

# Apetito

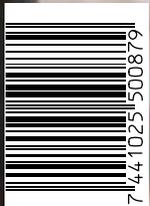
La revista para hoteles y restaurantes

Turismo de salud

## En la cima

Raúl Cossío supo identificar en el turismo de salud, un nicho de mercado que promete mucho crecimiento.

Exphore más cerca  
El agua en Papagayo  
Heavenly Bed en Costa Rica  
Cerveza con pasta



### Especial de café

Febrero - Marzo 07 • No. 55 Año 9. • \$1.500

[www.apetitoonlinea.com](http://www.apetitoonlinea.com)

Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130



## La Cultura del Vino

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



No. S.C.0733.10.06

### Actividades

- Exposición
- Degustación
- Cenas
- Charlas
- Concursos



Servicio al cliente:  
Milagro Obando 520-0070 ext132  
Para exponer:  
Guillermo Rodríguez 383-1651  
[www.expovinocr.com](http://www.expovinocr.com)

# ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

23,24 y 25 de octubre 2007 Hotel Real Intercontinental

Paroisse  
**Apetito**  
LA CULTURA DEL VINO

EL TOMAR LICOR ES NOCIVO PARA LA SALUD

# Regresa el Foodshow del Año

Fuimos los Primeros y usted fue testigo del éxito.  
En el 2007 será algo Mágico

## Belca

### Food Show 2007

Ofertas

Increíbles Sorteos

Regalos

Nuevos Productos



Más de 25 Expositores

Las Mejores Marcas

Premios

Descuentos

Soluciones Innovadoras

Este Año venimos con más y mejores ofertas y promociones a su disposición

**Hotel San José Palacio. Salón Greco A y B**

- Martes 13 de marzo de 11:00 am. a 7:00 pm.
- Miércoles 14 de marzo de 9:00 am. a 7:00 pm.

*¡No se lo puede perder!*

## Del director

## contenido



Karl Hempel  
karl.hempel@eka.net

### Brindemos por lo bueno

Frente a todos sus colaboradores en la reunión del lunes, el gerente revisa los acontecimientos de la semana.

La queja de un cliente, el atraso en un servicio, los puntos a mejorar.

¡Pero que pasa con lo bueno!

Lo bueno es lo más importante, es lo que nos mantiene en el negocio y lo que tenemos que reforzar.

Tenemos que fijarnos en los éxitos, tenemos que celebrar lo que hemos logrado, tenemos que fijarnos metas para alcanzar mayores metas y festejar cuando las logremos.

En un reciente podcast de Jack Welch mencionó la satisfacción de los empleados, la satisfacción de los clientes y el flujo de caja generado como los tres elementos críticos para medir el éxito de un negocio.

Trabajemos en el primer punto, que para lograr el éxito, necesitamos equipos dispuestos a lograrlo y felices de hacerlo.

Que disfruten de esta edición y como siempre quedo a la espera de sus comentarios.

**PS.** Apunten en sus calendarios la fecha de Exphore (Expo Hoteles y Restaurantes) de este año, martes 26, miércoles 27 y jueves 28 de Junio.

### 6 Aperitivos

### 27 Especial de Café

#### Aroma rentable

No hay bebida que le quite el trono al capuccino, pero las cafeterías buscan tácticas para diferenciarse que van desde tener su propia mezcla de café, ofrecer ambientes agradables, música suave, internet inalámbrica gratis, hasta recetas saludables: todo para endulzar clientes.

### 41 Hotelería

#### Hotelero: El atractivo mercado de la recuperación quirúrgica

### 44 Turismo

#### Ricardo Martínez, Ministro de Turismo de Honduras

### Gastronomía

#### 44 Chef del mes

Leopoldo Cortés, Chef Ejecutivo del Tabacón

#### 46 Salir a Comer

Se armó el equipo gastronómico en el Intercontinental

### 48 Exphore

#### Se adelantó la feria

### De Compras

#### 52 Cerveza, Pasta y Basta

¿Sabe con cuál cerveza combina la pasta?

#### 53 Belca

Invierte en equipos amigables con el ambiente

#### 54 Felipe Motta

El nuevo proveedor de licores del mercado costarricense.

#### 56 Epson

Tecnología que hace más eficiente su negocio.

### 59 Capacitación

El economista Luis Mesalles comenta lo que le espera al sector en este 2007.

### 60 Ingredientes

### 62 Sobremesa

¿Qué medidas se toman para evitar la falta de agua en Papagayo?



Se armó el equipo en el Inter. **P 44**

# Servilleta Barra Mesa



## Funcional para:

Cobertor de vasos



Portavaso



Uso convencional



Producto biodegradable





Shirley Ugalde Méndez  
shirley.ugalde@eka.net

## Manual de supervivencia

En la página [www.degerencia.com](http://www.degerencia.com) me encontré las 16 reglas de supervivencia de Bob Parson, fundador y CEO de GoDaddy, una de las principales empresas de registro de dominio en Internet. Todas son perfectamente aplicables a cada situación de la vida, ya sea familia, estudio, trabajo, lo que en este momento tenga más importancia, de acuerdo con los objetivos trazados para este año, por eso quise compartir algunas con ustedes.

Sálgase y manténgase fuera de su zona de confort: no muchas cosas significativas ocurren mientras permanecemos en la zona de confort. Mucha gente dice "me preocupa la seguridad". Mi respuesta es simple: "la seguridad es para los cadáveres".

Tome las cosas un día a la vez: no importa qué tan difícil sea su situación, puede atravesarla si no mira demasiado lejos hacia el futuro, y se enfoca en el momento presente. Puede sobrevivir a cualquier situación un día a la vez.

Vaya siempre hacia adelante: nunca deje de invertir. Nunca deje de mejorar. Nunca deje de hacer algo nuevo. En el momento que deje de mejorar, su organización comienza a morir. Tenga como objetivo ser mejor todos y cada uno de los días, aunque sea en algo pequeño. Recuerde el concepto Japonés de Kaizen: "pequeñas mejoras diarias resultan eventualmente en ventajas enormes".

Sea rápido al decidir: recuerde lo que el General de la Guerra Civil norteamericana Tecumseh Sherman dijo: "un buen plan ejecutado violentamente hoy es muy superior que un plan perfecto mañana".

Cualquier cosa que no sea administrada, se deteriorará: si quiere descubrir problemas de los que no tiene conocimiento, dedique un rato a explorar cuidadosamente aquellas áreas que no ha examinado en un tiempo. Le garantizo que allí encontrará problemas.

Ponga atención a sus competidores, pero ponga más atención a lo que usted está haciendo: Cuando vea a sus competidores, recuerde que todo se ve perfecto desde lejos. Hasta el planeta tierra, si lo ve desde el espacio, parece un lugar pacífico.

Nunca espere que la vida sea justa: La vida no es justa. Depende de usted lograr sus privilegios.

Siempre hay una razón para sonreír: consígala. Después de todo, usted tiene suerte de estar vivo. La vida es corta. Cada vez estoy más de acuerdo con mi hermano pequeño, quien siempre me recuerda: "no estamos aquí por mucho rato, estamos aquí para pasar un buen rato".

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

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

Armando Del Vecchio

Frank Guevara

Rónald Román

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](http://www.apetitoenlinea.com)

### Suscripciones

Suscripción anual: \$40

Suscripción dos años: \$50

Tel.:520-0070 ext.134

**Disfrute la experiencia PriceSmart desde su casa u oficina!**

**Compre en el NUEVO PriceSmart.com**

**Disfrute de una mayor variedad de la disponible en nuestros clubes, comprando a través de nuestra nueva página en Internet:**

- Más de 1.500 artículos adicionales con la misma calidad y precios bajos que sólo PriceSmart le ofrece.
- El precio de los artículos incluye TODOS los gastos. ¡No hay sorpresas o recargos adicionales!
- Usted recoge su artículo en el Club PriceSmart de su preferencia.
- Con garantía PriceSmart.com sobre su compra.

**Comprar en Línea**

- ¿Qué hay de nuevo?
- Al aire libre
- Artículos Deportivos
- Bebé
- Computadoras
- Cuidado de la salud
- Electrodomésticos
- Electrónica
- Ferretería
- Libros
- Mobiliario para el hogar
- Oficina
- Productos para negocio

**PRICE SMART**  
Membership Shopping

Zapote: 253-7422 [zapote@pricesmart.com](mailto:zapote@pricesmart.com) Heredia: 262-0000 [heredia@pricesmart.com](mailto:heredia@pricesmart.com)  
Escazú: 288-2622 [escazu@pricesmart.com](mailto:escazu@pricesmart.com) Llorente: 297-2307 [llorente@pricesmart.com](mailto:llorente@pricesmart.com)

[www.pricessmart.com](http://www.pricessmart.com)

## ¿Qué debe tener un colchón hotelero?

Recientes estudios han demostrado que los huéspedes pasan la mayor parte del tiempo en la habitación, en respuesta a esta tendencia, muchos hoteleros han vuelto su mirada a este espacio, y en definitiva, los colchones se convierten en parte fundamental para quienes se interesan en dar comodidad a sus clientes.

Ricardo Arrieta, Ejecutivo de Ventas de Colchones Selther asegura que al momento de adquirir un colchón hotelero lo primero que hay que pensar es que en este negocio el cliente compra "descanso", pero también es muy importante tomar en cuenta que sean de larga duración, por lo que debe buscarse un colchón con alto rendimiento para el alto tránsito, además que sea firme y confortable.

Otra de las características indispensables es que cuente con tela retardante a las llamas, para evitar accidentes. También recomienda adquirir la base específica para cada colchón, ya que esto garantiza más estabilidad.

La limpieza es un punto muy



“Al adquirir un colchón, en lo primero que hay que pensar es que en la industria hotelera lo que se vende es descanso”. Ricardo Arrieta, Ejecutivo de Ventas de Colchones Selther

importante a tener en cuenta en los hoteles. En el caso de los colchones Selther combinan acero en el resorte y microcell en los rellenos, lo que permite no solo un mayor confort y frescura sino también mejores condiciones de higiene porque el aire

fluye a través de la espuma.

Los colchones Selther son ortopédicos y ergonómicos, y desde hace casi un año son fabricados en Costa Rica, manteniendo los estándares que han caracterizado a esta marca alemana.

“Estamos comprometidos con el mejoramiento de la salud y la higiene de los costarricenses”.



**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](http://www.equiposab.com)

[ventas@equiposab.com](mailto:ventas@equiposab.com)



 **Kimberly-Clark**  
Professional

Productos y Sistemas Institucionales.

aperitivos

## Buscan diferenciarse

Hacer del sushi una tradición en el paladar de los costarricenses ha sido la consigna que se ha trazado la cadena de restaurantes Ichiban. Según Olman Aguilar, Director de la Corporación, cuidan cada ingrediente para darle al sushi un sabor especial y original, de acuerdo con el "gusto exigente de los costarricenses".

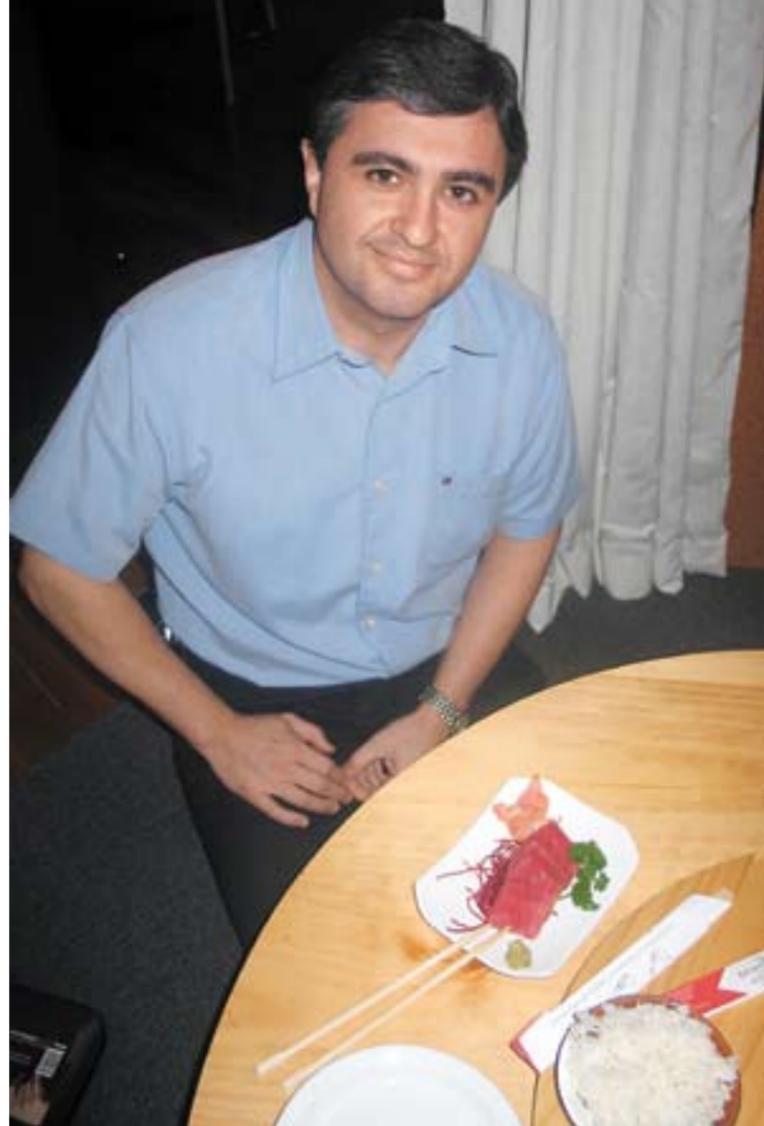
"Mucha gente piensa que el sushi se trata de solamente pescado y no es así, por lo que queremos romper con esa forma de pensar", indica Aguilar.

Y es que para lograr las recetas de los diferentes platillos, Aguilar indica que sus proveedores son muy selectos, incluso algunos ni siquiera están en el país.

"Hemos pensado en convertirnos en nuestros propios proveedores".

¿Y cómo han conseguido que los clientes que no están acostumbrados al sushi, se atrevan a probarlo? "Muy fácil. Además del sushi también tenemos otros platillos como el pollo teriyaki y cuando alguien viene a comer un platillo diferente, aprovechamos para darle una degustación de nuestro sushi".

Comenta que esto les ha dado



buen resultado, ya que cada día son más los clientes que llegan por el sushi.

En este momento, la cadena cuenta con 4 restaurantes e incluso están pensando que en un futuro podrían incursionar en la zona de Guanacaste.

Olman Aguilar, Director de la Corporación Ichiban, dice que algo que ha gustado mucho a los clientes es la modalidad de degustar los platillos en los Tatamis, aposentos al estilo japonés.

## 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

## 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 • Avs. 10-12, calle 11, SAN JOSE CR. • E-Mail: [chikfung@raesa.co.cr](mailto:chikfung@raesa.co.cr)



## Mejor sin moscas

Truly Nolen lanzó al mercado una trampa para moscas, muy fácil de usar y útil para lugares donde se busca evitar la presencia de estos molestos insectos.

El producto no usa pesticidas, ni insecticidas, sino que trabaja por medio de un atrayente que captura las moscas y una vez en la trampa las ahoga, y al mismo tiempo las moscas muertas atraen nuevas víctimas. Con una capacidad para atrapar hasta 35 mil moscas, las trampas están disponibles tanto en presentación desechable como en recipientes reutilizables.

Guillermo Goldgewicht, Gerente General de Truly Nolen, "una de las grandes ventajas de esta trampa es que por no utilizar pesticidas, puede utilizarse en sitios públicos".



### Laboratorios Ancla:

## 80 años de innovación

Laboratorios Ancla celebra este año su 80 aniversario, y que mejor manera de festejar que presentando productos innovadores.

El Extracto de Vainilla Natural Vainol Ancla es el nuevo producto que esta empresa costarricense lanzó al mercado, enfocado a chefs con filosofía gourmet, que utilicen la vainilla como un potenciador de sabores en su cocina.

Roberto Hunter, Gerente Comercial de la División de Consumo de Laboratorios Ancla, comentó que se trata de un ingrediente que no puede faltar en las cocinas de hoteles y restaurantes. "Es una opción innovadora para usarla en gran variedad de platillos, que viene a ampliar los usos de la vainilla, no sólo para postres sino en preparaciones saladas, resaltando el sabor en cada plato".

Hunter agregó que se trata de una excelente opción para chefs que buscan nuevas experiencias en sabores, "puede utilizarse en reposterías, ensaladas, carnes, sopas, arroces, ya que la vainilla es un potenciador de sabores que al combinarse con diferentes ingredientes, resulta en una experiencia completamente nueva al paladar".



Herny Karczynski, de Alquimia Agrícola S.A, empresa proveedora de vainilla, Mauricio Porras, gerente de mercadeo de Laboratorios Ancla, Alexandra Acuña, Gerente General de Distribuidora Ancla y Any Acuña, Vicepresidenta de Grupo Ancla, durante la presentación del nuevo producto.

