sirve a 700,000 personas al día.

¿Cómo mantiene la calidad?

"Le enseñamos a los empleados a cocinar. En otras cadenas los empleados no tienen que saberlo. En la nuestra, usan sartenes, tablas y pican!". dijo Ells. "Es una cocina de verdad".

¿Cómo se promueven?

No anuncian en televisión. Hacen promociones en la radio y usan la publicidad 'boca en boca'. Han hecho muchas promociones regalando comida a



clientes potenciales, en especial cuando abren una tienda o en fechas especiales.

Con más de 500 restaurantes en Estados Unidos, Chipotle confirma su teoría: "Rápido no es necesariamente 'malo'".



Mobiliario exterior N.1 en el mundo

- Tela de poliéster plastificado transpirable resistente a los rayos U.V.A y protección anti-microbiana
- Tres Años de garantía
- Pies protegidos por pletinas de resina antideslizante
- Treinta años de trayectoria y presencia en 50 países a nivel mundial
- La estructura modulable de las sillas de playa BALLIU, permiten el reemplazo de sus piezas en caso de deterioro

MACRO COMERCIAL S.A.
DISTRIBUIDOR AUTORIZADO PARA COSTA RICA

Aurora de Heredia, Condominio de Bodegas Tierra Uno, Bodega 22 | Tel: (506) 2293-69-70 | Fax: (506) 2293-69-63
www.macrocomercial.com



Líder en diseño de cocinas y lavandería



Tips
Hotelería · Gastronomía · Hogar

Tips es el líder en diseño de cocinas y lavandería. Un excelente equipo de profesionales garantiza que la selección y ubicación de cada equipo sea la óptima para maximizar sus utilidades.

Nuestros servicios incluyen:

- Selección de Equipos en base a sus necesidades
- Diseño de áreas de Cocina y Lavandería
- Desarrollo de planos electro mecánicos
- Asesoría operativa
- Servicio de mantenimiento preventivo y correctivo

Llámenos y con gusto lo visitaremos

Central: 2543-2100 | www.tipscr.com

Convierta su hotel en un negocio eficiente con la máxima herramienta en Gestión Hotelera

Seven Suite es el sistema de Gestión Hotelera integrado por módulos que fácilmente se adaptan a las particularidades de cualquier hotel o cadena hotelera.

Su integrabilidad permite un flujo eficiente de información en todas las áreas del negocio. Lo que permite tomar decisiones oportunas y acertadas para brindar el mejor servicio a sus clientes.

SEVEN suite



T: (506) 2241-0591, 2240-8592
F: (506) 2235-9690
E: info@mysevensuite.com

JOPCO
Artículos para hoteles y restaurantes
www.jopco.net



Tels. (506) 2215-3545 • Fax: (506) 2213-7583
www.jopco.net • jopcocr@racsa.co.cr • Guachipelin, Escazú.



SU PROVEEDOR COMPLETO DE PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD PARA HOTELES EN CENTROAMERICA.

AMENICORP

AMENICORP LTDA | San José | Costa Rica
 TELEFONO +506 22586516 | FAX +506 22331644
 SITIO WEB www.amenicorp.com | E-MAIL info@amicorp.com



AMENICORP

Jabones de baño
 Jabones Faciales
 Shampoo, Acondicionadores
 Lociones corporales
 Lociones humectantes
 Kits dentales
 Kits de costura
 Kits viajeros
 Kits para pulir zapatos
 Gel de baño
 Entre otros...

distribuidor autorizado:

marietta

disponibles también productos:

Costa Supply

aperitivos



¿Qué hay de nuevo?

El este se mueve

Un nuevo restaurante de comida italiana abrió en el este de San José. La cocina de Tra Noi es manejada por los chef Biagio Fontana y Paolo Blasi, con la tarea de demostrar que los italianos cocinan más que pasta y pizza, pero sobre todo, lograr que el consumidor se atreva a probar los diferentes platillos disponibles en su amplio menú.

El nuevo restaurante está ubicado en el Centro Comercial El Campanario, en Curridabat, tiene una capacidad de 75 sillas, y una extensión de 500 metros cuadrados de construcción.



Equipos
 Una Fábrica a Su Servicio

AB

Tel: (506) 2239-5516
 Barreal de Heredia, frente a Cenada
 www.equposab.com
 ventas@equiposab.com



Fabricación a la medida, Asesoría, Diseño e Instalación de:
 Equipos en Acero Inoxidable, Equipos de Refrigeración, Equipos a Gas, Extracción y Equipos Importados.



EXPHORE traspasa fronteras

En su décima edición, Exphore se consolida como la feria más importante del sector de la hospitalidad, tanto en Costa Rica como en el resto de Centroamérica.

Octavio Rojas Silvestre, socio de Pane e Vino Nicaragua es uno de los cientos de visitantes que ya confirmó su asistencia a Exphore, Expo Hoteles y Restaurantes 2010. Rojas fue uno de los primeros en hacer su pre registro, con lo que aseguró su entrada preferencial a la feria, y aseguró que no es la primera vez que asiste.

Adriana Barrientos es la coordinadora de compras del hotel Los Sueños Marriott, para ella asistir a Exphore, Expo Hoteles y Restaurantes es una de las mejores oportunidades para encontrar nuevos proveedores y actualizarse con los nuevos productos y servicios del mercado. Asegura que se organiza con los compañeros del departamento de compras de los otros Marriott, así como con los chef, ya que les gusta ir en grupo, para comentar sobre las novedades que se encuentran.

Al igual que Barrientos, chef, administradores, propietarios, gerentes, y personal de hoteles, restaurantes, panaderías, catering service, bares, cafeterías, de todo el país buscarán nuevos proveedores, nuevos productos y nuevas oportunidades en la Exphore 2010, que se realizará del 22 al 24 de junio en la Torre Geko, en el Centro Comercial Real Cariari, en Heredia, Costa Rica.

1,2,3. Algunos expositores y visitantes de Exphore 2009.
 4. Adriana Barrientos, Coordinadora de Compras del hotel Los Sueños Marriott, "Me gusta asistir el segundo día de la feria, nos organizamos para ir en grupo".

En cifras

898 profesionales del sector de hoteles y restaurantes ya se pre registraron para Exphore, Expo Hoteles y Restaurantes, de los cuales el **25%** son del sector de hoteles, mientras que el **15%** son de restaurantes. Un 13% de los pre registros corresponden a empresas de catering service. Mientras que un 11% son cafeterías, panaderías y reposterías, un sector que también ha crecido en participación tanto de oferentes como de visitantes.

Los 898 pre registros contabilizados al 15 de abril demuestran el alto grado de interés que despierta la feria en el sector. Cada visitante que se pre registra tendrá la ventaja de ingresar al evento sin necesidad de hacer fila y en forma gratuita. La entrada tendrá un costo de 4 mil colones para los que no se pre registren. Haga su registro anticipado en www.exphore.com.

Para exponer, contactar a Guillermo Rodríguez, al (506) 8997 1651.

Color, sabor y variedad



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



10 años de la mano con el sector de Hoteles y Restaurantes
 200 stands de proveedores de la industria. Encuentre: productos nuevos, contactos y colegas

EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

22 al 24 de Junio 2010, **C. C. Real Cariari Torre Geko** Reserve su stand: Tel: (506) 2231-6722 ext 132

Entrada gratis: Regístrese anticipadamente en www.exphore.com Precio de la entrada sin registro: ₡4,000

www.exphore.com No se permite el ingreso a menores de edad. Horario: 11:00 a.m. - 8:00p.m.

Expositores confirmados hasta el 14/04/10



En las nubes

Awana, su significado en malayo es “en las nubes”. Este restaurante londinense, ubicado en el área de Chelsea, nos permite adentrarnos en lo mejor de la cocina de Malasia.

Por Erika Hempel.

Con especial atención a los detalles, como su logo en forma de nube, luces de diferentes colores alrededor de todo el restaurante, y cocina auténtica con ingredientes frescos, este restaurante nos permite degustar platos innovadores que reflejan la profundidad y diversidad del país. Sus dos chefs, Mark Read y el malasio Lee Chin Soon, se encargan de crear platos que nos transportan a lo más tradicional de Malasia, sin dejar de lado un toque moderno.

Visité el restaurante un sábado en la noche, en la que habían 13 personas trabajando en la cocina. El restaurante sienta a 80 personas, sin embargo, en eventos especiales pueden acomodar a 100 comensales. Los días más

ocupados, sábados y domingos, se pueden servir alrededor de 400 platos. Cada noche reúnen a todos los camareros para que conozcan los platos que se van a servir esa noche, que ingredientes llevan y cómo están cocinados. Así y con entrenamientos regulares se aseguran de mantener un nivel de servicio que se merece una comida de primer nivel.

