

Apetito

La revista para hoteles y restaurantes

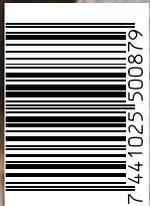


Turismo hacia adentro

Mientras la mayoría de hoteles tienen su mirada fija en el turista extranjero, Tony Lachner asegura que su principal cliente es el turista nacional.

Especial de Limpieza
¿Qué pasa con lo que nadie ve?

Epson: herramientas tecnológicas
Maestr@ Culinari@ ya eligió



Agosto - Setiembre 06 • No.51 Año 8. • €1.500

www.apetitoenlinea.com

Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130





El camino seguro para la adecuada conservación de sus productos



24 horas

EL POLO NORTE COLD STORAGE le ofrece sus servicios de congelación y enfriamiento las 24 horas del día. Le conservamos los productos o la materia prima esenciales de su empresa en excelentes condiciones y por el tiempo que usted requiera. Tenemos a su disposición modernas y cómodas instalaciones dotadas con la mejor tecnología y aun precio realmente accesible



Contáctenos para informarle sobre estas y otras ventajas de nuestros servicios

Teléfono: (506) 237-1660 • Fax: (506) 261-2321 • info@coldstoragecr.com



Siéntase en Libertad de...

Elegir el mejor servicio que sólo Belca le puede dar y adquirir todo lo que necesite para su negocio al mejor precio.

Seguimos con *precios de Feria* visítenos en Exphore y durante todo el mes de *setiembre* aproveche nuestros

Super Descuentos.



Gracias por haber sido parte del exitoso Primer Gran Foodshow de Foodservice en Costa Rica

Acompáñenos en el Foodshow Belca 2007. ¡No se lo puede perder!

Visítenos en Exphore 2006



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

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

De la
directora



Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Huecos del desarrollo

Con un ingreso de 1,659,200 turistas al país durante el año pasado, que representaron \$1,600 millones de divisas, la actividad turística aún se perfila como el caballo de batalla de la economía.

La pregunta es ¿cómo dinamizar más el sector? Y aunque la respuesta es bastante amplia, una cosa es segura: mejorar la gestión del sistema vial es imprescindible.

Luego de haber tenido en 1974, la mejor red vial de América Latina, fruto de décadas de inversión inteligente, hoy la flota vehicular ha crecido en 35 veces, llegando a alcanzar los 1,013,832 vehículos que circulan por las mismas carreteras que hace 40 años.

Como es de esperar, los accidentes también han aumentado y los accesos a las principales playas del país son un caos que sin duda impresiona desfavorablemente a cualquier turista. Y es que con una inversión del 0.5% del PIB o menos en obras viales es comprensible el deterioro que enfrenta el país.

Implementar un modelo de administración vial eficiente y de largo plazo es una de las tareas pendientes del nuevo gobierno.

Por lo pronto, el sector privado debe buscar formas de mitigar las consecuencias de esta pobre gestión estatal para continuar creciendo. **A**

contenido

6 Aperitivos

24 Turismo

Entrevista con
Ministro de Turismo

Gastronomía

26 Gripe Aviar:
Su impacto en Costa Rica

28 Ram Luna:
Diez años de fiesta

Durante 10 años, más de 60 mil personas han vivido la experiencia del espectáculo Tierra Tica del restaurante Ram Luna.

30 Chef del mes:
Valentín Corral

"El arte no se come. Un buen chef es el que sabe cómo gasta y por qué gasta, es el que cuida las finanzas del negocio", Valentín Corral.

Hotelería

32 Hotelero del mes:
La apuesta de Tony Lachner

Tony Lachner lleva en sus venas una pasión por la naturaleza que heredó de sus padres, y goza de la vocación del servicio, indispensable en un hotelero.

34 Especial Limpieza
¿Un mal necesario?

No es de extrañar que las áreas públicas de hoteles y restaurantes se encuentren en apariencia muy limpios y bien cuidados. Pero ¿qué pasa con lo que nadie ve?

48 Exphore

Maestr@ Culinari@

La manipulación de los ingredientes, el uso de diferentes técnicas, la creatividad y la presentación del uniforme, fueron algunos puntos que calificaron los jueces para elegir a los 12 chef que irán a la final del concurso de cocina en Exphore.

Capacitación

52 Sintonización con
el colaborador

53 Administración del Servicio

El concepto de Administración de Servicios es un método sistemático y estructurado para planear, organizar y controlar el desarrollo y forma de dar los servicios hoteleros.

De Compras

54 Cerveza y buena mesa

55 Comercial Capresso

56 Equipos AB

57 La Yema Dorada

58 Epson

59 Directorio

61 Ingredientes

62 Sobremesa

¿Es óptima o no la regulación y
manejo de apertura de bares?



Exphore : Maestr@ Culinari@ P.48



una solución
para cada necesidad.

Su empresa necesita calidad.
Su empresa necesita rendimiento.
Su empresa necesita productos
de la línea institucional de SCA
Consumidor Centroamérica.

Nuestros productos le brindarán la mejor
relación servicio-conveniencia del mercado.



Servicio al cliente:
Tel.: 800-737-8424



Shirley Ugalde Médez
shirley.ugalde@eka.net

Todos quieren con Karla...

Sin lugar a dudas, una de las figuras que más ha sobresalido en estos primeros meses de gobierno de Oscar Arias es la de Karla González, Ministra de Obras Públicas y Transportes.

Al cumplirse 100 días de gobierno, González anunció que enviará a la Asamblea Legislativa un proyecto de reforma a la Ley de Tránsito, con el propósito de disminuir las muertes en carretera, por medio del aumento de hasta un 1300% en las multas a conductores imprudentes.

Infracciones como estacionarse en lugar incorrecto y no usar cinturón, que hasta ahora son multados con 10 mil colones, pagarían 100 mil colones. Los conductores ebrios tendrían la pena más drástica, a quienes además de suspenderseles la licencia por seis meses, se les impondría una multa de 280 mil colones, más el impuesto. (Valga decir que los programas como el "chofer designado o resignado" se convierten en una excelente oportunidad para bares y restaurantes).

Pero González reconoce que el problema de las carreteras no se limita solamente a la irresponsabilidad de los conductores, sino que la reforma a la ley debe ir acompañada de campañas de prevención, operativos policiales, demarcación e infraestructura, he aquí la palabra clave por la que todos no sólo quieren trabajar con ella, sino que deben.

Precisamente, el Ministro de Turismo, Carlos Ricardo Benavides, nos comenta en esta edición su interés de trabajar en conjunto con el MOPT para atender problemas urgentes de infraestructura, que el ICT por sí solo no podría resolver.

Queda por ver si su llegada a la Asamblea no se tiñe de recursos y artimañas, algunas veces razonables, otras pareciera que es la única manera de sobresalir que tienen los diputados. Hasta el momento, algunos legisladores se han manifestado a favor de las modificaciones, en aras de poner fin al desorden vial.

Por el bien del país, esperamos que en Cuesta de Moras se tomen en serio su

trabajo y pongan en marcha proyectos como este, que de manera directa afectan al sector, como es el caso de la señalización de vías, y mejoras en infraestructura. **A**

Aclaración

En la edición anterior, número 50, en la página 51, en la sección De Compras, se consignó el nombre de la empresa Gourmet Imports como Gourmet Internacional. Ofrecemos las disculpas a estas estimables empresas.

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

directora

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

director editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

editora

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

asesor comercial

Guillermo Rodríguez S.
guillermo.rodriguez@eka.net
Tel: 383-1651

subdirectora editorial

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

directora arte

Nuria Mesalles J.
nuria.mesalles@eka.net

diagramación

Liliana Castro Solano
Juan Carlos Conejo

fotografía

Shirley Ugalde

fotografía portada

Rónald Román

directora eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

televentas

Melanie Töebe ext. 134
melanie.toebe@eka.net

colaboradores

Leticia Vindas

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

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

www.apetitoenlinea.com

Suscripciones

Suscripción anual: \$40
Suscripción dos años: \$50
Tel.: 520-0070 ext. 134

GOURMET INTERNATIONAL
NIKIMAR S.A.

www.gourmetinternational.net



**Complacer el paladar de sus clientes es
nuestra especialidad**

- **Fiorucci:** las mejores carnes frías italianas
- **Tosoni:** gran variedad de quesos italianos
- **Appenzeller Beer Suiza: Vollmond, afródiaca y Hanfblüte,** de la flor de Cannabis
- **Exquisitas e inigualables** canastas navideñas
- **Decoración** de platos de quesos y carnes a su gusto
- **Chocolate Suizo:** para fondue de chocolate

Visitenos en Exphore

Expo Hoteles y Restaurantes del 6 al 8 de setiembre
Centro de Exposiciones y Eventos Pedregal, 11 a 8 p.m.
Stand 10: 15 16 17 18

Sale e Pepe... ila Pizza!
Pizzeria



Contiguo a Heladería Pop's, San Rafael de Escazú-Costa Rica
Tel. 289-5750 • Fax: 289-3296

aperitivos

Cocinas fuera de peligro

Diego Tenorio, jefe de la estación de Bomberos de Guadalupe, comenta algunos consejos útiles para prevenir el fuego en la cocina.

- Si la cocina es de gas, debe utilizar tuberías de cobre y llaves de paso que permitan cerrar la salida del gas.
- El cilindro debe estar fuera de la cocina en un lugar ventilado para evitar una explosión en caso de un fuego menor, además de estar protegido por una malla para evitar el acceso de personas extrañas.
- En caso de las cocinas eléctricas, la instalación debe poseer los fusibles adecuados e interruptores independientes en la caja de fusibles.
- Toda cocina debe tener un extintor de polvo químico o de CO₂, ya que los de agua no apagan el fuego provocado por el aceite.
- Es recomendable la instalación de detectores de fugas de gas y de humo.
- Mantener limpias las chimeneas ayuda a evitar fuegos por calentamiento de grasa acumulada.
- Los pisos antideslizantes son necesarios para evitar caídas y consecuentes derrames de líquidos que puedan provocar llamas.



“Si no sabe cómo controlar un fuego, llame inmediatamente a quien sí sabe: los bomberos”, Diego Tenorio de la estación de Bomberos de Guadalupe.

- No está de más recordar que no se debe fumar.
- Hay que tener cuidado con sobrecalear aceites, pues pueden explotar. En caso de que se levante una llama pequeña, puede colocarse a la sartén una tapa para apagarlo.
- Los electrodomésticos que no se

están usando, deben desconectarse para evitar un recalentamiento. No obstante, si ya el fuego se inició, el jefe de bomberos recaló la importancia de no tratar de controlar el fuego, la respuesta inmediata debe ser llamar a emergencias. **A**

EQUIPOS DE COSTA RICA

Fabrica de Equipos en Acero Inoxidable, Refrigeración y a Gas

Camaras
Congeladores
Cocinas
Mesas y Fregaderos
Campanas de Extracción
Equipos Gastronómicos en general y a la medida

Parque Industrial Barreal de Heredia
Frente a Cenada. Tel 239-5516
www.equiposab.com

ventas@equiposab.com

cuando uno
no es suficiente...

Kimberly-Clark
Professional



Nuevo Papel Higiénico
Kleenex® DOBLE HOJA
Microembozado, Precortado
y Perfumado

1

HIGIENE

¡RT Kleenex® 2ply le ofrece a cada persona un particular aroma a limpio, debido a que su cono ha sido tratado con perfume hipoalérgico.

Al encontrarse el papel higiénico en un dispensador, las personas se sienten seguras de que el producto se encuentra libre de contaminación.

2

ESTÉTICA

El nuevo diseño del dispensador favorece la correcta dispensación del papel higiénico y proyecta una imagen de higiene, limpieza y profesionalismo.

3

ECONOMÍA

¡RT Kleenex® 2ply hace el papel higiénico tipo (unido) Suave más suave del mercado; su microembozado además de darle suavidad al papel mejora su absorción y rendimiento.

Su alto rendimiento se debe a que su precorte ayuda a las personas a usar racionalmente el producto y evitar el desperdicio.

La ventanilla ayuda a estimar el tiempo de recarga y puede ser usada como medio de comunicación.

Soluciones Integrales
QUE MEJORAN SU SALUD



CÓDIGO: 30179593

DESCRIPCIÓN: Kleenex® 2ply

CONTEO: 6 rollos x 417 Usos = 2500 Usos.

CARACTERÍSTICAS

Microembozado

Frangancia (en el cono)

Color Blanco

Doble Hoja

Precortado (60 cm)

Pasión en cada detalle



Andy Chang es el Director de Habitaciones del Four Seasons Resort, Papagayo. Tiene 13 años de trabajar para esa cadena, de los cuales ha pasado los últimos dos años y medio en Costa Rica.

Chang considera que la principal característica que debe tener un encargado de habitaciones en un hotel, es pasión por su trabajo. "Se necesita mucha pasión en este negocio, debes disfrutar hablar con gente que no conoces, sentirte cómodo con los huéspedes, y muy importante, ser capaz de resolver cualquier situación que se presente en el hotel".

Asegura que para contratar un empleado se fija primero en la actitud de la persona, pues considera que es lo más importante y la base para todo lo demás, "si tienes buena actitud, puedes aprender todo lo

necesario".

Chang estudió hotelería en California, trabajó en Estados Unidos, en varios hoteles, entre ellos el Embassy Suites, luego ingresó al Four Seasons en New Port Beach en California, después se fue a China y su siguiente parada fue Costa Rica.

Asegura que el Four Seasons ofrece muchas oportunidades de crecimiento a sus empleados, "en el momento en que surge una nueva plaza, primero se evalúa si alguno de los empleados existentes cumple con las expectativas, y como segunda opción, se busca gente de afuera, si se quiere hacer carrera en el Four Seasons hay muchas oportunidades", más aún si se considera que la cadena actualmente cuenta con 83 hoteles, y se proyecta un fuerte crecimiento para los siguientes cinco años. **A**

Kimberly Clark presentó nuevo producto

El pasado 24 de Junio, la división institucional de la transnacional Kimberly Clark, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos y sistemas para el cuidado de la salud y de la higiene personal, realizó el lanzamiento oficial al mercado, del papel higiénico Jumbo Roll Kleenex doble hoja 250 metros, mejorado con nuevos beneficios de precorte y fragancia aplicada en el cono.

En la actividad, no solo se dio a conocer a la fuerza de ventas y al mercado las mejoras del producto, si no que se resaltaron los beneficios que estas dos nuevas características van a aportar directamente al usuario final como mayor rendimiento, control del desperdicio y aromatización de las baterías de servicios sanitarios.

Al evento asistieron vendedores y gerentes de los distribuidores



autorizados de Kimberly Clark en el país, clientes y funcionarios de la transnacional diferentes departamentos; además se contó con la animación de comediantes reconocidos en el medio artístico que complementaron con alegría y buen humor el lanzamiento de este producto.

Como parte del lanzamiento, el actor Rodolfo Araya, quien protagoniza a Don Pedro en la serie La Pensión, presentó junto a los hermanos Álvaro y Verny Vargas, una obra de teatro en la que ejemplificaron formas de uso del papel, y cómo ofrecerlo de manera correcta al cliente. **A**

NUEVO PATRON POR G.E.T. MOSAICO



INTRODUCIMOS EL BELLO DISEÑO EN MELANINA DE G.E.T. ENTERPRISES.

LA SERIE MOSAICO TIENE EL JUSTO EL DISEÑO PARA RESALTAR SU PRESENTACIÓN CULINARIA.

LA MELANINA ES DURADERA, SUMAMENTE RESISTENTE A LAS LAVADORAS INDUSTRIALES Y REALMENTE ECONÓMICA.

EXCELENTE PARA EMPRESAS DE CATERING Y PARA SERVIR BUFÉS

CONTÁCTENOS PARA RECIBIR UN CATÁLOGO COMPLETO DE LA LINEA G.E.T.

G.E.T. ENTERPRISES, INC.
800-727-4500
713-467-9394
FAX: 800-755-1668

1515 WEST SAM HOUSTON
PARKWAY NORTH
HOUSTON, TEXAS 77043



Trátelas bien

¿Sabía usted que es recomendable que las toallas permanezcan en reposo por lo menos de 24 a 36 horas, en un lugar fresco para que recuperen su humedad natural, antes de ser puestas de nuevo en servicio?, de no ser así se vuelve áspera pierde su color y acorta su vida útil.

Algunos consejos suenan conocidos, sobre todo para quienes trabajan en los departamentos de lavandería, pero no está de más recordar. Es por ello que con el propósito de alargar la vida útil de las toallas hoteleras, la empresa Hilasal, a través de su Departamento de Control de Calidad, se ha dado a la tarea de ofrecer asistencia técnica a las lavanderías de los hoteles, la cual incluye monitoreo de las condiciones de lavado y secado, así como de los procesos químicos y sus dosificaciones, así como charlas periódicas de capacitación. Salvador Viale, Gerente de Mercado del Área, del Grupo Hilasal, aseguró que las capacitaciones forman parte del enfoque que esa empresa quiere dar a las ventas, con un énfasis en la asesoría constante, "la idea es dar un seguimiento a cada cliente en su lugar de trabajo, por eso visitamos



"Las recomendaciones dadas en la capacitación, son aplicables en productos Hilasal, que tienen características de paños hoteleros", Manuel Arturo Cortéz, Gerente de Calidad y Soporte Técnico del Grupo Hilasal, Jose Tayver L, Gerente General de Macro Comercial y Salvador Viale, Gerente de Mercado para el área del Grupo Hilasal.

los diferentes hoteles, conversamos con los encargados de los diferentes departamentos, y encontramos mucha necesidad de información, por ejemplo muchos no sabían que la vida regular que debe tener un paño varía de acuerdo a las características naturales del agua, por lo que implementamos un sistema de testeo y pruebas químicas".

Las recomendaciones que se dan en la capacitación, no sólo van encaminadas a aumentar la vida útil de la toalla, sino también a reducir costos de lavado y secado. Para más detalles sobre estas capacitaciones, pueden contactar a la empresa Macro Comercial S.A., la cual distribuye las toallas Hilasal en Costa Rica, al teléfono 293-6970. **A**

ELECTROFRIO Somos equipo para su negocio

Todo en equipos: máquinas de café, cámaras de refrigeración y urnas • Llámenos al Tel: 244-5530 • Fax: 244-5830 • www.electrofriocr.com

Carnes finas por excelencia... para hoteles y restaurantes



DISTRIBUIDORA
Retana y Salmerón S.A.

Escoja dentro de nuestra amplia selección de las mejores carnes y cortes nacionales e importados, teniendo la seguridad que se verán satisfechos hasta los gustos de los más exigentes.