## Bill Gates quiere ser hotelero

El millonario, junto con el príncipe Saudita Alwaleed, hizo una oferta por la cadena Four Seasons.

Four Seasons Hotels Inc., administrador de 74 propiedades de lujo, recibió una oferta de 3.700 millones de dólares por parte de su jefe ejecutivo, el presidente de Microsoft Corp., Bill Gates, y el príncipe Saudita Alwaleed Bin Talal, por la que la empresa dejaría de cotizar en el mercado de valores.

Cascade Investments LLC, de Gates, y Alwaleed ofrecieron 82 dólares por acción en efectivo, dijo Four Seasons, con sede en Toronto.

La oferta es 28 por ciento superior al precio de cierre de la compañía del pasado 3 de noviembre.

Isadore Sharp, quien mantendría los títulos de presidente y jefe ejecutivo, puede recibir 288 millones de dólares con el trato.

La transacción "es la única que estoy dispuesto a llevar a cabo", dijo Sharp en una teleconferencia con inversores. Las acciones de la compañía subieron más que el precio de la oferta, y los inversores creen que Four Seasons recibirá una oferta superior.

Las empresas hoteleras se han convertido en blanco de adquisición conforme los precios de bienes raíces en las grandes ciudades del mundo suben y el costo de las nuevas construcciones se dispara.

Un grupo de inversión propiedad del gobierno de Dubai

está comprando Travelodge Hotels Ltd. por 1.300 millones de dólares, en tanto Blackstone Group LP ha recaudado 5.250 millones de dólares para comprar hoteles y otras propiedades.

"Este es un gran negocio", dijo Jim Hall, quien tiene 160.000 acciones de Four Seasons entre los

665 millones de dólares que ayuda a administrar en Mawer Investment Management en Calgary.

"Puedo entender porque la sacarían de la bolsa si el mercado no les está dando su valor cabal".



**Keith & Ramírez**  
Simply... The Best

**El mejor equipo para Hoteles, Restaurantes y toda la Industria Alimentaria**

Calidad mejores marcas del mercado  
Diseño soluciones a la medida  
Servicio profesional  
Experiencia desde 1925

Verde muestra SHOWROOM, TALLER Y REPUESADOS en Bv. Los Ángeles, Av. 12, calles 16 y 18, 50 mts. Oeste de la Terminal de Buses de Puntarenas. Tel: 223-0111 Fax: 222-2412 info@kr.co.cr

**JOPCO**  
Artículos para hoteles y restaurantes

La solución para los baños

SECADORES DE MANOS

DISPENSADORES DE JABON AUTOMATICOS

SECADORAS DE PELO PARA HOTELERIA

JOPCO  
Tel: (506) 215-3545 • 391-6275 • 333-6717  
jopco@racsa.co.cr • www.jopco.cr  
De la rotonda hacia Multiples BODs, noroeste Complejo Adica, Bodega #2, Guachipalín, Escazú

**AMERICAN DRY**



## 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

## aperitivos

### Ni mucho, ni poco

Controlar el gasto en los productos de limpieza es una necesidad para cualquier empresa, sobre todo si se trata de un hotel o un restaurante, donde este aspecto es fundamental tanto para la imagen como para el mismo servicio al cliente. Si se busca gastar poco sin control, se puede caer en la trampa de utilizar menos producto del necesario y por ende realizar un mal trabajo, por el contrario si no se controla el gasto, se cae en el extremo del desperdicio de recursos. Para evitar estos inconvenientes, Ferva del Norte ofrece a sus clientes un programa denominado Sistema ZEP de calidad en la limpieza y control de costos.

Según Giovanni Arias, Encargado de Ventas de Ferva del Norte, se trata de un programa integrado de servicios y capacitación al personal que incluye inspección en habitaciones, auditorías, asesorías, y el uso de un número controlado de productos con una amplia funcionalidad, cuya concentración permite lograr la reducción de costos.

El programa divide la limpieza en dos tipos: diaria y profunda, de manera que cada vez que un huésped hace check out, se puede hacer una limpieza profunda, diferente a la que se hace en la limpieza diaria.



Giovanni Arias, Encargado de Ventas de Ferva del Norte, "el programa logra reducir los gastos en limpieza, logrando costos de aproximadamente \$0,25 por habitación, y lo más importante es que se lleva un control detallado de los gastos".



ProveHotel:

## La Creadora de la Heavenly Bed ya esta en Costa Rica.

A lo largo de los años ProveHotel se ha ganado una buena reputación por brindar productos de alta calidad a sus clientes. La búsqueda constante de soluciones creativas para la industria hotelera le ha permitido a ProveHotel ser nombrada como representante de KOJO WORLDWIDE en Costa Rica, Panamá y Nicaragua.



Diseñadora Kani Kim

Por 30 años KOJO WORLDWIDE ha desarrollado productos innovadores que han cosechado la lealtad de los huéspedes, incrementado la ocupación y en último caso mejorando el rendimiento de la inversión de los clientes. Dentro de los principales logros se destaca el desarrollo de la "Heavenly Bed de Westin Hotels and Resorts", la "Sweet

Sleeper de la Cadena Sheraton", así como más recientemente, la cama de la cadena Intercontinental en Centroamérica. Agregar valor a su éxito es la visión que Kojo comparte con ProveHotel. Ambas empresas están muy motivadas con esta nueva alianza, con la cual sus clientes podrán tener acceso a productos de calidad excepcional a precios competitivos. Para culminar este esfuerzo ProveHotel ha abierto dos salas de exhibición una en Guanacaste y otra en San José, ambas cuentan con personal ampliamente capacitado tanto en la rama de la hospitalidad como en los servicios de diseño interno y decoración. Durante el mes marzo se efectuará el lanzamiento oficial de la línea de KOJO en Costa Rica. En dicho evento se espera una gran asistencia del sector.

Para información acerca del lanzamiento y para ser atendido en la sala de exhibición puede comunicarse con ProveHotel, Teléfono 249 4991 Ext. 25.



## Palabras sabias...

"No se trata de cuantos amenities ofrece, es la personalización de ese amenity al individuo".

**Jose Soriano, Gerente General, Four Seasons Hotel Canary Wharf, London.**

"La gran variedad creciente de opciones, ofrece al viajero muchas alternativas, mientras los hoteles luchan por una posición. La inversión en producto continuará siendo 'la trampa del ratón' para capturar más mercado. Mercadeo de imagen, influenciada por internet va a ser un factor predominante; la presentación tendrá un papel mucho más importante".

**Michael Shepherd, general manager, London Hilton on Park Lane.**

Tomado de [www.hotelsmag.com](http://www.hotelsmag.com)

## Ranking de Cadenas de Hoteles

Según la revista Hotels Magazine, Julio 2006

Rank	Habitaciones	Hoteles
1	Intercontinental Hotels Group	537,533
2	Wyndham Worldwide	532,284
3	Marriott International	499,165
4	Hilton Hotels Corp.	485,356
5	Choice Hotels International	481,131
6	Accor	475,433
7	Best Western International	315,875
8	Starwood Hotels&Resorts Worldwide	257,889
9	Carlson Hospitality Worldwide	147,129
10	Global Hyatt Corp.	134,296
30	Barcelo Hotels	30,035

## Los 10 mejores Hoteles para viajar 2006

Segun Travel & Leisure

1	Singita Private Game Reserve, Sabi Sands, South Africa
2	Four Seasons Resort Bali at Sayan
3	Oberoi Udaivilas, Udaipur, India
4	The Peninsula, Bangkok
5	Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay
6	Oberoi Rajvilas, Jaipur, India
7	Ritz-Carlton Bali Resort & Spa
8	Inverlochy Castle, Fort William, Scotland
9	The Oriental, Bangkok
10	Taj Lake Palace, Udaipur, India

## Mejor prevenir

Los bomberos de Costa Rica reportan más de 700 incendios provocados por fugas de gas al año.

Irónicamente, en nuestro país existe la reglamentación necesaria para evitar la mayoría de estos accidentes, según la Ley 8228 del Cuerpo de Bomberos "toda instalación de gas licuado de petróleo que brinde servicio a un sitio de reunión pública, deberá contar con un sistema de detección de fugas de gas, capaz de activar una alarma que indique el problema, cerrando automáticamente mediante una electroválvula u otro mecanismo autorizado, la alimentación del gas en la salida del tanque y en cada uno de los locales o grupo de equipos".

Sin embargo, como explica Manuel Carazo, Gerente General de CCS Costa Rica, las leyes no se cumplen por falta de recursos, no obstante insiste en que este tipo de leyes



debería cumplirse por convicción, dado que el beneficio de su cumplimiento es directo para las personas. CCS Costa Rica importa el Gas Safe, un sistema patentado de alarmas de fuga de gas, fabricado en Alemania, que tiene como función evitar explosiones, incendios y otros accidentes por fugas de gas.

Más información sobre Gas Safe en el teléfono: (506)282-5945.

Manuel Carazo, Gerente General de CCS Costa Rica.

Gas Safe hace 4 cosas a la vez:

- Detecta las fugas de gas
- Activa inmediatamente alarmas audibles y visuales
- Cierra instantáneamente el flujo de gas
- Cumple con la ley 8228 del Cuerpo de Bomberos.

## Servicio especializado para Hotelería e Inmobiliarias

**SM soluciones monge**  
Una División de Importadora Monge



- Los precios más bajos del mercado.
- La mayor variedad de productos con las mejores marcas, para el sector hotelero como: aires acondicionados, colchones, televisores, minibares, coffee makers y secadoras de pared, entre otros.
- Apertura de una línea de crédito revolutive para ser utilizada en cualquiera de nuestras tiendas en todo el país.
- Servicio de garantía en todo el país.

DIVISIÓN HOTELERA E INMOBILIARIA

Departamento de Ventas Institucionales • Tels: (506) 437-4205 • 437-4210 • 437-4250 / Fax: 437-4245 • Apdo Postal: 1131-4050, Alajuela • E-mail: [jmartinez01@grupom.net](mailto:jmartinez01@grupom.net)

IMESA SISTEMAS S.A.

**HENNY PENNY**  
Global Foodservice Solutions



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

**BUNN**



- Equipo de cafetería
- Percoladores
- Molinos

- Puntos de venta
- Hardware & Software

**PAR**  
PixelPoint  
Simply Better POS.

- Sistemas de Comunicación



**TAYLOR**



- Cocteles, batidos, conos, sundays, granizados

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



### Crecimiento favorable

Marcus Guara, Regional Manager Caribbean & Latin America y Lourdes Vera, International Territory Manager de American Hotel Register, aseguran que la creciente industria turística en Centroamérica y el Caribe impulsa a los nortamericanos a replantear sus vacaciones en la región, por lo que se muestran muy positivos con el sector.

### Tesoro que se agota

Promover el uso racional de un recurso agotable como el agua, es una meta que se ha propuesto Juan Carlos Zamora, Gerente General de La Casa del Fontanero, por lo que muchos de los productos que esta empresa está importando al país, son enfocados en la conservación del agua.

“Costa Rica, por su imagen internacional debería promover el uso racional y adecuado de los recursos naturales, ya que es un país que se promociona como ecoturístico, por lo que los hoteles y las empresas que se benefician de este negocio deberían ser más consistentes con el tema de la conservación”.



#### Productos amigables

Juan Carlos Zamora de La Casa del Fontanero, muestra una cachera de prelavado con puño de ahorro de agua, mientras que una tradicional con 60 libras de presión gasta 6 galones por minuto, con este puño gastaría 1,9 galones por minuto, sin perder presión, es decir funciona con la misma eficiencia.



Súper Apetitoso

### ¿Cuáles son las amenities que no pueden faltar en una habitación?

Consejos de colegas para un excelente servicio



Raquel Gómez, Gerente de Habitaciones Hotel Gaia, en Quepos.

En los últimos años, la carrera por conseguir clientes repetitivos, ha hecho a los hoteleros buscar maneras originales de ganarse su fidelidad. El mejor servicio al cliente, deliciosas comidas, y cuanto servicio “extra” se pueda ofrecer son bienvenidos por los huéspedes.

Desde luego, las amenities en la habitación se han visto inmersas en esta competencia. De acuerdo con la categoría del servicio que ofrecen, cada uno busca siempre dar algo más, está el caso de los que implementaron amenities especiales para mujeres ejecutivas, donde además del tradicional costurero que estamos acostumbrados a encontrar, incluyen un quitaesmalte, toallas femeninas y algunos otros detalles necesarios para la mujer.

Otros incluyen rasuradora, crema de afeitar, pero lo cierto es que las amenities se ha convertido en todo una competencia en el medio.

El Hotel Gaia en Quepos, Manuel

Antonio, es un hotel boutique, donde los cuidados extremos para con sus exclusivos clientes son parte de la rutina de cada día, es por ello que le preguntamos a Raquel Gómez, Gerente de Habitaciones cuáles son las amenities que no pueden faltar en este hotel.

“Además de las amenities tradicionales, como el jabón, el champú, la gorra de baño, el costurero, en el Hotel Gaia, contamos con amenities exclusivas como las sales para el jacuzzi, que están en todas las habitaciones y que son traídas del Mar Muerto, con características muy relajantes y que han sido muy bien recibidas por nuestros huéspedes”.

“También tenemos el kit de vanidades que cuenta con algodón, aplicadores y lima de uñas. Dos tipos de crema, dos tipos de jabones, uno para el cuerpo y uno facial. Y si el cliente lo solicita también le proporcionamos pasta, cepillo dental, rasuradora desechable y crema de afeitar”.

## Café Astoria

# Shiver de Café: Galleta



- 2 Porciones de Helado
- 1 Espresso
- 2 Cubos de hielo
- 1 Pizca de canela
- 2 onzas de leche
- 2 onzas de leche condensada
- 1 cucharada de cacao
- 2 galletas de chocolate

**Preparación:**  
Se coloca en la licuadora; las bolitas de helado, el espresso, los cubitos de hielo, la canela, leche condensada, el cacao y las dos onzas de leche. Se licua hasta que se mezclen bien los ingredientes, agregamos las dos galletas y las licuamos.  
Luego decoramos una copa fra con toping de chocolate, agregamos los ingredientes licuados llenamos la copa y decoramos por encima con crema chantilly, le podemos colocar dos barquillos de chocolate y una galleta de chocolate o simplemente con toping.



## ELECTROFRIO

Somos equipo para su negocio

Tel: (506) 244-5530  
www.cafeelectrofrio.com  
Ofrecemos cursos de preparación a base de bebidas  
Tel: (506) 244-4181



Su proveedor de confianza

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





## ¡Carnavales para rato!

**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. 2-18-0538 / 2-18-0557  
E-mail: prolim\_3m@racsa.co.cr  
Fax: 2-18-0529

Si bien el huracán Katrina dejó una fuerte marca en el pueblo de Luisiana en el sur de Estados Unidos, hoy la ciudad renace y le dice al mundo "¡los estamos esperando!".

El Ministro de Turismo de Luisiana Chuck Morse, visitó recientemente Costa Rica y aseguró que esa ciudad ha renacido luego del huracán Katrina, que la devastó en agosto del 2005. Morse enfatizó que la ciudad cuenta con 80 mil habitaciones disponibles para recibir a los visitantes, con la ventaja de que tienen la capacidad de atender diferentes gustos, necesidades y presupuestos.

Uno de los principales atractivos de Luisiana son los carnavales que se realizan en Nueva Orleans, como es el caso del Mardi Gras, que significa Martes Gordo, que se celebra el martes antes del miércoles de ceniza. En el 2007, el Mardi Gras tendrá lugar el 20 de febrero. Como lo definen los vecinos de Nueva Orleans es una celebración donde todo está permitido. Esta tradición fue traída por los franceses que emigraron a esta región, y evolucionó de una simple celebración, para convertirse en el espectáculo gratuito más grande del mundo. También tienen carnavales de comida, y otros eventos durante el año.

Otro atractivo para los turistas que visitan ese estado es el Tax Free Shopping, un programa de devolución de impuestos, exclusivo para visitantes.

Mike Rigeon, de la Oficina de Luisiana, Ana Mari Bordallo, Representante de Luisiana para Centroamérica y Chuck Morse, Ministro de Turismo de Luisiana, trabajan en promocionar el turismo en ese estado.

## Comprometidos con la salud e higiene

Una sencilla rutina como lavarse las manos puede hacer la diferencia entre una vida saludable y el contagio de enfermedades. Es por ello que Kimberly Clark se ha comprometido en una campaña de divulgación del correcto lavado de manos.

Sofía Barquero del Departamento de Mercadeo de Kimberly Clark, comentó que el propósito de la campaña es generar conciencia sobre la importancia de lavarse las manos, como medida de prevención contra enfermedades contagiosas como gripe y meningitis. "Mediante la ejecución de 7 sencillos pasos garantizamos una buena salud e higiene para nosotros y quienes nos rodean".

El material esta hecho para ser colocado especialmente en servicios sanitarios, cocinas industriales, áreas de comidas, así como en kinders, escuelas y universidades.

Barquero comentó que a nivel institucional, el hábito de lavarse las manos está bastante posicionado, sobre todo por los procesos de calidad que siguen muchas empresas. No obstante, no sucede lo mismo con el resto de la población,



que desconoce la importancia de esta sencilla medida.