La carta es muy extensa, que nos hace ver la variedad de comida que se puede degustar en Malasia. Sin embargo, para un primerizo en este restaurante y en esta comida puede ser una situación estresante intentar decidir que escoger entre tanta variedad. Para agravar la situación, en las fechas que visité tenían además un festival de mariscos,

que le sumaba aún más platos al menú. Siempre tiendo a desconfiar de una carta tan amplia, principalmente porque puede perderse calidad en querer preparar una gran cantidad de platos. Otra cosa que hacen en el restaurante, es cambiar el menú regularmente para asegurarse de que tienen variedad y que están utilizando los ingredientes de temporada.

Como recomendaciones de nuestro anfitrión de la noche (que nos dio una atención excepcional), empezamos con unos satay skewers de pollo y cordero. Están hechos a la plancha, y se notaba la frescura y la calidad de la carne. Un detalle interesante de este restaurante es que no tienen congeladores, ya que prefieren utilizar sus ingredientes frescos para no perder calidad en los platos. Dos veces a la semana reciben ingredientes especiales de alrededor del mundo. Asimismo, hacen controles de calidad constantes en todos los ingredientes que llegan al restaurante.

Otra de las entradas que nos sugirió fue un pan Roti, que lo hicieron en el momento en que lo pedimos. Junto con el pan viene una salsa de lentejas dahl y una salsa de curry rojo. Tienen un satay bar donde preparan las cosas a la plancha y el pan, que está abierto a la sala principal. Para los comensales que no se encuentran en la sala principal o que están esperando en el bar, hay pantallas de televisión que transmiten el satay bar en directo. El bar de la entrada puede tener hasta veinte personas esperando sentarse.

Si hay un detalle del restaurante que pudiera cambiar sería la distancia entre mesas. Me parece que las mesas estaban muy cerca, lo cual nos permitía escuchar la conversación de las vecinas con total claridad. A veces es difícil en un restaurante lograr un balance entre privacidad de las mesas y capacidad, especialmente cuando se visita en una noche relativamente tranquila donde el barullo de fondo no tapa las conversaciones de los vecinos.

De platos principales pedimos unos camarones en salsa de curry picante (muy picante!), así como una de las especialidades de la casa y uno de los platos que más se sirven, los espaguetis planos con langosta.

Personalmente me gustan los platos picantes, sin embargo agradezco los restaurantes que indican el nivel de enchilada que se va uno a dar, y en este no tenía ninguna referencia, con lo cual me enchilé bastante con el curry. El plato de pasta con langosta estaba excepcional, y la porción de langosta era bastante generosa.

Finalizamos con una bandeja surtida de postres. Había varias cosas que se veían increíbles, pero lo más sorprendente fue el helado picante. Entré de lleno con mi cuchara y me quemé la garganta! Aparte de eso, los demás postres más tradicionales malasios, como flan de coco fueron el final perfecto para la cena.

Tasting the good life

Delika
by Gourmet Imports

*Seleccionando para los
más exigentes
los mejores productos*

VALLE SECRETO
vineyards winery

CARMÉNERE 2007

Color rojo intenso con notas violáceas, pero de taninos firmes y amables. Su aroma nos recuerda frutas negras, moras, notas de cuero y madera. El vino fue envejecido en barricas de roble francés y americano para darle mayor complejidad. Ideal servido con carnes rojas de caza y quesos.

GANADOR DE LA MEDALLA DE ORO
CAT DOR HYATT WINE AWARDS 2008

Para mayor información, cotizaciones o pedidos, consulte con su representante de ventas o bien envíe un correo a: servicioalcliente@delika.cl
Tel. 2239 1019 • Fax: 2239 1514 • www.gourmetimports.co.cl



Encargados de compras ¿Qué, cómo, con quién sí, con quién no?

Durante muchos años los unieron intereses comunes, cada uno sabía lo que al otro le gustaba, y era sencillo complacer. Pero bastaron algunas llamadas, unos provocadores correos electrónicos, y un escotado descuento, para que un atrevido amante calara en aquella relación, que con el tiempo fue pecando de rutinaria.

El amante ahora se convierte en el "oficial", y debe asumir las consecuencias de su nuevo estatus. Si es inteligente, intentará no repetir el error de su antecesor, y cumplirá con los caprichos de su contraparte, pues conoce bien su sentido práctico, casi frío y calculador, capaz de cambiarle si encuentra a alguien que supere la oferta.

La relación entre un encargado de compras y un proveedor no está tan lejos de ser una relación sentimental. El mínimo descuido en la calidad y las promesas sin cumplir, como las fechas de entrega, son errores imper-

donables, con el agravante de que siempre existirá una opción para sustituir su producto o servicio.

Los encargados de compras de importantes hoteles y restaurantes, nos cuentan cómo manejan ellos estas relaciones, y cuáles son los pecados que no perdonan a un proveedor.

La falta de ética laboral, incluida la mentira y el soborno, sumado al incumplimiento en plazos, errores en entregas y en facturaciones, son algunas de las faltas más comunes señaladas por estos apetecidos, pero exigentes clientes.



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

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

COOL SPOT:
SIEMPRE CON LAS MEJORES
NOVEDADES

NUEVO

TUBO
ASPIRACIÓN CENTRAL
PARA CASAS Y OFICINAS

exclusivo para Costa Rica



CoolSpot
TIENDA PROFESIONAL
DE AIRE ACONDICIONADO

San José, San Sebastián: (506) 2226.8071
Solarium, Liberia: (506) 2668.1140
Jacó: (506) 2643.6174

Encargados de compras



Eliécer Retana Director de Materiales del Tabacón Grand Spa and Termal Resort, es el encargado de supervisar más de 6 mil diferentes productos y 600 proveedores por año.



Lo que más consumen:
Came de res: **12 mil kilos***
Huevos: **7500 kilos***
*por año

Tabacón: Una relación basada en la ética

Desde el lapicero que utilizan en la recepción, hasta el cemento de la remodelación, pasando por las flores de los pasillos, la pimienta, las verduras orgánicas del nuevo menú, e incluso los servicios de mercadeo y publicidad, en fin, todo lo que se requiera como insumo para el funcionamiento del Tabacón Grand Spa and Termal Resort pasa por las manos del Director de Materiales, Eliécer Retana.

Controlar la calidad de más de 6 mil productos o servicios al año, no es tarea fácil, aunque Retana no está solo. "El primer filtro es al momento de recibir el producto, se revisa lo básico, que coincida la descripción de lo facturado con lo que se entrega, y que el mismo esté en buen estado. El control de calidad es responsabilidad directa de los jefes de cada departamento, como el caso de Alimentos y Bebidas, donde la naturaleza de los productos, muchos perecederos, requiere un control más estricto e inmediato".

Para Retana, dos son las razones de mayor peso para que un proveedor entre en su lista negra, la primera de

ellas, y la más grave sería incurrir en actos ilícitos, como ofrecer sobornos a jefes de departamentos para que éstos les compren su producto, "no perdono la falta de ética en los negocios", dice. El segundo pecado sería la falta de atención frente a errores, "puedo tolerar las equivocaciones, siempre que el proveedor esté dispuesto a solucionarlo, el problema es cuando se presenta un reclamo y no reacciona, sino que sigue cometiendo el mismo error una y otra vez, esto me demuestra falta de interés".

Compras verdes

Desde hace casi un año y como parte de su compromiso de responsabilidad social, Tabacón cuenta con una política de compras amigables con el ambiente, en donde la empresa está comprometida a tomar en cuenta aspectos ambientales en su decisión de compra, dando prioridad en la medida de lo posible a productos verdes. El concepto también abarca productores locales, que representan un 30% de las compras totales de la empresa.

EL SECRETO:
equilibrio natural...

DESCUBRE NUESTRO SECRETO
Antioxidantes Naturales,
Magnesio, Calcio y Flúor
en su justa medida.
MUY BAJA EN SODIO

novaspirit@reca.co.cr ~ Tel. (506) 2297-1631

CERTIFICADA 100% MINERAL

NATURAL MINERAL WATER
PUYEHUE



Encargados de compras

Four Seasons: Invitados especiales

“Pensar en cada cliente como un invitado especial” fue la filosofía que inspiró todo el concepto que Issidore Sharp desarrolló en sus hoteles. Cuando él mismo construyó el primer hotel en Canadá, junto a su padre, en 1960, no imaginaba que se convertiría en una de las franquicias más famosas del mundo, precisamente por esa filosofía de servicio.