Tels: 440-1631 / 430-7816 • Fax: 440-3745
retanaysalmeron@racsa.co.cr



¿Cómo llenar una cafetería de clientes?



El "boom del café" es un fenómeno que se evidencia en la gran cantidad de cafeterías que cada año abren sus puertas en las ciudades de prácticamente todo el mundo. Y, San José, no es la excepción.

Encontrar la manera de diferenciarse no es tan fácil: variedad de bebidas, repostería de primera, locales agradables, servicio impecable y precios competitivos, son algunas de las estrategias que utilizan los empresarios para sobresalir.

Por ejemplo, en Play House Café, el nicho de mercado al que se dirige posee necesidades muy específicas: mamás que buscan un lugar para relajarse un rato y tomar un café sin preocuparse de entretener a sus hijos o de que su llanto incomode a otras personas. Aunque el mercado potencial es reducido, la competencia en este segmento también lo es. La decoración incluye múltiples

juguets y opciones de entretenimiento para los niños, que son vigilados por estudiantes de preescolar que también juegan con ellos. Siete mesas, casi siempre llenas, son la prueba de que la idea tiene potencial, además del servicio de fiestas infantiles que ofrecen.

Claudia Sánchez, la gestora del proyecto, posee amplia experiencia en el sector, pues anteriormente ha estado al frente de Big Dogs, Tequila Joe's, O'Connors, Big Dogs Bikers y Irish Stone, todos reconocidos bares del Área Metropolitana.

La idea nació cuando, luego de convertirse en madre, quiso hacer algo original. Luego de un año de investigaciones en Internet precedió a la apertura de Play House. Y con una inversión inicial de \$50,000 y un local de 230 m² en el Centro Comercial Vía Lindora, abrió esta cafetería diri-

gida a un segmento

medio-alto, todas las madres cuya bebida favorita es el capuchino sencillo.

Precisamente, fue Saeco el proveedor seleccionado para las máquinas de esta bebida, dada la capacitación completa que ofrecen, entre otras cosas. La clientela es altamente exigente y el café (Volio) ha sido objeto de halagos.

Play House también le compra a Mayca, por sus menores precios relativos y la comida también la traen de Eiffel, otra cafetería que se ubica en el local de enfrente.

Para Sánchez, "como la mayoría de los chefs están en hoteles, la falta de personal capacitado para elaborar y supervisar la compra de productos, es la principal debilidad del sector". **A**

¡Cervecería los llevó a Alemania!

Más de cien clientes de Florida Bebidas, disfrutaron de los partidos de la Selección en el Mundial de Fútbol de Alemania, además de visitar ciudades importantes de ese país, y otras de Europa, gracias a una gira que duró en total 18 días, y que formó parte de un plan de crecimiento de esa empresa orientado a clientes estratégicos.

Nelson Piedra, Gerente de Canal on Premise de Florida Bebidas, aseguró que esta gira a Alemania forma parte de un "Plan de Crecimiento", del cual ya se han realizado otras promociones con clientes estratégicos tanto del canal on premise, que son bares, restaurantes, hoteles, como del canal off premise, que abarca los supermercados, licorerías, abastecedores, etc.

Piedra comentó que las promociones que se realizan a este nivel son muy aspiracionales, por ejemplo viajes a



la Copa América, Cancún, México, y ahora al Mundial de Fútbol, "con estos incentivos lo que buscamos es desarrollar la mayor lealtad de la marca, es una manera de premiar a nuestros clientes por su esfuerzo, y

motivarlos para que sigamos desarrollando proyectos juntos, en una relación de ganar-ganar". Piedra agregó que vienen nuevos proyectos para ambos canales, con incentivos similares al viaje a Alemania. **A**

VEGETALES FRESQUITA le ofrece productos higiénicamente procesados y listos para consumir:

ENSALADAS • VEGETALES CORTADOS
JUGOS NATURALES • COMIDAS PREPARADAS

Le brindamos **SOLUCIONES DE COMIDA** con las que podrá elaborar platillos en una forma **RÁPIDA Y SEGURA.**

ENSALADA CESAR
FRESQUITA

LECHUGA PICADA
FRESQUITA

TENEMOS PRECIOS ESPECIALES POR VOLUMEN
Contamos con distribución directa a todo el país.

OFICINAS CENTRALES Y PLANTA:
San Isidro del Guarco, Cartago.
Tels: (506) 573-7753 / 573-5494
Tel/fax: (506) 573-8395
E-mail: fresquit@racsa.co.cr

AGENCIA CARTAGO CENTRO:
100 este 75 norte de los Tribunales de Justicia
Tel/fax: (506) 552-8996

AGENCIA MORAVIA CENTRO:
Costado este BAC SAN JOSÉ
Tel: (506) 235-6882

Queremos ser parte de la satisfacción total de sus clientes...

SERVICIOS

- Los precios más bajos del mercado
- La mayor variedad de productos y servicios con marcas de prestigio
- Regalías especiales por la compra de paquetes de artículos.
- Apertura de una línea de crédito para su empresa, para ser utilizada en cualquiera de nuestras tiendas.
- Coordinación de promociones y actividades especiales en conjunto con su hotel o proyecto turístico.
- Servicio de garantía en todo el país.

VARIEDAD

- Televisores con tecnología Smart Plug
- Radios despertadores con CD
- Mini-bares
- Secadoras de pelo
- Línea de colchones hotelera
- Aires acondicionados
- Coffee Maker de 4 tazas
- Ventiladores de lujo
- Enfriadores, congeladores, cuartos fríos
- Máquinas para hacer hielo

Departamento de Ventas Institucionales
División Hotelera e Inmobiliaria
Contáctenos: 437-4210 / 437-4205 • jmartinez01@grupom.net

aperitivos Tesoro natural

No todo lo que brilla es oro. Aunque si se trata del brillo del mar de Punta Leona o del cráter del Arenal su valor trasciende a ese metal. Un 25.3% del territorio nacional es área protegida, que incluye Reservas Biológicas, Refugios de Vida, Parques Nacionales, entre otros. Esto suma al menos 160 territorios distribuidos principalmente fuera de la Gran Área Metropolitana. La Reserva Nacional Absoluta

Cabo Blanco fue la primera zona protegida del país, creada mediante Decreto Ejecutivo No. 10 del 21 de octubre de 1963. Si bien estos lugares son fuente de turismo, el objetivo primordial es la conservación de la naturaleza. Según Juan Sánchez Ramírez, de la Gerencia de Áreas Silvestres Protegidas del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) "el auge del proteccionismo se dio en los años

70, mientras que el del turismo fue años más tarde. Aún cuando los visitantes son muchos y permiten darle mantenimiento al área, lo más importante es conservar la zona".

Estos lugares son frecuentes entre los destinos de extranjeros más que de nacionales. Los costos de ingreso oscilan entre los \$6 y \$9 para extranjeros y entre ₡500 y ₡1000 para costarricenses. **A**

A modo de ejemplo

Área de protección	Ubicación	Personas que ingresaron 2005	Porcentaje según nacionalidad	Costo de la entrada
Parque Nacional Volcán Poás	Noreste de Alajuela	284,000	50% nacionales 50% extranjeros	₡600 nacionales \$7 extranjeros
Reserva Nacional Absoluta Cabo Blanco	Puntarenas	7,500	30% nacionales 70% extranjeros	₡600 nacionales \$8 extranjeros
Parque Nacional Corcovado e Isla del Caño	Puntarenas	2,556	19% nacionales 81% extranjeros	₡1000 nacionales \$8 extranjeros (tarifa x día)

Experiencia aplicada

Durante 35 años, la Corporación Pizza Hut ha tenido su propia planta de preparación de productos, la cual le suple de todos los insumos necesarios para la elaboración de las pizzas, pastas, ensaladas, y demás productos que se comercializan en la cadena. Precisamente, como una forma de aprovechar toda esa experiencia en manipulación de alimentos, desde hace un año nació Presto Food Service, el cual ofrece este mismo servicio a otras empresas de la industria alimenticia.

Cada uno de los productos desarrollados en la planta, equipada con la más alta tecnología, lleva un sello de calidad, controlando cada lote de producción, mediante sistemas de rotulación, y como comentó Enia Alvarado, del Departamento de Mercadeo, incluso se le da seguimiento a cada producto, "de cada lote se selecciona un ejemplar, y se lleva un control en una cámara especial, que nos permite certificar y garantizar aspectos como la vida útil del producto".

Todos los productos se desarrollan bajo las más estrictas normas de sanidad e inocuidad, y la idea es ofrecer un producto completamente terminado, de manera que facilite el trabajo en la cocina del cliente, tanto en la disminución del tiempo como en el menor riesgo de contaminación cruzada.



Enia Alvarado, Departamento de Mercadeo, Corporación Pizza Hut. "En el área de food service, mucha gente se deja llevar por precios, por lo general, es lo que mueve los departamentos de compras, sin embargo, hay cadenas que, por su nivel internacional de calidad, basan su decisión en la inocuidad de la elaboración, y este es el valor agregado que las empresas deben considerar". **A**

IMESA SISTEMAS S.A.

HENNY PENNY
Global Foodservice Solutions



- Puntos de venta
- Hardware & Software

PAR
Toma
PixelPoint
Simply Better POS.



- Sistemas de Comunicación



BUNN



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

- Equipo de cafetería
- Percoladores
- Molinos



- Cocteles, balidos, conos, sundays, granizados

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



HOTELES Y RESTAURANTES: ¡La mesa está servida!

Todo lo que necesita para ver crecer su negocio lo encuentra en **MACRO**

Variedad de artículos de primera calidad, con excelente servicio y ágil entrega.

- Desechables
- Art. de mesa
- Art. de bar
- Utens. de cocina
- Porcelana
- Cristalería
- Cubiertería
- Cuchillería
- Empaque
- Equipo liviano

Llámenos para concretar una cita o bien visítenos en nuestra Sala de Exhibición ZONA MACRO, carretera a Pavas, 25 mts. Oeste de la Estación de Bomberos.

Tel.: 293-6970 - Fax: 293-6963 • www.macrocomercial.com



Más vino para el este

Una nueva tienda de vinos abrió sus puertas en el este de la ciudad. Se trata de Cabernet Wine Shop, una tienda especializada en vinos, licores, accesorios y cristalería, ubicada en el centro comercial Plaza la Carpintera, carretera vieja a Tres Ríos.

Esta es la segunda tienda que Alain Spruyt, responsable del proyecto, abre bajo el nombre de Cabernet Wine Shop, la otra se encuentra ubicada en el centro comercial de la Calle Real, en San Pedro de Montes de Oca.

Spruyt comentó que decidió apostar nuevamente por el este de la ciudad, en primer lugar por el

crecimiento acelerado de condominios y centros comerciales que ha tenido la zona, y además porque el cliente de esa área es de carácter más conservador, "tiene gustos establecidos, y no se deja influenciar por la moda".

Agregó que el propósito es crear una clientela nueva, también con una nueva oferta de productos, además de Carmen y Kenwood de California, trae en exclusiva vinos de Martínez Bufanda de la Rioja, y además amplió la oferta de vinos de bodegas Norton de Argentina, y gran cantidad de cristalería y accesorios para los amantes del vino.



Entre la cristalería se puede encontrar toda la nueva línea de productos que Riedel sacó como parte de su 250 aniversario, como las copas Grape@Riedel, el Decanter Amadeo, y la copa OChampagne, que es una línea institucional. ▲



"Tips del Chef"

"Péguele al pulpo"

Por: Chef Valentín Corral

Para que el pulpo quede suave hay que pegarle. Se envuelve en un paño limpio, húmedo y se apalea.

Se le dan golpes en la mesa de trabajo, no muy duro. Para un kilo de pulpo, la cocción es una hora a una hora y 45 minutos aproximadamente.

Luego se saca y se pone directamente en agua de hielo, para que quede suave, pero de consistencia firme.

Un error que se comete mucho es en el corte de la carne, por lo general se hace un corte en sentido contrario al nervio, cuando lo correcto es en sentido perpendicular a la fibra, esto la hace más tierna al paladar.



La cara del restaurante

"Cuando se visita un restaurante, lo primero que se ve es el menú, es la cara del restaurante", dice Arnaldo Castillo, creador del proyecto Viva el menú, cuya principal propuesta es una administración integral del menú.

¿Qué ofrece? Viva el menú toma de manera integral el menú del restaurante, y realiza una propuesta completa de renovación, de logos, de letras, de distribución de platos, en fin, lo que sea necesario refrescar la imagen, para hacerlo moderno y atractivo, acorde con lo que el restaurante quiere transmitir.

A cambio, Viva el menú se encarga de colocar publicidad de empresas que quieran tener presencia de marca, con una alta exposición.

Es por ello que, según afirmó Castillo, Viva el menú es un proyecto enfocado a restaurantes de alto nivel, cuyos clientes son de interés para las empresas que buscan posicionar su marca en el menú. ▲



Súper Apetitoso

¿Qué pasa si le daña una prenda a un cliente?

Si llegara a pasar, el hotel se hace responsable por la prenda. Sin embargo, eso no sucede a menudo, el mismo hotel tiene la administración de la lavandería, y lleva todo un proceso para garantizar el mejor servicio. Cuando la ropa ingresa es chequeada por el operador, el mismo se encarga de recoger las prendas de las habitaciones.



Jenny Paladino, Ama de Llaves del Hotel Barceló San José Palacio.

Toda la ropa que ingresa se marca, y se lava y plancha según cada solicitud, también hacemos pequeños arreglos como pegar botones o reparación de ruedas. En el caso del desmanchado de prendas, sólo se da el servicio si el cliente lo especifica, si la prenda viene con daños irreparables, no se recibe, esto para evitar malentendidos.

El servicio de lavandería se da 12 horas al día, de 7 de la mañana a 7 de la noche, tratamos de entregar los pedidos lo más rápido posible, pero siempre se entrega la prenda el mismo día.

En caso de que el encargado tenga un accidente, como quemar una camisa, un pantalón, o dañe alguna prenda, el hotel se hace cargo del costo. ▲

Consejos de colegas para un excelente servicio

Lasagna de Pollo con Brócoli y Zanahorias

RENDIMIENTO: 8 PORCIONES • TIEMPO DE PREPARACIÓN: 30 MINUTOS

INGREDIENTES

- 3 pechugas de pollo cocidas con 2 sobres de **Crema de Pollo MAGGI**, deshilachadas.
- 8 lascas de lasagna cocidas
- 2 tazas de zanahorias cocidas cortadas en rebanadas delgadas.
- 2 tazas de brócoli cocido cortado en trocitos.
- 1 sobre de **Crema de Pollo MAGGI**.
- 1 lata de **Leche Evaporada IDEAL** de 400g.
- 3/4 taza de agua.
- 1/2 rebanadas de **Queso Mozzarella Lite Line NESTLÉ** cortadas en tiras.

PREPARACIÓN

1. En una olla, disolver la **Crema de Pollo MAGGI** en la **Leche Evaporada IDEAL** y el agua y cocinar a fuego lento hasta que espese, aproximadamente 5 minutos.
2. Untar 1 cda. de la crema de pollo en el fondo de un molde refractario de 8 1/2 x 13 x 2 pulgadas y colocar los ingredientes en el siguiente orden: 1 capa con la mitad de pollo, 4 lascas de lasagna, la mitad de la crema de pollo, el resto del pollo, una capa de lasagna, una capa de brócoli, una capa de zanahoria, el resto de la crema de pollo y por último el **Queso Mozzarella Lite Line NESTLÉ** en tiras.
3. Hornear a 350° F (180° C) por 15 minutos o hasta que dore el queso. Servir bien caliente.

Máquinas para café Espresso, Cappuccino, Super automáticas, manuales y por goteo para:

Hoteles • Restaurantes • Cafeterías • Sodas

- Máquinas vending
- Licuadoras Industriales
- Máquinas para te frío

- Venta y alquiler de máquinas
- Garantía-financiamiento disponible
- Servicio y repuestos

Comercial Capresso CC S.A. Tel.: (506) 234-7404 • Fax: (506) 253-5296 • E-mail: info@comercialcapresso.com • www.comercialcapresso.com

aperitivos Canatur estrena presidente

Gonzalo Vargas es el nuevo Presidente de la Cámara Nacional de Turismo, CANATUR, función que no le es ajena, ya que desde hace 5 años pertenece a esta cámara, desempeñándose como Tesorero de la Junta Directiva y como Vocal representante de la Asociación Costarricense de Auto rentistas, sector al que pertenece.

Vargas comenta sus expectativas en este nuevo reto que recién asumió.

¿Cuál es su principal desafío en este puesto?

- Lograr un sector turismo unido para trabajar conjuntamente por los intereses de nuestra actividad, que es la primera generadora de divisas del país.

¿Tiene planeado iniciar algún proyecto específico?

- Nosotros como Cámara Nacional de Turismo hemos incluido en nuestro plan de trabajo 2006-2007, cinco temas prioritarios en los cuales nuestro sector tiene gran interés: infraestructura (red vial y aeropuertos) seguridad turística, promoción y mercadeo de Costa Rica, atracción de inversiones y seguridad jurídica, y el Consejo Superior de Turismo.

¿Qué considera que es lo más difícil



de conciliar en una cámara como CANATUR?

- Los intereses de los diferentes sectores turísticos.

¿Cuál debería ser la prioridad del Ministro de Turismo?

- Lograr que Costa Rica desarrolle un Plan de Promoción y Mercadeo que coloque al país con un excelente posicionamiento con respecto a los destinos con quienes competimos.

¿Cuál cree que ha sido el principal acierto y cuál el peor fallo del

Ministro de Turismo?

- Me parece que en este momento sólo debemos de hablar de aciertos por cuanto el señor Ministro recién inicia su función y creo que ha iniciado bien, reuniéndose con todos los sectores e intercambiando ideas e impresiones sobre los temas más importantes de cada uno de ellos. Lo que viene en adelante será buscar las soluciones a todos y cada una de esas inquietudes, que lo que pretenden es que la actividad turística se desarrolle de la mejor forma. **A**

MOTOROLA

Lenguaje digital

Privacidad, desempeño, mayor eficiencia, son solo algunas de las características que ofrece el nuevo radio digital de Motorola, que Bearcom, su representante en Costa Rica, presentó al mercado nacional.

Se trata del radio digital DTR 620, de dos vías, que a diferencia de los analógicos permite realizar diversas comunicaciones de grupo, de manera simultánea utilizando el mismo canal o zona.