Si usted está interesado en llevar esta campaña educativa a su negocio o empresa de forma GRATUITA comuníquese con Sofía Barquero al correo sofia.barquero@kcc.com o al 298-3039 para más información.

La campaña de lavado de manos de Kimberly Clark involucra actividades como obras de teatro y presentaciones prácticas, en contacto directo con niños y adultos. Se trata de una excelente iniciativa, acorde con la proyección social que identifica a esta compañía.

*Impresos como recién salidos del horno*

**24 HORAS**

Impresión digital en gran formato  
Banners, mantas, afiches, tallas, rotulación vehicular...

Impresión offset  
Posavisos, menús, brochures, facturas, recibos...

Impresión digital  
Volantes, tarjetas, gafetes y más...

**Nuestra fórmula secreta: calidad y precios justos.**

Consulte nuestros servicios a La Carta, cotizaciones en menos de 24 horas. Servicio Express a todo el país.

T. 221-3737 / ventas@gozaka.co.cr / www.gozaka.com

**INDUSTRIAS GOZAKA**  
ETIQUETAS E IMPRESOS



## Bariloche: Entre amigos

La historia de Argentina está marcada por la convergencia de inmigrantes de diferentes países, que han llevado toda su cultura, tradiciones, y desde luego, la gastronomía no es la excepción. Es por ello, que al definir este restaurante argentino Guillermo Lavari, Gerente de Producción de Bariloche asegura que "es un lugar donde se puede comer de todo y rico, sin querer ser ambicioso, pues se trata de un reflejo de nuestra tradición gastronómica".

Lavari comenta que en un restaurante la identidad es algo muy importante, por ello insiste en que el restaurante argentino Bariloche, es un restaurante de comida internacional.

Bariloche pertenece a un grupo gastronómico, del que también forman parte El Novillo Alegre y La Tasca.

Guillermo Lavari, Gerente de Producción, el chef Marco Corelia, y Martín Aldaburu, Socio Mayoritario del Grupo, coinciden en que la identidad es fundamental en un restaurante, y Bariloche se define como un restaurante argentino de comida internacional.



## Plaza Herradura

Ya están funcionando los primeros locales de Plaza Herradura, un centro comercial ubicado en la playa del mismo nombre. El centro en total lo conforman 43 locales, entre tiendas especializadas en productos afines a la zona como es el caso de equipo para pesca, lanchas, además una farmacia, una óptica, el Automercado, el BAC San José, varios restaurantes, como el caso de InkaGrill, Subway, Spoon, y el Long Champs, de comida italiana e internacional. Si bien los restaurantes del centro comercial se suman a la competencia existente en la zona, tener un Automercado, que según afirmó el Sub Administrador Rafael Madrigal, "mantiene los mismos precios de todos los automercados", es una gran ventaja para los hoteleros y dueños de restaurantes, ya que pueden conseguir productos que sólo se consiguen en este lugar, y para emergencias en caso de que un proveedor no pueda llegar a tiempo con un pedido.

El Chef Ejecutivo de Los Sueños Marriott, Klaus Thalau, es uno de los clientes del Automercado en Plaza Herradura "viene a solucionar un problema de abastecimiento, es muy conveniente porque conseguimos productos de alta calidad, y en el momento que sea necesario".

**Equipos Solano**

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

Tel. (506) 226-8686 • 286-1670  
San José - Costa Rica - zona industrial San Sebastián  
[www.equiposolano.com](http://www.equiposolano.com)

**POS Software**  
AMIGABLE, ACCESIBLE Y COMPLETO EN LA ADMINISTRACION DE SU RESTAURANTE

**SG SISTEMAS**  
**ALDELO**

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

San José: 290-1970  
Guanacaste: 670-1758

[ventas@sygsistemas.com](mailto:ventas@sygsistemas.com) [www.sygsistemas.com](http://www.sygsistemas.com)

aperitivos



## Sutra Lounge es el nuevo lugar de reunión

Ubicado en el Centro Comercial La Ribera de Belén, cuenta con un ambiente tranquilo, donde se disfruta de un menú estilo bocas de fusión latino-japonesa, elaborado por uno de los socios, el reconocido chef Jorge Ortiz, del restaurante Ichiban.

Cuenta con dos ambientes, el mezanine cuyo principal atractivo es su techo removible que permite disfrutar de las noches a cielo abierto, y la parte baja cuenta con iluminación Led's, un sistema con más de diez mil luces de colores que van cambiando de manera gradual cada 3 minutos, y que le dan diferentes tonalidades, lo que propicia en el ambiente un efecto de constante renovación.

William Muñoz, socio de Sutra Lounge, comentó que se trata de un concepto nuevo en el país, pero muy de moda en Europa y Estados Unidos, "el lounge es un lugar donde se puede disfrutar de excelente comida y bebidas, en un ambiente informal, festivo y tranquilo".

Los parlantes están distribuidos por todo el lounge, de manera que la música es uniforme, y permite un ambiente donde se puede conversar tranquilamente.

El desarrollo de este proyecto le tomó a los socios cerca de un año, con una inversión inicial de 170 mil dólares.



### "Tips del Chef"

#### La vida del vino

Secar en microondas, entre dos papeles absorbentes, hierbas frescas rotándolas cada 30 segundos, hasta que deshidraten.

Para decorar platos antes de freír los vegetales juliana, dejarlos remojar en agua helada 30 segundos.

Utilizar un chorro de vinagre en la cocción de papas para lograr firmeza y conservar la forma.

Para saber si los huevos están frescos sumergirlos en agua con un 10% de sal, si flotan desecharlos. Para obtener hojas verdes crujientes, lavar con agua 30 segundos antes, y conservarlas en la heladera hasta su consumo.

Para quitarle acidez al tomate fresco colocarlos en una sartén con materia grasa a alta temperatura (shock térmico).

Agregar al merengue cremor tártaro para que logre punto más rápido y quede bien blanco.

Para hidratar una gelatina disolverla en 5 partes de agua fría y calentar; para mousses, patés y terrinas, calcular entre un 3% y 5% del peso total. Y para decoración de mesas frías un 10%.

Para comprobar el punto bolita duro, sumergir un poco de caramelo en un vaso con agua, si logra hacer una bolita con los dedos ha llegado a su punto justo; si le resulta chicloso todavía le falta cocción (punto bolita blando).

Para saber si un pescado es fresco se debe tener en cuenta lo siguiente: agallas bien rojas, carne turgente, ojos saltones y buen aroma.

Para que el aceite no se queme tan rápido, colocar una nuez de manteca.

Para obtener aceites saborizados calentar a baja temperatura la hierba a elección durante 30 segundos y conservar en la heladera.

Chef Hernando Alvarez



## ¡Salud!

Los 20 mejores cócteles realizados con Uvas Frescas de California fueron expuestos el pasado 4 de diciembre, en el Primer Concurso de Cócteles Uvas Frescas de California-Costa Rica 2006, que tuvo lugar en el Hotel Costa Rica Marriott. Según comentó Tatiana Quirós, Representante de la Comisión de Uvas de California, se realizó con el fin de darle a chefs y bartenders la oportunidad de demostrar su creatividad al preparar un cóctel original a base de esta nutritiva y versátil fruta.

El ganador del certamen fue Andrés Barquero Rodríguez, Estudiante de último nivel del Colegio Universitario de Alajuela, CUNA, quien obtuvo 1 millón de colones con la preparación del cóctel "Voilà".

El jurado, conformado por Doris Goldgewicht, Chef, Karl Hempel de la Revista Apetito, Franklin Jiménez, del INA, Jerry Manzanares, de la Universidad Interamericana, y Katherine Nishiura, Agregada Agrícola de la Embajada Americana, evaluaron los cócteles bajo los parámetros de higiene en la preparación, organización en la mesa, apego a la receta, técnica de la receta, presentación, originalidad del nombre, color, aroma, sabor y textura, y consideraron



El ganador del certamen fue Andrés Barquero, con el cóctel "Voilà".

que el cóctel de Barquero cumplió con todas las expectativas.

Los organizadores se mostraron complacidos con los resultados, y esperan continuar realizando el evento cada año, con el fin de dar la oportunidad a expertos en la materia de mostrar sus habilidades en el manejo y preparación de cócteles a base de Uvas Frescas de California.

## Voilà

#### Ingredientes:

3 1/2 oz de jugo de Uvas Frescas de California verdes  
1/2 oz de jarabe de azúcar  
3 oz de licor Hpnotiq  
1 oz Triple Sec  
1 1/2 oz de jugo de naranja  
7 cubitos de hielo

#### Preparación:

El jugo de uva se prepara al momento de utilizarlo para que no pierda sus cualidades. Se usan Uvas de California con cáscara y sin residuos de tallo que se licuan con el jarabe de azúcar y luego se cuelean. Se licua hasta el punto de "frozen", el jugo de uvas de California junto con los demás ingredientes, excepto el jugo de naranja. Se sirve en una copa larga para bebida. Se agrega el jugo de naranja por densidad y para darle un efecto más colorido y sugestivo al coctel. Si es necesario, se agrega más jugo de naranja. Se sirve inmediatamente. Para decorar se utilizan dos pajillas a las cuales se les ha insertado una uva de California cortada por la mitad, formando dos medias lunas, incorporadas al cóctel; y un ramito de dos uvas colgadas del borde del cristal, a las que se les incrusta fruta tropical, por ejemplo, naranja.



ELLOS DEJARON FRÍOS A LOS MIEMBROS DEL JURADO  
CON SUS ORIGINALES CÓCTELES.

**1ER LUGAR 1.000.000 colones**  
Andrés Barquero Rodríguez, estudiante de último nivel del Colegio Universitario de Alajuela  
Cóctel: VOILA

**SEGUNDO LUGAR 500.000 colones**  
Alexander Araya Tijerino, Bar Grappa Live  
Cóctel: GRAPPA LIVE MIX

**3ER LUGAR 300.000 colones**  
Alfredo Picado Blanco, Restaurante Bangkok  
Cóctel: UVAS EXÓTICAS THAI TEA

1ER CONCURSO DE CÓCTELES  
UVAS FRESCAS DE CALIFORNIA  
COSTA RICA 2006

ya tiene sus ganadores:

# Especial de *Café*: Aroma rentable

Un capuccino puede costar lo mismo en una cafetería de hotel, en un kiosco, que en una cafetería de centro comercial, pero aun usando la misma calidad y cantidad de ingredientes, la rentabilidad será muy variable, esto por los diferentes costos que cada local debe enfrentar, tanto de alquiler, de inversión en equipos, como en el número de empleados.

Lo cierto es que en todos los casos el capuccino es una bebida rentable y de las más vendidas en las cafeterías del país, no obstante, las comercios que compiten por el mercado tico, se han visto obligados a diversificar sus productos y sobre todo a buscar cada vez una mayor diferenciación en su oferta. Apetito entrevistó a cinco cafeterías de moda, quienes compartieron sus estrategias, y qué están haciendo para captar clientes repetitivos, que como ellos mismos aseguran, son los que mantienen a flote el negocio.

Costa Rica Marriott

## *Juego de la tentación*

Para **Eduardo Melo**, Director de Bares y Restaurantes del Hotel Costa Rica Marriott, una de las principales funciones que debe tener un saloner es “saber tentar a los clientes, ser un buen vendedor”. Con la tentación, asegura Melo, se vende casi todo. En la cafetería del hotel, La Casa del Café, esto también es regla general. Es por ello, que los postres y la repostería se exhiben, para que quienes vienen por un café, no puedan resistirse a probar las delicias que prepara Sara Santana, la chef pastelera del hotel.

Para sugerir con autoridad, los saloneros deben estar preparados, “nadie puede hablar de lo que no sabe”, comenta Melo, es por ello que todos los días el equipo de saloneros tiene una reunión donde prueban un producto diferente. “Para nosotros es muy importante que ellos conozcan los productos que van a ofrecer, para que puedan hablar con seguridad a los clientes, de manera que si la persona no tiene acceso visual, el saloner sea capaz de describir lo más cercano posible, dar esa imagen al cliente”.

El considera que, sin lugar a dudas, la principal estrategia de éxito de esta cafetería es el enfoque en el servicio, “un lugar bonito cualquiera lo puede tener, pero la diferencia la hace el servicio. En este sentido, la cafetería aplica las mismas políticas de servicio de la cadena Marriott, por lo que nos enfocamos en que nuestros clientes tengan la mejor experiencia en cada visita”.

Melo asegura que si bien la mayoría de clientes son huéspedes del hotel, ha crecido el número de clientes locales, sobre todo los fines de semana.

“Muchas personas pasan por la cafetería después del “brunch”, para llevar algo. La repostería es lo más rentable”.

### Receta: *Arenal*

#### Ingredientes:

1 y media onza de leche descremada  
1 y media onza de espresso  
Media onza de sirope de chocolate  
Media onza de sirope de caramelo  
Dos bolas de helado de vainilla  
Barquillo de chocolate para decorar

#### Preparación:

Poner en la licuadora dos bolas de helado, la leche, el sirope de chocolate, el sirope de caramelo y licuar. Esta mezcla se agrega al espresso y se decora con el barquillo de chocolate.



Eduardo Melo, Director de Bares y Restaurantes del Hotel Costa Rica Marriott “un lugar bonito cualquiera lo puede tener, pero la diferencia la hace el servicio”.



## Q'café: Abrazar la ciudad

**Jonatan Sharf** es amante de la ciudad, para él su cafetería está en el lugar perfecto: vive y respira con la ciudad. El secreto para el éxito de esta cafetería fue que desde que se concibió la idea de hacerla, sus propietarios se pusieron en los zapatos del cliente, y visualizaron todo lo que les gustaría encontrar en un sitio de este tipo. "Quisimos hacer un lugar como el que a nosotros nos gustaría visitar si fuéramos clientes", comenta Jonatan Sharf, Gerente General.

Sharf asegura que lograr el resultado satisfactorio les tomó más de un año, esto porque se enfocaron en muchos detalles que, tanto para él como para su esposa, Gabriela Frajman, eran indispensables para garantizar el éxito.

"Una parte muy importante en el proceso fue la decoración, la distribución de espacio, la ambientación, pero además nos enfocamos mucho en conseguir los mejores proveedores, que nos garantizaran calidad de los productos y precios razonables". Asegura que una de las mayores dificultades fue conseguir un proveedor que le hiciera su mezcla de café, ya que para él una cafetería que se respete tiene que usar su propia marca. "Tocamos las puertas de los grandes tostadores, pero ninguno se mostró interesado en ofrecernos ese servicio. Tuvimos la suerte de topamos con una experta en café, que nos asesoró, hasta que encontramos la mez-



cla con la que nos identificamos". Sharf agrega que es una lástima que en nuestro país no exista la costumbre de que las cafeterías tengan su propio "blend", y que no todos los tostadores tengan capacidad de ofrecer ese servicio. Aunque se trata de una realidad que ha ido cambiando, en parte por la influencia de cadenas extranjeras que se han instalado en nuestro país, y que buscan diferenciarse por medio de sus propias marcas.

### Receta: Q'Espresso

Una porción de espresso sobre una bola de helado de vainilla, crema chantilly y dulce de leche. Una excelente manera de aprovechar el café como un postre.

## Sweet Treats: Truco al sabor

"Trato o truco", dicen los niños el Día de Brujas, con el propósito de intercambiar un dulce por un trato amable, ¡si no hay dulce, hay travesura!

A **Ana Ortega** la vida le quiso jugar un truco, pero ella en definitiva supo ganarle a la adversidad, con un dulce trato.

"Hace 8 años le diagnosticaron diabetes infantil a mi hija Paula, por lo que comencé a recopilar las recetas familiares de panes, queques y postres, y a modificarlas cambiando el azúcar regular por azúcar especial, y otros detalles para hacerlas aptas para ella, porque me parecía muy cruel que en su cumpleaños no tuviera un queque, o que no se pudiera comer un antojo".

Las recetas modificadas tenían dos objetivos, cuidar la salud de su hija sin perder el sabor delicioso.

"Por casualidad, alguien me escuchó en el supermercado contarle a una amiga del queque de cumpleaños de Paula, y me pidió que le hiciera uno para su mamá, que también era diabética, y por recomendación de esta señora, comenzaron a llamarme otras personas, y cuando nos dimos cuenta teníamos una fábrica de panes, y dos



años después comenzamos a distribuir los productos en Automercado y en Muñoz & Nanne".

Bajo esa misma línea, en octubre del 2005, abrió la primera cafetería en Curridabat, y en enero del 2007, inauguró la segunda en San Rafael de Escazú. "Nuestra razón de ser es complacer con productos sabrosos, de alta calidad y con mucha responsabilidad".

### Frozen Mokachinno Light

- 2 onzas de café frío
- 1 onza de leche descremada
- 2 onzas de leche evaporada 0%
- 1 cucharada de splenda
- 4 cubitos de hielo
- 1 onza de jarabe de chocolate light
- Chantilly light para decorar

#### Preparación

Se licuan todos los ingredientes, se coloca en un vaso alto decorado con jarabe de chocolate light, y se decora con chantilly.