El primer hotel se abrió en 1961, y cinco décadas después la cadena cuenta con 83 hoteles, en 35 países, estableciendo un concepto de turismo de lujo, difícil de imitar, pero que sin duda se ha convertido en estándar para la industria.

El Four Seasons de Costa Rica no será la excepción en ese estándar, y la búsqueda de proveedores eficientes es su constante reto. “Manejamos proveedores locales e internacionales. Los internacionales en su mayoría son seleccionados por nuestra oficina Corporativa ya que fabrican productos con diseños especiales para ser utilizados por todos los hoteles de la cadena. Los proveedores locales son seleccionados con base en calidad, servi-

cio y costo. Cabe mencionar que la mayoría de nuestros proveedores son locales puesto que buscamos disminuir costos de importación y en beneficio de la economía costarricense”, dice Ortencia Morales, Assistant Director of Finance Four Seasons Resorts – Asistencia temporal en Gerencia del Four Seasons Resort Costa Rica.

Con diez años trabajando para la cadena, Morales ha sido testigo del ir y venir de muchos proveedores. Desde su experiencia los tres errores fatales de cualquier proveedor están relacionados con la calidad y el servicio, “que los pedidos no lleguen en el tiempo pactado, que haya variaciones entre el pedido y lo recibido y que la calidad sea menor a la acordada”.

Morales considera que ferias como la Expohore facilitan el trabajo de búsqueda de nuevos proveedores. “Estas ferias son muy importantes para nosotros pues podemos conocer la diversidad de proveedores que ofrecen muchas veces mejores precios que los que se pueden tener actualmente. Por lo regular estas ferias incrementan nuestra cartera de proveedores”.

Algunas de las grandes cadenas instaladas en el país, que deben apearse a estándares internacionales, han logrado flexibilizar sus compras, y cada vez más incorporan productos locales, no sólo en su menú, sino también en el resto de insumos. Los ejemplos abundan, la franquicia de Outback Steak House Costa Rica, es la única de Latinoamérica, entre 4500 restaurantes, autorizada por la cadena a comprar carne de cerdo local, todas las demás compran la carne en Estados Unidos. Los muebles del restaurante Applebee’s de Lindora, fueron fabricados por una empresa costarricense, bajo las especificaciones de la franquicia.



“Tratamos de trabajar con un proveedor por cada categoría de producto, para mantener una relación más fuerte, pero siempre tenemos uno o más como alternativas en caso de algún imprevisto”. Ortencia Morales, Asistencia temporal en Gerencia del Four Seasons Resort Costa Rica.

83 hoteles en 35 países.

Oportunidades de ahorro a su alrededor.



Reconocido año tras año por su sobresaliente liderazgo, ITW Food Equipment Group a recibido el premio ENERGY STAR® Excelencia Sostenida en el Manejo de Energía. Desde refrigeradores hasta lavaplatos, nuestros 455 productos galardonados con el sello ENERGY STAR® pueden ayudarle a reducir sus factura de servicios públicos por cientos, sino miles de dólares por año.

De hecho, la mayoría se pagan por sí solos en tan solo 24 meses.

Descubra todas las formas con las cuales puede generar ahorro en: hobartcorp.com/sustainabledesign



Los ahorros de costos se basan en el promedio de ahorros que figuran en la guía de ENERGY STAR para los restaurantes. El ahorro de energía real puede variar dependiendo del uso y otros factores.

T. (506) 2223-0111 | F. (506) 2222-2412 | C. (506) 8386-9388
Ave12, Ca18-18, S.J., Costa Rica • www.kr.co.cr

EL SECRETO DEL ESPRESSO PERFECTO ES NUESTRO.

café Britt
www.cafebritt.com
espresso

Café Britt, distribuidor exclusivo de **LA CIMBALI**

CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A./Servicio al cliente 2277-1620/e-mail: ventas@cafebritt.com / www.cafebritt.co.cr



La Posada, Hacienda Pinilla

El filtro de las compras en el hotel La Posada recae sobre la figura del gerente general. Jaime Montero cuenta con 28 años de experiencia, que le han enseñado también a confiar en su equipo de trabajo. Asegura que cada semana se reúne con los encargados de departamentos para discutir entre otros temas, las necesidades de compra de cada uno, y de acuerdo a ello se toman las decisiones, oportunidad también para presentar alguna inquietud sobre nuevos productos que se deseen implementar, ya sea en el menú o como parte de los servicios en las habitaciones. En cuanto al control de calidad, si se trata de productos del área de alimentos y bebidas, el chef ejecutivo es el responsable de verificar que no venga gato por liebre en la entrega, mientras que el personal de bodega funciona como reloj suizo para verificar la calidad de los demás productos. Para Montero la clave para el mejor control y manejo de proveedores es mantener el menor número posible, "preferimos la mínima cantidad pero la máxima calidad". Un consejo que algunos por el volumen de compras no podrán aplicar, pero es importante encontrar ese balance.



"El peor error de un proveedor es no cumplir con los plazos de entrega". Jaime Montero, gerente general del hotel La Posada del Sol, Hacienda Pinilla.

Lo que más consumen:
Atún y salmón: de **15 a 30 kilos** por semana

Grupo Islita: Nos gustan locales, pero buenos



"No tolero la falta de ética, me molesta descubrir una mentira o que intenten sobornarme". Toker Calderón, Jefe de Proveeduría del Grupo Islita



Lo que más consumen: **250 kilos** de bolsas de basura por mes, 90% Oxo biodegradables.

El Grupo Islita, que comprende a los hoteles Punta Islita y El Silencio, además de Lomas de Islita y Forestales de Islita, dedicadas a la venta de lotes y construcción de villas de lujo, ha sido tradicionalmente reconocido como pionero en el tema de responsabilidad social. Esta filosofía también penetra en las compras. Según comentó Toker Calderón, encargado de Proveeduría del grupo, la responsabilidad social forma parte del proceso de selección de productos y servicios. "Se trata de apoyar a los proveedores de la zona o bien de Costa Rica en primer lugar, es por eso que la mayoría de los proveedores son locales y muy pocos internacionales. Claro, teniendo en cuenta el concepto de beneficio mutuo, ambas partes deben ganar. A veces se mal interpreta responsabilidad social con beneficencia y no se trata de eso, siempre vamos a preferir al local, pero nos tiene que dar la calidad que exigimos, de lo contrario no califica". Otro aspecto que se toma en cuenta es si se trata de un producto amigable con el ambiente. Calderón valora cuando un proveedor demuestra actitud colaboradora, desinteresada y honesta, "hay proveedores que no te dan información a no ser que te comprometas con ellos para la compra, algunos prefieren hacer clientes, otros una venta". Calderón asegura que le gusta trabajar con un mismo proveedor, esto facilita los procesos de pedidos y entregas. Sin embargo, no pierde de vista el riesgo que representa, "la ventaja de un proveedor exclusivo es que se desarrolla mucha confianza, ellos llegan a interiorizar nuestra filosofía, y nuestro estilo. Sin embargo, en algunos casos sucede que después de un tiempo se deteriora el servicio, necesitan sentir la presión de la competencia, además el riesgo de un proveedor único con muchas líneas es que si falla, genera muchos problemas".

Prolim tiene el agrado de presentar su nuevo producto:

Jabón para manos *sello verde* en espuma

Empaque de 1.250ml, rinde **3500** lavadas

¿Usted sabe cuando un producto realmente es sello verde?:

1. Ingredientes químicos totalmente biodegradables
2. No genera ningún impacto al ambiente
3. No genera toxicidad humana

Distribuidor exclusivo para Costa Rica: PROLIM Productos de Limpieza Industrial

Tel. 2248-0538 ó 2248-0557 | Fax: 2248-0529 | info@prolimcr.com

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA HOTELES & RESTAURANTES

TEL.: (506) 2680-0139
FAX: (506) 2680-0679
E-MAIL: INFO@KION.CO.CR
WWW.KION.CO.CR
GUANACASTE

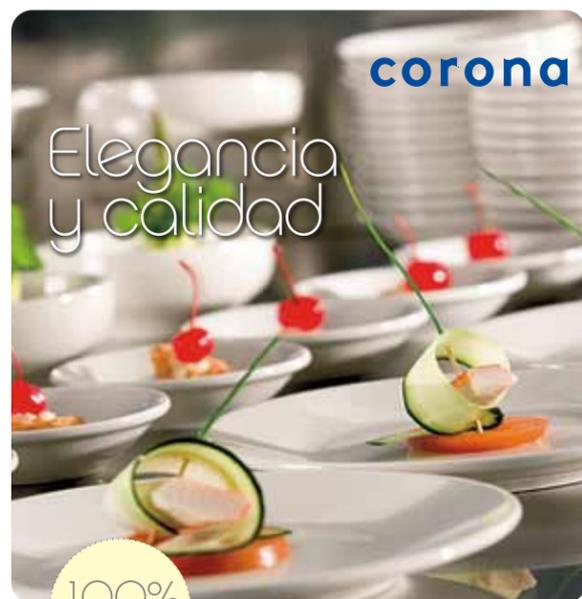


Encargados de compras

Marriott: Verdes o nada

Esta cadena hotelera se propuso ir más allá de utilizar productos amigables con el ambiente, ellos quieren que sus proveedores se comprometan con prácticas limpias de producción. Para lograrlo, en enero de este año, la cadena Marriott Internacional firmó una alianza con el World Environment Center, WEC, para un proyecto de capacitación para los proveedores de esta cadena en Costa Rica y Nicaragua, que incluye asistencia técnica en las áreas de energía y ahorro de agua; reducción de desechos, materia prima y emisiones. Además, en el tema de implementación de sistemas ambientales de administración y acceso a recursos financieros.