Alberto Serrano, Gerente General de Bearcom Costa Rica, resaltó que el DTR 620 tiene muchas ventajas que vienen a cambiar la forma de comunicación interna de las empresas. "En primer lugar, no se necesita comprar la frecuencia, ya que la comunicación es digital, y otra característica es que no permite ser escaneado como los radios convencionales, lo cual garantiza la privacidad de las comunicaciones". Además el DTR 620 permite realizar llamadas de un radio a otro, de manera privada, lo mismo que de un radio a un grupo pre determinado, cuenta con identificador de llamadas, permite enviar y recibir mensajes de texto, que pueden ser creados o programados, todo enfocado en agilizar la comunicación interna.



Alberto Serrano, Gerente General de Bearcom Costa Rica, "los radios digitales son poderosas herramientas que facilitan la comunicación en las empresas".

Serrano comentó que después de conocer todas las ventajas que tienen los radios de dos vías DTR 620 de Motorola, la pregunta es cómo funcionó la comunicación antes, ya que se convierten en herramienta indispensable para la operación eficiente de las empresas. **A**

Comproim en casa nue-

La empresa Comproim, Comercializadora de Productos Importados, estrenó instalaciones. Ahora se encuentran ubicados en Lagunilla de Heredia. Según comentó Alvaro Max Jiménez, el cambio favorece mucho a los clientes, ya que se trata de un lugar más accesible que el anterior, y ahora cuentan con una mejor organización de los productos. El nuevo número es 261-6821 y 261-7354

En las nuevas instalaciones cuentan con oficinas administrativas, bodegas, y una pequeña sala de exhibición donde se aprecian algunos de sus productos estrella.



Somos fabricantes, le diseñamos y confeccionamos el equipo a su gusto y medida. Todo en equipos de acero inoxidable, gas y refrigeración para restaurantes y supermercados. Pioneros en Costa Rica en equipo de refrigeración para con más de 30 años de experiencia.

REHGO



Barva de Heredia, de la escuela Pedro Murillo, 100 m. oeste y 25 m. norte
Tel. (506) 260-5959 • Fax. (506) 260-5858 • Cel. 874-1187 / 833-5959
E-mail: reghosa@racsa.co.cr

Ideas with passion

Saeco
CENTROAMERICA S.A.

MAQUINAS PARA CAFE ESPRESSO Y CAPPUCCINO

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



Servicio Técnico Profesional

Tel.: 291-1151 | Fax: 291-1656

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

Gerente de Alimentos y Bebidas del Gran Hotel Costa Rica

Hace más de 13 años vino a trabajar por primera vez a Costa Rica, hoy Guido Foltran reconoce que en el área gastronómica nuestro país ha evolucionado mucho.

Es muy poco lo que Guido Foltran extraña de su natal Italia. Asegura que quizás la frescura de algunos ingredientes, los quesos, la variedad de los mariscos y la posibilidad de entrar a una librería y encontrar títu-

los en italiano, "para escoger alguna novela liviana que libere la mente". Desde hace 4 meses asumió la gerencia de alimentos y bebidas del Gran Hotel Costa Rica, pero no es su primer experiencia en el país, ya que desde 1993 ha estado involucrado en diferentes proyectos, trabajó en Sol Meliá Playa Hermosa y con el Grupo Mawamba, y en este periodo asegura que ha sido testigo de una fuerte evolución del sector. "Cuando me vine en el 93 era muy difícil conseguir algunos productos, hoy los proveedores traen todo lo que uno les pida".

Foltran señala que el costarricense es muy curioso, le gusta descubrir y conocer nuevos sabores y eso ha influido en el desarrollo de la gastronomía del país, "para el tico ir a un restaurante es todo un ritual de conocimiento de nuevas culturas y esa idiosincrasia, unida a toda la influencia que ha traído el turismo, da como resultado algo muy positivo que es una mayor cultura del gusto".

Con alma de chef

Foltran estudió administración de empresas turísticas, pero gran parte de lo que hace como chef ha sido un aprendizaje autodidacta, "en mi familia nadie es chef, ni se dedica a esto, pero a mí siempre me gustó cocinar, recuerdo que desde los once años mi gran pasión era cocinar para mis compañeros". El hotel recientemente estrenó menú, como parte de los cambios que ha implementado durante su gestión, no obstante sus funciones van mucho más allá de la planeación del menú.

"El trabajo de un gerente de AyB yo lo concibo como un trabajo de 360 grados, que incluye desde la higiene y sanitización, presentación de los salones, las compras, los proveedores, selección de los productos, cuidar el presupuesto, evitar el desperdicio, luego toda la parte del entrenamiento constante al personal en normas HACCP, en nutrición, en historia, en vinos, en fin es todo lo que tenga que ver con alimentos y bebidas del hotel".

"Cuando me vine en el 93, era muy difícil conseguir algunos productos, hoy los proveedores traen todo lo que uno les pida", Guido Foltran, Gerente de Alimentos y Bebidas del Gran Hotel Costa Rica. ▲



La oferta del norte

Ya sea de negocios, compras, placer, incluso por razones médicas, no importa el motivo, lo que ellos quieren es promover el destino. Es por ello que cada año organizan la feria Vist USA, en donde se reúnen líneas aéreas, rentistas de autos, representantes de hoteles, operadoras turísticas, cruceros, asistencia al viajero, entre otras compañías afines al turismo, cuyo principal propósito es promover Estados Unidos como destino entre los costarricenses que salen del país durante sus vacaciones. Ana Mari Bordallo, Gerente General de Ofihotel, y Presidente de la Junta Directiva de la Asociación

Turística Visite Estados Unidos, aseguró que el propósito de la feria es aumentar las visitas a ese país, no solo a los sitios tradicionales, sino también a nuevos sitios que muchas veces, por falta de promoción no son considerados por los turistas, pero que tiene mucho que ofrecer.

Uno de los consejos de Bordallo, para hacer de las vacaciones una experiencia placentera, es la planificación, hacer las reservaciones con tiempo hace que todo sea más accesible, garantizando los mejores precios y ubicaciones.



Uno de los propósitos de la feria turística es promover nuevos destinos turísticos en Estados Unidos, y Nueva Orleans es uno de ellos, donde la fiesta no termina, y hay oferta para todos los gustos, tienen el Mardi Gras, el Carnaval de la Decadencia, el Jazz Fest, el French Quarter, y muchos más. ▲

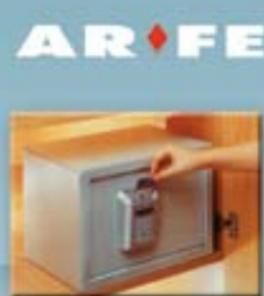
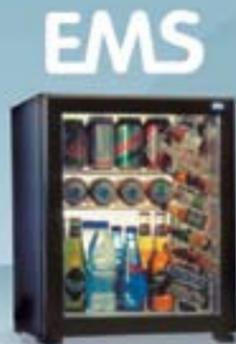


Ana Mari Bordallo, de Ofihotel y Mark Landale, Embajador de Estados Unidos en Costa Rica, durante la inauguración de la feria turística Visit USA.

Soluciones de fácil manejo para su huésped, valor agregado para su hotel

- Cerraduras Electrónicas
- Cajas Fuertes
- Minibares

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO:
NORDIC TRADERS
TEL. (506) 289-0215 • FAX: (506) 289-0317
inhova@nordictraders.net



rentabilidad a la carta

ALDELO
La nueva generación de NextPOS

EL SOFTWARE AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO EN LA ADMINISTRACIÓN DE SU RESTAURANTE.

- poderoso y amigable
- funciones integradas
- control y precisión
- experiencia y soporte

Con el respaldo de:

SG & SISTEMAS

www.sygsistemas.com

290 1970

Carlos Ricardo Benavides,
Ministro de Turismo de Costa Rica

“Debemos competir contra nosotros”

Abogado, especialista en Derecho Público, 36 años, entre 1996 y el 2001 fue Fiscal y Presidente de la Cámara de Turismo de Puntarenas, y Diputado del 2002 al 2006, período en el que formó parte de la Comisión Especial de Turismo de la Asamblea Legislativa.

¿Cómo calificaría la gestión de esta primera Comisión?

- La gestión de la primera Comisión de Turismo fue significativa desde el punto de vista de abrir brecha, se demostró que el tema del turismo debía discutirse en foros especializados, y no en comisiones totalmente ajenas al quehacer turístico, aunque no cumplió con las expectativas del sector.

¿Cuáles son las principales propuestas que tiene como Ministro?

- El ICT tiene que comenzar a crecer desde la perspectiva política de forma que el peso de la institución sea proporcional a la importancia del turismo en la economía nacional.

¿De manera concreta, cómo se le puede dar ese lugar al sector?

- El ICT debe canalizar las necesidades del sector a las distintas dependencias públicas, de forma tal que seamos escuchados por los tomadores de decisiones en temas que van desde seguridad pública, políticas ambientales, pasando por el tema de infraestructura, entre otros temas como el desentrañar la burocracia que dificulta la inversión.

“El ICT debe buscar facilidades para estos inversionistas nacionales y extranjeros y promover que los proyectos



estén ligados a factores de sostenibilidad y responsabilidad social”.

¿Qué importancia tendrá en su administración el tema de la promoción del país en el extranjero?

- Sin duda, debemos remozar nuestras acciones de mercadeo y promoción internacional y buscar mejores fuentes de financiamiento para esa promoción. En el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, existente desde el 2002, tenemos un instrumento muy valioso para no perder el norte del estilo de desarrollo que a mi juicio le conviene

a este país; entendiendo que ese plan debe someterse a las revisiones de rigor que le permitan mantenerse actualizado, según varíen las circunstancias.

¿Cuál es el presupuesto que se utiliza en promoción en el extranjero?

- Actualmente, el presupuesto usado ronda los \$7 millones anuales, y proviene del impuesto que pagan los turistas en los hoteles. Algunos competidores nuestros de la región, como República Dominicana y México utilizan presupuestos infinitamente superiores al nuestro.

¿Cómo planea ampliar ese presupuesto?

- Es un mecanismo débil en términos de efectividad tributaria, por lo que vamos a promover un entendimiento con los diferentes actores del sector para encontrar una fórmula que implique una recaudación superior a la actual. “También debemos intentar que la totalidad de lo recaudado pueda ser efectivamente invertido, más allá del tope presupuestario que Hacienda impone a todas las instituciones, lo que nos obliga a sub ejecutar nuestro presupuesto”.

Combinación de tiempo

¿Cuál considera que será la mayor dificultad que enfrentará su gestión?

- El principal enemigo es la combinación de tiempo con los miles de entramientos burocráticos, propios de la función pública. El aparato costarricense está pensado más para controlar, fiscalizar, y no dejar hacer, que para ejecutar y cumplir con las expectativas de la población. “Aquí cualquiera paraliza un proyecto de

gobierno, aduciendo a una de las múltiples instancias administrativas o judiciales, so pretexto de defender los derechos individuales o colectivos a los que podemos sumar la permanente disposición de algunos funcionarios de hacer sentir su poder por medio de la restricción y la imposición de limitaciones”.

Usted habla de hacer que otras instituciones o ministerios trabajen en pro del sector, ¿qué propone en el tema de la seguridad en zonas turísticas?

- Estamos por firmar un convenio con el Ministerio de Seguridad Pública, para contar con fuerza especializada en sitios de alta visitación. El ICT está dispuesto a proveer a esa policía de insumos y capacitación que le permitan conocer aspectos puntuales de una población turística que tiene rasgos específicos, y eso incluye la preparación de los agentes en un segundo idioma, como el inglés.

¿Cuál considera que es el destino más atractivo de Centroamérica?

- Costa Rica, porque tiene solidez democrática y un arraigo en sus convicciones de país desmilitarizado que le dan confianza tanto al turista como al inversionista.

¿Cuál es nuestro principal competidor en turismo?

- Son muchos, porque nuestro turista meta, en Estados Unidos y Europa, contempla la posibilidad de visitar otros lugares en diferentes continentes, que ofrecen igualmente calidad y seguridad. Todos los días aparecen nuevos destinos, por lo que es imposible fijarnos en uno solo. Me parece que, para elevar sus estándares de calidad y sostenibilidad, Costa Rica debe competir fundamentalmente consigo misma. **A**

Marcosoft

15% de descuento

en nuestro software de administración de restaurantes y hoteles si menciona que vió este anuncio.

Desarrollado para ser eficiente, confiable y fácil de utilizar, el mejor precio del mercado. Lo visitamos en cualquier parte del país, pida su demostración sin compromiso. Con opción de utilizar mouse o monitores Touch screen a su gusto.

www.marcosoft.co.cr
Teléfono: 240-7773 / Celular: 386-0615

EL MEJOR PROGRAMA DE CAFÉ PROFESIONAL

Tenemos los mejores programas de bebidas calientes para satisfacer a los clientes más exigentes de América.

Variedad de máquinas de espresso y café filtro:

- Máquinas profesionales
- Equipos super automáticos compactos
- Soluciones vending

Adicionalmente ofrecemos:

- Servicio técnico
- Capacitación constante
- Sistemas de financiamiento
- Los mejores complementos y accesorios

GRUPO CAFÉ BRITT, S.A.

Tel: +506 277-1620 / Fax: +506 277-1699 • www.cafebritt.com / ventas@cafebritt.com



¿Qué es la influenza aviar H5N1?

Por Ecolab (*)

Es una cepa de influenza que se encuentra en las aves. Fue aislada por primera vez en 1997 en el Sureste de Asia.

Usualmente, es transmitida como un microorganismo poco patógeno que es propagado por parvas migratorias y aves de corral.

Se trasmite primariamente de ave a ave.

Si se le permite proliferar en una parvada, puede mutar hacia un microorganismo altamente patógeno que resulta en la muerte de las aves en solo 48 horas.

Hasta la fecha, las infecciones han sido transmitidas únicamente de aves a humanos.

Las personas contagiadas principalmente son aquellas que están en cercana proximidad a aves vivas o aún sin desplumar.

Es poca la cantidad de infecciones confirmadas a humanos, pero el porcentaje de mortalidad es alto.

En los humanos el virus de influenza aviar H5N1 causa una súbita y severa enfermedad respiratoria con un alto porcentaje de mortalidad (de 120 casos confirmados en el sureste de Asia desde el 2003, la mortalidad es del 51%).

* Ecolab es una empresa dedicada a la producción y distribución de productos de limpieza, que cuenta con varios programas de educación para sus clientes en el tema sanitario. Uno de los énfasis que están desarrollando actualmente entre dichos programas es el de divulgación de la influenza aviar, sus características y formas de evitar el contagio, en procura de minimizar su impacto.

Gripe aviar Su impacto en Costa Rica

La industria avícola de nuestro país refuerza las medidas sanitarias frente al desafío de la gripe aviar, mientras que el gobierno reconoce no estar preparado para atender una eventual emergencia.

"En Costa Rica, ni siquiera las personas que viven en condiciones muy pobres, tienen la costumbre de vivir con los animales, como sí es el caso de algunos lugares de Asia, donde la gente vive prácticamente en los gallineros, por eso es poco probable que, en una eventual llegada de la gripe aviar, ésta se pueda contagiar a humanos", comenta Juan Carlos González, gerente de la División Institucional de Ecolab.

González enfatiza, que ello no implica que se pueda bajar la guardia, por el contrario su recomendación es aumentar todas las medidas de seguridad sanitarias, de manera que el impacto sea el mínimo.

Para González una de las mayores trampas es la falta de conocimiento del tema, y la gran cantidad de mitos que se generan alrededor de la enfermedad.

Alfredo Volio, Ministro la Producción, reconoce que el país no está preparado para la eventual llegada de esta enfermedad, pero que se está trabajando en un plan para atender la situación.

"El problema más grande, desde el punto de vista de producción, se presenta sobre todo para las granjas avícolas, por lo que se verían bastante afectadas. Sin embargo, en conjunto con las autoridades sanitarias de este país estamos haciendo esfuerzos para enfrentar cualquier eventualidad".

Serías Disposiciones

En este sentido, Luis Mesalles, representante de la Cámara de Avicultores de nuestro país, asegura que el sector se encuentra preparado para la eventual llegada de la gripe aviar, y que han tomado serias disposiciones para minimizar el riesgo de entrada de la enfermedad.

"Hemos implementado medidas de Bioseguridad en las granjas, tales como prohibir el ingreso de personas ajenas a la producción, obligación de ducharse y cambiarse de ropa al entrar a la granja, confinamiento de las aves a la galera, mediante una malla protectora que evita el ingreso de aves silvestres, aplicación de

Buenas Prácticas de Manufactura y sistemas HACCP en la mayoría de las plantas de proceso, para asegurar la inocuidad de los alimentos, controles de productos de importación, para evitar que animales enfermos ingresen por nuestras fronteras, conformación de un Comité contra la Influenza Aviar, con participación, además de miembros de la Cámara Nacional de Avicultores, personeros del MAG, Ministerio de Salud, CCSS, Minae".

Mesalles apunta que la mejor forma de prepararse contra esta enfermedad es por medio de la prevención, y en la Cámara de Avicultores están trabajando para educar al público, insistiendo que esta enfermedad no se transmite a las personas por medio del consumo de productos avícolas. "Esa posibilidad se da en condiciones sanitarias muy pobres, como las que se dan en algunas partes de Asia, pero que no son las mismas que gozamos en nuestro país, de manera que no hay razón para asustarse".



Luis Mesalles, representante de la Cámara de Avicultores de nuestro país, asegura que el sector se encuentra preparado para la eventual llegada de la gripe aviar, y que han tomado serias disposiciones para minimizar el riesgo de entrada de la enfermedad. **A**

Alfredo Volio, Ministro la Producción, reconoce que el país no está preparado para la eventual llegada de esta enfermedad, pero que se está trabajando en un plan para atender la situación.



80 años desde 1925

Simplemente... Los Mejores
Simply... The best



- Prep. de alimentos
- Bar & Restaurantes
- Panadería y Repostería
- Limpieza de pisos
- Pesaje y empaque
- Refrigeración
- Hoteles
- Hospitales
- Lavaplatos
- Heladerías
- Lavandería
- Máq. de hielo



"Soluciones de equipos para toda necesidad"



Tel: 223-0111 / 221-1111 Fax: 222-2412 info@kr.co.cr
Bo. Los Ángeles, Ave 12, calles 16 y 18, 50 mts. Oeste de la Terminal de Buses de Puntarenas

Restaurante Ram Luna

10 años de fiesta

Más de 60 mil personas han vivido la experiencia del espectáculo Tierra Tica



Todos los miércoles, de 7 p.m a 10:30 p.m, el restaurante Ram Luna, carretera a Tarbaca, abre sus puertas a un espectáculo que llama la atención de nacionales y extranjeros por igual, se trata del show Tierra Tica. La esencia de este show es rescatar las tradiciones del pueblo costarricense, se trata de una recreación casi calcada de las fiestas de pueblo que poco a poco han desaparecido.