## CoffeBreak

Para **Marta Romero**, administradora de CoffeBreak, la nueva cafetería del oficentro Trilogía, tener un público "cautivo" no significa que se pueda cobrar más, u ofrecer mal servicio, pues asegura que el ser la única cafetería en el centro de negocios, implica un reto, en donde tiene que asegurar calidad y buen servicio, a precios razonables. "Lo que nos interesa es crear fidelidad, porque si bien no hay otras cafeterías cercanas, el cliente simplemente puede decidir no entrar, ya sea por servicio, calidad o precios". "CoffeBreak es un proyecto de la corporación La Taza Perfecta, con la que se busca desarrollar diversos conceptos alrededor del café. Tenemos los CoffeeCars, un carrito con servicio rápido de bebidas, muy solicitado para eventos. Los Kioscos, que se instalan en tiendas, clínicas, con mayor variedad de bebidas y bocadillos. Con CoffeeBreak comenzamos a desarrollar el concepto de cafeterías de más alto nivel,, ubicados en centros de negocios, para darle servicio a todas las oficinas,



trabajadores y visitantes, con desayunos, almuerzos, café y el servicio de cafetería para reuniones en el oficentro.

### Receta: Irish Capresso

#### Ingredientes

- Una onza de crema irlandesa
- Tres onzas de leche
- Cuatro cubitos de hielo
- Un espresso
- Crema chantilly y granos de café para decorar

**Preparación:** En un vaso alto se coloca la crema irlandesa, el hielo y la leche. Luego se coloca el espresso suavemente sobre el hielo y se decora con crema chantilly y los granos de café.



te acompaña siempre...





## Port City Java *Un lugar para quedarse*

Cuando **Leonardo Acuña** y **Ramón Aguilar** decidieron abrir una cafetería, ninguno de los dos tenía experiencia en esta área, sin embargo, ello no fue necesario para garantizar el éxito de Port City Java en Costa Rica, eso sí, siguieron al pie de la letra todas las indicaciones de la casa matriz.

“La ventaja de esta franquicia es que tiene estándares de calidad muy altos, y le dan mucho apoyo a las sucursales. Ellos se encargan de todo, desde el diseño interior hasta la elección de materiales y las mismas recetas de los productos que se venden en la cafetería, se puede decir que son obsesivos con la calidad del café, porque la idea es cuidar el nombre de la marca. Se aprovecha todo el conocimiento y la experiencia, de una fórmula exitosa”.

Todo está diseñado en función de que el cliente se sienta como en la sala de su casa, leyendo un libro, navegando en su computador portátil, o acompañado de amigos. Aguilar asegura que el cliente que llega a



sentir esa familiaridad es el que definitivamente regresa y recomienda el sitio, “un 80% de nuestros clientes son repetitivos, no se puede perder de vista que el cliente que repite es el que garantiza el éxito del negocio, no el cliente nuevo”.

Asegura que una de las principales dificultades que enfrentó en el proceso de apertura, fue encontrar los ingredientes que se utilizan en las recetas, en este sentido comenta que Belca fue uno de los proveedores de los que recibió más cooperación.

### ¡Café de Costa Rica!

El café que utiliza Port City Java es una mezcla propia, y es igual en todas las cafeterías, tanto dentro como fuera de Estados Unidos. En esta mezcla se utilizan 5 tipos de café, y un 70% es café de Costa Rica, el otro 30% está compuesto por cuatro tipos de café de otras partes del mundo.

### Receta: Mochaccino

Tamaño 16 onzas

#### Ingredientes

2 onzas de café espresso  
1,25 onzas de chocolate girardelli  
10 onzas de leche caliente (140°F)  
Crema batida y chocolate líquido para decorar

#### Preparación

Se pone el chocolate girardelli, luego agrega el café. Para mezclar llenar con leche caliente revolver la mezcla con cuchara mezcladora, y adomar con crema batida y chocolate.

Por la medalla:

## Círculo de Baristas

¡A ganar! esa es la consigna que llevará este año el o la barista que represente a Costa Rica en la Competencia Mundial de Baristas, que tendrá lugar en Tokio, en agosto del 2007. La Asociación de Cafés Finos de Costa Rica, anunció que para el campeonato Mundial de Baristas, que se realizará en Tokio, esperan llegar muy bien representados por un barista nacional, a quien se le dará todo el apoyo, “este año el o la barista que represente a Costa Rica, va al campeonato con la meta de ganar, y para ello tendrá todas las herramientas necesarias”, comentó Gema Siri, Directora Ejecutiva de la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica, organismo que agrupa al recién formado Círculo de Baristas de Costa Rica, el cual asumió la responsabilidad de organizar la competencia nacional de baristas, donde se escogerá a un representante para asistir a la competencia mundial.

La Asociación ya inició el proceso de organización de la competencia nacional, y la elección de los jueces. Será a partir de la última semana de febrero, cuando se abra la invitación a participar. Según comentó Siri, todos los baristas recibirán una inducción y además tendrán oportunidad de hacer prácticas antes de las eliminatorias, y una vez elegido el o la representante, tendrá espacio para realizar toda la práctica necesaria, además del apoyo en cuanto a equipo y logística, para que su participación en Tokio sea la mejor posible.

Gema Siri.



## Icafé De Costa Rica al mundo

El Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE es la institución oficial en nuestro país para regular la actividad cafetalera, que atiende a todos los sectores involucrados en la cadena, tales como productores, beneficiadores, tostadores y exportadores.

Irving Soto, Gerente de Promoción del ICAFE nos comenta los principales proyectos que tiene esta institución en aras de promocionar el café de Costa Rica, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

### ¿Qué se busca lograr con la promoción?

Posicionar a Costa Rica como un país productor de café de alta calidad. En el ámbito nacional, buscamos aumentar el consumo interno de café. En estos momentos aproximadamente un 20% de nuestra producción nacional de café se consume internamente.

### ¿Qué proyectos específicos está realizando el ICAFE?

En nuestro país tenemos diversos proyectos como por ejemplo certificación de baristas, cursos de barismo y de preparación correcta de café dirigido a hoteles, restaurantes, sodas, etc. Asimismo organizamos la competencia nacional de baristas.

Este año realizaremos la primera

“Feria del Café” donde el sector nacional tendrá la oportunidad de exhibir y degustar sus productos y a la vez el consumidor tendrá la posibilidad de probar café de calidad e informarse de las últimas tendencias mundiales en preparación de café.

Participamos en las ferias más importantes a nivel mundial para Cafés Especiales, tales como el SCAA en USA, SCAE en Europa y ECAJ en Japón.

### ¿Cuánto presupuesto se dedica a promoción del café?

Aproximadamente 440 millones de colones.

### ¿Considera que este presupuesto es suficiente para la labor que realizan?

Este presupuesto es utilizado de la manera más eficiente para asegurarnos que se cumpla el objetivo de promocionar nuestro café como el mejor del mundo.

### ¿Cuál considera que es la mayor fortaleza del café de Costa Rica?

Costa Rica cuenta con café de la más alta calidad para satisfacer los paladares más exigentes alrededor del mundo, es producido bajo los más altos estándares de calidad y en consonancia con la protección al medio ambiente.

Además la actividad cafetalera, regulada por el ICAFE garantiza una alta



Irving Soto, Gerente de Promoción del ICAFE.

transparencia a lo largo de la cadena de producción.

### ¿Cuál es la principal desventaja que tiene nuestro producto frente al de otros países?

Competimos con países que tienen también mucha experiencia cafetalera y en algunos casos el factor precio podría influir pero creo que eso no afecta tanto cuando hablamos de café de muy alta calidad dirigido a nichos específicos que están en busca de esta característica.

### ¿Qué hace falta para que seamos buenos tomadores de café?

En los últimos años el consumo interno de café ha aumentado enormemente, al punto de que ocupamos el segundo lugar de consumo per cápita de café dentro de los países productores, sin embargo esto aun puede mejorar.

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

Sirupia para Café  
 MASTERPAC S.A.  
 Tel: (506) 2581230  
 Fax: (506) 2257873  
 info@masterpac-cr.com  
 www.masterpac-cr.com

# Cátalogo *Máquinas para café*



## La Pavoni Hotel 2V

Máquina de café espresso automática de 2 grupos. Caldera de 10 litros. Dosificación volumétrica programable. Mando de erogación digital con membrana y microprocesador. Botonera de mando con cuatro selecciones de dosis de café. Botón para erogación continua y parada para cada grupo. Electrobomba interna. Autonivel electrónico. Llave de agua caliente.

## La Pavoni PUB 2V

Máquina de café espresso automática de 2 grupos. Caldera de 6 litros. Dosificación volumétrica programable. Mando de erogación digital con membrana y microprocesador. Botonera de mando con cuatro selecciones de dosis de café. Botón para erogación continua y parada para cada grupo. Electrobomba interna. Autonivel electrónico. Llave de agua caliente.

**Distribuye: Equipos Nieto Teléfono: 222-6555**



## Rancilio Clase 10 Oro

Clase 10 es la innovadora máquina de café espresso de Rancilio. Carrocería de aluminio, sometido a un tratamiento especial que le da un brillo extraordinario durable a lo largo del tiempo. Con sistema TSC, el cual consiste en una lanza de vapor innovador y totalmente automático para calentar y montar leche.

Display gráfico que se puede personalizar con el logo de la empresa, dos puntalanzas, dos salidas de agua, una con sistema de ahorro, semiautomática programable (on/off automático, contador de tazas, menú técnico con autodiagnóstico)

## Rancilio Epoca

Máquina manual de dos grupos, con dos punta lanzas, una salida de agua caliente, caldera de once litros. Con pre infusión mecánica. 220 voltios. Todas las máquinas vienen con molino y depurador de agua incluidos. Control de nivel de agua electrónico. Posee una cualidad exclusiva y patentada: el empleo de nuevos materiales evita que su carrocería se raye o corra con el tiempo, permitiendo que no envejezca.

**Distribuye: La Máquina del Café Tel.: 271-4638**



## Expobar

Máquinas de capuccino de la línea de uno y dos grupos con o sin molino. Toda la gama para diferentes necesidades y presupuestos, para ser utilizadas desde la cafetería más pequeña hasta las empresas con el más alto volumen. Con motobomba volumétrica incorporada, caldera de 6 litros con intercambiador térmico y válvula de purga, un grifo de vapor y otro de agua caliente, microprocesador para el control volumétrico de las dosis de café, llenado automático de la caldera y programación de 4 diferentes dosis por grupo. Cuentan con componentes de la máxima calidad en cobre y acero inoxidable.

**Distribuye: TIPS S.A Teléfono: 290 2449**

## Metal Look 105 SM

Capacidad de selección de manijas dobladas, para un nivel ergonómico más alto. Puede desensamblarse fácilmente para tener acceso a las partes internas y observar la operación de emergencia de los requisitos de seguridad del CE de los grupos, para permitir el mantenimiento y la reparación de la máquina en cappuccinatore automático de seguridad completa (leche y café con solo la clave). A petición con la indicación de la temperatura, la presión de la caldera y el número de cafés servidos.



**Distribuye: Eurotrade GE S.A Teléfono: 296 0100**



## Modelo Excelsior

Máquina de café espresso electrónica. Pulsadores con tecnología Soft-Touch. Bomba volumétrica incorporada, llenado automático de caldera, grupo retro-iluminado con sistema de preinfusión estático. Bullone Rosso System y Estabilizador de Temperatura para una mejor extracción de café y una perfecta estabilidad térmica. Ajuste independiente de la temperatura de cada grupo, 2 salidas de vapor en acero inox, 1 salida de agua caliente en acero inox, reloj analógico, tubo de entrada de agua y desagüe. Disponible en 2 y 3 grupos, con calderas de 12lt y 18lt respectivamente.

## Modelo Roma

Máquina para café espresso electrónica, bomba volumétrica incorporada, llenado de caldera automático, grupo de erogación estática, 1 salida de vapor, 1 salida de agua caliente. Disponible en 2 grupos con caldera de 11,4lt.



**Distribuye: Bardú Café Corporación S.A.Tel. (506)297-3135**

**BRASILIA**  
Made in Italy

Máquinas Profesionales para:  
cafetería  
restaurante  
hotelería  
comedores institucionales  
empresas privadas

En Centroamerica y el Caribe  
Importadora de Equipos BCC S.A.  
Oficina Central: (506) 297-5539





## CIMBALI M22 PLUS DOS GRUPOS

Solución para el autoservicio de bebidas calientes en lugares de mediano y alto tránsito. Máquina de 2 grupos automática, con conexión hídrica. Carrocería de acero inoxidable. Tubo para salida de agua caliente. Dos tubos vaporizadores. Capacidad de caldera: 10 litros.

### NECTA COLIBRI

Máquina automática de diseño compacto. Ideal para estaciones de autoservicio. Equipo de gran simplicidad y funcionalidad. Pulsadores de gran tamaño para agilizar la selección. Opción de conexión hídrica o alimentación mediante tanque.

**Distribuye: Grupo Café Britt, S.A., Teléfono: 277-1620**



## Perla de Astoria

Versión electrónica con dosificación volumétrica. Se suministra en la versión de 1 a 4 grupos y compacta. Panel de pulsadores de 6 dosis, programación de la dosis de café directamente desde el teclado, interruptor manual para erogación semi automática, agua caliente automática, calienta tazas electrónico, entrada de agua automática. Opcional bajo pedido: Graduación mezcla agua caliente (2-4gr), display (2-4gr), grupo termoreserva (2-4gr), capuchinador, sistema LCL - Latte-Caffe-Latte (2-3gr solo si están presentes el display, capuchinador y grupos con realce), kit de gas, entre otros.

## Gloria de Astoria

Una máquina de espresso ideal para unir la tradición del pasado con la calidad del presente. AL Sistema Manual: Versión manual con un grupo a palanca, fiable y fácil de usar y de mantener. Este modelo no necesita motobomba ni depurador. Opcionales bajo pedido: Calienta tazas electrónico, entrada automática de agua, grupo termoreserva (2-4gr), capuchinador, kit de gas, lanza para montar leche.

**Distribuye: Electrofrío Teléfono: 444-5530**



## Carimali Multi 11

Cuenta con una capacidad horaria de hasta 180 espressos, 120 largos, 120 capuccinos y aproximadamente 20 litros de agua caliente. El software cuenta con display multi idiomas, password para el menú de programación, posibilidad de personalizar los nombres de las bebidas, visualización del adelanto de la dosis, posibilidad de aumentar o bajar hasta en +/- 30% el tiempo de infusión, los del molino y la cantidad de leche. Temperatura de la caldera a display. Erogación de vapor, erogación de agua (producción horaria 30 litros). Calienta tazas con dos estanterías. Opcional: Capuccinador manual. Refrigerador: Con recipiente de 4,5 l para la leche, termostato para regular la temperatura. Con cerradura opcional.

## Sirio S

Sistema hidráulico a doble caldera, Sirio R1 y R2: caldera de un litro para el café y caldera de 1,8 litros para el agua caliente y vapor. Sirio S2: Caldera de 1,8 litros para el café, caldera de 4.0 litros para el agua caliente y vapor. Capacidad horaria: Sirio R1/R2: Hasta 180 espressos. 120 largos, 120 capuccinos, y aproximadamente 30 litros de agua caliente. Sirio S2: Hasta 240 espressos. 180 largos, 180 capuccinos, y aproximadamente 40 litros de agua caliente. Software: Display en varios idiomas, botonera personalizable en cualquier idioma, visualización del adelanto de la dosis, temperatura de la caldera y reloj visualizables. Operaciones con tarjeta de crédito y/o monedero.

**Distribuye: Comercial Capresso Teléfono: 234 7404**



## Aroma SM 200 y Aroma SE 200

La amplia gama electrónica y manual de SAECO, ofrece una vasta elección de soluciones, desde los 2 grupos de la modelo 200 hasta la 4 grupos de la modelo 400. Creada para satisfacer todo requerimiento profesional. La línea Aroma representa la alta calidad de la tecnología SAECO. Cuenta con sistema que permite mantener la correcta temperatura, sin importar que la máquina esté en funcionamiento. La capacidad de la caldera (2,3 ó 4 grupos) es uno de los más grandes disponibles en el mercado, de 13, 21 y 28 litros, con lo que se mejora la capacidad del agua caliente y el vapor.

**Distribuye: SAECO Teléfono: 291-1151**



## Tips para un buen café

Para realizar un buen café es indispensable contar con café de alta calidad, una excelente máquina y agua de altísima pureza ya que esta constituye el 95% de los ingredientes. Con un filtro especial para máquinas de café, se eliminan las partículas no deseadas para obtener agua fresca y pura. A la vez le permite proteger la inversión de sus equipos.

**Los modelos más populares son:** ESO Cartridge, IN - 10 In-line Filter

Con estos modelos se asegura de: • Proveer agua fresca, clara de alta calidad para café, espressos y máquinas de hielo. • Carbón granulado activado que reduce el sabor y olor a cloro que causa amargura en el café. • Reduce la formación de carbonato de calcio que garantiza la vida útil del equipo. • Diseños compactos y en línea permiten la instalación detrás del equipo, para mayor elegancia.