“En Marriott Internacional, estamos comprometidos en trabajar junto con nuestros proveedores alrededor del mundo, para construir una cadena de proveeduría sos-



corona

Elegancia y calidad

100% RESISTENTES

La mejor vajilla también hace lucir tu hotel o restaurante

Línea Institucional hoteles y restaurantes

yamuni mayoreo

www.yamuni.com

Yamuni Mayoreo Tel. 2255-2066
De Mc Donaldr Jobana 200 mtr. al este



“Por estandarización de calidad y control es más sencillo trabajar con un proveedor único, sin embargo siempre se debe contar con un respaldo, no podemos depender de un solo proveedor”. Salomón Johnson, Gerente de Compras de Marriott Hotels & Resorts Costa Rica,



Lo que más consumen: Agua: **4500 botellas** por mes.

tenible y de calidad mundial” aseguró Charlie Linaburg, director Senior para Norteamérica de Responsabilidad Social & Enlace Comunitario de Marriott International. Salomón Johnson, Gerente de Compras de Marriott Hotels & Resorts Costa Rica, asegura que esta es la base para la elección de cualquier producto o servicio, “con los proveedores antiguos estamos trabajando para que incorporen políticas ambientales, no como un requisito nuestro, sino como su propia filosofía de trabajo. En cuanto a los nuevos, no estamos aceptando proveedores que no demuestren respeto por el medio ambiente en sus procesos de producción, desde el reciclaje del papel de oficina, hasta el ahorro energético, siempre hay algo que se puede hacer y por pequeño que parezca hace una diferencia”.

Encargados de compras



El arte de comprar para la cocina de un todo incluido

Ni mucho que queme al santo ni poco que no lo alumbre, decían las abuelas. Algo que Alfonso León Sánchez, Chef del Barceló Playa Tambor ha sabido aplicar durante 17 años en su ejercicio de compras en el departamento de Alimentos y Bebidas de ese hotel, aunque su experiencia en este puesto acumula ya los 30 años.

Según comentó Sánchez, la selección de productos para su departamento es el resultado de una cuidadosa programación entre el chef, compras y proveedores.

La administración del hotel designa el presupuesto para la alimentación promedio de cada huésped, basado en su experiencia, León hace sus cálculos de la cantidad de productos o ingredientes indispensables, tomando en cuenta variables tales como presupuesto asignado, temporada de frutas y verduras, disponibilidad de carnes rojas y blancas, tipos de menú del restaurante principal (en este hotel se maneja una dieta mediterránea y un menú semanal con algunos cambios quincenales temático con platillos italianos, españoles, costarricenses, cubanos y otros) y los ingredientes necesarios para el menú fijo de los restaurantes a la carta.

Por ejemplo, una porción de carne es de 150 gramos, pero se calcula que un huésped promedio puede ingerir hasta un kilo de carne en un almuerzo o cena. Sin embargo, las salsas que acompañan a la carne deben estar presentes en mayor cantidad durante la noche, pues al disminuir la temperatura, el comensal tiende a poner más salsa a su carne que durante el almuerzo y eso obliga también a tener más variedad de las mismas.

La programación se hace cada 30 días. Pero se actualiza a diario, debido a que las compras se realizan todas las semanas.

Si bien el encargado de compras escoge al proveedor, el chef tiene la última palabra. Si el producto es defectuoso o de dudosa calidad se rechaza, y el proceso vuelve a su fase inicial.

“En sitios como Playa Tambor es muy difícil encontrar proveedores locales que puedan abastecer las necesidades del hotel y esto exige también una mayor planificación”. Alfonso León Sánchez, Chef Barceló Playa Tambor,

Lo que más consumen:
1000 Kilos de pescado
por semana.

Todo incluido...
a comer!: un huésped promedio puede ingerir hasta 1 kilo de carne en un almuerzo o cena.



Encargados de compras

Tres Hermanas: Al toro por los cuernos

El principal termómetro para definir si un proveedor se queda o no en el restaurante Tres Hermanas son los clientes, aunque no el único. Así lo explicó Michael Retana, Maitre D y Encargado de Proveeduría, "la calidad de los productos se controla según el seguimiento diario a la presentación de los platos, la apariencia, la textura, el sabor y las sugerencias de nuestros clientes. No se puede dejar de lado el precio contra la calidad del producto. Se debe tener un punto de vista crítico constructivo ya que como restaurante debemos mantener estándares propios de calidad, las observaciones de los clientes nos ayudan a mejorar las rectas, para asegurar clientes satisfechos y frecuentes".

Pero esa buena costumbre de escuchar a los clientes no solo les funciona para enviar proveedores a su lista negra, sino también para incluir nuevas recetas en el menú, "cuando decidimos probar un nuevo producto por lo general lo hacemos por sugerencias de los clientes o por un mejoramiento o cambio de una receta".

El precio y el crédito son dos atributos de gran peso al momento de elegir un nuevo candidato, aunque su permanencia como proveedor sólo podrá ganarla con su consistencia en el tiempo.



Michael Retana, Encargado de Proveeduría Restaurante Tres Hermanas, en Abangares. Asegura que le molesta cuando se cometen "errores" en facturación, "negocian un precio y al momento de facturar es otro".



Lo que más consumen: 900 a 1000 kilos de carne por mes.

Denny's: Prueba de fuego

Algunos le han dicho no a este negocio. Y es que ser proveedor de Denny's no es trabajo sencillo. Para calificar, deben pasar varias pruebas, que son requisito de la franquicia, así lo explicó Rebeca Vargas, gerente general de Denny's Irazú.

Lo primero es demostrar que cuentan con instalaciones de calidad mundial, con implementación de HACCP, contar con detector de metales en la planta, una vez que todo es verificado por un inspector nacional, deberá esperar la visita del representante internacional de la franquicia. Si este da el sí, aun quedan pruebas pendientes. "Se piden productos para probar, se verifica que tenga capacidad de ofrecer crédito por 30 días, se piden referencias de otros clientes, se asegura que pueda garantizar la producción requerida, y dependiendo del producto hay detalles específicos, por ejemplo en el caso del huevo líquido, el proveedor debe presentar pruebas de laboratorio en cada entrega, que verifiquen su inocuidad".

El control diario de calidad de cada producto se realiza mediante una hoja técnica, donde se especifican sus características, como presentación, tamaño, temperatu-

ra, si se encuentra alguna inconsistencia entre lo entregado y lo requerido en su ficha, no solo se devuelve, sino que se le solicita al proveedor un informe de trazabilidad del producto, en donde explique qué sucedió y qué está haciendo para corregirlo.



"Es difícil conseguir proveedores que cumplan con todos los requisitos de la franquicia, y dispuestos a comprometerse". Rebeca Vargas, gerente general de Denny's Irazú, y encargada de compras.

Fogo Brasil: Secretos de una brasileña

Mantener 5 tenedores en un restaurante de 600 sillas, durante 4 años consecutivos requiere un esfuerzo que para Sandra Goulart, gerente general de Fogo Brasil, inicia con la selección cuidadosa de sus proveedores, en su mayoría nacionales.

"Tenemos un control estricto de calidad con los produc-

tos, desde la carne hasta los vegetales, las frutas que utilizamos son de la época para garantizamos productos muy frescos".

Pero el control va más allá de hacer un check al momento de recibir el producto, "en la carne somos muy rigurosos, es nuestro producto más importante, requerimos 17 tipos de cortes, y para asegurarnos que se mantenga siempre el estándar, nuestros empleados van a la planta a supervisar tanto el proceso de manipulación, como los cortes que deben ser al estilo brasileño, en ese sentido trabajamos con contratos de confidencialidad porque esa es nuestra marca de diferenciación".

