

Sistema más avanzado de proceso alimentario

Una compañía de Quebec ha inaugurado una fábrica que utilizará las técnicas más adelantadas para convertir productos residuales del queso en concentrados alimenticios.

La Sodispro Technologie Limitée de St. Hyacinthe, Quebec, ha construido esta nueva instalación, la primera de su tipo, para producir concentrados proteínicos y lactosa bajo un techo. La fábrica de 6.410 metros ² de superficie se encuentra en una zona que produce el 55 por ciento del queso de Canadá y absorberá el 50 por ciento de los productos residuales de las fábricas de queso de la región de St. Hyacinthe.

Contratos a largo plazo

La Sodispro ha suscrito contratos a largo plazo para el suministro de materia prima y contratos para la venta de toda su producción en los próximos siete años, primariamente a Japón y a la República de Corea. La compañía dará empleo a 50 trabajadores en la nueva fábrica, pudiendo aumentarse esta cifra a 73 en el segundo año de operación.

La Sodispro convierte productos residuales de queso en concentrados proteínicos y lactosa mediante una tecnología concebida en Europa, pero refinada por la compañía hasta conseguir un sistema más eficiente y rápido que utiliza menos energía y ocupa menos espacio. La compañía tiene todavía acuerdos de intercambio tecnológico con empresas europeas. La nueva fábrica incluirá también un centro de desarrollo, investigación y con-



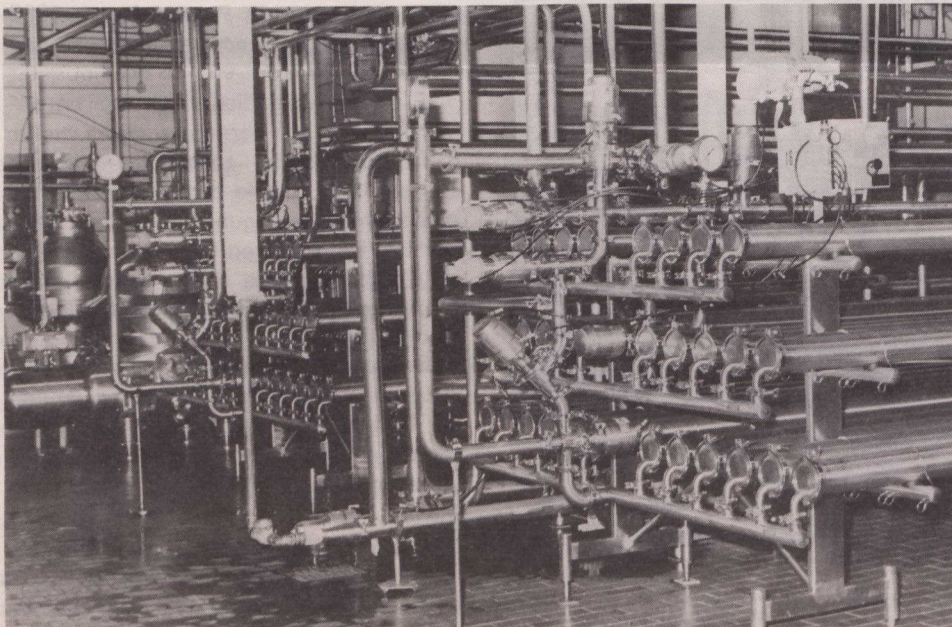
Nueva fábrica Sodispro en St. Hyacinthe.

trol de calidad ultramoderno.

Un beneficio adicional del proceso es que elimina un gran problema de contaminación en la región de Quebec causado por el vertido de los productos residuales del queso por las fábricas.

Inversión total

La inversión total de Sodispro en la fábrica es superior a 20 millones de dólares, de los cuales 12 millones corresponden al equipo elaborador. De este total, el Ministerio Federal de Expansión Económica Regional ha concedido \$3.5 millones. El Ministerio de Industria y Comercio concedió también un préstamo de 2.25 millones de dólares.



Sistema de ultrafiltración usado en la fábrica Sodispro.

Viajes de negocio en alza

La importancia de los viajes de negocios para la industria turística ha aumentado grandemente en los últimos años. Si bien los viajes de placer todavía acaparan la mayor cantidad de ingresos de la industria turística, los viajes de negocios proporcionan una fuente de ingresos más constante. Por ejemplo, en 1972 el 8 por ciento de los visitantes de los Estados Unidos a Canadá vinieron por razones comerciales, mientras que, en 1980, cerca del 14 por ciento lo hicieron por dicho propósito. Cerca del 11,5 por ciento del 1,4 millón de canadienses que viajaron a los Estados Unidos en 1980 lo hicieron por razones de negocio. Aproximadamente el 15,9 por ciento de los canadienses que fueron al extranjero y el 15,4 por ciento o parcialmente por razones de negocio. En los desplazamientos nacionales, cerca del 16,4 por ciento de los viajes fueron por razones de negocio.

Nuevos servicios

Para satisfacer la creciente demanda, muchos segmentos de la industria están concibiendo servicios especiales y enfoque de comercialización adaptados exclusivamente al hombre de negocios.

Prácticamente todas las principales líneas canadienses han introducido la clase comercial, combinación de primera clase y clase económica. Varias líneas ferroviarias y de autocares ofrecen servicios especiales de negocios y las compañías de alquiler de automóviles ofrecen descuentos para viaje de negocios.

Las agencias de viaje han comenzado también a especializarse y para muchas de las principales agencias de las zonas metropolitanas los viajes de negocios representan entre el 50 y el 70 por ciento de su volumen de ventas. Los hoteles están adaptando también sus servicios hacia las necesidades de los viajeros por negocios. Algunos ofrecen habitaciones mayores, con una mesa de despacho o de secretaría y servicios de mensajería. Ahora se ofrecen a la mayoría de los viajantes regulares por negocios habitaciones a precios de empresa que anteriormente se ofrecían solamente a unos pocos clientes seleccionados.

Normalmente, se encuentran en los centros de la ciudad hoteles dedicados a hombres de negocio. Estos hoteles cuentan con grandes salones para reuniones y convenciones.

Un factor importante en los nuevos servicios de viajes de negocio hace énfasis en velocidad y eficiencia.