**Distribuye: TIPS S.A  
Teléfono: 290 2449**

**Ideas with passion**

## 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



“Tener la mezcla propia le da mucha identidad a una cafetería. Pero no debe perderse de vista la capacitación de los empleados en el uso y cuidado de las máquinas, para que el resultado final sea siempre satisfactorio”. Susana Rodríguez y Gabriela Castro, Propietarias de La Esquina del Café.

## La Esquina del Café *Mezclas propias*

“Ofrecer café recién tostado y a la vista del cliente” así se define la razón de ser de esta esquina llena de aroma.

La Esquina del Café nació en 1992, como un espacio para los amantes y conocedores del café. Sus propietarias, Susana Rodríguez y Gabriela Castro, aseguran que el propósito es ofrecer café de calidad de las mejores zonas productoras de Costa Rica, como Tarrazú, Tres Ríos, Heredia y San Isidro, aprovechando de esa manera la riqueza de variedad de granos existente en el país, esto sumado a la experiencia de un maestro tostador, encargado de preparar mezclas especiales, combinando alturas y diferentes tuestes, que dan como resultado la satisfacción de los más exigentes gustos.

### Consistencia y originalidad

Uno de los servicios más atractivos de La Esquina del Café es el ofrecer mezclas originales a las cafeterías, hoteles y restaurantes. De manera que, cada cliente puede contar con su propia marca, lo cual le da un valor agregado a su negocio.

“Ofrecemos la posibilidad de crear la propia mezcla, de acuerdo con los gustos específicos, y la identidad de cada lugar. Esto es algo complejo, porque para lograr una mezcla es necesario saber de café, y por ello con la ayuda del maestro tostador, que cuenta con amplia experiencia, se encarga de guiar a nuestros clientes, hasta que obtienen el sabor que están buscando”.

“Muy importante recalcar que una vez que se logra la mezcla deseada, nosotros garantizamos consistencia en la producción, esto gracias a que tenemos capacidad para conseguir la materia prima, contamos con mano de obra calificada para el control de la calidad y las entregas se hacen por semana, para que el cliente siempre reciba café recién tostado”.

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

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



**LA ESQUINA DEL CAFÉ**  
TOSTADORES DE CAFÉ GOURMET

Plaza Mundo, Guachipelin, Escazú.  
Tel: (506) 228-7927 Telefax: (506) 228-9541. email: coffcorner@racsa.co.cr

## Comercial Capresso

# Nuevas opciones para tomar café

Comercial Capresso introduce una estrategia centralizada en hoteles.

El consumo de grandes volúmenes del grano de oro es la nueva necesidad que Comercial Capresso desea atender. Con la introducción de nuevas máquinas que preparan grandes cantidades de café, buscan complementar los servicios que ofrecen desde hace siete años a Centroamérica y El Caribe.

“Esta estrategia está dirigida principalmente a lugares donde el volumen de consumo de café es muy alto, tales como los hoteles”, explica Marta Romero, Gerente de Mercadeo.

### Carimali: producción a granel

Traídas en setiembre del 2006, las máquinas súper automáticas Sirio S y Multi I I, ambas de distribuidas por Carimali, son parte de las nuevas adquisiciones de Comercial Capresso.

Se caracterizan por producir al menos 180 espressos, 120 café largos y 120 capuchinos, ofrecen seguridad y control del aparato mediante el uso de claves y tarjetas de acceso, personalización del nombre de las bebidas, poseen una bomba rotativa integrada, posibilidad de aumentar o reducir hasta en un 30% el tiempo de infusión del café y la cantidad de leche, entre otras características.

Pueden complementarse con una máquina especial para chocolate y té, una unidad de servicio, un calienta-tazas y un refrigerador. Estos complementos se traen a solicitud del cliente.

Las máquinas diseñadas para alto consumo con que cuenta Comercial Capresso, tanto las súper automáticas marca Jura, Carimali o bien las manuales marca Grimac, ya son utilizadas en hoteles de todo el país, tales como Hotel



Marta Romero, Gerente de Mercadeo, Comercial Capresso.

Condovac, Bahía Potrero, El Wagelia, Radisson, Marriot, Punta Cocles, Cristal de Ballena, Suerre Caribe e inclusive el Hotel Intercontinental de Honduras.

### BrewMatic: Estética de eventos

Con las máquinas de café por goteo BrewMatic, Comercial Capresso pretende satisfacer la necesidad de alto consumo de café en eventos. “Las BrewMatic están dirigidas a altos consumos, sobre todo en eventos, ya que además de su funcionalidad tienen una excelente apariencia estética”, comenta Romero.

Tanto estas como Carimali son distribuidas en el país por Comercial Capresso.

Máquinas para café Espresso, Cappuccino, Super automáticas,  
manuales y por goteo para:  
Hoteles • Restaurantes • Cafeterías • Sodas

- Máquinas vending
- Licuadoras Industriales
- Máquinas para té 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](mailto:info@comercialcapresso.com) • [www.comercialcapresso.com](http://www.comercialcapresso.com)

# Masterpac Innovadora por naturaleza

Con la investigación y desarrollo de nuevos productos, la empresa Masterpac se consolida en el mercado, tanto en la producción de artículos de marca propia como en la maquila de productos para foodservice.

Por Masterpac

Masterpac ha sido elegida por Procomer como empresa innovadora, esto significa que recibe capacitación constante, con miras a convertirse en exitosos exportadores. Esto no es casualidad, ya que la investigación y desarrollo de productos es uno de los pilares más importantes de esta empresa orgullosamente nacional, pues como asegura Ricardo Quesada, socio de Masterpac, la innovación es la única manera de competir en un mercado en donde cada vez existen más opciones para el consumidor.

Masterpac se dedica a la importación y distribución de materia prima para elaboración de productos de consumo en foodservice, y además cuenta con su propio laboratorio de investigación y desarrollo, el cual es utilizado en dos vías: una para el desarrollo de productos propios, y como un servicio adicional para el desarrollo de marcas originales para otras empresas.

"Si un cliente quiere podemos desarrollar un aderezo especial para su restaurante, un condimento específico, o una bebida en polvo, productos con sello personal de manera que ese aderezo o bebida solo se puede conseguir en su restaurante. Nosotros le vendemos la materia prima, o si lo prefiere el producto, desarrollado con su receta, a granel", comentó Quesada.

## Las Torres

Una de las más reconocidas marcas desarrolladas por Masterpac es Las Torres, una completa línea de siropes para bebidas a base de café, un producto con mucho potencial de crecimiento, tanto a nivel nacional como para la exportación, ya que el café es una bebida muy aceptada en todos los países. No obstante,



"Creemos que para competir se necesita mucha innovación, es la única forma de estar siempre al frente". Ricardo Quesada, Socio de Masterpac

Quesada asegura que antes de comenzar a exportar los siropes, espera consolidarse en el mercado costarricense. "La idea es crecer en forma sana y segura, seguir ofreciendo un producto de alta calidad. Somos conscientes de que para exportar tenemos que lograr que nuestro producto sea excepcional", comentó.

Quesada asegura que en la excelente presentación, el estricto control de calidad y los precios competitivos, se encuentra la clave del éxito de sus productos, sumado al servicio postventa que se ofrece a los clientes.

"No se trata solo de vender un producto, sino de ir de la mano con el cliente para que lo aproveche de la mejor manera, por ejemplo en el

caso de los siropes contamos con un equipo certificado de baristas que se encargan de dar el entrenamiento completo a las cafeterías y restaurantes, el éxito de ellos es el nuestro".

## Sello propio

Las Torres es una marca desarrollada por Masterpac, una variedad de siropes y toppings. Cuentan con 36 sabores de siropes, dos topping de chocolate, dos topping de fresa, tres tipos de glaseados. Entre los productos más recientes han desarrollado siropes light, licor de café, crema de café y una línea exclusiva de cremas con licor.

Más información al tel. 253-1296

# Café Britt Una combinación que supera las expectativas

Con innovación constante y empleando los más altos estándares de calidad, tanto en sus productos como en su servicio, Grupo Café Britt ha logrado consolidarse como líder en el servicio de café para hoteles, restaurantes y cafeterías de lujo.

Por Grupo Café Britt

La empresa no solo produce uno de los mejores cafés del mundo, también produce chocolates, licor de café, y muchos otros productos bajo la marca Britt. Adicionalmente, incorpora en su cartera productos importantes para complementar su oferta, como máquinas de espresso, endulzantes, siropes, vasos desechables, entre otros.

Su actividad va más allá de la producción y distribución, ya que una de sus principales fortalezas es el servicio post venta que le brinda al cliente: capacitación constante, servicios de mercadeo, servicio técnico internacional y todo canalizado a través de un galardonado call center interno, ubicado en su sede en Barva de Heredia.

La exclusiva cartera de clientes de Café Britt habla por sí sola, ya sea en el Golfo de Papagayo, la Riviera Maya o las alturas de Machu Picchu, los mejores hoteles, restaurantes y cafeterías son servidos por Café Britt.

Si desea ser parte de su distinguida clientela, puede contactarlos al teléfono 277-1620 o al correo electrónico [ventas@cafebritt.com](mailto:ventas@cafebritt.com).



¿UNA TAZA DE CAFÉ?...  
NOSOTROS VAMOS MÁS ALLÁ

Conquiste los gustos más exigentes de sus clientes.

GRUPO CAFÉ BRITT le ofrece una amplia gama de equipos, altamente sofisticados para la elaboración de bebidas de clase mundial.

Contamos con equipo que satisface las más diversas necesidades de hoteles, restaurantes, cafeterías y oficinas: Máquinas semiautomáticas, máquinas automáticas y equipo vending.

Le ofrecemos servicio técnico especializado y capacitación constante.

Distribuimos los mejores productos para complementar su servicio de café gourmet.

BUNN FETCO  
FAEMA LA CIMBALI NECTA

GRUPO CAFÉ BRITT, S.A.  
Tel: +506 277-1620 / Fax: +506 277-1699 • [www.cafebritt.com](http://www.cafebritt.com) / [ventas@cafebritt.com](mailto:ventas@cafebritt.com)

## Recuperación quirúrgica

# Mercado atractivo



La recuperación quirúrgica es el más caliente turismo de Costa Rica, se trata de un mercado que apenas despierta, pero que promete mucho crecimiento.

Precisamente, ese mercado es el que Raúl Cossío espera complacer en su hotel Paradise Cosmetic Inn, cuya inauguración está programada para mediados de marzo.

Este abogado norteamericano asegura que espera recuperar la inversión inicial de 3 millones de dólares en un plazo de tres años, esto porque considera que el producto que ofrecerá está por encima de lo que se consigue actualmente en el mercado y además, la demanda para este tipo de servicios ha crecido considerablemente. Oficialmente, el hotel no ha abierto sus puertas, pero hay solicitud de reservaciones desde hace varios meses, de clientes que se han enterado del hotel por medio del mercadeo por Internet, y según Cossío una vez que se abra, aumentará la demanda por recomendación de los mismos clientes satisfechos.

**¿Por qué decidió invertir en Costa Rica?**

- Costa Rica es un hermoso país y tiene características ideales para el turismo de salud. Hice varios recorridos como turista y una vez que analicé este mercado en específico, empecé con la planificación de este proyecto que estoy seguro que será un éxito rotundo.

**¿Qué lo hizo decidirse por este nicho específico de mercado?**

- A diferencia de otros mercados, por ejemplo el turis-

mo ecológico, el turismo de salud tiene un crecimiento que se incrementa en forma paulatina y que tiene una variable muy interesante y es que los sitios conocidos como "centros de recuperación" o "recovery homes" construidos hasta el momento, son casitas a las que se le han hecho remodelaciones para recibir a los pacientes y ninguno es un lugar diseñado específicamente para estos huéspedes.

**¿Cuál es la diferencia con cualquier otro hotel?**

- Los hoteles regulares no cuentan con la atención personalizada ni el conocimiento para tratar con personas que vienen al país a realizarse una cirugía.

**¿Qué tan importante es este mercado en Costa Rica?**

- Costa Rica tiene características difíciles de reunir en otros sitios. Por ejemplo, la mayor parte de los cirujanos plásticos están certificados en los EE.UU., en su especialidad y actualizan sus conocimientos constantemente. Por otro, lado las clínicas y hospitales privados no tienen nada que desearle a los centros hospitalarios del primer mundo, y a todas estas razones se le puede añadir un país de paz y con precios de un 20% a un 40% menos que los de Estados Unidos y Canadá.

**¿Cuáles son las principales estrategias de mercadeo que utiliza para promocionar su hotel?**

- En el mercado nacional se utilizan impresos y visitas a los diferentes públicos que pertenecen al mercado y en el exterior además de los diferentes tipos de publicaciones, spots en medios de comunicación, representantes de ventas ubicados en diferentes lugares de EE.UU., mercadeo en línea -internet- y participación directa en actividades relacionadas con cosmetología y estética.

**Saludable y sin estrés**

**¿Qué características específicas debe tener un hotel de este tipo?**

- Para dar un servicio en el que el cliente quede 100% satisfecho se debe contar con un mínimo de: transporte en un vehículo cómodo, servicio de enfermería 24 horas, respaldo de médicos cirujanos plásticos reconocidos por el Colegio de Médicos, habitaciones cómodas con vista y todos los servicios básicos que incluyan barra de seguridad en los baños, rampas para pacientes que ingresen en silla de ruedas, menús especiales para pacientes de recuperación, camas de hospital para pacientes que se recuperan de varias cirugías, servicio de traslado en ambulancia para emergencia y otros.

**¿Cuáles servicios ofrecerá en su hotel?**

- Todos los anteriores. Transporte, hospedaje con servicio de alimentación incluido a precios muy accesibles, consultorio odontológico ubicado en nuestra misma infraestructura, spa, servicio gratuito de Internet y llamadas internacionales.

"Todo esto va acompañado de personal bilingüe y capacitado para trato específico de huéspedes que necesitan recuperarse de su procedimiento de cirugía plástica u odontológico".

**¿Cuál es el promedio de inversión que hace un cliente durante su estadía en su hotel?**

- Este tipo de huésped tiene una estadía promedio de \$630 dólares semanales, sin incluir servicios como el spa, tratamientos dentales y tours a diversos lugares del país.

**¿Quién será la persona encargada de la cocina: un chef o un nutricionista?**

- Paradise Cosmetic Inn cuenta con menús balanceados preparados por nutricionistas, pero además se siguen rigurosamente las indicaciones del médico para cada uno de los pacientes.

**¿Cuáles son las ventajas de su hotel sobre la competencia. Qué los diferencia?**

- En primer lugar, que el hotel fue construido específicamente para la recuperación de estos pacientes y no es una casa con remodelaciones como otros sitios que existen actualmente. Existen profesionales en las diferentes áreas que nos han asesorado para garantizar la satisfacción de los turistas y un personal capacitado.

"Los precios son competitivos, estamos ubicados en San Antonio de Escazú, cerca de las principales clínicas y hospitales privados y contamos con una vista impresionante y una temperatura perfecta para que el turista regrese a su país de origen más saludable y sin estrés".



## Cuidados intensivos

Según el Doctor Juan Ramón Póveda Xatruch, Especialista en Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética, las principales cirugías estéticas que se realizan en el país son aumento mamario; liposucción/lipoescultura; abdominoplastia (tummy tuk); levantamiento de bustos; cirugía de párpados y corrección de papada.

Póveda asegura que la construcción de hoteles especializados en la atención de los pacientes de cirugía, coloca a Costa Rica en un sitio de preferencia, dada la cantidad de especialistas que ofrecen estos servicios y el considerable aumento del turismo de salud en el país.

**Lo que debe tener...**

El especialista asegura que un hotel de recuperación quirúrgica debe contar con características específicas tales como accesos apropiados para que el paciente operado se pueda desplazar cómodamente, sin necesidad de subir escaleras o hacer esfuerzos que compliquen la recuperación, además es ideal un ambiente tranquilo que permita su relajación lejos del ruido y la contaminación ambiental de la ciudad. Debe contar con lo mínimo necesario de equipo médico de monitoreo para los cuidados de enfermería y un stock de medicamentos y equipos para curaciones, además debe estar localizado cerca de hospitales para poder resolver cualquier complicación de último momento.

"Lo ideal sería contar con una nutricionista de planta y que se realicen comidas o menús personalizados según el paciente y sus requerimientos especiales (diabéticos, hipertensos, vegetarianos, kosher, etc)".



## Turismo es la tercer fuente de ingresos en Honduras Ministro quiere más

Ricardo Martínez, Ministro de Turismo de Honduras, afirma que después de las remesas provenientes de Estados Unidos y la maquila, la actividad turística es la tercera más importante, pero quiere y tiene el objetivo de que genere más.

A l igual que el resto de vecinos centroamericanos, Honduras es un país con numerosos atractivos, sin embargo, como reconoce su Ministro de Turismo, Ricardo Martínez, es mucho el trabajo que tienen para convertir esa actividad en la principal, superando a los ingresos provenientes de las remesas. Martínez asumió la cartera de turismo en el 2005, y en esta entrevista comenta algunos de los principales proyectos que espera realizar de aquí al 2010, año que

dejará el cargo.