Otro de los grandes logros para Goulart, ha sido el introducir en forma constante nuevos platos en el menú. Algunos cambios son aplaudidos por sus clientes, como la reciente inclusión de quesos holandeses de Lekkerland, o la paella valenciana que sirven como plato especial los domingos. Pero no siempre las innovaciones son del agrado de los clientes, por lo que se necesita también la prudencia para saber en que momento dar un paso atrás. "Nos gusta probar de todo, pero el cliente nos dice qué se queda y qué no, por ejemplo hace poco probamos con la carne de búfalo, pero a los clientes no les gustó, es una carne con un sabor más fuerte".



Sandra Goulart, gerente general de Fogo Brasil, comentó que el 80% de sus clientes son nacionales, y el plato más solicitado es la Picanha, que es la punta de solomo.



Lo que más consumen: 4000 a 5000 kilos de carne por mes.

EL EQUIPO PARA EMPRENDER SU NEGOCIO
LO DISTRIBUYE ELECTROFRIO
 Somos equipo para su negocio

Distribuimos:

- MORROYAL
- FOGEL
- IBBL
- Cornelius
- Astoria

100% CALIDAD Y RESPALDO

Llámenos, será un gusto atenderle! Tel: 2244-5530 • www.electrofriocr.com • ventas@electrofriocr.com • Santo Domingo de Heredia.



Encargados de compras

Ichiban: Trío de compras

Las relaciones que ellos establecen con sus proveedores se basan en la confianza, por ello prefieren trabajar con un solo proveedor para cada categoría de producto, incluso se describen como fieles. No obstante, si esta confianza se ve traicionada, con bajas en la calidad y entregas a destiempo, es poco lo que se puede hacer para recuperarla.

“Nos gusta trabajar con un solo proveedor por categoría, esto facilita el trabajo en ambos sentidos, ellos ya conocen lo que nos gusta y están pendientes de nuestras necesidades, se crea un vínculo fuerte de fidelidad”, dice Jose Angel Zamora Donato, supervisor general, quien conforma la terna de compras de la cadena Ichiban, junto a Jaime Molina, y Rafael Alvarado, supervisores de las áreas de sushi y cocina.

Este tipo de vínculos les garantizan aliados en su negocio, “están pendientes de informarnos de movimientos en el mercado, si entramos en una promoción como la de los descuentos con tarjeta, nos previenen de las cantidades de producto que podríamos necesitar, para que tomemos las decisiones adecuadas”, comentó Zamora.

Por su parte, Molina asegura que si bien procuran tener la mejor relación con los proveedores, no todo es color de rosa, cuando se trata de calidad y cumplimiento de entregas, priva el profesionalismo, incluso hasta han toma-



Jose Angel Zamora Donato, supervisor general y Jaime Molina, supervisor del área de sushi, junto con Rafael Alvarado, supervisor de cocina (ausente), son los encargados de las compras de los restaurantes Ichiban.

Producto que más consumen:
Salmón: 80 kilos por semana.

do medidas fuertes de presión para casos extremos. “Cuando un proveedor no cumple con entregas, y no atiende a nuestras llamadas, le tocamos lo que más le duele: su cartera, si ellos se atrasan con su entrega nosotros nos atrasamos con el pago”.

Reconoce que se trata de un arma de doble filo, pero lo han tenido que hacer, cuando otros medios ya no funcionan.

LekkerLand
EUROPEAN TRADITIONS

El sabor de la tradición europea

Gouda de vaca:
Mild (30 días)
Gold (90 días)
Classic (180 días)
Strong (300 días)
Black Label (+500 días)
Con hierbas (europeas, de provence, finas)
Con especias (pimienta verde, pimienta negra, comino, feno griego, italiana)
Lite: (Mild, con hierbas, con especias).

Gouda de cabra:
Mild (30 días)
Silver (60 días)
Con hierbas
Con especias

Barva Blue
Edam
Maasdam
Parmesano
Fetas:
Vaca
Cabra
Oveja
Mixto (40% cabra, 60% vaca)

Mozzarella Fresca:
Cereza (12 g)
Boconocini (125 g)

Quark:
Vaca
Cabra

Quesos gourmet, de la más alta calidad para satisfacer los consumidores más exigentes

Quesos de Calidad Holanda, S.A., TEL (506) 2266 6650
www.monteverde.net/lekkerland
Distribuye Caroma S.A. TEL (506) 2240 4242

Lluna de Valencia: un sitio que llega al corazón

gastronomía



Receta: Paella Valenciana (6 porciones)

- 500 gramos de pollo
- 500 gramos de conejo
- 250 ml de aceite de oliva
- 200 gramos de vainicas (judías verdes)
- 200 gramos de alcachofas (si es posible tiernas)
- Un tomate maduro rallado
- Una cucharadita de pimentón dulce
- 150 gramos de frijol lima grande (garrofó americano)
- 600 gramos de arroz
- 2 litros de agua o caldo
- sal y colorante o azafrán

Preparación

Se trocea el pollo y el conejo en pedazos pequeños, se ralla el tomate, se alistan las vainicas despuntándolas y troceándolas, y el agua o caldo que se puede tener hirviendo. A continuación se pone la paella al fuego –gas o leña- con el aceite y cuando esté caliente le echamos las carnes, poco antes de que queden bien doradas le añadimos las vainicas. Se aparta la carne hacia las orillas de la paella y se hace el sofrito con el tomate pelado, triturado y el pimentón. El sofrito nunca se nos debe quemar. A continuación le añadimos el agua o el caldo –hecho con menudos de pollo u otras aves- y una ramita de romero. Avivamos el fuego hasta que el caldo empiece a hervir y lo dejamos unos veinticinco minutos, a fuego lento, para que el pollo y el conejo nos deje una buena sustancia en el caldo. Antes de poner el arroz le quitamos la ramita de romero, añadimos la sal, el azafrán o colorante y el frijol lima cocinado por aparte con agua. Se aviva el fuego procurando que el caldo hierva parejo por toda la paella, se añade el arroz y se mueve con la paleta hasta que quede bien repartido en el fondo de la paella. Cuando el caldo ha reducido un poco y el arroz empieza a aparecer por la superficie de la paella se le añaden los corazones de alcachofa y se baja la intensidad del fuego y se termina de cocinar a fuego lento. De esta forma podremos conseguir el “socarrat” o que se nos queme un poco el arroz en el fondo de la paella. Cuando la paella ha quedado seca se deja reposar unos cinco minutos y se sirve.

uego de un escurridizo camino, en medio de cafetales, algunas casitas y una pulpería ya cerrada, un rótulo nos devuelve la confianza y nos reafirma que estamos llegando, el aire fresco provoca abrir las ventanas. Al llegar, la primera buena señal es el parqueo lleno, ¡tantos comensales no pueden estar equivocados!

Vicente Aguilar reconoce que su restaurante queda un poquito alejado, o en sus propias palabras “en el quinto coño”, sin embargo la distancia deja de ser importante cuando el lugar, la comida y el ambiente confabulan para atrapar a sus clientes. “Me siento en la silla y me pregunto ¿qué quiero que me sirvan?, siempre hablo con los clientes, no solo les pregunto sino que escucho sus respuestas”, dice que esta ha sido su fórmula para mantenerse 14 años en el mercado. Claro que su buen sentido del humor, su carisma para atender a los clientes, y el excelente sabor de la paella también ayudan.

Comentario: de Alfredo Echeverría, Director Ejecutivo Grupo HRS Consultores

“Si se desea complementar el sabor característico, sobre todo del conejo, una cerveza tipo Bavaria Gold e inclusive la 1460, que por su complejidad armonizarán con los sabores más complejos. Si se desea entrar en una zona intermedia en la que con el pollo armonizará e incrementará el sabor de la paella por la vía del contraste entonces recomendaríamos una cerveza más equilibrada como la Imperial e inclusive más aún la Bremen, pues al ser menos compleja, permitirá que todos los sabores presentes en esta receta sobresalgan. Una cerveza lupulada como la Pilsen cortará el sabor preparando para el siguiente bocado”.

¿Libres de humo, o libertad de elegir?



La Ley Antitabaco que se encuentra en proceso de aprobación en la Asamblea Legislativa, genera sentimientos encontrados en el sector de hoteles y restaurantes. Para quienes la apoyan, se encuentra la salud como derecho público en primer plano, pero sus adversarios aseguran que de aprobarse, se estaría limitando la libertad de los empresarios de elegir.