Bailes típicos de salón con diferentes vestuarios, un bufete de comida típica con más de 30 platillos, que incluye gallo de papa, arracache, chicharrones, pozole, arroz con leche, olla de carne, miel de ayote, entre otros, un baile

de gigantas con cimarrona y juego de pólvora. Gilbert Rameréz, Gerente General de Ram Luna comenta que todo comenzó porque al restaurante llegaban grupos de turistas, y como un atractivo adicional se les presentaban los bailes típicos, pero no había un día fijo. Luego decidieron hacerlo de manera más formal, y comenzaron por establecer el menú, proceso que les tomó seis meses.

"Yo probé y probé recetas hasta que me sentí a gusto con lo que me presentaron, y dije este es el menú", comenta que desde entonces se le han hecho muy pocos cambios, pues la idea es mantener las recetas de las comidas que se vendían en las fiestas tradicionales, "en esas fiestas

donde las señoras de los pueblos eran las que cocinaban, cuando se organizaban los turnos para construir escuelas, no como las fiestas de ahora donde lo que se ven son chinamos que venden arroz cantonés".

Otra de las cosas que no ha cambiado en los diez años que lleva de presentarse Tierra Tica es el precio, que es el mismo que se estableció desde su inicio, "el costo es de \$28 por persona con todo incluido, eso sí el consumo tiene un límite, porque hay personas que abusan, aquí después de 30 veces de ir al bufete, le enviamos el menú a la mesa", comenta Rameréz, luego aclara que se trata

de una broma, que el consumo es ilimitado. Como parece ser ilimitada la capacidad de este show de agotarse, a sus diez años, sigue con el mismo brillo y encanto que atrapa a nacionales y extranjeros.

El favorito

Uno de los platos más vendidos en Ram Luna es el "Postre doña Moraima", cuya receta compartió con nosotros Moraima de Rameréz, pues como asegura en su cocina no hay secretos.

Ingredientes

- 1 tubo de galletas María
- 1 lata de leche evaporada
- 1 lata de leche condensada
- Jugo de un limón
- Crema chantilly para decorar



Preparación

Se mezcla la leche condensada y la evaporada con el jugo del limón, hasta que corte.

Luego en una base de galletas en fondo de pirex, se coloca la mezcla de manera intercalada, es decir formando capas, hasta terminar.

Se decora con crema chantilly, uvas y cerezas. **A**

¡Nueva y Sabrosa Alternativa para los asadores veteranos!
¡El delicioso sabor al estilo mexicano no es como ninguna otra salchicha que usted haya probado..!



Además le ofrecemos
variedad en presentación y sabores.
Encuéntrelas en los principales
supermercados del país.

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



Nos vemos en Exphore, Stand #816.



Espíritu nómada

El carácter de Valentín Corral no le permite estar en un sólo sitio, esa forma de ser le calza perfectamente con su actual función como Chef Ejecutivo de Costa Rica Expeditions, donde tiene a cargo la cocina de tres hoteles, y la proveeduría de la empresa.

Valentín Corral nunca llega a trabajar de la misma forma. Algunas veces llega por mar, otras por tierra y la mayoría por aire. Y es que como Chef Ejecutivo de Costa Rica Expeditions, sobre sus hombros recae la responsabilidad de la cocina de los tres hoteles de esa compañía: el Monteverde Lodge, el Tortuga Lodge, y el Corcovado Tent Camp, además tiene a cargo el departamento de proveeduría, por lo que el mes lo divide entre San José, Puntarenas, Limón y Corcovado.

Si en el papel suena complicado, en la práctica lo es aún más. La receta: hacer una cosa a la vez.

“Lo primero fue ordenar las cocinas una a una. Armarse de buenos equipos en cada uno de los hoteles, gente de confianza, dispuestos a trabajar en conjunto, y muy importante, a respetar las decisiones, porque al no estar siempre en el lugar, necesito tener seguridad de que las cosas se hacen tal y como se planean”.

Corral comenzó con el equipo de Monteverde, cuya cocina es una fusión entre costarricense, mediterránea y francesa, y cuenta con un menú que cambia cada seis meses con el cambio de temporada.

Una vez que tuvo el control de Monteverde, pasó a Tortuguero, donde inició nuevamente el proceso de

montaje del menú y organización de la cocina, y finalmente repitió la fórmula en Corcovado, en cada hotel con situaciones muy diferentes, desde los empleados hasta los proveedores.

Saber delegar

Con las cocinas de los tres hoteles en marcha, la siguiente labor de Valentín Corral fue establecer el sistema de control, para lo que se ha valido tanto de la tecnología como de la confianza en las personas que puso a cargo de cada lugar.

“Si no se delegan responsabilidades no se puede estar en diferentes lugares. Exijo reportes diarios de lo que ha pasado en los hoteles, necesito saber todo, si alguien se quejó, por qué se quejó, es la única manera de controlar y mantener la calidad”.

De esta manera, no importa en cuál hotel esté, Corral se asegura de controlar lo que sucede en cada cocina.



na.

Salteado de pejibaye y langostinos al vinagre de modena

Ingredientes

2 zanahorias
8 pejibayes
8 langostinos
1 rollo de cebollino
Media cebolla grande
2 dientes de ajo
Media taza de vinagre modena
Sal gruesa y pimienta negra molida

Preparación

Cocinar los pejibayes al dente. La zanahoria se pela y corta en juliana. El cebollino se limpia y pica en trozos, igual que la zanahoria. La cebolla y el ajo se pican en trozos pequeños. Se blanquea la zanahoria en agua hirviendo, luego se deja enfriar en agua con hielo. Se corta el pejibaye en gajitos. En un sartén caliente con una cucharada de aceite de oliva, se saltea el pejibaye, se agregan los langostinos, cortados a lo largo, se colorea, se agrega zanahoria, y se va agregando aceite de oliva según sea necesario. Luego se agrega el cebollino, se colorea, y al final se agrega el ajo y la cebolla. Se mezcla bien, se saltea con vinagre y se retira del fuego. Se hace el montaje del plato y se decora con el vinagre y el aceite. La sal y la pimienta se agregan al final.

Tip de chef:

Puede variar los langostinos por camarones, o prescindir de ellos. También con mejillones. **A**

En Breve

El chef Valentín Corral nació en Valencia, España. Desde los 14 años, comenzó su relación con la cocina, trabajando en el Café de Oriente, en Madrid. A los 21 años, se fue a Burdeos, donde llevó un curso de Somelier, luego ingresó a la Escuela de Cocina de Lausanne, en Suiza, donde se graduó en cocina y gestión. Trabajó por dos años en París y se fue a las Islas Canarias, donde instaló El Principito, un restaurante de comida francesa, por el que recibió dos importantes premios gastronómicos, el de San Cristóbal de la Laguna y el de Mejor Cocina Extranjera.

También dictó clases en la universidad y tuvo un programa de cocina en la televisión local canaria.

En febrero del 2005, decidió tomar unas vacaciones “indefinidas” en Costa Rica, y terminó trabajando para Costa Rica Expeditions.

Turismo hacia adentro

El turista nacional es para Tony Lachner, propietario del Hotel Volcán Turrialba, el mejor termómetro de calidad que se puede tener.

Mientras muchos hoteles y centros turísticos tienen su mirada fija en el turista extranjero, Tony Lachner asegura que su principal enfoque está en el turista nacional, de hecho lo considera el mejor termómetro para medir la calidad de su producto. "Si yo hago un gallo pinto para el desayuno, que mejor que un tico para que me diga si está bueno o no". Para Lachner, las cifras son claras, mientras que un millón de turistas nos visitan al año, tenemos más de 4 millones de turistas potenciales en Costa Rica, por lo que él le apuesta a esos 4 millones. Asegura que actualmente el porcentaje de visitas que recibe su hotel es de 45% extranjeros, y 55% nacionales, pero su propuesta es aumentar el porcentaje de nacionales.



Contra corriente

Una de las características más sobresalientes de este hotelero pareciera ser que le gusta ir contra la corriente, un rasgo que sin duda lo acompaña, incluso desde antes de la apertura del hotel. "Mi familia es mayoritariamente agropecuaria, dedicados al cultivo de café, y al ganado, por eso cuando decidí estudiar hotelería, en aquel momento una profesión inusual, mi papá no estuvo de acuerdo, por lo que estudié contra su voluntad".

Durante sus estudios en Wisconsin, Estados Unidos, a Lachner le llamó poderosamente la atención el concepto que desde entonces se aplicaba en esa zona conocido como agro-ecoturismo, que consiste en pequeños hoteles caracterizados por ser amigables con el medio ambiente. Egresado de la universidad, trabajó en varios hoteles en Estados Unidos y Costa Rica, para finalmente dar vida a la idea que desde hacía mucho tiempo daba vueltas en su cabeza: abrir un hotel de montaña en el lugar donde creció. Comenzó alquilando una hectárea de tierra a su familia, en la parte donde había un viejo galerón, ahí se instaló con apenas tres habitaciones y la cocina, lo necesario para recibir a sus primeros huéspedes, quienes según cuenta Lachner llegaron en carreta, porque en ese momento era la única forma de acceder al lugar.

El hotel que inició con una operación 100% familiar, cuenta ahora con 147 hectáreas, más de 20 empleados y 27 habitaciones con capacidad para albergar 86 personas.

¿Cómo lo hizo?

Lachner se armó de paciencia, pero sobre todo de dos ingredientes que lo acompañan siempre: en sus venas lleva una pasión por la naturaleza que heredó de sus padres, y esto lo combinó con su vocación de servicio, que no puede faltar en un hotelero: "me gusta hacer que la gente se sienta en casa y que disfruten tanto de la belleza natural como yo lo hago".

Mucho que ofrecer

La finca tiene gran cantidad de atractivos, el más grande y visible de ellos es el Volcán Turrialba, con el que comparte linderos, además de los parques nacionales Volcán Irazú, Braulio Carrillo, y queda muy cerca de la reserva de Guayaibo, por lo que su belleza natural es su principal aliado. Para aprovechar esa riqueza, se han desarrollado varios tour operadores dentro del hotel, los cuales realizan varios tipos de giras, como es el caso del viaje al volcán, el cual se puede hacer a caballo, caminando o en bicicleta. En este viaje se llega hasta el cráter del volcán, desde donde se aprecian los dos océanos.

También hay un tour a los antiguos ríos de lava, pasando por 4 cañones de lava solidificada, una caminata a las venas volcánicas, donde se aprecian diferentes tipos de aves, de las que se han identificado 200 especies, entre ellas el quetzal.

Otro de los encantos es precisamente su origen como lechería, pues aunque ésta ya no constituye una actividad económicamente importante para la familia, la finca produce la cantidad de leche y derivados necesarios para el "uso doméstico", eso sí la leche se extrae de manera manual, tal y como se hacía hace muchos años.

"Los clientes pueden participar del ordeño de las vacas, y colaborar con otras labores propias de la finca, como recolectar pasto, alimentar a los animales, abonar la tierra, recoger basura con los bueyes, o a caballo, todo eso les gusta mucho, pues se relajan haciendo tareas poco comunes". Muy importante dentro de las actividades, es la producción de carne de ovinos y bovinos, la cual comercializa en hoteles y supermercados que manejan carne tipo Premium, esto por la calidad que se produce ya que se trata de animales inseminados, que provienen de Austria, Francia y Alemania, que combinado con el régimen de pastoreo con que se cuidan, dan como resultado una carne de primera.

Los empleados

Asegura que su principal reto ha sido integrar a la comunidad y capacitar al personal para que trabaje en el hotel, sin duda una labor enorme, sobre todo si nos ubicamos en la zona norte de Cartago, hace 20 años.

"Cuando comenzamos nos tocó ir casa por casa y hablar con los padres para que dejaran a las hijas venir a trabajar con nosotros, y poco a poco ir entrenando al personal". Comenta que como requisito, al ser un hotel pequeño, todo empleado debe ser multifuncional, debe conocer lo básico de cada área, y desde luego especializarse en su departamento, "si es un hombre el que voy a contratar, así sea para jardinería, le pido que aprenda a tender una cama, y si es una cocinera tiene que saber hacer muy bien un huevo como una salsa bechamel". **A**



Lachner junto al personal del hotel.

En breve

Nombre: Volcán Turrialba Lodge

Ubicación: Turrialba

Área total: 147 hectáreas

Número de habitaciones: 27

Número de empleados: 21

Capacidad: 86 personas

Paginaweb: www.volcanturrialbalodge.com

Limpieza ¿un mal necesario?

No es de extrañar que las áreas públicas de hoteles y restaurantes se encuentren en apariencia muy limpios y bien cuidados. Pero, ¿qué pasa con lo que los clientes no ven? ¿Hasta dónde se le da la misma importancia a zonas como la cocina, alfombras, equipos de trabajo, e incluso la presentación de los mismos empleados?

Si usted es de los que todavía cree que la limpieza es un mal necesario, un gasto y no una inversión, le interesará leer los consejos de expertos que recopilamos para limpieza de diferentes áreas, la importancia que tiene en la vida y permanencia de hoteles y restaurantes, y algunos de los productos más utilizados por profesionales.

La mayoría de los proveedores de productos de limpieza coincide en que este tema muchas veces se toma a la ligera, cuando debería ser considerado de primera necesidad.

Igor Sasso, Gerente General de HomeCare Costa Rica, asegura que "la limpieza es tan importante como vestir o comer, ya que interviene en la salud de las personas". Sasso agregó que en nuestro país hace falta mucha educación en los procesos de sanitización, tanto en hacer conciencia de la importancia de la limpieza, como en los productos que se utilicen, "hay un uso desmedido de cloro, de ácido muriático, de productos contaminantes, que no sólo dañan la ecología, sino que atentan de manera directa contra la salud del trabajador".

Con él coincide Federico Madrigal, Gerente General de Productos Tres M, quien asegura que en detalles como la escogencia de un jabón de uso frecuente para lavado de manos, las empresas se fijan en las pequeñas diferencias de precios, cuando la rea-



Dos ejemplos de baños de negocios del sector. Las imágenes hablan por sí solas.

lidad es que pueden tener grandes ahorros evitándose incapacidades de los empleados, "luego de lavarse las manos 15 ó 20 veces al día, por seis días, con un jabón inadecuado, sufren de resequedad, e incluso se les agrieta la piel, produciendo las incapacida-

des, y por ende mayores pérdidas". De ahí que no sólo sea importante recalcar en el correcto lavado de las manos, sino en la elección de un jabón que cuide la piel.

Costos vigilados

El presupuesto parece ser uno de los principales inconvenientes para una adecuada limpieza, sumado al ajeteo del trabajo diario. Juan Carlos Zamora, Presidente de La Casa del Fontanero, asegura que en la mayoría de hoteles y restaurantes existen muchas limitaciones en equipos. "Muchas veces encontramos que en una cocina utilizan una manguera de jardín, tanto para lavado de los pisos como para llenar la olla donde hacen la sopa, y cosas por el estilo, que van en contra de todas las normas de

limpieza".

Zamora enfatiza en que los chefs tienen conciencia de la importancia de la limpieza, no obstante en la mayoría de los casos no cuentan con el equipo adecuado para ponerlo en práctica. "La cocina nunca se detiene, por ello la necesidad de planificar al momento de construir o remodelar, de manera que se haga una inversión que sea funcional para lo que se requiere". "Deben preguntarse en primer lugar, cuál es la necesidad, en qué se van a utilizar, ya sea de servicio, de pre lavado, lavado general, área de alimentos; luego asignar un presupuesto". Zamora recomienda escoger productos diseñados para servicio pesado, que si bien tienen un precio más alto al de los productos de uso doméstico, a la larga va a significar importantes ahorros en mantenimiento y en tiempo.

Precisamente, para los que llevan un control detallado de los costos, Ferva del Norte ha desarrollado un sistema de manejo de costos de limpieza por cada habitación, o cada espacio. Álvaro Fernández, Gerente General de esa compañía, explica que se trata de un sistema que le facilita el trabajo a sus clientes, de manera que pueden



Igor Sasso, Gerente General de HomeCare Costa Rica



Federico Madrigal, Gerente General de Productos Tres M.

trabajar con un control ordenado de gastos y en el uso desmedido de los productos. "En caso de ser necesario pueden intervenir a tiempo, ya sea por que se gaste mucho o por el contrario que no se utilice lo necesario, lo cual implica que no se está haciendo una limpieza adecuada".

Los baños

Se dice que no debería existir diferencia entre un baño y una cocina, si es así ¿podría usted comer en el baño de su hotel o restaurante? Haga la prueba. Igor Sasso, de HomeCare Costa Rica da los siguientes tips de limpieza de baños:

- Los malos olores son ocasionados por las bacterias en descomposición, por lo tanto es necesario eliminar por completo las bacterias.
- Uno de los primeros pasos para una limpieza adecuada es desengrasar el área, quitar lodo, suciedad, grasa, polvo. Esto parece sencillo, pero del 80 por ciento de la gente que trabaja en limpieza no lo hace, porque nos han vendido la idea de que limpiamos y desinfectamos a la vez.
- Luego sigue la fase de desinfección. En esta etapa lo recomendable es usar un producto sin olor, para no engañar. Un área limpia no debe tener ningún olor.

Las manos, paso a paso

No está de más recordar la manera adecuada de lavarse las manos. Sofía Barquero de Kimberly Clark Profesional, proporcionó estos pasos, para no perderse.

Paso 1

Humedezca sus manos con agua

Paso 2

Aplique jabón



Paso 3

Restriegue sus manos de 20 a 30 segundos



Paso 4

Utilice agua para retirar el jabón

Paso 5

Seque sus manos con una toalla de papel descartable



Paso 6



Bote la toalla en un basurero

Paso 7

Complemente con un desinfectante para manos como el alcohol en gel.

Tips de Limpieza

Cocina impecable

Frank Chevez, Chef Ejecutivo del Hotel Allegro Papagayo, compartió algunos consejos para mantener la limpieza en la cocina.

Indispensable contar con la adecuada información y rotulación de lavado correcto de manos.

Recordar lavarse las manos, revisar las mesas de trabajo, las tablas, el agua de solución de yodo para sumergir cuchillos en lapsos de poco trabajo.