**¿Cuál es la zona de mayor potencial turístico de Honduras?**

- Las visitas por placer se concentran en litoral Atlántico, con actividades como el buceo y el turismo arqueológico en las ruinas Mayas de Copán. La Zona Sur tiene un alto potencial, incluso me atrevo a decir que es más espectacular que el Golfo de Papagayo, en Costa Rica.



Sarina Martínez es dibujante, y además tiene un taller de guitarras, ella vive en Valle de Ángeles, un pueblo típico en las afueras de Tegucigalpa. Para el ministro de turismo, una de las prioridades es lograr que personas como Sarina se beneficien directamente del turismo.

“Tiene islas, una bahía para deportes acuáticos, manglares, está la Isla Amapola, donde el principal atractivo es su casco histórico. Lo cierto es que tenemos mucho que ofrecer”.

**¿Cuál es la principal debilidad?**

- La falta de habitaciones. Sólo contamos con 20 mil habitaciones, y la demanda es mucho más alta, aunque en este momento se están construyendo varios proyectos en diferentes partes del país. En Tegucigalpa, están los mejores hoteles, enfocados principalmente al turismo de negocios, como es el caso del los hoteles del Grupo Real, que cuentan con todas las comodidades.

**¿Cuáles son los principales ejes de acción de su ministerio?**

- Fomentar la demanda de inversión turística, para lo que contamos ya con una agencia de relaciones públicas en Orlando, con un presupuesto de un millón y medio de dólares, para invertir en publicidad en revistas especializadas, ferias, entrenamiento de agencias de viajes, y otros puntos que generen interés en Honduras. “Otro aspecto de la agenda es lo que se conoce como “puesta en valor del atractivo”, porque de nada nos sirve tener recursos naturales sino contamos con la infraestructura, y específicamente en los próximos dos años vamos a invertir 40 mil dólares en rescate de sitios arquitectónicos, para que el turista pueda apreciarlos”. “Y finalmente, crear un entorno de competitividad, impulsando buenas prácticas de desarrollo sostenible, de manera que la actividad turística beneficie a la mayor cantidad de personas”.

**¿Qué importancia tiene la actividad turística para la economía hondureña?**

- Es importante, pero queremos que sea aún más. Al cierre del 2006, el turismo significó \$400 millones de ingresos, con más de cien mil personas trabajando en el sector. Aun así, representa la tercera actividad económica del país, en primer lugar están las remesas provenientes de Estados Unidos, y en segundo lugar la maquila, somos el mayor exportador de camisetas del mundo.

### Estatua Morazán ¿Es o no es?

En política, hay un conocido refrán que dice que más vale una mentira bien difundida que una verdad mal contada, y Honduras no es la excepción. Se dice que esta estatua de Francisco Morazán que los liberales mandaron a hacer a un taller en París en el año 1882, no es la verdadera.

La duda comenzó por un rumor que difundieron los del partido conservador, quienes aseguran que el encargado de recoger la estatua gastó parte del dinero en fiesta, cuando llegó al taller, como no le alcanzaba el dinero se trajo esta, que según dicen pertenecía a un general del ejército de Napoleón Bonaparte. La duda nunca ha sido aclarada, pero lo cierto es que se trata de una obra de arte digna de admiración.

## Chuleta de cordero al grill sobre hongos al fungi y acelgas

### Para el cordero

#### Ingredientes:

180 gramos de chuletas de cordero  
3 gramos de sal  
3 gramos de pimienta  
60 gramos de aceite de oliva

#### Preparación:

Marinar muy bien las chuletas de cordero y marcar al grill a término medio rojo.

### Para las acelgas

#### Ingredientes:

40 gramos acelgas fileteadas  
2 gramos de ajo  
30 gramos de mantequilla  
2 gramos de sal. 1 gramo de pimienta

#### Preparación:

Guisar las acelgas con mantequilla y ajo en una sartén muy caliente. Es importante guisarlas muy rápidamente, sazonar.

### Para los hongos al fungi

#### Ingredientes:

200 gramos de hongo porchi hidratado  
Consomé de hongo  
30 gramos de porcini en polvo  
100 gramos de tomate deshidratado  
Medio litro de crema dulce  
40 gramos de cebolla  
200 ml de salsa de hongo porcini  
60 ml de aceite de oliva  
30 ml de mantequilla

#### Preparación:

Guisar la cebolla con aceite de olivo y agregar la mantequilla, el hongo porcini y dejar cocinar un poco.

Agregar el tomate deshidratado. Por separado mezclar el consomé de hongo porcini crema dulce y la salsa de hongo porcini e incorporar a la mezcla anterior, dejar hervir y rectificar el sazón.

**Para decorar,** agregar reducción de vino tinto. 1 litro de vino tinto, 120 gramos de azúcar

**Preparación:** Reducir hasta formar un caramelo.

# Chef Leopoldo Cortés Mucho sabor

# en Tabacón

La pasión por la comida, y la influencia de dos chefs en su familia, llevaron a Leopoldo Cortés a inclinarse por la cocina hace más de 12 años, cuando eligió esta profesión.

Ala cocina de Tabacón Grand Spa Thermal Resort llegó sin proponérselo y con una única recomendación: su propio trabajo. "Me contactó el gerente general en una ocasión que fue a cenar al lugar donde trabajaba anteriormente".

Desde su llegada hace casi un año, ha enfocado gran parte de sus esfuerzos en la renovación del menú, cuya propuesta consiste en la mayor variedad posible, "el menú que implementé actualmente se caracteriza por la diversidad. La idea es que el cliente encuentre lo que desee, ya sean pastas, mariscos, carnes, ensaladas, vegetariano, y desde luego si quiere algo especial, se le prepara sin problema. Tenemos la capacidad para satisfacer el gusto más exigente".

Asegura que la oportunidad de conocer diferentes países, culturas y sobre todo personas ha sido de las mayores satisfacciones que le ha dado su carrera, que también conlleva un sacrificio. "Se sacrifican muchas cosas de la vida personal y familiar, pero cuando se logra un equilibrio entre el trabajo y la vida personal se toma muy bonito y se disfruta mucho lo que se hace y eso se manifiesta en el trabajo".

Para Cortés la cocina es como una obra de arte, donde la personalidad del artista se refleja al cien por ciento. "Si uno se encuentra en un estado de ánimo crítico se refleja en el trabajo. Esta es una profesión que se le tiene que dedicar demasiado tiempo para que todo marche a la perfección".



## Camino recorrido

Leopoldo Cortés ganó **medalla de bronce** en el Concurso de Cocina Profesional **Maestr@ Culinari@**, que tuvo lugar en el marco de **Exphore 2006**. Medalla que se suma a su amplia experiencia y reconocimiento en concursos internacionales de alto nivel. Igualmente, ganó un **tercer lugar** representando a México en la copa del mundo en cocina, evento organizado por la Academia Culinaria de Francia 25 y 26 de octubre del 2004, en París Francia.

**Primer lugar** en la final nacional en el concurso Bocuse d'Or categoría carnes en la ciudad de México Nov. 2001.

**Primer lugar** en la final Nacional en el Toque d'Or en la Ciudad de México Nov. 2000

Primer lugar en el concurso nacional La Parade Des Chefs en la Ciudad de México del 7 al 9 de Oct. 1998.

**Segundo lugar** en la final nacional en el concurso Bocuse d'Or en la Ciudad de México el 24 de May 1998.

**Segundo lugar** en el concurso nacional La Parade Des Chefs en la Ciudad de México del 8 al 10 de Octubre 1996.

**Tercer lugar** en la final nacional en el concurso Bocuse d'Or en la Ciudad de México el 18 de junio de 1996.

## Fuerte competencia para los restaurantes Se armó el equipo en el Inter

Con una variada oferta que pasa por las carnes, el sushi, las pastas y las tapas, el Hotel Real Intercontinental busca posicionarse como el nuevo centro gastronómico del oeste.



El Grupo Real invirtió un total de **\$5 millones** en los nuevos restaurantes, y esto forma parte del proceso de renovación del hotel, con 12 años de haberse abierto. **Nau Bar:** Bar de Sushi / **Alfredo:** Especialidades italianas / **Factory:** Steak and Lobster / **Zambra Bar:** Bar del lobby, especialidad en tapas

**D**aniel Cañas, Director de Alimentos y Bebidas del hotel Real Intercontinental, Costa Rica, decidió salir en la cacería de clientes locales y para ello asegura que su principal arma es regirse con precios del mercado local. El sushi en el Nau Bar cuesta alrededor de 3000 colones con impuesto, un cóctel en Zambra puede costar 2000 colones, dependiendo de la complejidad, lo cierto es que se trata de precios iguales o incluso menores a los que se encuentran en los restaurantes de la zona.

“Queremos trabajar con mentalidad de restauranteros, muy enfocados en el cliente. Tenemos claro que nuestra primer competencia es San José, y en ese sentido nuestros precios son comparables al resto del mercado, sumado a la calidad y el servicio que estamos acostumbrados a ofrecer”.

El Intercontinental recién abrió cuatro nuevas opciones, entre los que se encuentran un bar de sushi, un bar de tapas, y dos restaurantes más, uno de especialidades italianas, y otro de carnes y langosta. En este último la cocina está dividida del salón por un vidrio, por lo que desde la mesa el cliente puede ver a los chefs en acción.

Cañas comentó que cada restaurante se va a promocionar de manera individual, ya que con esto buscan posicionarse como un lugar con varias opciones, con el propósito de “sacar de la cabeza de los clientes la idea de que se trata del restaurante del hotel. Al ofrecer especialidades estamos respondiendo a la tendencia mundial que se ha venido dando en los últimos veinte años, donde los clientes buscan una opción especializada”.

**1 Bryan Flores: costarricense, con 19 años de experiencia.** El es Sous Chef, y tendrá a cargo tanto la supervisión de los restaurantes como el departamento de banquetes. Su especialidad es la comida Kosher, y según comentó los eventos y banquetes Kosher tienen mucha demanda en el hotel.

**2 Sergio González: chef argentino con 9 años de experiencia.** Estará a cargo del restaurante Factory, “una pequeña fábrica de buena carne, langosta y pescado”. En el Factory se sirven cortes de carne importada de selección Angus, y otros cortes chilenos, nicaragüenses y nacionales. La langosta es importada de Maine, el pescado de las costas costarricenses.

**3 Marco Cavenago: italiano con 13 años de experiencia.** Primera vez que trabaja para el Grupo Real. Estará a cargo del Restaurante Alfredo di Roma. Una franquicia italiana, fundada en 1908, conocida mundialmente porque su fundador fue el inventor del Fettuccine Alfredo. “Mi meta es darle a la franquicia la mayor fidelidad, es decir que el cliente que ha frecuentado Alfredo di Roma en otras partes del mundo, reconozca aquí los mismos sabores”.

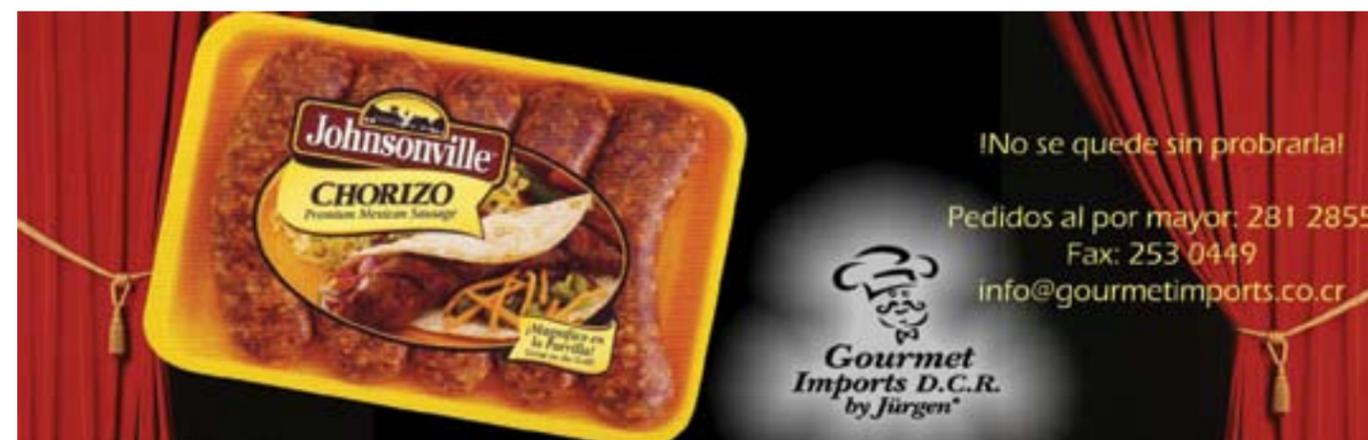
**4 Marcial Cañas, nuevo Chef Ejecutivo.** Salvadoreño con 17 años de experiencia. Estará a cargo de toda la operación. “Cada restaurante tiene una especialidad, un estilo, mi trabajo es revisar los detalles de la operación con cada chef”.

Equipo Intercontinental: El Hotel Real Intercontinental ya completó su nuevo equipo de trabajo: Marcial Cañas, Chef Ejecutivo, Ramón Diago, Gerente General, Imade Budiana, Chef de Azulejos, Marco Cavenago, Chef Alfredo di Roma, Uber Bustamante, Chef Nau Bar, Bryan Flores, Sous Chef y Sergio González, Chef del Restaurante Factory.

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

**Johnsonville**

**Gourmet Imports D.C.R.**



explore



## ¡Explore se adelantó!

Ahora sí es cierto que Explore 2007 está a la vuelta de la esquina, ya que este año no será en setiembre como originalmente estaba desde hace algunos años, sino que se celebrará del 26 al 28 de junio. Según explican los organizadores se trata de una estrategia para beneficiar a expositores y asistentes.

¡Así es! En primer instancia, la fecha se varió principalmente a que en el mes de setiembre se da un aumento en la intensidad de las lluvias “y no queremos correr riesgos en este sentido, con las emergencias que vivimos el año anterior y en la que algunos clientes y visitantes se vieron afectados”, destacó Karl Hempel, Presidente de Explore.

Hempel indicó además que el mes de junio, “aunque es parte de nuestra época de invierno, éste presenta menores precipitaciones y de menor magnitud”.

Por otra parte, la organización del evento considera que esta nueva fecha tiene como ventaja una mayor proyección de negocios entre expositores y clientes, ya que tanto hoteleros como dueños de restaurantes, pueden tener una mayor planificación de sus compras de cara a la época fuerte de fin de año, y además es precisamente un momento ideal para realizar inversiones y aplicar presupuestos.

Las campañas publicitarias y de promoción de la feria se mantienen y desde este momento arrancan, pero con una mayor intensidad.

Explore 2007, será en el Centro de Eventos Pedregal, en la Ribera de San Antonio de Belén, en Heredia.

### Galería de novedades

Según las estadísticas que han arrojado otras ferias de Explore, El 30,9% de los visitantes buscan productos nuevos y el 30,6% busca variedad de productos.

Así las cosas, en EXPHORE 2007 se creará un espacio dedicado exclusivamente a los productos nuevos que se presentarán en el evento, en el que los visitantes podrán conocer directamente los productos, sus utilidades, y votar por el producto que consideren más innovador, en diferentes categorías: alimentos, bebidas, equipo, utensilios, tecnología, entre otros.

Los expositores podrán inscribir con anticipación sus innovaciones, enviando los datos que solicite el Comité Organizador.

Indudablemente, esto se convierte en un atractivo más para el público visitante.

PATROCINA  
*Apetito*  
Las mejores publicaciones y promociones

¡Hará grandes negocios!

[www.explore.com](http://www.explore.com)



**EXPHORE**  
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

No se pierda la exposición más grande del país de proveedores de hoteles y restaurantes, donde los visitantes buscan:

1. Ver nuevos productos
2. Encontrar nuevos proveedores
3. Ampliar contactos
4. Reforzar relaciones con sus proveedores actuales

26 al 28 de junio del 2007  
Centro de Exposiciones Eventos Pedregal  
Tel. (506) 520-0070, ext 132  
Para exhibir: Guillermo Rodríguez,  
Asesor Comercial • Tel. 383-1651

# Recuerde que EXPHORE EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES se realizará del 26 al 28 de junio del 2007.

*Regístrese como visitante desde ya:  
Envíenos sus datos al fax (506) 520-0047  
para enviarle su gafete personalizado.*

Nombre: \_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
Empresa: \_\_\_\_\_  
Telf.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
Apdo. \_\_\_\_\_ Cód. \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Actividad de la empresa: \_\_\_\_\_  
Desea una suscripción a la revista *Apetito*? Sí  No

Regístrese también en [www.exphore.com](http://www.exphore.com)



## ¿Cómo influye la copa en la cata?

expovino

Los vinos tintos tienen un mayor contenido alcohólico, por lo que exigen copas grandes y más abombadas. Para los blancos son más adecuadas las de tamaño mediano y pequeño, menos abombadas, que acentúan sus notas frutales.