Edgar Marín, Presidente de la Cámara Costarricense de Restaurantes, Cacore, asegura que la cámara se opone a esta Ley, porque considera que los empresarios deben contar con la posibilidad de elegir si desean o no ofrecer espacios libres de humo.

“Los propietarios son los que deben tomar la decisión de utilizar espacios para la “convivencia en armonía” o bien prohibir el fumado en sus instalaciones, si así se desea, tal y como recientemente lo hicieron algunos restaurantes, los cuales se unieron a la iniciativa de convertirse en espacios libres de humo de tabaco, precisamente porque la mayoría de las instalaciones de estos negocios no reúne las condiciones necesarias para establecer espacios de fumado”.

Marín resaltó las consecuencias económicas que considera podría tener la Ley Antitabaco, “las estadísticas del sector de la hostelería de Irlanda y Reino Unido no dejan lugar a dudas. A partir de las fechas en las que entraron en vigor las leyes antitabaco en ambas islas el “daño” a los hosteleros se tradujo en pérdida de ingresos, de puestos de trabajo e incluso de cierre de locales. En Irlanda, el número de bares existentes se ha reducido un 12 por ciento desde que en 2004 se aprobara la Ley Antitabaco. En total, se cerraron mil negocios en los dos primeros años de la norma”.

Por su parte, **Federico Paredes, Coordinador de la Red Nacional Antitabaco,** considera que la Ley no tendrá impacto económico negativo en los negocios, el funcionario asegura que los ejemplos de países cercanos dan fe del efecto positivo que tendría la regulación. “Hay suficiente evidencia técnica de que la visitación a estos lugares después de la entrada en vigencia de leyes antitabaco en países como Colombia, México y Panamá, lejos de descender más bien aumentó la afluencia de público, pues son más las personas que no fuman que las que sí lo hacen”.

Paredes recalca que la ley no prohibirá el fumado, sino que lo regulará a ciertos sitios, “La gente no deja de ir a su bar, discoteca o restaurante de preferencia, lo que hace es que cuando desea fumar, sale del local y lo hace en la acera por los dos o tres minutos que dura su necesidad de nicotina y luego regresan a compartir con su grupo”.

En cuanto a la convivencia en armonía, que hace referencia Marín, **Olga Barrantes, Coordinadora del Programa de Espacios Libres de Humo de Tabaco del Ministerio de Salud** comentó, “con la Ley 7501 algunos establecimientos podían asignar áreas de fumado, sin embargo cuando se apruebe el nuevo proyecto de Ley, sólo se permitirán espacios 100% libres del humo de tabaco, porque se ha comprobado científicamente que las áreas de fumado no son eficientes cuando se quiere proteger la vida de las personas no fumadoras y promover que los fumadores y fumadoras dejen de hacerlo”.

Hasta el momento, los hoteles y restaurantes que han tomado la iniciativa de declararse 100% libres de humo, no han señalado efectos económicos negativos. Chancay es uno de ellos, y según comentó **Jorge Figueroa, socio fundador de esa cadena,** se trata de un temor infundado, “hasta ahora nadie se ha quejado por no poder fumar, por el contrario nos han felicitado por la iniciativa, esta medida no solo beneficia a los clientes, sino también a los empleados, que tienen derecho a un trabajo libre de humo, donde no pongan en riesgo su salud, como restaurante procuramos un ambiente sano para clientes y empleados”.



Edgar Marín,
Presidente de Cacore



Federico Paredes, Coordinador
Red Nacional Antitabaco



Olga Barrantes,
Ministerio de Salud



Jorge Figueroa, socio
fundador de Chancay

¡Así estuvo el Belca Foodshow 2010!

Más de treinta y cinco expositores nacionales e internacionales ofrecieron a los clientes de Belca oportunidades de negocios, tanto el mismo día del evento como a futuro.

Denio Mora, gerente del restaurante Lava Rocks, ubicado en Fortuna de San Carlos, fue uno de los más de 600 visitantes que aprovechó al máximo los descuentos, productos y asesoría profesional, entre otros beneficios de la cuarta edición del Belca Foodshow 2010, el pasado 16 de febrero en el Hotel Costa Rica Marriott.

Mora asegura que saca el día para visitar la feria, ya que es consciente de las ventajas que obtiene en actividades como esta, “me programo para hacer las compras de varios meses, en la feria obtengo buenos descuentos, y además me gusta porque siempre hay productos nuevos”.

Los stands de proveedores internacionales como los gigantes del Foodservice estadounidense Performance Food Group (PFG) y Sysco despertaron gran interés entre los asistentes por la diversidad de productos presentados, que les abre un abanico de posibilidades para innovar en sus menús.

El evento de este año incluyó 5 charlas en temas de interés para el segmento del foodservice impartidas por expertos, una de las que más acaparó la atención de los asistentes fue la impartida por el presidente de la ANCH, el chef Edgar Álvarez, con el tema “Como ganar dinero elaborando un menú”.

Este año el lema del evento fue: Belca Foodshow 2010, el impulso que estábamos esperando, reforzando el espíritu positivo de los empresarios, después de un período marcado por la crisis económica.

Este año como en sus ediciones anteriores Belca Foodshow 2010 cumplió su principal objetivo: hacer buenos y duraderos negocios, los asistentes así lo confirmaron:



Algo que tiene muy satisfechos a los organizadores de la actividad es que año con año el show atrae específicamente al público meta, según Federico Serrano, gerente de la compañía “este año pudimos constatar aún más que quienes asisten al foodshow son clientes con necesidades reales, y prospectos con un interés bien definido, saben lo que buscan, lo que nos permite enfocar de mejor manera nuestras estrategias de mercado” dice Serrano.



Denio Mora, gerente y Susana Salas, salonera, restaurante Lava Rocks, Fortuna de San Carlos, “nos gusta asistir a la feria para aprovechar los descuentos”.



Angelo Venegas, chef del hotel Arenas del Mar, Manuel Antonio, “una excelente oportunidad para actualizarse con los nuevos productos”.

Con una asistencia de más de 600 personas, la actividad inició a las 8 de la mañana y tuvo una constante afluencia de visitantes hasta su cierre a las 7:00 pm.

¿Cómo elegir un proveedor?

En una época en la que los empresarios buscan aplicar políticas amigables con el medio ambiente, es fundamental también encontrar proveedores que trabajen bajo esa misma filosofía.

Desde hace más de dos años, Acueductos y Alcantarillados, AyA, inició un programa de reciclaje en conjunto con la empresa Kimberly Clark, el cual consiste en intercambio de papel por producto institucional, como toallas y servilletas.

Ursula Gutiérrez, de la Jefatura de Gestión, Documentación e Información del AyA, comentó que se trata de una excelente solución al problema de documentos vencidos, y que además genera un importante ahorro para la institución. "Este convenio cuenta con el aval de la Contraloría General de la República, y consiste en intercambiar el papel de documentos que cumplieron su vigencia, por producto de limpieza, en total se entregan 15 toneladas de papel cada tres meses".

Siendo AyA una institución que promueve la siembra de árboles, y el ahorro de agua entre sus clientes, no podría hacer menos que implementar un programa de reciclaje interno.

En el caso de las empresas turísticas, muchas se han visto influenciadas por el turismo verde que promueve Costa Rica como parte de su marca, tal es el caso de programas como el Certificado de Sostenibilidad Turística, CST, impulsado por el Instituto Costarricense de Turismo, que ha logrado cambiar la forma de trabajar de muchas empresas del sector. Para obtener dicha certificación se requiere trabajar en el uso racional de energía, el tratamiento de aguas residuales, reciclaje, así como el esfuerzo de los proveedores, a los cuales se les ha involucrado como parte activa, algunos han logrado responder a estas demandas, otros aún no cumplen con los requerimientos.

Por el tipo de servicios que ofrecen, las empresas turísticas no solo necesitan proveedores amigables con el ambiente, si no que les garanticen calidad en los productos, y esas son según Andrea Azofeifa, dos de las princi-

pales características de Kimberly Clark. "Ofrecemos productos elaborados bajo normas ISO que respaldan la calidad, con procesos que respetan el medio ambiente, como es el uso de un 99,9% de fibra secundaria o papel para reciclar, así como el uso de recursos de bosques certificados y productos biodegradables con lo que se disminuye el impacto ambiental".