En las mañanas, revisar las cámaras, que tengan la temperatura ideal, rotulación de los productos. "Exigimos el uso adecuado del uniforme, los hombres bien afeitados. El personal enfermo, por ejemplo resfriados, se les asigna áreas de trabajo que no se expongan a la comida".

En cuanto a la limpieza de pisos,

indica que todo el día hay personas al cuidado, y en la noche queda un turno de 10 p.m a 6 a.m, encargado de una limpieza profunda, se usa en este horario porque se aplican químicos, por lo tanto es necesario que no haya exposición ni del personal, ni de los alimentos.

Limpieza de la Máquina de Espresso

La limpieza de la máquina de espresso es una de las labores más importantes de la rutina diaria en el trabajo con estas máquinas. El café es un producto químicamente muy complejo que deja una gran cantidad de residuos en el equipo, que deterioran y dan mal sabor a las bebidas que se preparan.

El adecuado mantenimiento y lim-

pieza del equipo se constituye en elementos claves para garantizar una bebida de calidad y con todas las características de sabor y aroma de una buena bebida de café. En el sistema de preparación de la bebida, éste es uno de los factores que más incide en el resultado. Algunas recomendaciones, proporcionadas por Luis Diego Ramos de Electrofrío:

- Realice por lo menos dos veces al día una limpieza del grupo de preparación con el filtro ciego, para esto se coloca el filtro ciego en el portafiltro, se ubica en el grupo. Sin ajustarlo completamente se acciona el grupo dejando pasar el agua y retirando por la presión del agua los residuos en las juntas del grupo. Después ajuste el portafiltro y accione la máquina unos segundos y desocupe el agua acumulada, repita esta acción tres o cuatro veces por grupo.
- Tenga el cepillo de limpieza cerca de la máquina y varias veces al día cepille la cabeza del grupo y el filtro superior solamente con agua.
- Cuando no haya preparado café por varios minutos, deje pasar agua por el grupo antes de la siguiente preparación.
- Enjuague el portafiltro siempre con el agua del grupo, no con el dispensador de agua, sacar permanentemente agua de la caldera hará que su equipo se descompense y no esté en las condiciones ideales de temperatura para preparar el espresso. Recuerde que el agua caliente que saca de su máquina ingresa como agua fría haciendo que su máquina pierda temperatura.
- Deje los portafiltros limpios en los grupos mientras no los está utilizando.

Limpieza y seguridad

La seguridad es otra de las razones por las que se debe poner especial atención en la limpieza de diferentes áreas. La grasa en campanas y extrac-

tores es causante de gran parte de los incendios, una de las razones por las que Mr. Steam, empresa especializada en limpieza, recomienda un adecuado mantenimiento de campanas, extractores, ductos, y cañerías de grasa.

Rodrigo Cedeño, Gerente General de Mr. Steam, sugiere la limpieza de estas áreas tanto por estética como por seguridad, y da algunas recomendaciones básicas de mantenimientos.

• Hacer una limpieza profunda y profesional por lo menos dos veces al año. No hay pretexto para dejar de limpiar. Mr. Steam ofrece el servicio incluso en horarios de madrugada y feriados.

• La limpieza de los equipos garantiza un mejor funcionamiento de la infraestructura, y proporciona un mejor ambiente de trabajo. Tomar en cuenta que los trabajadores pasan en las cocinas en horarios de hasta 14 horas al día.

Revisar periódicamente los filtros de las campanas, ya que si se encuentran en mal estado, se generan más residuos. Lavar los filtros al menos una vez por semana.

Habitaciones

Sergio Coto, de Mercadeo de German-Tec, proporcionó algunos con-

sejos sobre la limpieza de los diferentes elementos de una habitación.

• Para sillones y alfombras, la aspiración debe ser profunda, porque si se pasa una aspiradora que no remueva la fibra, la suciedad queda abajo, es decir lo que hace es peinar la alfombra, no limpiarla.

• Aspirar todos los puntos de las habitaciones, no sólo la alfombra y los sillones, sino también almohadas, colchones, cortinas, cuadros, lámparas, en fin, todo lo que atrape polvo, esto por lo menos cada vez que hay cambio de huésped.

Piscinas

El Ing. Francisco López, Presidente de Aguas Industriales, distribuidor exclusivo del producto hth en Costa Rica, comenta la importancia de la limpieza en la piscina, una de las áreas más visibles y populares del hotel, y a la que no siempre se le da el adecuado mantenimiento.

• Para eliminar microorganismos del agua usar cloro para mantenerla limpia.

• El cloro se debe aplicar a diario, como bactericida.

Alguicida: se utiliza cada dos semanas, es un producto que previene el crecimiento y desarrollo de las algas.

Clarificador: una vez por semana se



Francisco López, Presidente de Aguas Industriales.

aplica un clarificador, esto para aclarar el agua que se pone turbia por los bronceadores y el sudor.

Reguladores de ph: es indispensable mantener el nivel de ph balanceado, por lo que se lleva un control semanal.

• Aspirar la piscina todos los días.

• Cepillar paredes y pisos tres veces por semana.

• Con esto se mantiene el nivel óptimo de la piscina, libre de bacterias, pero sin exceso de químicos, ya que éstos irritan la piel. ▲

PROLIM
TODO EN EQUIPO Y PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA

Itallimpia
GOJO
VIPER

¡No busque más!
Ya tiene la solución integral para la limpieza de su negocio.

Ofrecemos:
Calidad
Servicio
Entrega Rápida

Informe de este anuncio y se le dará un 10% de descuento

Tel. 216-0538 / 216-0557
Fax 216-0529
E-mail: prolim_3m@racsa.co.cr

Aguas Industriales S.A.
Especialistas en Aguas y Piscinas

hth
Cloro Seco

Tel. (560) 237-2222

especial de limpieza
Productos de limpieza



Viper Renew

Producto Restaurador que remueve depósitos de agua mineral, residuos de jabón seco, y eflorescencia. Es un excelente producto alternativo al ácido muriático y fosfórico. Las propiedades de ser un ácido orgánico le da la facultad de ser un producto más efectivo en la disolución de carbonatos de calcio que el ácido fosfórico.
Distribuye: Interlinksupply Costa Rica S.A
Teléfono: 236-8191



Vaporizador SC 1052

El vapor de agua caliente penetra en las finas rendijas sobre la que está adherida o en las fibras de materiales textiles, logrando desprender así hasta la suciedad más resistente, adherida sobre superficies duras como cristales y espejos.

Distribuye: German-Tec
Teléfono: 220-0303



Purell

Antiséptico instantáneo para las manos, mata el 99.99% de los gérmenes más comunes en sólo 15 segundos. Contiene un agente antimicrobiano que actúa rápidamente, así como sustancias hidratantes para mantener las manos suaves e hidratadas.

Distribuye: Productos Tres M
Teléfono: 248-0557



Zep A.I.O.2

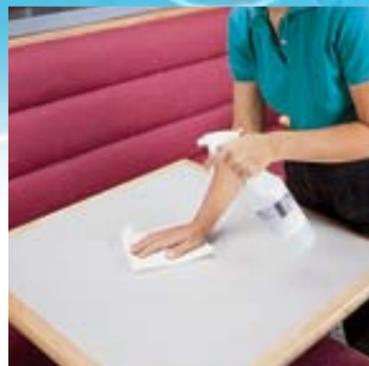
Producto multipropósito de alta concentración. Permite costos reducidos en limpieza de baños, vidrios, mesas, pisos, etc. Es un desinfectante limpiador, cuya concentración permite los diferentes usos, se diluye en diferentes fórmulas dependiendo de cada necesidad.

Distribuye: Ferva del Norte
Teléfono: 221-0361



Hipoclorito de calcio hth

Para múltiples usos, como limpieza de piscinas y otras áreas difíciles como duchas, baños, pisos de cocinas, lavanderías, y lugares de alto tránsito. No es volátil, y es fácil de manipular. Distribuye: Aguas Industriales
Teléfono: 237-2222



8L Limpiador para uso general

Es un limpiador de alto desempeño de uso general para la limpieza diaria, se recomienda para la limpieza de pisos, paredes y otras superficies no porosas. Cumple las guías de la USDA. Distribuye: 3M Costa Rica
Teléfono: 277-1000



Detergente Sólido

Línea de detergentes sólidos para máquinas lavaplatos, ofrece ahora el "glassguard", que protege la cristalería del desgaste químico, evitando esa apariencia turbia propia del desgaste.

Distribuye: Ecolab
Teléfono: 438-1725



Mr. Steam

Ofrece un servicio profesional de limpieza de diferentes áreas, desde las zonas difíciles en cocinas, hasta el pulido, limpieza y restauración de pisos. Para que usted se preocupe de la atención de los clientes, y no de limpiar. Más información: Mr. Steam
Teléfono: 240 9812



Cacheras de servicio pesado

Cacheras de fregadero, de servicio, de prelavado, de pedal, y todo tipo de cacheras, diseñadas especialmente para uso las 24 horas, los 365 días del año, de uso pesado garantizado, con acabados cromados que evitan que se depositen impurezas.

Distribuye: La Casa del Fontanero
Teléfono: 247-0707



Cepillos Industriales

Multiuso, para limpieza y mantenimiento de pisos, lavado y mantenimiento de alfombras, Motores americanos, 110 V. Malubricado por medio de engranajes para mayor seguridad.

Desinfectante Florex

para uso industrial, gemicida, desinfecta y elimina el más amplio espectro de bacterias y virus.

Distribuye: Distribuidora Florex
Teléfono: 447-2323



Swipe

Limpia 200 tipos de superficie. Es concentrado, se diluye en agua de acuerdo con el requerimiento de limpieza, fue desarrollado para la NASA en 1964, luego se comercializó en Estados Unidos, y el resto del mundo. No es tóxico, no es inflamable, no es abrasivo, no es corrosivo, es biodegradable. Mata las bacterias, no tiene olor, pero si se quiere se le puede agregar aroma.

Distribuye: HomeCare Costa Rica
Teléfono: 215 2381



Productos químicos y equipos de uso doméstico e industrial

Ponemos a su disposición un gran surtido de productos tales como:
Cera para autos y pisos, limpiador de vidrios, limpiador de cerámica, jabón líquido y en polvo, desinfectante en diferentes aromas, insecticida de contacto residual, limpiador de tapicería, removedor de manchas y más...

Equipo y utensilios especializados en limpieza
Somos importadores directos de equipo especializado como:
aspiradoras, cepillos, secadores de alfombras, dispensadores de diferentes tipos, equipo de seguridad laboral además de repuestos y accesorios.

Distribuidora Florex Centroamericana S. A.
San Ramón - Alajuela
Tel. (506) 447-2323 · Fax: (506) 445-9703
E-mail: peysil@racsa.co.cr
www.florexcr.com
Brindamos servicio y atención en todo el país



Sabo Casi una década de limpieza

A casi diez años de distribuir productos de limpieza en Costa Rica, la multinacional Sabo hace un recuento de su labor: desde su llegada al país en 1997 a hoy, poseen 4 mil clientes activos concentrados en la Gran Área Metropolitana.

“Sabo es una opción integral, con al menos 2 mil productos en el mercado nacional”, afirmó Francisco Madriz Quesada, Jefe de Mercadeo, pues comercializan productos muy variados de limpieza para hoteles, restaurantes y empresas. Según Madriz, sus productos estrella son los de limpieza; entre ellos los desinfectantes, desengrasantes y jabones líquidos para manos. Aparte de su función limpiadora habitual, asegura que el jabón de tocador Premium podría usarse en la ducha, ya que contiene cremas humectantes para la piel y el jabón antibacterial fue considerado por Laboratorios Landa como una opción para prevenir enfermedades virales.

En cuanto a aerosoles ambientales ofrecen diez aromas diferentes hechos con base en aceite, lo que permite que el olor permanezca más tiempo, ya que el aceite es un componente más pesado.

El grupo del papel incluye servilletas, toallas desechables e higiénico Jumborol en tres calidades: Premium, Convencional y Económico, que se distinguen una de otra por el gramaje, es decir, la manera en que fue comprimido. Por ejemplo, el Premium posee un gramaje más fuerte, lo que le permite ser un papel más resistente y absorbente. La familia de línea plástica y eléctrica de las marcas Rubbermaid, Jofel y Sterilite incluye dispensadores,



“Buscamos diferenciarnos de la competencia dándole al cliente buenos precios, entregas rápidas y productos de calidad”. Francisco Madriz, Jefe de Mercadeo.

basureros, secadores de manos y cabello, baldes escurridores, contendedores, entre otros.

Servicio de primera

El producto que la empresa ofrece al cliente debe ser competitivo y de calidad, explicó Madriz. “Buscamos diferenciarnos de la competencia dándole al cliente buenos precios, entregas rápidas y productos de calidad”, alegó.

Por ser importadores directos y mayoristas, Sabo vende a precio de distribuidor.

Dado el amplio mercado meta que manejan, las necesidades son variadas, por lo que tienen al menos 2 mil productos diferentes. Los pedidos se entregan en un plazo máximo de 24 horas en cualquier parte del país.

Para controlar los estándares de calidad, el Departamento de Calidad y Desarrollo de Productos somete al producto a pruebas de estabilidad durante dos o tres meses para comprobar si es factible o no venderlo. Luego se hace un balance del posible precio y se efectúa un estudio de mercado para determinar su lanzamiento.

Cabe aclarar que si el producto ya fue aprobado en la planta central en Estados Unidos se introduce de una vez al mercado tico.

Los aerosoles poseen el sello internacional de “No CFC”, es decir, no contaminan la capa de ozono, aprobado por el Gobierno de Estados Unidos.

En relación con los plásticos, Madriz argumenta que las marcas que distribuyen poseen sus propios lineamientos de conservación ambiental.

La política de la empresa que este Jefe de Mercadeo resalta es que el cliente debe recibir un servicio de calidad y confiabilidad por el precio que pagan.

Sabo posee 4 mil clientes activos concentrados en la Gran Área Metropolitana.▲

¿Han pensado en lo que un hotel, restaurante, empresa y planta productora requieren en productos de limpieza y mantenimiento general?

¡SABO lo tiene!
Entrega en 24 horas

Llámenos ahora mismo y le atenderemos como usted y su empresa merecen
Tel: 244-1880 • Fax: 244-3033
www.sabointernacional.com

JOFEL Rubbermaid Sterilite
Commercial Products

¡Siempre más de 2000 productos para preferirnos!

Línea Completa de Químicos Biodegradables para limpieza

ME GUSTA SWIPE

Línea de productos

- Desengrasantes
- Desinfectantes
- Desincrustantes
- Detergentes
- Protectores de Superficies
- Control de Olores
- Artículos Complementarios

Características

- Alto Rendimiento
- Gran Versatilidad
- Biodegradables
- Productos Certificados
- Satisfacción Garantizada

Representante Exclusivo: HomeCare de Costa Rica, S.A.
Tel. (506) 215-2381 • Fax (506) 215-2382 • swipe@netia.co.cr

3M

Uso adecuado de productos de limpieza

Laura Rojas, de 3M, da algunos consejos sobre el uso adecuado de diferentes productos, en la limpieza de la cocina.

Para mantener el equipo de acero inoxidable como nuevo, es importante limpiarlo con una esponja que no lo raye como la Power 2000 de Scotch Brite hecha con polímeros especiales que quitan lo sucio sin rayar.

Adicionalmente, se puede proteger el equipo de acero inoxidable con el Pulidor y Limpiador de Acero Inoxidable de 3M, pues crea una capa que evita la formación de manchas de las gotas de agua y facilita la limpieza de las huellas digitales que normalmente son difíciles de eliminar.

Para mantener como nueva la cristalería es recomendable lavarla con una esponja que no la raye como la fibra blanca de Scotch Brite especial para eliminar la pintura de labios y otros residuos de los vasos y copas sin rayarlos.

Con la fibra gris de Scotch Brite se puede arrancar la costra más pegada de las ollas y limpiar la plancha de las cocinas, sin herrumbrar y sin dejar

residuos de metal, por lo que es mucho más segura que las esponjas de aluminio que normalmente se utilizan para esta labor.

Para pulir la cristalería y la cubertería sin rayarla y sin dejar pelusa es ideal la utilización de los paños mágicos de Scotch Brite, los cuales vienen en presentación de 4 colores diferentes y tienen un tamaño ideal para facilitar el pulido de la cristalería.

Ventilado y seco

Para evitar la proliferación de las bacterias en la cocina es importante que cada vez que se termine de utilizar las esponjas se laven para quitarles cualquier tipo de residuo de los alimentos y posteriormente las ponga en un lugar ventilado y seco.

Con la nueva esponja doble uso anatómica para la industria alimenticia se pueden lavar los diferentes artículos de la cocina con una mayor eficiencia, ya que esta es más grande y fuerte que la esponja de uso doméstico que es la que tradicionalmente se ha utilizado.

La plancha de cocina puede permanecer siempre como nueva con el



Laura Rojas, de 3M, indica que la compañía ofrece variadas soluciones de limpieza para la industria alimenticia.

sistema Quick Clean, el químico se aplica en temperatura de operación normal de la plancha y se restriega con la fibra gris de Scotch Brite, eliminando todos los residuos de comida y dejando la plancha desengrasada y limpia para el próximo día.



Todos los químicos TnF Disp 1st step son parte del sistema Twist'n Fill, cada uno viene en presentación de 2 litros y rinden según la concentración del mismo. A

¡Ahorre hasta un 80% de los químicos para limpiar pisos!

Con el nuevo sistema de limpieza Easy Clean de 3M las labores de aseo en hospitales, supermercados, restaurantes y hoteles son más efectivas y económicas que con los métodos tradicionales. Este sistema permite:

- Reducir el trabajo hasta en un 70%.
- Incrementar el desempeño hasta 6 veces.
- Reducir el desperdicio de químico hasta en un 80%.
- Reducir el arrastre de la mopa plana hasta 10 veces.

El proceso es sencillo, consta de 3 pasos y para cada paso hay una herramienta de limpieza:

1. Sistema de atrapa polvo fácil (Easy trap duster system):

Cuenta con una hoja adhesiva en la base la cual hace que toda la suciedad quede adherida a la misma, en el momento que se satura de mugre nada más se sustituye por una nueva. Atrapa y retiene 6 veces más polvo, suciedad, arena y cabello que las escobas tradicionales.

2. Sistema de trapeado fácil (Easy scrub flat mop system):

Esta herramienta reduce 10 veces el arrastre del cojinete, limpia y remueve suciedad 3 veces más rápido que con un trapeador convencional, además, disminuye el tiempo de limpieza en un 50% y el desperdicio de químico en un 80%. El tubo de aluminio está diseñado para ser cargado con químico y posee un botón que le permite a la persona liberarlo cuando desee. ¡El balde y la mecha quedarán en el olvido!