**R**iedel®, una familia dedicada a la fabricación de copas de cristal, distingue entre tres tipos principales de aromas, cada uno situado en una zona diferente de la copa: los aromas florales y frutales son leves y frágiles, y ascienden rápidamente hacia el borde de la copa. Los verdes, minerales y terrosos se sitúan en una zona intermedia. Los aromas relacionados con la madera y el alcohol son los más intensos y permanecen en el fondo. De esta manera, según la variedad del vino y su aroma característico, será mejor usar una copa que se ensanche o se abombe en el lugar apropiado para "sacar" sus cualidades.

### Saber elegir

Una copa inapropiada para una variedad determinada de vino puede resaltar los puntos flacos de un vino. Una buena copa, además de potenciar las virtudes de un vino, esconderá sus defectos. Asimismo, el cristal fino es el más adecuado para la cata, ya que permite una comunicación más estrecha entre el paladar y los labios y es más agradable al tacto. Además, permite distinguir

mejor el color de la bebida. El diámetro del borde de la copa determinará la postura de la cabeza en el momento de beber. Con las copas de boca ancha, usadas para vinos tintos, la cabeza se inclina hacia adelante para sorber, mientras que en las estrechas, como en las que se usan para el vino espumante, el movimiento será hacia atrás. De la postura dependerá la llegada del líquido hacia zonas diferentes de la lengua, donde se registran los principales sabores (dulce, ácido, salado y amargo). En todos los casos, la boca de la copa debe cerrarse ligeramente para concentrar los aromas y poder agitar el vino en el momento de la cata sin derramarlo.

Tomado de [www.elsitiodelvino.cl](http://www.elsitiodelvino.cl)

### Lo que NO se debe hacer al momento de servir el vino

El primer error a la hora de servir vino es equivocarse con la temperatura. El segundo, llenar la copa.

**1. No servir el vino tinto caliente.** La temperatura máxima de una botella es 18°. Los tintos jóvenes y los de baja calidad, se sirven entre los 15° y los 16°. Los blancos se sirven entre los 16° y los 9°. El champagne y los espumosos, entre los 8° y los 9°.

**2. No servir la copa a los tres cuartos.** No es elegante pasar de la mitad del contenido, y además el vino se calienta en la copa.

**3. No servir un blanco después de un tinto.** Siempre el blanco antecede al tinto.

**4. No servir en la misma copa dos tipos diferentes de vinos.** No importa que los dos sean blancos o que los dos sean tintos. Cada vino debe tener una copa.

**5. No servir un tinto añejo antes que un tinto joven.** Si en la comida hay añadas diferentes, se va en orden descendente, del más joven al más viejo, no al revés.

**CABERNET WINE SHOP**

Centro Comercial Calle Real  
San Pedro  
Tel: 281-2101  
Horario: Lunes a viernes de 10am a 6:30pm,  
sábado de 10am a 2:30pm.

Centro Comercial La Carpintera  
Curridabat, carretera vieja a Tres Ríos  
Tel: 271-8279  
Horario: Lunes a sábado de 10am a 7:30pm.

**RIEDEL**  
THE WINE GLASS COMPANY

Pasta y Basta:

## Artesanos del sabor

Pasta y Basta se consolida como una empresa que responde a las exigencias del mercado costarricense, sin perder de vista la visión con la que nació: ofrecer recetas familiares italianas, fáciles de preparar y saludables.

En 1996, Roberta Ravano, comenzó a vender pastas rellenas que preparaba en la cocina de su casa. La venta entre amigos fue creciendo y muy pronto la pequeña fábrica familiar no sería suficiente para la demanda de los productos, sólo tres años después, las recetas familiares de Pasta y Basta se estaban comercializando en supermercados, hoteles y restaurantes.

Con el tiempo, en respuesta al creciente requerimiento del mercado, la compañía ha incorporado algunas máquinas semi industriales a los procesos de preparación, pero manteniendo los procesos artesanales, siempre bajo la celosa mirada de KKK (apellido de la mamá), quien se desempeña como la supervisora de calidad.

### Sello personal

En la línea de pastas rellenas cuentan con una amplia variedad de rellenos que van desde los clásicos como la espinaca y la carne, hasta los de "moda" como el salmón, la berenjena y jamón serrano.

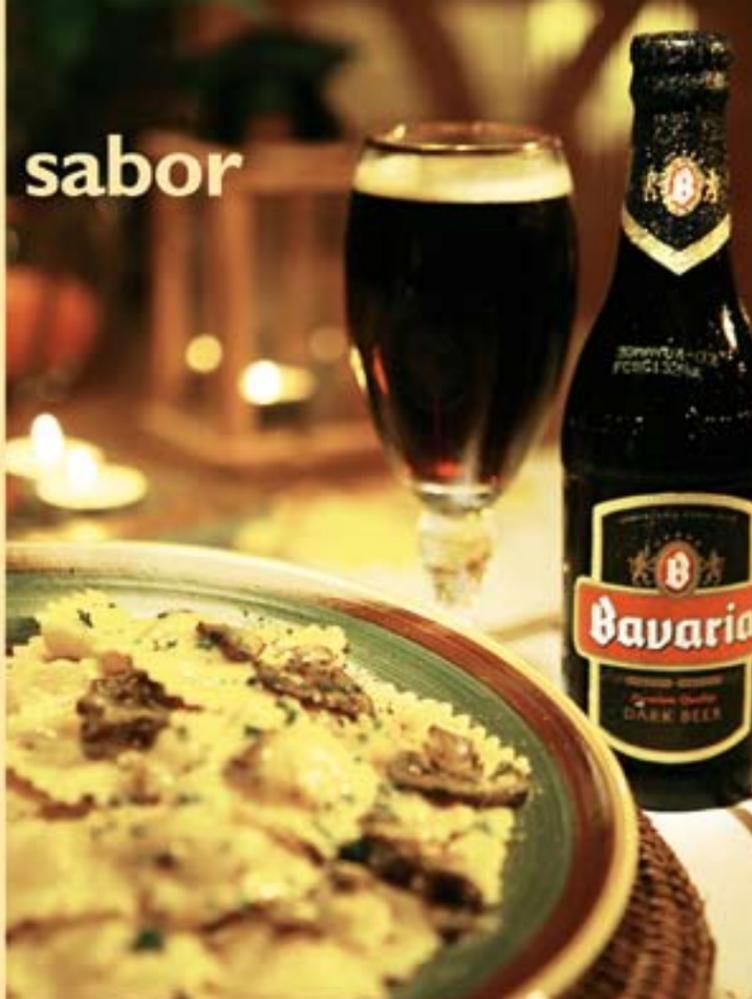
En el caso de los hoteles y restaurantes, Pasta y Basta ofrece la posibilidad de personalizar los productos de acuerdo con las especificaciones de cada cliente, ellos se reúnen con el chef o con el dueño del restaurante, quien solicita el tipo de pasta que desea, con rellenos específicos, luego el equipo de producción hace una propuesta, y una vez satisfecho el cliente, se le produce en las cantidades que requiera.

Como explicó Lily Bonessa, Gerente de Ventas de Pasta y Basta, esta idea de ofrecer productos a la medida es un servicio más, que responde a lo que el mercado solicita, sin perder de vista su razón de ser "desde el más pequeño que prefiere los productos personalizados, hasta el que busca cantidades grandes que le permitan trabajar con bajo costo, en ambos casos mantenemos los principios de calidad que rigen la compañía", comentó.



Lily Bonessa, Gerente de Ventas de Pasta y Basta "Nos consideramos socios de nuestros clientes, sabemos que nuestro trabajo influye en el crecimiento y éxito de sus negocios".

Para hacer sus pedidos de Pasta y Basta, llamar al teléfono (506) 222-2272



### Pasta Cerveza y Basta

#### Ravioles con carne en Salsa de Champiñones

##### Ingredientes:

- 500 g Raviolos con carne Pasta y Basta
- 185 g champiñones cortados en rodajas
- 1 limón pequeño (la ralladura de su cáscara)
- 25 g de mantequilla
- 1 diente de ajo machado
- 315 ml crema dulce
- Una pizca nuez moscada
- Queso parmesano rallado, al gusto
- Sal y pimienta, al gusto

##### Preparación:

Derreta un poco de mantequilla en una olla y sáltate los hongos a fuego alto. Añade el ajo, la crema dulce, ralladura de limón, nuez moscada y pimienta. Baje el fuego y continúe removiendo. Agregue queso parmesano rallado, déjelo cocer durante unos 3 minutos. Aparte, ponga a hervir 1L de agua salada augusto por cada 100 g de pasta. Cuando esté hirviendo, agregue la pasta directamente del congelador; revuelva y tape la olla. Deje cocinar durante unos 6 minutos. Pruebe, escurra y condimente con la Salsa de Champiñones

##### Recomendación

El sabor de este plato se complementa bien con una Bavaria Dark. Bavaria Dark: Complementa y corta suavemente, la redondez de la malta tostada armoniza con el sabor de la carne, los champiñones y la crema dulce pero a su vez corta un poco al final la crema debido casualmente al nivel de tostado que le otorga a la malta un nivel de sequedad en el paladar.

de compras

## Belca amigable con el ambiente

Belca Foodservice logra cosechar éxitos tanto en Costa Rica como en Honduras con la utilización de nuevos métodos de refrigeración para su flotilla de camiones.

Por Belca Foodservice

El programa Plan Manejo de Refrigerantes, está albergado por el proyecto denominado Oficina Técnica del Ozono que es la iniciativa que presentó Costa Rica ante las Naciones Unidas como mecanismo de ejecución de las directrices dictadas por el protocolo de Montreal.

Este documento dicta las pautas a seguir para la eliminación gradual de sustancias agotadoras de la Capa de Ozono, tales como el gas refrigerante R-12 utilizado en sistemas de transporte refrigerado y en sistemas de aire acondicionado automotriz.

Esta iniciativa ha reconocido el esfuerzo tanto logístico como financiero que ha realizado Belca Foodservice en la reconversión de las unidades de transporte refrigerado que utilizaban gas R12 a gas R134a, así como la adquisición de nuevo equipo libre de sustancias agotadoras de la capa de Ozono. La Oficina Técnica del Ozono trabaja en conjunto con el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE).

"Queremos que nuestros clientes y el pueblo costarricense se enteren de la labor ambiental y del esfuerzo realizado por Belca Foodservice en conjunto con el programa Plan Manejo de Refrigerantes de la Oficina Técnica del Ozono".

"Cada vez que observen un camión de Belca, nuestros clientes sabrán que estamos contribuyendo con la conservación de la capa de ozono y por ende del medio ambiente", indicó Federico Serrano,

Actualmente, Belca Costa Rica cuenta con 30 unidades y ya 13 cuentan con el nuevo sistema de refrigeración "y estamos en proceso de introducir el sistema al resto de camiones, además contamos con 2 unidades nuevas que se encuentran en funcionamiento en Belca Foodservice Honduras, donde recientemente hemos abierto operaciones con el mismo objetivo de Belca Costa Rica".

### Expansión hondureña

"Belca Honduras brinda el mejor servicio a nuestros clientes ofreciendo la mejor calidad y precios competitivos".

En Honduras, Belca está atendiendo principalmente la zona Norte del país que comprende San Pedro Sula, La Lima, El Progreso y Choloma.

También se están abriendo rutas en el corredor de Tela, La Ceiba, así como las Ruinas de Copan.

"Contamos con 2 camiones equipados para las 3 temperaturas, y viene un tercero en camino, en mes y medio ya contamos con más de 80 clientes".

Además, próximamente, estaremos presentes en Guatemala", enfatizó Serrano.

Fuerte inversión: La inversión en la nueva tecnología de los camiones fue de más de \$50.000.00. Federico Serrano, Gerente General de Belca asegura que "con este nuevo sistema los productos llegan en condiciones óptimas de acuerdo a sus características y a la temperatura, además de la ventaja global de cuidar nuestros recursos".



Para mayor información al teléfono: (506) 293-4075.

Belca Costa Rica distribuye más de 2500 productos. En Honduras se maneja una cantidad menor, y la idea es ir introduciendo más líneas conforme el mercado lo demande.

## Huellas, primeros pasos... de Felipe Motta Costa Rica

Hoy, después de ir acariciando y madurando por algún tiempo este gran paso, nace, Felipe Motta C.R. S.A, una subsidiaria de la prestigiosa compañía importadora y distribuidora de origen Panameño Felipe Motta e Hijos S.A.

Por: Felipe Motta Costa Rica S.A

Y es que han hecho falta 3 generaciones para que esta distinguida compañía con 48 años de mantener un fuerte liderazgo en la distribución Panameña de vinos y licores, tomase la firme decisión de implantarse en el altamente competitivo mercado costarricense.

Con la misma ilusión con la que Felipe Edgardo Motta, fundó una pequeña distribuidora de vinos y licores allá por los años 1958, en una esquina del tradicional Casco Antiguo de la ciudad, esa misma ilusión de la que tomó relevo Felipe Motta JR., que materializó y continúa materializando un espectacular crecimiento convirtiendo ese pequeño negocio familiar en un sofisticado y próspero negocio, hasta hoy, este nuevo proyecto encabezado por Fernando Motta, hijo del actual presidente, quien junto con sus hermanos Ricardo M. y Raúl M. asumen este nuevo reto de expansión internacional.

Muchos de nuestros proveedores nos lo han venido solicitando y con un mercado como el nuestro en Panamá ya muy desarrollado, pareciese proceso lógico continuar nuestra expansión hacia Costa Rica.

Un portafolio de 350 vinos de las más distinguidas casas, ha de permitirnos obtener una importante presencia en el mercado. Que no son solo vinos, algunos novedosos licores y un portafolio de prestigiosas empresas alimenticias, así como 3 reconocidas cerveceras completarán nuestra oferta al mercado.

### Mercado en evolución

"El mercado costarricense es creciente, exigente en fondo, forma y servicio, el costarricense afina cada vez más su paladar y exige una oferta que se ajuste a su evolución. Por otro lado, el turista demanda calidad en los servicios y en una oferta gastronómica variada la cual para ser exitosa debe ser completada por una carta de vinos, carta que en la actualidad debe contemplar las principales regiones vinícolas del mundo" asegura Pedro Verdu Font Gerente General de Felipe Motta en Costa Rica, enólogo de vocación que se ha desempeñado por los últimos 12 años como Director de Exportaciones para América de la Bodega Masia Vallformosa S.A.

Comenta Verdu, "contamos con un interesante y muy equilibrado portafolio de vinos, que abarca el gusto del nuevo consumidor así como también al consumidor más



"El primer paso para promover la Cultura del Vino lo da el consumidor con su curiosidad, y en Costa Rica esta curiosidad es ya muy latente", asegura Pedro Verdu.

experimentado. 350 vinos de las más prestigiosas casas como Morande de Chile, pionero desarrollador de vinos en el Valle de Casablanca o Protos de España, líder indiscutible en la Ribera del Duero, Martín Codax de Rías Baixas...que cuando de Albarinos se habla es punto y aparte, Valentín Bianchi de Argentina...una consagrada bodega. De California, Joseph Phelps, el TOP de los TOP entre los Vinos norteamericanos, Casa Girelli (Italia), Bodegas Victorianas (España), Bodegas Fortant (Francia), Nozzole, Cabreo etc. etc., cubren solo un pequeño espectro de nuestra posible contribución al mercado".

Mercado que no nos espera, dice Verdu, y que demandará paciencia, para obtener del mismo una buena participación. "Somos realistas ambiciosos, creo que serían las palabras que mejor podrían definir nuestro proyecto, pensamos que podemos aportar un buen conocimiento de las nuevas tendencias internacionales de consumo lo que sumado a nuestro excelente portafolio y un equipo de trabajo muy capaz deben llevarnos al éxito".

Porque los grandes momentos  
Exigen grandes marcas

Felipe  Motta

Felipe Motta Costa Rica  
Tel: (506) 293 0630 Fax: (506) 293 3228  
[www.felipemotta.com](http://www.felipemotta.com)

# Epson Piensa en alta tecnología

Basta con mirar atentamente alrededor para percatarse de la gran variedad de productos tecnológicos desarrollados para satisfacer las necesidades de los diversos tipos de negocios que existen en el mercado.

Por Epson

Y es en medio de esa convergencia tecnológica que Epson mantiene su cultura de innovación y creatividad al desarrollar exclusivas tecnologías que satisfacen esas necesidades, con productos como: soluciones para puntos de venta, Videoproyectores Multimedia, impresoras fotográficas de inyección de tinta, multifuncionales, impresoras láser y de matriz de puntos, consumibles y papeles originales, que son el resultado del avance y desarrollo de la tecnología.

## Tecnología inyección de tinta

Para mantener el liderazgo en un mercado tan competitivo, es fundamental incorporar tecnologías exclusivas en el desarrollo de productos, como el caso de la tecnología Micro Piezo, única en el mercado de impresión de inyección de tinta, controla electrónicamente la expulsión de la tinta sobre el papel, garantizando el tamaño de la gota y evitando la formación de pequeños puntos alrededor de la gota expulsada.