Azofeifa recalzó que Kimberly Clark se especializa en desarrollar productos y sistemas para la higiene, cuidado y protección de las personas cuando están fuera de sus hogares, trabajando bajo criterios de alto rendimiento y máxima eficiencia en el uso de los productos, a nivel institucional, además busca desarrollar relaciones en las que ambas partes ganen. "El objetivo es entender las necesidades de los clientes, para brindarles no sólo soluciones innovadoras, si no, un mix de productos que se adapta a sus necesidades, y opciones que mejoren su rentabilidad.", comentó.

Dentro de la filosofía de ganar - ganar se ofrece al cliente el apoyo con campañas como "La salud está en tus manos", por medio de la cual se imparte capacitación para el personal sobre el correcto lavado de manos, así como la manipulación de alimentos, impartida por profesionales certificados. La campaña incluye también material gráfico para los locales de los clientes, de manera que la educación llega hasta el usuario final.

Otra de las ventajas es la inversión en dispensadores, Kimberly Clark le brinda al cliente mediante el sistema de concesión todos los sistemas de dispensadores para el uso adecuado de los productos, disminuyendo sus gastos operativos. "Además hemos implementado planes institucionales de reciclaje con nuestros clientes que han sido sumamente exitosos y que les genera ahorros importantes en su operación", concluyó Azofeifa.

Para formar parte del programa de intercambio de papel de reciclaje por producto institucional, deben entregarse como mínimo 500 kilos de papel por mes, si no se recolecta esta cantidad, el papel sería pagado en efectivo.

Para más detalles puede comunicarse al 2298-3183



Seven Suite:

Un equipo completo por dentro y por fuera

Seven Suite es un software para la operación de hoteles, restaurantes, bares, y negocios afines, que logra integrar todos los módulos de operación del negocio.

No importa si el hotel es de 400 habitaciones o de 15, si lo que quiere es trabajar bajo estándares internacionales necesitará un software que organice toda su gestión. Precisamente esto es lo que hace Seven Suite, integrar todos los módulos, y facilitar la operación, con la ventaja de que su diseño se realizó bajo estándares de la hotelería mundial, de manera que los usuarios incorporan conocimientos y experiencia de cadenas hoteleras internacionales. Ver recuadro de módulos.

El servicio como ingrediente principal

Un software puede contar con todo lo necesario para la operación de un hotel o restaurante, manejar su

inventario, cuentas por cobrar, contabilidad, planilla, front desk, puntos de venta, y hasta lo que no creía posible, sin embargo si no cuenta con una empresa que lo respalde y le brinde servicio al cliente, no le servirá de mucho, esto lo sabe y aplica Jorge Bonilla, gerente general de My Seven Suite, pero no lo dice él, lo dicen sus clientes.

Cuando el hotel Mediterraneo en Guanacaste estaba en proceso de construcción, su gerente general, Susana Sequeira, se dio a la tarea de buscar un software para el manejo de toda su operación. Asegura que lo primero que hizo fue llamar a sus contactos de confianza, en otros hoteles, y pedirles recomendaciones. "Me quedé con este software porque me pareció el más completo



Jorge Bonilla, gerente general de Seven Suite, "es un software muy completo que permite el acceso a información actualizada, para la toma de decisiones, pero el software por sí solo no tendría sentido, por eso nosotros lo complementamos con el mejor servicio al cliente, para que su aplicación y aprovechamiento sea el óptimo".

Seven Suite en breve:

Entre los principales módulos que integra este software se encuentran:

- **Front Desk:** Reservaciones, ama de llaves, recepción.
- **Comunicaciones:** Interfaces con todas las centrales telefónicas.
- **P.O.S.:** Puntos de venta, gestión de bar, restaurante, tiendas de souvenirs, etc. Integra recepción, inventario y contabilidad. Rebaja del inventario los productos que se venden, además este producto está integrado con credomatic, para el cobro automático al cliente.
- **Inventario:** Lleva control del área de proveeduría del hotel, alimentos y bebidas, control de máximos, mínimos, órdenes de pedido y toda clase de reportes.
- **Contabilidad:** Trabaja en multimonedas, este módulo cuenta con todas las herramientas de administración, por ejemplo, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, conciliación bancaria, presupuesto, flujo de efectivo, emisión de estados financieros, cheques y reportes especializados para hotelería. Además centros de costos y gastos, con estados detallados de lo que gana o pierde cada uno de los bares, restaurantes, en forma diaria.
- **Planilla:** Administración de los recursos humanos, reportes de la CCSS, INS, cálculo de aguinaldos, vacaciones, liquidaciones, etc.
- **Administración:** Permite llevar control de cada uno de los usuarios en el sistema.
- **Reservas por Internet,** clientes pueden realizar reservas en tiempo real, afectando directamente la ocupación del hotel.

para el manejo de toda la operación, toma en cuenta todas las áreas del hotel, sirve como guía para organizar el hotel. Nuestra experiencia ha sido excelente, no solo por el software, sino por el servicio que ofrecen, están disponibles en cualquier momento que los necesitamos".

Desde hace más de 6 años, Seven Suite es utilizado en el hotel Costa Rica, y el servicio incondicional es para Mariamalia Piza, encargada de mercadeo, una de las principales ventajas que tiene este proveedor. "Es un sistema muy práctico por la forma en que logra integrar todas las operaciones del hotel, y además por el excelente servicio que nos ofrecen de soporte técnico, y atención a nuestras emergencias".

Para más detalles sobre este producto: www.mysevensuite.com o al teléfono (506) 2241 0591.



Mezcla de leche en polvo

Con sólidos lácteos y sólidos de maíz, sustituto 100% de la leche en polvo, para diversos usos en hoteles y restaurantes, con excelentes resultados. Ingredientes importados de Irlanda y elaborado en Costa Rica. Disponible en presentación de sacos de 2,5 kilos y bolsas de un kilo.

Distribuye: **Ingredientes Internacionales**
Teléfono: 2215 – 4175.



Olla Calentadora

Marca Vollrath. Mantiene la sopa caliente hasta por seis horas. Atractivo diseño, fácil de ubicar en espacios pequeños.
Distribuye: **Macrocomercial**
Teléfono: 2293 – 6970.

Calor para el sauna

Fabricación y distribución de resistencias eléctricas, controles, empaques, hornos, saunas. Además, distribución de cabinas de baño, saunas y jacuzzis de la marca estadounidense Nofer Sanitary Ware.
Disponibles en: **Electro Maz Limitada**
Teléfono: 2236 – 9038.



Alcoholímetros

La Cámara Costarricense de Restaurantes, CACORE, lanzó su versión de Alcoholímetros, los cuales son muy sencillos de utilizar. Cada cliente compra una pajilla y sopla, y en segundos el sistema indica su nivel de alcohol.

Disponible: **CACORE**
Teléfono: 2222 – 2579



Hornos y Moldes

Más de 60 artículos para panaderías, hoteles y restaurantes, conforman el stock de esta empresa con 26 años en el mercado costarricense. Servicio de montaje total, con 50% de financiamiento, que permite al cliente comenzar a pagar una vez que su negocio empieza a funcionar.

Distribuye: **Industrias de Moldes Cana S.A.**
Teléfono: 2229 – 0118



Purés de Frutas MONIN

Concentrados de frutas totalmente naturales, ideales en la preparación de todo tipo de bebidas, pueden combinarse con: agua, leche, helados, yogurt, o en cocteles. Son altamente concentrados por lo que solo se utiliza de 1 a 2 oz, a diferencia de las "Pulpas" que utilizan de 4 a 5 oz. Los purés Monin no necesitan refrigeración.

Distribuye: **Belca Food Service**
Teléfono: 2-509-2020



Vehículo de carga

Especial para reparto, catering service, servicio de comida Express. Capacidad de carga: 800 kilos. Amplio espacio, puertas corredizas a ambos lados, y puerta trasera.
Disponible en: **Excel Automotriz S.A**
Teléfono: 2209 – 9000.