3. Sistema de abrillantado fácil (Easy shine applicator system):

Está diseñado para la aplicación del sellador y permite ahorrar hasta un 75% del mismo. Tiene una bolsa donde se coloca el sellador, la misma se ubica dentro de un maletín que el usuario coloca en su espalda. Para dispensar una cantidad de líquido requerida nada más se presiona un botón que está en la parte superior del tubo. Esta herramienta reduce hasta en un 70% los costos laborales y el uso de acabado hasta en un 35%.



3M

Para mayor información llame al teléfono: 277-1000 de 3M Costa Rica.

Ecolab

Protección 360 grados

Ecolab lanzó al mercado el programa 360 grados de Protección, que tiene como objetivo solucionar todas las necesidades de limpieza y desinfección, enfocado en diferentes áreas, en clientes de FoodService.

Juan Carlos González, Gerente de la División Institucional de Ecolab Centroamérica, explica que se trata de un novedoso sistema que busca marcar la diferencia en el mercado. "El objetivo es rodear a los clientes con el servicio que ofrecen las diferentes divisiones de Ecolab, que comprende limpieza, desinfección, comida segura, y eliminación de plagas, esto es ofrecer 360 grados de protección con soluciones, entrenamiento y servicios diseñados para incrementar la satisfacción del cliente, asegurando un ambiente de comida segura y maximizando su

operación". Algunos de los beneficios adicionales, exclusivos para los clientes del programa 360 grados de protección son:
1. Acceso sin costo al programa de capacitación de seguridad alimenticia con SafeSteps, un programa líder de la industria, disponible únicamente con Ecolab.
2. Servicio de acción preventiva en sitio: con visitas programadas regularmente.
3. Sistemas y productos innovadores y probados.
4. Programa de capacitación en servi-

cio de alimentos con ServSafe. Ecolab es una compañía norteamericana, fundada en 1923, dedicada al desarrollo y comercialización de productos y servicios de limpieza de alto estándar, que cuenta con operación de plantas en más de 50 países, y sus productos llegan a más de 160 países. La planta de Ecolab Costa Rica fue construida en 1995, con el propósito de atender las necesidades de Centroamérica, y su crecimiento ha sido exponencial, respondiendo a las demandas de los clientes. **A**

Mr. Steam

Pisos mejor que nuevos

Con los sistemas de restauración y limpieza de Mr. Steam, los pisos duros recuperan su brillo original perdido detrás de la suciedad, las manchas, el percudido y el desgaste.

Ya sea que se trate de terrazo, porcelana, mármol, concreto, cerámica, azulejo, loseta, sus pisos pueden lucir la belleza original, o incluso mejor, sin necesidad de hacer una fuerte inversión, con una limpieza profunda, como la que ofrece la empresa Mr. Steam. La restauración se aplica en pisos naturales, y conlleva tres pasos; pulido, limpieza y brillo. Inicia con la aplicación de un cepillo eléctrico de 175 r.p.m., al que se le adhiere un disco metálico con cinco "cabezas de diamante", cuya función es desgastar la superficie para recuperar el brillo natural de la pieza. Continúa con el pulido, para lo

que se aplica un ácido en polvo. El sistema de limpieza SX, es la alternativa para pisos de cerámica, azulejo, loseta, terrazo, porcelana, concreto y mármol. Se aplica un producto ácido que remueve la suciedad, luego de cinco minutos de reposo, se inyecta vapor a más de cien grados centígrados, a una presión que oscila de los 700 a los 1200 p.s.i. Ambos sistemas son aplicados bajo procesos de limpieza controlados, esto significa que sólo trabajan en el área definida. El sellado de poros al finalizar le permitirá impermeabilizar, facilitar la limpieza cotidiana y mejorar la apariencia del piso. **A**



Rodrigo Cedeño, Gerente General de Mr. Steam.

Nos enfocamos en la Satisfacción de la Clientela desde Múltiples Niveles.

Un ambiente relucientemente limpio en un servicio de alimentos es crítico para obtener la satisfacción de la clientela. Únicamente Ecolab usa un enfoque de múltiples niveles para rodear todo su establecimiento con soluciones de limpieza de avanzada, servicios, y capacitación que maximicen su eficiencia operacional y la seguridad de los alimentos, al tiempo que mantiene todo impecable desde la vajilla y la cristalería hasta los pisos y los baños.

360° DE PROTECCIÓN™

Rodee a su clientela de satisfacciones - ¡póngase en contacto con Ecolab hoy mismo!

¡Obtenga GRATIS una evaluación de su establecimiento! Comuníquese al (506) 438-1725

ECOLAB®

ServSafe

Patrocinador Fundador del Food Safety Council de la NRAEF

Ecolab Inc. www.ecolab.com
© Ecolab Inc. 2006. Todos los Derechos Reservados

Consulte nuestros otros servicios y productos de limpieza

Limpieza y restauración de Pisos Duros

Para eliminar esos malos recuerdos, en Mister Steam le ofrecemos nuestro exclusivo sistema de limpieza y restauración de **Pisos Duros**: cerámica, azulejos, loseta, terrazo, porcelana, concreto, mármol, granito, etc.

Muebles y alfombras: Limpieza profunda y un acabado único en el mercado que garantiza realmente muebles y alfombras secos, esterilizados y sin malos olores, gracias a su exclusivo sistema de limpieza con vapor a alta temperatura. **HTS**

extra guard Protección antimanchas para muebles, alfombras, tapicería de autos, colchones, almohadas, etc. **1 año de garantía por escrito.**

Tel. 240-9812
www.mrsteam.co.cr

ISSA International Sanitary Supply Association

mister steam
Clean & Protection

33 ANIVERSARIO

Confíe en 33 años de experiencia y la mejor calidad del mercado.

¡Conserve solo los buenos recuerdos!

PISOS DUROS
RESTAURACION
de Mister Steam Inc.

Antes
Después

Interlinksupply Costa Rica Para profesionales de la limpieza

Interlinksupply Costa Rica es una empresa norteamericana especializada en la distribución de productos para limpieza y restauración profesional, con más de 60 distribuidores en Estados Unidos, Australia, Reino Unido, Canadá, y ahora Centro y Suramérica.

Recientemente, abrió sus puertas la filial para Costa Rica y está al mando de su fundador Cristian Avendaño y su director general, Federico Fuentes.

Fuentes asegura que la llegada de la representación de esta empresa a nuestro país, como centro de distribución para la región Sur y

Centroamericana, no es casualidad, pues responde a una necesidad creciente por el consumo de productos de limpieza y restauración de alta calidad, así como también a una exigencia mayor por parte de las empresas que se han instalado en el país fruto de los tratados de libre comercio y de la expansión comercial.

Interlinksupply Costa Rica tiene como principal objetivo transferir la mayor cantidad de conocimientos a sus clientes.

"Interlinksupply Costa Rica ha podido desarrollar un nuevo concepto de "mercadeo experimental", gra-

cias a su capacidad de combinar años de experiencia en los campos de limpieza y restauración en la actividad industrial con las áreas de comercio internacional y servicio al cliente", enfatizó Fuentes.

La firma pretende compartir con sus clientes esa experiencia de negocios bajo la expectativa de que cualquier persona envuelta en la operación y negociación de sus productos y equipos es capaz de transferir sus conocimientos en un negocio único en la industria, la cual va desde su venta hasta la entrega de productos y equipos, agregó Fuentes.

Los clientes

En cuanto al público meta, Fuentes explica que Interlinksupply Costa Rica, no vende el servicio de limpieza como tal, sino que es un proveedor de productos para limpieza y restauración profesional.

"Nosotros no competimos con empresas proveedoras de servicio de limpieza, por el contrario Interlinksupply Costa Rica ofrece sistemas profesionales de limpieza y restauración para todas esas empresas".

Para él, otro cliente importante son los hoteles, restaurantes e instituciones que prefieren tener sus propios equipos de limpieza y restauración "in house".

La empresa otorga a sus clientes una gran ventaja para adquirir sus productos porque ofrece capacitación y una mayor profesionalización hacia los departamentos de limpieza, lo cual trae como consecuencia un excelente resultado y la optimización de los recursos, ya que se utiliza el producto en la cantidad adecuada para cada necesidad, sin desperdicios.

El fundador de Interlinksupply Costa Rica es Cristian Avendaño, quien ha trabajado durante muchos años directamente con la casa matriz en los procesos de capacitación, de hecho él fue el creador del módulo de capacitación de limpieza y restauración de pisos duros,

es instructor y consultor activo de la empresa en Estados Unidos. De ahí, que al tomar la representación de la marca para la región, una de las tareas a las que pondrá más énfasis es precisamente la capacitación en el uso de los productos.

"Uno de los enfoques más importantes para nosotros es la capacitación al cliente como parte de un servicio integral, esto significa que la persona que adquiere los productos tendrá la asesoría necesaria para su adecuado uso, de manera que obtenga de ellos el mayor provecho", comentó Avendaño.

Para más información:
Interlinksupply Costa Rica S.A
Teléfono: 236-8191





Maestr@ Culinari@ ya eligió

Muy difícil fue el trabajo de los jueces para elegir a los 12 chefs que participarán en la final del concurso Maestr@ Culinari@, del 5 al 7 de septiembre en Expo Hoteles y Restaurantes, Explore, en el Centro de Eventos Pedregal.



La eliminatoria del concurso se realizó el 29, 30 y 31 de julio, en las instalaciones de la Universidad Interamericana, donde 40 chefs presentaron sus recetas originales, cuya base fue el pollo, y la creatividad el ingrediente más abundante. Desde la manipulación de los ingredientes, el uso de las diferentes técnicas, la creatividad para presentar el plato, e incluso la presentación correcta del uniforme, fueron puntos que calificaron los jueces, quienes estuvieron presentes tanto en la cocina, como en la degustación final. Maestr@ Culinari@ es un concurso de cocina profesional, organizado por Unilever Food Solutions, Florida Bebidas, Equipos Nieto y la Revista Apetito.

12 Finalistas

- Anthony Villalobos, The Lost Iguana Lodge
- Evelio Pérez, Hotel Ramada Herradura
- Guillermo Quirós, Hotel Punta Isleta
- Gustavo Villalobos, Escuela Gourmet Arcam
- Hernán Díaz, Hotel Costa Rica Marriott
- John William Haueter, Hotel Real Intercontinental
- Jorge Cordero Rodríguez, Restaurante La Piazzetta
- Juan José Rodríguez Campos, Grupo Café Britt
- Leopoldo Cortéz, Tabacón Resort
- Luis Fernando Castillo, El Castillo Country Club
- Víctor Salazar, Hotel San José Palacio
- William Ortiz, Fiesta Resort ▲



FUNDADA EN 1946

60 años de experiencia...

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



Equipos para
Hotelería y
Restaurante



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



Equipos para
Lavandería



Comprendemos que...

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



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

Nos vemos en EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

BETHUEL JIMENEZ, GERENTE DE COMPRAS FOUR SEASONS RESORT

Martes 5 al Jueves 7 de setiembre, 2006
Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal
San Antonio de Belén
Horario: 11:00 a.m. a 8:00 p.m.

Haga negocios en Expo-Hoteles y Restaurantes el evento que reúne a los principales proveedores de esta industria y en donde usted podrá encontrar nuevos productos y servicios para su empresa.



Busque en EXPHORE los Expodólares y llévese un recuerdo del evento.

Al ingresar a Exphore con su invitación o gafete personalizado, participará en el sorteo de una motocicleta marca FREEDOM, distribuida por MOTOSPORT UNA DIVISION DEL GRUPO SAVA



PRIMERA COMPETENCIA
CENTROAMERICANA
DE COCINA PROFESIONAL

Requisito para visitantes presentar invitación. Regístrese en: www.exphore.com

Más información: (506) 520-0070, ext. 132
Servicio al Cliente: Milagro Obando • milagro.obando@eka.net
Reservación de Stands: Guillermo Rodríguez
Cel. (506) 383-1651 • guillermo.rodriguez@eka.net

Patrocinan: **Apetito** **CREDOMATIC**
Siempre es posible.



EXPOSITORES
www.exphore.com

Patrocinan: **Apetito** **CREDOMATIC**
Siempre es posible.



Sintonía con el colaborador

Cuando una persona ingresa nueva a un puesto de trabajo, llega con expectativas, un bagaje de conocimientos, ansiedades y algunas prácticas que quizás en la nueva empresa serán o no muy apreciadas. Estas prácticas son el resultado de la experimentación de una cultura laboral que en el mejor de los casos, estará basada en valores.

La cultura organizacional global profesional fundamenta su plataforma de crecimiento en valores concretos que presenta al colaborador y establece como no negociables. En Costa Rica, esta costumbre está llegando a la hotelería, sin embargo no está arraigada con fortaleza y absoluta convicción por los gerentes y empresarios.

Todavía se negocia mucho en el camino y los colaboradores son testigos de una incoherencia entre el menaje y la acción que erosiona la credibilidad y por ende, la consistencia en el desempeño.

Si el caso es entonces que nos encontramos con una persona que ingresa y viene de una cultura organizacional basada en valores, el panorama es excelente, lo más probable es que esta persona será un forjador de cambio y lo hará de forma asertiva. Si el caso es el contrario y el colaborador viene de una organización desordenada en el enfoque y que no tenía un norte bien marcado que compartía claramente con sus miembros, entonces estamos integrando a un individuo que hay que sintonizar.

Hable con ellos

Un método para determinar qué tipo de experiencia ha tenido esta persona consiste en hablar con él o ella y preguntarle sobre sus previas experiencias.

Este ejercicio se debería hacer preferiblemente antes de la contratación, sin embargo, no siempre se hace o usualmente se basa la contratación en la percepción de las destrezas y talentos del individuo y no necesariamente profundizando en qué tipo de organización trabajó.

Recordemos que la referencia que esta persona trae es eminentemente basada en experiencias previas que han desarrollado patrones de conducta y también expectativas.

Alguien diría: "no pierda el tiempo, concéntrese en el futuro y no pierda el tiempo en el pasado", sobre todo si usted sabe hacia donde va su empresa, estoy de acuerdo, pero en servicio deseamos saber un poco más de la persona, acordémonos que esta es una industria para la gente, con gente y a través de gente y en el tanto que la conozcamos mejor, podremos entonces sincronizar las expectativas y los planes futuros de capacitación con los objetivos de la empresa y las necesidades del individuo.

Si la persona detecta un gesto sincero y decidido de la organización en ayudar a su familiarización con la empresa, tendremos más probabilidades de desarrollar la lealtad desde un principio y un profesional en sintonía con su empresa. ¡Hágalo a tiempo y verá ganancias en todo sentido! **A**

Administración del Servicio

Debido a la inexorable tendencia moderna a tratar el servicio como un producto, es necesario abandonar la antigua idea de entender el servicio como función delegada. Es preciso reconocer que para mantener alta calidad, el servicio debe ser administrado, dirigido.

Por: Martin Siebold, Consultor de IESC

El concepto de Administración de Servicios entrega la solución a ese reto. Es un método sistemático y estructurado para planear, organizar y controlar el desarrollo y forma de dar los servicios hoteleros. Es también un arma que puede emplearse para obtener éxito en los negocios.

La Administración del Servicio es una ampliación del concepto de Momentos de Verdad de Jan Carlzon de SAS (Scandinavian Airline Systems). Carlzon usó este concepto como base para el entrenamiento de todo el personal de soporte y servicio, para inculcarlo hacia la orientación al cliente y dar servicio amigable.

En las propias palabras de Carlzon: "un momento de verdad es cada instante en que un cliente toma contacto con la persona o sistema que da el servicio". Indicaba que cada uno de esos instantes ofrecía una oportunidad ya sea para mejorar la percepción que tiene el cliente del servicio ofrecido, o destruirla".

A Carlzon le gustaba repetir: "Tenemos 50,000 Momentos de Verdad cada día, y es responsabilidad de cada uno de nosotros en SAS, hacer que esos momentos de verdad sean a nuestro favor."

Lo mismo se aplica a cualquier industria o empresa de servicios.

Cada vez que una organización actúa para el cliente, este hace una evaluación consciente o inconsciente de la calidad del servicio. El total de esas percepciones y de la percepción colectiva de todos los clientes, crea la imagen

de la calidad de servicio que se presta. La única forma de obtener "calificaciones altas", en las tarjetas cuestionarios del cliente, es administrar correctamente los momentos de verdad.

En el caso particular de la Industria Hotelera, que es una industria de servicio total, siempre me ha impresionado que los gerentes y empleados no conocen la cantidad de "momentos de verdad" que se producen en sus hoteles. Por ejemplo, cuando estuve en Santa Cruz, Bolivia en el Hotel Los Tajibos de 180 habitaciones, con una ocupación anual promedio del 75%, llegamos a la cifra de 2,082 momentos de verdad por día, o sea 760,000 momentos de verdad en doce meses.

En San José, Costa Rica en el Hotel Irazú de 300 habitaciones encontramos que se producía 3,360 momentos de verdad por día (1,226,692 anual). En el Hotel Tamarindo en la Costa Pacífica de Costa Rica, con 70 habitaciones y una ocupación del 96%, encontramos que se daban 2,150 momentos de verdad diariamente o sea 260,150 momentos de verdad en cuatro meses de la temporada alta.

Una vez determinado los "momentos de verdad" que se producen en la empresa, la Gerencia no pueden permitirse el lujo de ignorarlos y debe tomar las medidas necesarias para manejar o administrar adecuada e inteligentemente esos encuentros entre clientes y empleados de línea frontal.

Tomado de Mercadeo.com **A**

Ver artículo completo en www.apetitoenlinea.com

Equipos Solano

- Fabricamos y diseñamos equipos gastronómicos.
- Restaurante - Panadería - Refrigeración.
- Diseños - equipo de acero inoxidable.

Tel. (506) 226-8686 • 286-1670
San José - Costa Rica - zona industrial San Sebastian
www.equiposolano.com

ANCYFER
大榮貿易公司
Productos Orientales

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.

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

Cerveza y Buena Mesa

Darle a la cerveza el lugar que le corresponde en la mesa, es el principal objetivo de la capacitación, impartida por Florida Bebidas al personal y clientes de exclusivos hoteles y restaurantes.

Algunos chistes calentaban el ambiente, muchos hacían bromas sobre lo duro que era aquel trabajo, pero alguien tenía que hacerlo. Y no era de esperar menos, pues eran las 8 de la mañana de un lunes, y un grupo de empleados del Four Seasons Resort iniciaría una capacitación sobre cómo disfrutar de una cerveza, según los diferentes tipos de comida.