Sin embargo, la tecnología en el cabezal de impresión no lo es todo, pues las tintas juegan un papel importante en la calidad de impresión, cuando se trabaja con tintas de secado lento, se genera el problema de una penetración lenta en el papel y posibles mezclas de los colores de las tintas cuando se trabaja con altas resoluciones.

Para evitar ese desagradable efecto de secado lento, Epson utiliza en sus tintas la tecnología de secado rápido, con la

característica de ofrecer un alto nivel de penetración en el papel, ofreciendo al cliente la posibilidad de manipular la impresión inmediatamente cuando sale de la impresora sin mezclar los colores con los dedos.

## Solución para Punto de Venta

Epson tiene a su 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.

## Proyectors Multimedia

Los Videoproyectores Epson, han sido diseñados con lo último en tecnología de proyección con calidad superior, ideal para adaptarse a distintos tipos de hoteles, restaurantes y todo tipo de negocios.

Estos Videoproyectores incorporan la exclusiva tecnología 3LCD, la cual utiliza tres paneles de cristal LCD independientes, que garantizan imágenes con colores naturales, brillantes y reales, tecnología exclusiva de Epson utilizada por muchos otros fabricante de videoproyectores.

Pero además se incorpora en los nuevos modelos de Videoproyectores, la tecnología de lámpara E-Torl, innovada por Epson para concentrar la luz, consumiendo así menos energía y minimizando el calor, para lograr imágenes más brillantes y confiables.

## Impresión en gran formato

Con posibilidad de impresión en formatos de hasta 44 pulgadas (111.8 cm), incorporan diseños con tecnología de tinta de 8 colores, dando como resultado final una calidad fotográfica, siendo así el completo ideal para que hoteles, bares, restaurantes y otros negocios puedan imprimir todo el material promocional que usan en sus negocios.

Más información al teléfono: (506) 210-9500



## directorio...

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

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

**Información: Karina Delgado al Tel.: 520-0070 ext:150**  
Le elaboramos el arte sin ningún costo adicional.

## AIRE ACONDICIONADO

CLIMA IDEAL.....	TEL: 232-0460 / FAX: 232-4516
MULTIFRIO.....	TEL: 226-8071 / FAX: 226-3888

## ALIMENTOS

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

## AMENITIES

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

## ARTICULOS 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: 223-0111 / FAX: 222-2412
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: 261-6918 / FAX: 261-7354
DIPO - PEDRO OLLER.....	TEL: 256-0550 / FAX: 223-6045
DISTRIBUIDORA ISLEÑA DE ALIMENTOS.....	TEL: 290-6612 / FAX: 290-6615
DISTRIBUIDORA PANAL.....	TEL: 235-6898 / FAX: 235-2986
GLOBAL PARTNERS.....	TEL: 293-1896 / FAX: 293-2601
GRUPO CONSTENLA (DIVISIÓN FOOD SERVICE).....	TEL: 264-5000 / FAX: 254-8786
HORTIFRUTI.....	TEL: 272-1058 / FAX: 272-1610
KION.....	TEL: 680-0139 / FAX: 680-0679
MAYCA DISTRIBUIDORES.....	TEL: 209-0505 / FAX: 293-2326
PRICESMART.....	TEL: 283-4494 / FAX: 234-8937
PROVÉE.....	TEL: 216-3700 / FAX: 272-1995
RETANA Y SALMERÓN S.A.....	TEL: 440-1631 / FAX: 440-3745
COMERCIAL TAYÚ.....	TEL: 221-1263 / FAX: 221-3730
UNILEVER C.A. FOOD SOLUTIONS.....	TEL: 293-4411 / FAX: 293-4420

## FUMIGADORAS

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

## 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
FARO SUPPLIES.....	TEL: 290-2028 / FAX: 231-4065
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](http://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
---------------------	-----------------------------

**ANÚNCIESE EN CLASIFICADOS**

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

Para más información: 520-0070



**PRODUCTOS PROMOCIONALES**

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

**REFRIGERACIÓN**

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

**REVISTAS**

REVISTA APETITO <a href="http://WWW.APETITOENLINEA.COM">WWW.APETITOENLINEA.COM</a> .....	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: SVOLLINC@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
TRANSClima 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- LWS@HOTMAIL.COM



Por Luis Mesalles J.  
 Socio Consultor de Ecoanálisis

# Economía del 2006: un buen año



Desde el punto de vista económico, el 2006 fue un muy buen año para Costa Rica. El crecimiento de la producción fue alto, la inflación volvió a bajar al nivel promedio de los últimos años, el desempleo fue menor, el déficit fiscal fue de los más bajos en los últimos 10 años, y las reservas internacionales estuvieron en su nivel más alto históricamente.

La combinación de crecimiento con estabilidad financiera es algo que se da pocas veces dentro de la economía. Por eso, es importante revisar algunos de los determinantes de este resultado, y analizar si sería posible repetirlo.

Por el lado de la producción, su crecimiento será de aproximadamente 7 %, muy por encima del promedio de los últimos 10 años y del promedio para Latinoamérica en el 2006. El impulso de la inversión extranjera y la mejora en las expectativas, son los factores que explican el buen crecimiento.

En cuanto a los precios, la inflación viene con una tendencia a la baja, terminando el 2006 ligeramente menor al 10 por ciento. La cifra es buena comparado con los últimos 2 años. Sin embargo, si se compara con el resto de países de Latinoamérica, que tienen un promedio cercano al 5 por ciento, y donde únicamente Argentina y Venezuela superaran los 2 dígitos, el logro es a medias.

El auge inmobiliario ha impulsado a los sectores de construcción y de servicios, uno generador de mucho empleo, y el otro de empleos mejor remunerados. Si al menor desempleo se le suma una disminución del impuesto inflacionario, que recae más fuertemente sobre los ciudadanos más pobres, es de esperar que en la próxima encuesta el número de familias por debajo de la línea de pobreza se reduzca. A esto le debemos sumar que persiste una estabilidad financiera relativamente buena, ya que el déficit fiscal será uno de los más bajos de los últimos años. Los ingresos tributarios crecen fuertemente, lo que le ha permitido al gobierno aumentar el gasto público, especialmente en educación e infraestructura (que de todos modos mucha falta hacía), sin que el déficit aumente.

Las Reservas Internacionales terminaron el año en un nivel récord, por encima de los \$3,100 millones. El Banco Central ha venido ajustando su política monetaria, con el fin de amortiguar el efecto de la gran entrada de capitales externos. Primero, las tasas de interés bajaron en el segundo semestre, desincentivando a los inversionistas que quieren traer sus capitales financieros al país, pero a la vez perjudica el ahorro nacional y promueve la demanda.

En el último trimestre del año anterior, además, se modificó el régimen cambiario, pasando de las mini-devaluaciones hacia las bandas

cambiarías. Si bien este cambio ha tenido efectos inmediatos, al darse una baja en el tipo de cambio (revaluación del colón), las consecuencias sobre la economía se darán cuando haya transcurrido mucho más tiempo. La forma en que los empresarios e inversionistas toman decisiones, en cuanto a la determinación de precios, costos e inversiones financieras será muy diferente de ahora en adelante. Eso sí, el proceso de aprendizaje será duro.

**Buena imagen**

La fuerte entrada de inversiones al país, tanto del sector inmobiliario, como de nuevas empresas y la venta de empresas ya existentes, ha sido el factor que más ha influido sobre los resultados económicos del 2006. En este sentido, vale la pena resaltar la buena imagen que tiene el país a nivel internacional, como un buen lugar para invertir. Esta imagen se vio reforzada con la entrada del nuevo gobierno, gracias al prestigio del Presidente Arias, y a las mayores expectativas de que las reformas que requiere el país avancen más rápidamente (TLC, sus leyes paralelas, reforma tributaria).

Esto significa que, para que los buenos resultados del 2006 se repitan este año, y por muchos años más, las entradas de capitales al país y las buenas expectativas sobre el comportamiento de la economía deberían al menos mantenerse. En la eventualidad de que los inversionistas extranjeros le pierdan confianza a nuestro país, se perdería la estabilidad y el impulso que ha gozado la economía. De igual manera, si las expectativas de los costarricenses sobre el futuro se caen, el impulso que se le ha estado dando a la demanda y la producción, también se caerían.

Es de esperar que, en el tanto el gobierno mantenga una política económica consistente, que le permita continuar con la estabilidad financiera, y a la vez pueda avanzar en los cambios estructurales que la economía requiere (particularmente TLC, sus leyes paralelas y reforma tributaria), las expectativas de los inversionistas y consumidores seguirán siendo positivas. En el tanto la economía pueda seguir creciendo fuertemente, la inflación siga su tendencia a la baja, y los demás indicadores económicos mantengan buenos números, el bienestar de los costarricenses tenderá también a mejorar.

# Especial de Plantillas



## Planchas AP WYOTT

Una excelente alternativa de equipo de fabricación Americana. Rápido arranque y tiempo de recuperación que le permiten manejar picos en la demanda, el diseño único e inteligente de los quemadores favorece una distribución uniforme del calor en la superficie de cocción de 3/4". Disponible en 24", 36" y 48", modulares para calzar con quemadores y parrillas de la misma serie Champion.

Distribuye: TIPS S.A  
Teléfono: 290 2449



## Cocina a gas BF4-45 Big-Faster

Acero Inoxidable calidad 304 (presentación mate pulido), con un peso de 35 kilos. Dos parrillas de 35 x 70 cm. Varilla de 12.5mm (12") cromada. Poder calórico de 48.288 BTU por hora. Accesorios: Válvula espera de bronce, quemador de aluminio de gran durabilidad, perillas Wolf americana, bandejas recolectoras de residuos. Pilotos opcionales.

Distribuye: Electrofrío  
Teléfono: 244-5530



## Toastmaster Parrilla de 24" TMDC24

Con piezas radiantes en acero inoxidable sobre los quemadores que al calentarse irradian y mantienen un intenso calor y protegen los quemadores. Con parrillas reversibles de distintos grosores. Dos quemadores en "U" con una potencia de 60,000 BTUs hora. Con controles y piloto independientes para cada quemador.

Con bandeja recolectora de grasa y residuos. Con sellos de calidad NSF, CSA Flame y CSA Design.  
Equipos Nieto S.A.  
Tel: (506)222-6555



## Mesa fría especial

Batería de cocina con plancha, barbique, y quemadores. Gabinete inferior refrigerado con 6 gavetas para bandejas gastronómicas. Los equipos se diseñan de acuerdo a las medidas y necesidades específicas de cada cliente.

Distribuye: Equipos AB. Teléfono: 239-5516



## Plancha a gas, marca VULCAN

35000BTU, 120V termostato eléctrico. 24" sobre mesa, 1/2" sobre de acero, terminación de acero inoxidable, 3" de respaldo, 4" patas ajustable, conexión de gas trasera de 1/2" con regulador, Dimensiones (mm): 610 frente X 635 fondo X 435 alto

Distribuye: ProRepuestos Phi Keith & Ramírez Tel: 223-0111



## Dispensador de bolsas para sombrillas

Muy útil para áreas como el lobby, en zonas donde la lluvia sorprende en cualquier momento. Con este sistema, cada vez que se coloca la sombrilla o paraguas, queda empacado en una bolsa, evitando accidentes por pisos mojados.

Distribuye: Provehotel  
Teléfono: (506) 249 49 91



## Velitas DUNI 100 PACK

Producto Importado desde Suecia. Precio de venta \$ 2995.00 por paquete de 100 unidades.

Duración de cada velita 4 horas. Recomendación de Uso: Especial para candeleros de mesa y quemadores de aceite aromático.

Distribuye: Comproim  
Tel. 261-6918, 261-7354



## English Muffins

Desde 1933, los English Muffins de Bays han sido hechos con los más finos ingredientes y con la receta original y un método auténtico de manufactura. Se caracterizan por su textura porosa y vienen completamente partidos, para su conveniencia.

Importado por: Gourmet Imports DCR, S.A.  
Teléfono: 281-2855



## Secador de manos

Nuevo secador automático con sensor infrarrojo y coraza de aluminio. Muy eficiente, diseño único, traerá limpieza y economía a las manos de su empresa.

Distribuye: JopCo  
Teléfono: 215 3545  
E mail: jopcocr@racsa.co.cr



## Centenario Fundación XX años

Edición especial de aniversario, con una presentación elaborada a mano por artesanos costarricense. Se caracteriza por tener aroma afrutado, con notas de brandy. Posee un color ámbar fuerte, de sabor dulce muy agradable. Producto de exportación, calidad Premium y 100% nacional.

Distribuye: Centenario Internacional  
Teléfono: 272 0982



## Copa Coctelera

Exclusiva copa Riedel de la línea Extreme Restaurant. Sin duda alguna se trata de un implemento indispensable de su bar o restaurante. Le dará realce a sus cocteles.

Distribuye: Asehot Internacional  
Teléfono: 281 2481



Manuel Ardón



Javier Bolaños



José Miguel Zeledón

## ¿Qué medidas se toman para evitar la falta de agua en Papagayo?

Desde el nacimiento del proyecto, Polo Turístico Golfo de Papagayo tiene entre sus disposiciones la planificación y precaución en todos los aspectos, incluida la distribución del agua.

Cuenta con 840 hectáreas para el desarrollo de las obras previstas en el Plan Maestro del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que incluyen tres campos de golf, nueve sitios hoteleros, 2.000 unidades residenciales, un pueblo central, una marina, clubes de playa, campos de tenis y un museo.

Una de las inquietudes que surge alrededor de este proyecto es el suministro de agua, y según afirmaron diferentes entidades involucradas, no existe motivo para alarma en este sentido.

**Manuel Ardón, Director de Operaciones de Península de Papagayo**, una de las empresas concesionarias del complejo, detalla que, por ser un proyecto estatal, el 100% del agua potable es suministrada por el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA), tal como lo establece la Ley de Desarrollo del Polo Turístico Golfo de Papagayo.

Se crearon líneas de conducción independientes tanto para el agua potable como para la de riego, que permite reutilizarlas al máximo, de tal manera que luego del procesamiento del agua colectada, ésta regresa a la naturaleza a través del riego.

Además, se realiza un estudio que permitirá determinar el porcentaje de combinación de agua salina y dulce para el riego del campo de golf.

### 20 cuartos por hectárea

**Javier Bolaños Quesada, Director Ejecutivo de Polo Turístico Papagayo del ICT**, asegura que desde que nace la idea, surge como un desarrollo turístico sostenible, donde se planifica de manera tal que la distribución y abastecimiento de agua sea de acuerdo con las necesidades del complejo sin afectar el ambiente. No obstante, Bolaños afirma que en caso de una emergencia como la

que puede presentarse en cualquier lugar (daños físicos a las tuberías, inundaciones, entre otros), parte de los requisitos que se le exige a los hoteles es tener un tanque de agua que pueda abastecer a sus clientes durante al menos dos días.

En cuanto a la explotación del ambiente, Bolaños explica que la ley de Papagayo exige que un 70% del área dada en concesión sea verde, es decir, se permite un máximo de 20 cuartos por hectárea.

Además, todos los hoteles deben tener una planta de tratamiento de las aguas y tienen prohibido lanzar residuos al mar, aún cuando la ley permite arrojar cierta cantidad de algunos líquidos. "¿A qué empresa hotelera le interesa ver dañado su entorno?", comenta.

**Carlos Leiva Milano, Director de la Región Chorotega del AyA**, coincide con Bolaños en que las probabilidades de escasez de agua en Papagayo son casi nulas. "En Papagayo norte nunca ha habido problema. En Papagayo sur, es el único lugar que podría presentar alguna escasez durante el verano dado el aumento del consumo. Pero de ser así, se racionaría el consumo en Playa Hermosa dando prioridad de abastecimiento a los hoteles del complejo".

A esto, Leiva agrega que hay que incorporar al sistema tres nuevos pozos ya perforados en el sur.

**José Miguel Zeledón Calderón, Jefe del Departamento de Aguas del Ministerio de Ambiente y Energía (MINA E)**, recalca que la planificación que ha tenido este proyecto permite tener tranquilidad en cuanto al abastecimiento del recurso hídrico. "Hay muchas fuentes de abastecimiento como para que falle, además de que está ideado a largo plazo y no para las necesidades del día a día".



¿Sabe usted de qué tamaño es su mercado potencial?

En el mundo existe **más de 1 billón** de usuarios de Internet.

**Incremente sus ingresos a través de Internet**  
Servicios que ofrece EKA Consultores

- Confección de páginas web
- Banners en nuestros boletines semanales y páginas web, visitadas por empresarios de distintos sectores.

[www.ekaconsultores.com](http://www.ekaconsultores.com)

Informes  
Vanessa Rodríguez.  
Tel. (506) 520-0070 ext. 124  
vanessa.rodriguez@eka.net



El tomar licor es nocivo para la salud / CP-224-2001



*Ron Importado, Añejado para un mejor sabor*

DISTRIBUIDORA  
**Yamuni** S.A.  
Tel.: 227-2222 · 227-2535