ALIMENTOS

A.D.L. SEAFOODS	(506) 2228-1898
BOC ART GOURMET SHOP	(506) 2228-0804
CAROMA S.A.	(506) 2240-2424
COMPROIM	(506) 2261-6918
DOS PINOS	(506) 2437-3000
GLOBAL PARTNERS	(506) 2293-3896
IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA ANCYFER	(506) 2256-8106
INGREDIENTES INTERNACIONALES	(506) 2215-1567
LA YEMA DORADA	(506) 2296-1155
LEKKERLAND	(506) 8347-7566
PRODUCTORES MONTEVERDE	(506) 2589-5858
QUESOS FONTANA	(506) 8853-3570
SIGMA ALIMENTOS	(506) 2242-2627
TALLER DEL CHOCOLATE	(506) 2231-4840
U.S. DAIRY EXPORT COUNCIL	(52) 442-341-1606

AMENITIES

AMENICORP	(506) 2258-6516
-----------	-----------------

BEBIDAS

DISTRIBUIDORA LA FLORIDA	(506) 2437-6700
--------------------------	-----------------

CAFE Y MAQUINAS

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

CAFÉ BRITT	(506) 2277-1500
ELECTROFRÍO DE COSTA RICA	(506) 2244-5530
PRODUCTOS LAS TORRES	(506) 2234-9558
SAECO CENTROAMÉRICA	(506) 2291-1151

CIGARRILLOS

BRITISH AMERICAN TOBACCO	(506) 2209-1700
--------------------------	-----------------

CONSULTORA PARA HOTELES & RESTAURANTES

GRUPO HRS	(506) 2234-6850
-----------	-----------------

CRISTALERIA

CABERNET WINE SHOP	(506) 2281-2481
--------------------	-----------------

EMPAQUES

INDUSTRIAS DE CARTÓN S.A. (ICAR)	(506) 2231-4655
----------------------------------	-----------------

EQUIPO DE PANADERIA

DICTE	(506) 2258-2244
-------	-----------------

EQUIPO PARA RESTAURANTES & COCINAS

EQUIPOS AB	(506) 2239-5516
EQUIPOS GALA	(506) 2227-2818
EQUIPOS GASTRONÓMICOS	(506) 8827-5050 / 2226-8917
KEITH & RAMÍREZ INDUSTRIAL	(506) 2223-0111

REFRIGERACIÓN OMEGA	(506) 2203-3191
SAN - SON	(52) 55-2166-3377
TIPS	(506) 2543-2100
VEROMATIC	(506) 2443-1116

FOODSERVICE

BELCA FOOD SERVICE	(506) 2509-2000
CIAMESA FOOD SERVICE	(506) 2264-5000

IDENTIFICACIONES

GRUPO TECNOWEB	(506) 2254-8600
----------------	-----------------

LIMPIEZA E HIGIENE

BIOPROYECTOS COSTA RICA	(506) 2283-5424
CORPORACIÓN CEK	(506) 2241-2121
DISTRIBUIDORA FLOREX CENTROAMERICANA	(506) 2447-2323
FERVA DEL NORTE	(506) 2221-0361
KEASDEN CR	(506) 8839-8290
KIMBERLY CLARK PROFESSIONAL	(506) 2509-3370
PROLIM	(506) 2248-0538
VIJUSA	(506) 2283-5424

MUEBLES

MUEBLES NALAKALÚ	(506) 2543-6369
RIVIERA HOME CENTER	(506) 2643-1860

REFRIGERACION COMERCIAL

ARTICA S.A.	(506) 2257-9211
-------------	-----------------

RESTAURANTES

SALE E PEPE	(506) 2289-5750
-------------	-----------------

SEGURIDAD

COSEY S.A.	(506) 2231-0836
------------	-----------------

SERVICIOS

ESCUELA ARGENTINA DE SOMMELIERS - SEDE SAN JOSÉ	(506) 2248-9337
PROCHILE	(506) 2224-1547

SOFTWARE

ALDELO SOFTWARE	(506) 2290-1970
GRUPO INTEGRACIÓN DIGITAL	(506) 2296-2851
GRUPO SINERTECH	(506) 2225-8160
MY SEVEN SUITE S.A.	(506)2241-0541
XTEK SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS	(506) 2283-1585

SISTEMAS DE PURIFICACION DE AGUAS

HIDROCLEAR	(506) 2289-4191 /
------------	-------------------

SUMINISTROS PARA HOTELES & RESTAURANTES

AGENCIAS GUILLÉN	(506) 2222-3572
------------------	-----------------

BEJOS M. YAMUNI E HIJOS	(506) 2255-2066
BIOWARE COSTA RICA	(506) 2223-7711
CAMBRO	(714) 848-1555
DISTRIBUIDORA CAZUCÁ	(506) 2271-2965
GOOD LIFE	(506) 2670-2289
JOPCO	(506) 2215-3545
MACRO COMERCIAL S.A.	(506) 2293-6970
PROSERVICIO	(506) 2223-0111
YAMUNI MAYOREO	(506) 2255-2066

SUMINISTROS PARA SPA

SUPLIDORA DE BELLEZA SUPER SALÓN	(506) 2210-0411
----------------------------------	-----------------

UNIFORMES

PUBLIBORDADOS	(506) 2440-1111
---------------	-----------------

VINOS & ALIMENTOS

ALPISTE LTDA.	(506) 2215-3300
AUTO MERCADO	(506) 2261-5250
CORPORACIÓN EUROALIMENTOS	(506) 2215-2364
DELIKA BY GOURMET IMPORTS	(506) 2281-2855
DISTRIBUIDORA ISLEÑA	(506) 2293-0609

VINOS & LICORES

BI WINE SELECTION	(506) 2258-5758
BODEGAS FRONTAURA	(34) 983-36-0284
CALIFORNIA BOUTIQUE WINES	(506) 2253-5433
CANACHIL S.A.	(506) 2239-2571
CAVA MUNDIAL	(506) 2215-3211
CERCONE VINOS	(506) 2582-9099
CIAMESA VINOS Y LICORES	(506) 2264-5000
COMERCIAL PF	(506)2237-2506
CORBE GOURMET S.A.	(506) 2271-4950
DISPAL S.A.	(506) 2293-1224
DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA SABORES ARGENTINOS	(506) 2220-1616
DISTRIBUIDORA JAIZKIBEL	(506) 2220-1509
DISTRIBUIDORA YAMUNI	(506) 2227-2222
FRENCH PARADOX	(506) 2228-8584
GRUPO PAMPA	(506) 2296-0797
HA&COM BEBIDAS DEL MUNDO S.A.	(506) 2297-1212
IMPORTADORA EUROAMÉRICA	(506) 2215-3725
IMPORTADORA JORGRAN S.A.	(506) 2222-3202
LA NACIONAL	(506) 2227-9494
MAKRO RED INTERNACIONAL	(506) 2235-4523
SOL AMERIKA / GRUPO GARDEL	(506) 2519-4617
TERROIR S.A.	(506) 2234-5317
VINOS WAGNER	(506) 8838-5940
VINUM AURA	(506) 2289-5917

Para aparecer en esta sección contáctenos al 2231-6722 ext.130 con Milagro Obando, email: milagro.obando@eka.net



gourmetshow

21 al 23 de Octubre del 2010
 Hotel Barceló San José Palacio

Dentro del Gourmet Show tendremos, como expositores:

Importadores y Distribuidores de alimentos y bebidas como:

- Bebidas
- Café
- Carnes
- Conservas
- Dulces
- Embutidos
- Licores
- Mermeladas
- Panes y Repostería
- Quesos y lácteos en general
- Vinos

Importadores y Distribuidores de artículos relacionados con la actividad gourmet

- Accesorios
- Cristalería

Empresas de Servicios afines a la actividad gourmet

- Formadores y capacitadores en el área de gastronomía
- Publicaciones especializadas
- Restaurantes interesados en promover su oferta gastronómica
- Tiendas gourmet
- Tiendas de vinos y licores y afines...

Reserve su stand:

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

Servicio al cliente:

Milagro Obando, Ejecutiva de eventos
 milagro.obando@eka.net
 Tel.: (506) 2231-6722 ext. 132

Incremente la capacidad de almacenamiento hasta un 40%

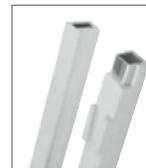


- Utilice los pasillos para maximizar el espacio de almacenamiento
- Se instala en el piso fácilmente, sin necesidad de atornillar
- Los estantes se ajustan en forma segura y fácil.
- Fácil de limpiar, anticorrosivo

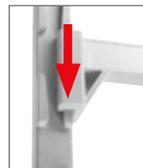
Características claves del Cambshelving:



No se oxida



Fuerte y resistente



Fácil de ensamblar y ajustar



Fácil de limpiar

Para saber más acerca del sistema de almacenaje de Cambro, contacte su representante local.
Contáctenos en www.cambro.com o llame al 1(714)848-1555



Tel: (506) 2222-6555 / Fax: (506) 2257-0570
ventas@equiposnieto.com
Visitenos en B. Amón, 100m Oeste del INVU.



Tel: (506) 2293-6970 / Fax: (506) 2293-6963
www.macrocomercial.com
La Aurora, Heredia.



A silver-ion technology that inhibits the growth of mold, fungus and bacteria.



© Cambro Manufacturing Company 5801 Skylab Road Huntington Beach, CA 92647

CAMBRO
TRUSTED FOR GENERATIONS™
www.cambro.com