Primero una breve introducción teórica, impartida por el Consultor Alfredo Echeverría, quien condujo toda la degustación, llevó a los asistentes a un recorrido por los inicios de la cerveza, como una bebida milenaria, cuyo nacimiento se remonta a la época de los egipcios, pasando por los romanos, hasta llegar a su producción industrial en Alemania, en el año 1332. Más adelante, se emitió la ley de la pureza en 1516, que sería el equivalente a las normas y regulaciones de calidad que tenemos hoy. En Costa Rica, los primeros permisos de fabricación se dieron en el año 1852, y es en 1908 cuando fue creada Florida Ice & Farm, la cual también adquirió al primer equipo cervecero industrial Traube Pilsen, existente desde 1888.

Luego de la rápida introducción, Echeverría entró en detalle sobre la definición de una cerveza, sus ingredientes y la importancia de cuidar cada elemento, incluso el agua que lleva puede hacer la diferencia en el producto final, dado que de acuerdo con la cantidad de minerales que ésta contenga, así será el equilibrio en el nivel de dureza, resaltando la gran ventaja de la empresa Florida, dado que posee sus propios manantiales, que le sirven como fuente para sus bebidas.



Gioconda Nieto, Gerente del Canal on Premise de Cervecería Costa Rica, y Alfredo Echeverría, del Grupo HRS, llevaron el curso de Cerveza y Buena Mesa a los empleados del Four Seasons Resort, en Papagayo.



Las tres C

Como una forma de guiar el paladar, Echeverría dio a conocer la teoría de las **Tres C**, la cual se basa en que la cerveza interactúa con la comida de tres maneras, y las tres comienzan con C: cortar, complementar y contrastar.

Cortar: minimiza la presencia de un sabor predominante. Por ejemplo, corta el sabor de alimentos muy condimentados o muy complejos, despejando el paladar para disfrutar mejor el siguiente bocado.

Complementar: en este caso, su función es la de acompañar, o hacerle eco a un sabor predominante. Por ejemplo, una cerveza liviana complementa un cóctel de mariscos frescos.

Contrastar: es oponerse a un sabor determinado, una cerveza compleja o amarga, contrasta con sabores simples como el de la pasta.

Se trata de guías útiles para disfrutar mejor de la cerveza, no obstante, según explicó Echeverría, no existe una regla de oro que deba seguirse, sino que todo depende del gusto de cada persona, y que éste se desarrolla de manera muy personal.

En todo caso, es importante tener presente que la cerveza tendrá un sabor diferente según el plato que se acompañe, por lo tanto, lo ideal es poder diferenciar qué es lo que se quiere, si cortar un sabor, complementarlo o contrastarlo, de manera que se pueda maximizar la experiencia en la mesa. **A**

Comercial Capresso

Servicio con sabor a café

Presidente Capresso: "nuestro esquema es de servicio, no de precio".

El sabor del café no está solo en el grano, sino también en la forma en que se realiza su preparación. Comercial Capresso se dedica hace 7 años, a ofrecer el equipo necesario para preparar bebidas, focalizado en café, té y bebidas frías.

La empresa ha dirigido su operación de atención al cliente en varios segmentos: los Distribuidores o Tostadores, incluyen a los mayoristas, las tiendas de línea blanca exclusivas de alto nivel y las empresas que utilizan la máquina como materia prima para poder vender su producto.

Por otra parte, se brinda servicio a los clientes directos como los hoteles y restaurantes.

Adicionalmente, existe el segmento de clientes que utilizan las máquinas para uso doméstico.

Mediante la orientación y el acompañamiento al cliente, Christian Charpentier Morales, Presidente de Comercial Capresso, aseguró que este mercado está creciendo en Costa Rica y confía en que continúe así.

"Queremos tratar de enseñarle a los ticos que tienen un producto alternativo innovador, donde hacer un excelente café", agregó Charpentier.

Aunque el país es la sede central; esta empresa tiene operaciones en Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá, Puerto Rico y varias islas del Caribe.

Varias marcas, un mismo servicio

Como parte del apoyo que desean darle a sus clientes, Comercial Capresso ofrece diferentes alternativas en cuanto a máquinas y equipos para suplir distintas necesidades en la preparación de bebidas.

Los equipos que distribuyen son líneas exclusivas para toda la región que cumplen funciones complementarias abarcando toda la oferta de equipos para preparación: máquinas de espresso súper automáticas y tradicionales, máquinas para café por goteo, máquinas tipo vending y licuadoras industriales.

Las máquinas para la preparación de café súper automáticas marca Jura son con las que ingresaron al mercado y aún hoy siguen siendo su producto estrella. "La marca confía en nosotros y nosotros confiamos en ella por su versatilidad y por tener garantía mundial", explicó Charpentier.

Además de las Jura, se distribuyen otras marcas con características específicas, tales como máquinas manuales Grimac y Wega, las de café por goteo BrewMatic y las Bunn, las de sistema vending marca Bianchi, además de la línea de licuadoras industriales Blendtec.

La elección entre un aparato y otro lo hace la necesidad



"La marca Jura confía en nosotros y nosotros confiamos en ella por su versatilidad y por tener garantía mundial". Christian Charpentier, Presidente de Comercial Capresso.

específica de cada cliente. "Si el cliente tiene una cafetería gourmet, donde la preparación de café es parte del show, necesita un equipo tradicional y si es un restaurante donde muchas personas distintas preparan el café, necesita una máquina súper automática, donde siempre la preparación sea igual, sin que esto afecte la calidad del producto final."

Más allá de la venta

¿Cómo sabe el cliente cual máquina necesita?

Charpentier afirmó que la clave de su servicio es asesorar a los clientes en lo que pueden obtener en cada línea de productos. La empresa hace demostraciones de sus productos, e incluso se les facilita equipo a los clientes por determinado período para que lo conozcan y manipulen, pudiendo luego tomar la decisión más acertada según sean sus necesidades. Si la persona quedó satisfecha, pero aún no está segura de la compra, se le alquila por un plazo determinado.

En cuanto al precio, el presidente de la empresa está consciente que su mercado meta son personas con alto poder adquisitivo; no obstante, recaló nuevamente que su esquema es de servicio, no de precio, aunque se tienen precios competitivos, "lo más importante para nosotros es tratar de entender la posición del cliente", concluyó.

Para más información: Tel. 234-7404 **A**

Equipos AB

Una Fábrica a la medida

Con el servicio y la calidad que los caracteriza, Equipos AB estrenó planta y sala de exhibición, en el Parque Industrial Barreal de Heredia, frente a Cenada.

El crecimiento de Equipos AB se ve reflejado en la preocupación de esta empresa por ofrecer cada día un mejor servicio, con productos de calidad y precios competitivos. Precisamente, con el propósito de dar un excelente servicio, desde agosto, se trasladaron a un lugar más amplio con 1500 metros cuadrados de área, y de más fácil acceso para sus clientes, ubicada frente a Cenada en Barreal de Heredia.

En su nueva planta cuenta con bodegas para el adecuado almacenamiento de todo el equipo que tienen en stock, además un centro de exhibición, donde el cliente tiene acceso a la gran variedad de equipos que la empresa fabrica, y también se puede apreciar parte de la fábrica donde están las personas trabajando cuidadosamente en cada detalle de los equipos que ellos producen.

Equipos AB produce gran variedad de equipos gastronómicos: mesas refrigeradas, campanas extractoras, urnas de exhibición vidrio curvo, cocinas, mesas, fregaderos, hornos, todo de acuerdo con las necesidades de los clientes.

Servicio total

Parte importante del éxito de esta empresa, es la asesoría que ofrece a sus clientes, ya que cuentan con un departamento de diseño, que brinda asesoría sin costo alguno, y que es el encargado de hacer las propuestas. "El cliente pone el espacio y la necesidad que tiene, y en Equipos AB se le ofrecen las soluciones que mejor se adapten a los espacios, tomando en cuenta el presupuesto existente para cada proyecto y el uso que se le va a dar al área, de manera que puede estar seguro de que recibirá la mejor alternativa para cada espacio", aseguró Álvaro González, Presidente

Recientemente, Equipos AB incursionó con gran éxito en el mercado panameño, en el que han colocado varios equipos gastronómicos y para supermercados.



Estas urnas ubicadas en el nuevo local de Giacomini en Heredia, fueron fabricadas por Equipos AB, y son ejemplo del trabajo profesional que realiza esta empresa.

de Equipos AB.

González recalcó que en cuanto a diseño, la manera de mantenerse actualizados con las nuevas tendencias que aplican en sus productos, es la constante investigación, y aceptar los retos que les presentan los mismos clientes, por lo que se da una combinación entre ambas partes hasta lograr la satisfacción del consumidor.

Otro aspecto a resaltar es la garantía con que cuentan todos los equipos, que también forma parte "del servicio que esta empresa ofrece. "Tenemos una flota de ocho vehículos, que dan servicio y atención en todo el país, en el momento en que el cliente lo solicite".

Recientemente, Equipos AB incursionó con gran éxito en el mercado panameño, en el que han colocado varios equipos gastronómicos y para supermercados. No obstante, antes de lanzarse de lleno a la aventura de la exportación, González asegura que por el momento quiere enfocarse más en alcanzar metas a corto plazo como la certificación ISO 9001, que están en proceso de obtener, y con la que garantizan una producción bajo estándares internacionales de calidad.

Para más información: Tel. 239-5516 A

La Yema Dorada S.A. 50 años en el corazón de Costa Rica

Hace 50 años, en una granja de 2 mil gallinas en media producción, y 600 pollitas de un día, comenzó a forjarse la historia de La Yema Dorada, una empresa dedicada a la producción y venta de productos avícolas, especializada en huevo.

Originalmente, la empresa se llamó Granja Montserrat Ltda, fundada en mayo de 1956, y constituida como sociedad un año más tarde, con la participación en partes iguales de José, Víctor y Javier Mesalles Cebriá.

Con el tiempo, la empresa fue integrando los distintos pasos productivos, desde la crianza de pollitas, la producción de huevos, la fabricación de alimento concentrado y la preparación del huevo para la venta. Todas estas etapas productivas se conjuntan hoy bajo la empresa Avícola Montserrat S.A.

Un paso adelante

Durante estos 50 años, La Yema Dorada ha logrado posicionarse en un lugar privilegiado del mercado, de la mano con la tecnología en la producción de huevo.

"El huevo La Yema Dorada es producido en nuestras propias granjas (en La Guacima y Santa Ana), con tecnología moderna de producción", comentó Luis Mesalles. Las gallinas se encuentran en galeras cerradas, para asegurarles las mejores condiciones de higiene y salud, y así obtener una mayor calidad y limpieza del huevo.

Mesalles agregó que otra de las ventajas competitivas que tiene la empresa es su tamaño, que les permite ofrecer calidad, de manera continua, durante todo el año, en las cantidades y condiciones requeridas por sus clientes. Además, la empresa ha implementado un proceso de "Buenas Prácticas de Manufactura", para garantizar la cali-

dad del huevo en cuanto a frescura, limpieza y salubridad (libre de bacteria).

El alimento que se le suministra a las granjas es fabricado en una planta propia, ubicada en Pavas, garantizando así la calidad del mismo. Las materias primas principales utilizadas en la fabricación del alimento son el maíz y la harina de soya.

La distribución se hace por medio de camiones propios, que transportan el huevo de las granjas al Centro de Distribución en Pavas. De ahí, el huevo es repartido a los clientes, también por medio de camiones propios, o a través de sus propios expendios en el Área Metropolitana. Si bien la principal zona de cobertura es el Valle Central, la empresa también vende en Guanacaste y en el Atlántico.

Composición del mercado de la Yema Dorada:

Pulperías, mini-mercados, sodas y restaurantes	(30%)
Supermercados	(20%)
Más x Menos	(Ricura, 6%)
Distribuidores independientes	(22%)
Clientes Industriales	(10%)
Expendios Propios	(5%)
Exportación	(7%)

Tel.: 296-1155 A

Herramientas tecnológicas de avanzada

Diferencie su negocio con Epson

Epson presenta productos de alta tecnología para diversos mercados.

La diferenciación de los servicios y el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible,

son elementos buscados por muchas de las empresas de hoy para ofrecer un servicio único a sus clientes.

Desde luego, la tecnología es una base fundamental para lograr la diferenciación, basta con mirar atentamente alrededor para percatarse de la variedad de productos tecnológicos desarrollados con el objetivo de optimizar los recursos de los negocios.

"Y es en medio de esa convergencia tecnológica que Epson mantiene su cultura de innovación y creatividad, al desarrollar productos de alta tecnología que pueden convertirse en una herramienta clave para conseguir o mantener el éxito de pequeños, medianos y grandes hoteles, restaurantes, sodas, bares y otros negocios", expresó Ronald Thámez, Coordinador de Relaciones Públicas de Epson.

Al incorporar la tecnología Epson en el negocio, se obtienen beneficios que pueden traducirse en mayor productividad, mayor eficiencia, mayor agilidad, mayor rentabilidad y sobre todo mayor satisfacción de los clientes, beneficios que logrará con productos como: impresora para punto de venta, impresoras láser, impresoras matriciales, impresoras de gran formato, videoproyectores multimedia entre otros.

Solución para Punto de Venta

Epson tiene a disposición soluciones que van desde pequeñas y resistentes impresoras para la emisión de recibos, etiquetas y facturas timbradas que se combinan con los beneficios ofrecidos por la línea IR (Intelligent Register), equipo compacto y moderno ideal para facturación, registro de información, control de inventarios.



Videoproyectores Multimedia

Ideales para ser colocados en las salas de reuniones o lugares de entretenimiento como bares o restaurantes. Los Videoproyectores Multimedia Epson, han sido diseñados con la exclusiva tecnología de proyección 3LCD, que garantiza imágenes con colores naturales, brillantes y reales, producto ideal para adaptarse a las diferentes necesidades y presupuesto del negocio.

Impresión en gran formato

Con formatos de impresión de hasta 44 pulgadas (111.8 cm), las impresoras de gran formato Epson, incorporan diseños con tecnología de tinta de 8 colores, dando como resultado final una elevada calidad fotográfica. Esta línea de producto busca solventar las necesidades de impresión de materiales como menús, afiches y todo aquel material impreso usado como herramienta de comunicación para dar a conocer mensajes claves a los diversos públicos del negocio.

Estas y otras innovaciones tecnológicas las presentará Epson en Expo Hoteles y Restaurantes (Expohore), del 5 al 7 de septiembre en el Centro de Eventos Pedregal, búsquelos y sorpréndase con los productos que tienen para ofrecer, y que pueden significar un elemento diferenciador para conseguir la ventaja competitiva que requiere su negocio.

Para mayor información comuníquese con:
Ronald Thámez Mata
 Coordinador de Relaciones Públicas
 EPSON Costa Rica. Tel: (506) 210-9578 A

directorio...

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

tarifas.....precio anual/6 ediciones	
Mención teléfono/fax (1 línea).....	\$115
Mención en rojo.....	\$125
Línea adicional (99 caracteres con espacios).....	\$105
Anuncio 1 pulgada alto blanco y negro.....	\$460
Anuncio 2 pulgadas alto blanco y negro.....	\$950
Anuncio 3 pulgadas alto blanco y negro.....	\$1200
Anuncio 3 pulgadas a color.....	\$1350

Información: Melanie Töbe al Tel.: 520-0070 ext134
 Le elaboramos el arte sin ningun costo adicional.

AIRE ACONDICIONADO

CLIMA IDEAL.....	TEL.: 232-0460 / FAX: 232-4516
MULTIFRIO.....	TEL.: 226-8071 / FAX: 226-3868

ALIMENTOS

ALIMER.....	TEL.: 222-6722 / FAX: 223-2768
ANCYFER.....	TEL.: 256-8106 / FAX: 256-5840
AQUA CORPORACIÓN.....	TEL.: 668-4000 / FAX: 669-0593
BARDÚ CAFÉ CORPORACIÓN.....	TEL.: 297-5539 / FAX: 297-5539
LA CANASTERIE.....	TEL.: 383-0554 / FAX: 258-2755
COMERCIAL TAYÚ.....	TEL.: 221-1263 / FAX: 221-3730
COMPAÑIA NESTLÉ.....	TEL.: 209-6600 / FAX: 239-0527
COSTA RICA WAFFLE.....	TEL.: 824-8596 / FAX: 292-3314
DISTRIBUIDORA ANCLA S.A.....	TEL.: 234-2248 / FAX: 234-2348
EMBUTIDOS ZAR.....	TEL.: 442-2627 / FAX: 440-1555
GLOBAL PARTNERS.....	TEL.: 293-3896 / FAX: 293-2601
GOURMET IMPORTS.....	TEL.: 288-6017 / FAX: 289-3112
ITALCONAM.....	TEL.: 239-0000 / FAX: 239-3021
LAICA.....	TEL.: 284-6000 / FAX: 222-7973
LA YEMA DORADA.....	TEL.: 296-1155 / FAX: 232-1468
VEGETALES FRESQUITA.....	TEL.: 573-7753 / FAX: 573-8395

AMENITIES

PUNTO ROJO.....	TEL.: 440-2140 / FAX: 442-5009
-----------------	--------------------------------

ARTÍCULOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

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

CAFE

CAFÉ 1820.....	TEL.: 233-8544 / FAX: 221-7340
CAFÉ MONTAÑA.....	TEL.: 442-0000 / FAX: 442-0025
CAFÉ REY.....	TEL.: 272-2323 / FAX: 272-0622
CAFÉ TRIÁNGULO DE ORO.....	TEL.: 247-7900 / FAX: 235-6573
CAFÉ VOLIO.....	TEL.: 272-2727 / FAX: 272-1212
CÁMARA DE TOSTADORES DE CAFÉ.....	TEL.: 443-2676 / FAX: 443-2676
COOPETARRAZÚ.....	TEL.: 546-6098 / FAX: 546-7098
COOPRONARANJO.....	TEL.: 451-3733 / FAX: 450-0486
GRUPO CAFÉ BRITT.....	TEL.: 277-1621 / FAX: 277-1699
ICAFÉ.....	TEL.: 243-7863 / FAX: 223-6025

CRISTALERIA

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

DECORACIÓN

ARTE ARVEX.....	TEL.: 225-0765 / FAX: 234-0938
-----------------	--------------------------------

DESECHABLES Y EMPAQUES

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

DETERGENTES ORGANICOS BIODEGRADABLES

QUIMISUR.....	TEL.: 237-3077 / FAX: 260-6340
---------------	--------------------------------

EQUIPOS DE COCINA Y RESTAURANTES

ARTICA S.A.....	TEL.: 257-9211 / FAX: 222-0992
COMERCIAL CAPRESSO.....	TEL.: 234-7404 / FAX: 253-5296
EHASA.....	TEL.: 236-4994 / FAX: 236-3309
ELECTROFRÍO.....	TEL.: 244-5530 / FAX: 244-5830
EQUIPOS AB DE COSTA RICA.....	TEL.: 239-5516 / FAX: 239-5516
EQUIPOS NIETO S. A.....	TEL.: 222-6555 / FAX: 257-0570
EUROTRADE, S. A.....	TEL.: 296-0100 / FAX: 296-4304
GRANITTORE.....	TEL.: 257-2828 / FAX: 257-5253
GRUPO FERGUIS.....	TEL.: 260-5282 / FAX: 260-5282
IMESA.....	TEL.: 272-7536 / FAX: 272-7583
KEITH Y RAMÍREZ.....	TEL.: 221-1111 / FAX: 223-2873
REGISTEK.....	TEL.: 253-3535 / FAX: 225-9718
REHGO.....	TEL.: 260-5959 / FAX: 260-5858
REPRESENTACIONES ROMA.....	TEL.: 224-9491 / FAX: 225-9298
ROMANAS OCONY.....	TEL.: 253-3535 / FAX: 224-4546
SAECO.....	TEL.: 291-1151 / FAX: 291-1656
TIPS.....	TEL.: 290-2449 / FAX: 231-6042
TROPICAS CR S.A.....	TEL.: 438-2815 / FAX: 438-3720

FRUTAS Y VEGETALES

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

FOODSERVICE

BELCA C.R.....	TEL.: 293-4075 / FAX: 239-0147
COMPROIM S.A.....	TEL.: 290-8159 / FAX: 291-5734
DIPO - PEDRO OLLER.....	TEL.: 256-0550 / FAX: 223-6045
DISTRIBUIDORA ISLEÑA DE ALIMENTOS.....	TEL.: 290-6612 / FAX: 290-6615
DISTRIBUIDORA PANAL.....	TEL.: 235-6898 / FAX: 235-2986
GLOBAL PARTNERS.....	TEL.: 293-1896 / FAX: 293-2601
GRUPO CONSTENLA (DIVISIÓN FOOD SERVICE).....	TEL.: 264-5000 / FAX: 254-8786
HORTIFRUTI.....	TEL.: 272-1058 / FAX: 272-1610
KION.....	TEL.: 680-0139 / FAX: 680-0679
MAYCA DISTRIBUIDORES.....	TEL.: 209-0505 / FAX: 293-2326
PRICESMART.....	TEL.: 283-4494 / FAX: 234-8937
PROVÉE.....	TEL.: 216-3700 / FAX: 272-1995
RETANA Y SALMERÓN S.A.....	TEL.: 440-1631 / FAX: 440-3745
COMERCIAL TAYÚ.....	TEL.: 221-1263 / FAX: 221-3730
UNILEVER C.A. FOOD SOLUTIONS.....	TEL.: 293-4411 / FAX: 293-4420

FUMIGADORAS

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

IMPRESAS

CONLITH.....	TEL.: 277-4646 / FAX: 277-4619
INDUSTRIAS DE CARTON.....	TEL.: 231-4655 / FAX: 231-0713
LÍNEAS BÁSICAS.....	TEL.: 283-5244 / FAX: 283-4806
ROTINSA.....	TEL.: 282-1313 / FAX: 282-5467

LIBROS

EDISA.....	TEL.: 235-8955 / FAX: 235-8955
------------	--------------------------------

LICORES Y BEBIDAS

ALPISTE LTDA.....	TEL.: 215-3300 / FAX: 220-3728
-------------------	--------------------------------

ASEHOT INTERNACIONAL.....TEL.: 235-7151 / FAX: 235-3373
 BEBIDAS DEL TRÓPICO.....TEL.: 256-3516 / FAX: 258-8404
 DISPAL S.A.....TEL.: 293-1224 / FAX: 293-6064
 DISTRIBUIDORA YAMUNI.....TEL.: 227-2222 / FAX: 227-2535
 E Y E SEGURA INTERNACIONAL.....TEL.: 257-9914 / FAX: 221-8279
 FLORIDA BEBIDAS.....TEL.: 522-6925 / FAX: 257-6312
 GRUPO PAMPA.....TEL.: 296-0797 / FAX: 296-2736
 HOLTERMAN.....TEL.: 297-1212 / FAX: 297-2423
 LAS TORRES.....TEL.: 551-1298 / FAX: 551-4903
 LA NACIONAL S.A.....TEL.: 227-9494 / FAX: 227-9393
 PERCHERON.....TEL.: 234-0338 / FAX: 253-7715
 PRODUCTOS MAKY S. A.....TEL.: 232-8515 / FAX: 280-0359
 WAGNER.....TEL.: 223-3013 / FAX: 223-6847

LIMPIEZA

AGUAS INDUSTRIALES S.A.....TEL.: 260-9393 / FAX: 237-1111
 BETCO DE COSTA RICA.....TEL.: 250-7180 / FAX: 250-1679
 ECOLAB.....TEL.: 438-1725 / FAX: 438-1682
 FERVA DEL NORTE.....TEL.: 221-0361 / FAX: 257-4935
 GERMAN-TEC.....TEL.: 220-0303 / FAX: 220-0310
 KIMBERLY CLARK.....TEL.: 298-3183 / FAX: 239-1027
 LAVA SPLASH.....TEL.: 281-2949 / FAX: 225-0005
 MISTER STEAM.....TEL.: 240-9812 / FAX: 236-7849
 PROQUIMIA.....TEL.: 443-8644 / FAX: 443-8548
 QUIMISUR.....TEL.: 237-3077 / FAX: 260-6340
 SABO.....TEL.: 244-1880 / FAX: 244-3033
 S.C.A.....TEL.: 519-3500 / FAX: 519-3594
 S.C. JOHNSON DE CENTROAMÉRICA S.A.....TEL.: 213-5000 / FAX: 213-5001

LINEA HOTELERA

CATÁLOGOS HOTELEROS.....TEL.: 281-3536 / FAX: 281-3534
 JOPCO.....TEL.: 215-3545 / FAX: 215-3545
 LÍNEAS INTERNACIONALES.....TEL.: 265-6890 / FAX: 265-4782
 PROVEHOTEL.....TEL.: 249-2207 / FAX: 249-1985

MUEBLES Y DECORACION

ALMACÉN EL ELÉCTRICO.....TEL.: 286-2828 / FAX: 286-1414
 ALMACÉN MAURO S.A.....TEL.: 220-1955 / FAX: 220-4456
INDON LATINOAMERICA.....TEL.:845-5204 / FAX: 296-1231
 Muebles en madera sólida. Fabricamos según sus requerimientos o puede escoger de nuestra amplia variedad de modelos. www.indonlatinoamerica.com
 MUEBLE AMÉRICA.....TEL.: 228-8124 / FAX: 289-3411
 MUEBLES NUEVO CONCEPTO.....TEL.: 285-2020 / FAX: 285-3772
 PERGO.....TEL.: 225-2552 / FAX: 280-2592
 SPANISH ROYAL TEAK.....TEL.: 282-4010 / FAX: 282-7306

PINTURAS

PINTURAS LANCO.....TEL.: 438-2257 / FAX:438-2162

PRODUCTOS PROMOCIONALES

ANÚNCIESE EN CLASIFICADOS

Oportunidades de trabajo, venta de propiedades, negocios u artículos relacionados con la industria.
 Línea de texto (73 caracteres).....**\$50**

Para más información: 520-0070



S.O.S PROMOCIONAL.....TEL.: 290-4348 / FAX: 290-4314

REFRIGERACION

POLO NORTE.....TEL.: 327-1660 / FAX : 261-2321

REVISTAS

REVISTA APETITO WWW.APETITOENLINEA.COM.....TEL.: 520-0070 / FAX: 520-0047
 La revista para ejecutivos del sector de Hoteles y Restaurantes y negocios afines como: cafeterías, reposterías, sodas institucionales, supermercados, casinos, servicios de catering, bares, hospitales, clubes. Además Apetito circula en Universidades, Instituciones gastronómicas, Instituciones turísticas, Embajadas. email: suscripciones@eka.net

SEMINARIOS CAPACITACION

GRUPO HRS.....TEL.: 350-9898 / FAX: 234-0856
 SEMINARIOS CAPACITACIÓN.....TEL.: 520-0070 / FAX : 520-0047

SISTEMAS SEGURIDAD

MUL-T-LOCK.....TEL.: 221-6000 / FAX: 221-9859
 NORDIC TRADERS.....TEL.: 289-0215/EMAIL: SVOLLING@NORDICTRADERS.NET

TECNOLOGIA

CONTINENTES LG.....TEL.: 208-2900 / FAX: 208-2908
 COMUNITEC.....TEL.: 283-0707 / FAX: 225-2056
 ELECTRÓNICA DAYTRON (SAMSUNG).....TEL.: 232-4242 / FAX: 232-4234
 GRUPO INTEGRACIÓN DIGITAL.....TEL.: 296-2851 / FAX: 296-2854
 INFORMÁTICA PARA H & R.....TEL.: 265-7222 / FAX: 278-1260
 INTEGRA HOTEL.....TEL.: 240-6585 / FAX: 240-6541
 INTEGRAL BUSINESS SOFTWARE.....TEL.: 261-9343 / FAX: 261-9040
 MARCOSOFT.....TEL.: 240-7773 / FAX: 236-6802
 S Y G SISTEMAS.....TEL.: 290-1970 / FAX: 232-1293
 SU GRUPO CONSULTOR INTERNACIONAL.....TEL.: 296-2851/ FAX: 296-2854
 TECNOLOGÍA ACCESO & SEGURIDAD.....TEL.: 226-6215 / FAX: 226-6172
 TELTIAN.....TEL.:258-8114 / FAX: 222-8233

TRANSPORTE / REFRIGERADO

EUROKIT DE CENTROAMÉRICA.....TEL.: 258-0006/ FAX: 222-6103
 TRANSLIMA DE CENTROAMÉRICA S.A.....TEL.: 220-3801/ FAX: 220-3884
 SAVA.....TEL.:284-8900 / FAX:284-8929

TURISMO

UNIFORMES

ALMACÉN LA OPERA.....TEL.: 222-1836 / FAX: 233-4284
 GOODY GROUP.....TEL.: 389-1406 / FAX: 289-3445

UNIVERSIDADES

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA.....TEL.: 261-4242 / FAX: 261-3212

VAJILLAS Y CUBIERTOS

ALMACÉN YAMUNI.....TEL.: 255-2066 / FAX: 222-6507
 INVERSIONES R.B. S.A.....TEL.: 225-3603 / FAX: 280-1203

RESTAURANTES

SALE E PEPE.....TEL.:289-5750

SERVICIOS DE CARGA

JET BOX.....TEL.: 253-5400 / FAX: 234-2311

SUMINISTROS PARA HOTELES Y RESTAURANTES

MACRO COMERCIAL.....TEL.: 293-6970 / FAX: 293-6963
 CANNON PILLOWS.....TEL.:296-0913 EMAIL:CAPIL-LOWS@HOTMAIL.COM



Atractiva italiana

Máquina para espresso y molinos de café marca La Pavoni, tiene la característica de ser una máquina muy ergonómica y elegante. Es una marca especializada en la producción de café tipo gourmet, con un alto atractivo estético.

Distribuye: Equipos Nieto

Teléfono: 222- 6555



Gojo

Jabón en espuma. Muy útil para zonas de alto tránsito como hospitales, establecimientos de comida, oficinas, etc. Antibacterial, con humectante y vitamina E.

Distribuye: Productos Tres M

Teléfono: 248-0557



Cápsulas hth

Facilita la dosificación de cloro en la piscina, por su alto rendimiento de una cápsula por cada diez mil galones de agua para un periodo de 5 a 7 días. Se coloca en el skimmer de la piscina.

Distribuye: Aguas Industriales

Teléfono: 237-2222



Tabasco Bloody Mary

La Salsa Picante TABASCO® de McIlhenny ha sido un ingrediente clave en la preparación del Bloody Mary desde su creación en 1921 por un Bartender francés llamado Fernand Petito. Hoy, es posible disfrutar su receta original con TABASCO® Bloody Mary Mix, una mezcla especial, sin aditivos ni preservantes.

Distribuye: Comproim

Teléfono: 261-6821



Microban

Para eliminar moho, humedad,. Con efecto insecticida, bactericida, fungicida, desinfectante, para uso residencial e institucional, para polleras, granjas. Se aplica en pisos, paredes, baños, vidrios, y todo lo que necesite limpieza profunda.

Distribuye:

Interlinksupply Costa Rica

Teléfono: 236-8191



Programa Grease Management

Ofrece una forma sencilla y efectiva para proteger y controlar todas las instalaciones de los peligros de la acumulación de grasa.

Distribuye: Ecolab

Teléfono: 238-1725



Luis Antonio Barrantes



Pablo Huertas



Alejandro Hidalgo

¿Es óptima o no la regulación y manejo de apertura de bares?

Con lineamientos de 1936 se regula la obtención de patentes para la apertura de bares. La Ley de Licores data de la década de los 30 y las reformas que se le han hecho son mínimas, lo que propicia un mercado negro para los dueños de patentes y grandes diferencias de trámites entre las Municipalidades. Para regular esta situación, el **diputado de Movimiento Libertario, Luis Antonio Barrantes**, explicó que el partido presentó dos proyectos a la Asamblea Legislativa que buscan reformar esta ley, facilitar las actividades turísticas y promover el desarrollo comunal.

La postura del partido es que los establecimientos que venden licor son un motor para dinamizar la economía de ciertos cantones siempre y cuando la Municipalidad cobre el permiso. "Se generan muchos negocios clandestinos por falta de patentes, por los que los Municipios no reciben nada", comentó Barrantes.

De aprobarse este proyecto, no habría límite en cantidad de patentes por cantón. Además, evitaría la herencia de estas licencias pues con el cierre de un establecimiento, vence el permiso y sólo los dueños de locales tendrían el derecho de obtener una patente, para evitar así el negocio de los alquileres. Estos dueños deberán pagar trimestralmente un 0.05% de sus ganancias al Municipio, presupuesto que será destinado a la cultura, el deporte, la recreación, la educación y las obras municipales del cantón.

Los empresarios **Pablo Huertas Sánchez, dueño del Bar-Restaurante Terra Nova en Tibás y Maynor Ocampo Chévez, dueño de cuatro bares del centro comercial El Pueblo en Calle Blancos**, coinciden en que el manejo actual de las patentes es pésimo y debe cambiar.

"Alquilar las patentes es muy caro y arriesgado, porque la pueden quitar en cualquier momento y podríamos quedarnos sin negocio", comentó Ocampo. Ambos consideraron que los dueños de estos permisos debe-

rían ser los propietarios de los establecimientos y así darle fin al negocio de los alquileres.

No obstante, en cuanto al proyecto de ley, argumentaron que la regulación ha de ser dura, pues no cualquiera debe abrir un local de venta de licor. "Deberían hacer estudios exhaustivos de los proyectos que los comerciantes presentan para evitar cualquier situación anormal", adujo Huertas.

Necesidad de cambio

El **alcalde de Moravia, Alejandro Hidalgo Carballo**, manifestó la necesidad de cambiar la ley actual. Las pérdidas monetarias que le dejan los bares a la Municipalidad son muy altas. "Lo que ingresa por concepto de patentes en un año es alrededor de \$81.000, la misma suma que se gasta en una noche para un operativo de vigilancia en un bar", reafirmó Hidalgo.

En caso de que el proyecto se apruebe, es posible el aumento de bares. Ante esto, Barrantes aclaró que el incremento de estos locales no necesariamente aumentará el consumo de licor. Sin embargo, parte del plan es coordinar con el Ministerio de Educación y con el Instituto de Alcoholismo y Farnacodependencia (IAFA) programas educativos en centros educativos para prevenir el alcoholismo.

Para la Municipalidad de Moravia, sería un importante y necesario ingreso, aún cuando el alcalde es consciente que deberá tener más operativos de vigilancia. "Si salimos adelante cuando casi no ingresa dinero, creo que saldremos adelante en caso de tener más bares donde necesitan seguridad, porque ya nos estarían colaborando para costearlos", agregó.

Huertas y Ocampo saben que hay que darle oportunidad a los nuevos empresarios, aunque eso signifique más competencia para ellos. "Nos llama a darle mejor calidad al cliente, no a asustarnos", comentó Huertas. ▲

Nos vemos en EXPHORE

EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

CHEF ROY LYONS

Martes 5 al Jueves 7 de setiembre, 2006
Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal
San Antonio de Belén
Horario: 11:00 a.m. a 8:00 p.m.

Haga negocios en Expo-Hoteles y Restaurantes el evento que reúne a los principales proveedores de esta industria y en donde usted podrá encontrar nuevos productos y servicios para su empresa.



Busque en EXPHORE los Expodólares y llévese un recuerdo del evento.

Al ingresar a Exphore con su invitación o gafete personalizado, participará en el sorteo de una motocicleta marca FREEDOM, distribuida por MOTOSPORT UNA DIVISION DEL GRUPO SAVA



Requisito para visitantes presentar invitación. Regístrese en: www.exphore.com

Más información: (506) 520-0070, ext. 132
Servicio al Cliente: Milagro Obando • milagro.obando@eka.net
Reservación de Stands: Guillermo Rodríguez
Cel. (506) 383-1651 • guillermo.rodriguez@eka.net



EL ÚNICO QUE ES ÚNICO



BY APPOINTMENT TO HER MAJESTY THE QUEEN
WINE MERCHANTS JUSTERINI & BROOKS LTD.
61 ST. JAMES'S STREET, LONDON, ENGLAND

RARE

**A BLEND OF THE PUREST
OLD SCOTCH WHISKIES**

DISTILLED, BLENDED AND BOTTLED IN SCOTLAND

JUSTERINI & BROOKS
St. James's Street, London S.W.1

BY APPOINTMENT TO THEIR LATE MAJESTIES
KING GEORGE III
KING GEORGE IV
KING WILLIAM IV
KING EDWARD VII
KING GEORGE V
KING EDWARD VIII
KING GEORGE VI
KING CHARLES III
ROYAL HOUSEHOLD

DISTRIBUIDORA
Yamuni S.A.

Tel: 227-2222 / Fax: 227-2535

El abuso del licor es nocivo para la salud.
CP 1515-09-03